

MEMO РИАЛЬЩИК

ЖУРНАЛ МЕМОРИАЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

№1, ОКТЯБРЬ 2023

16+

МЕМОРИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС

МЕМОРИАЛЬНЫЙ
ДИЗАЙН

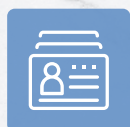
ОБРАЗОВАНИЕ

КАРЕЛФОРУМ 2024



Отраслевой портал
мемориальной сферы

Централизованное решение всех задач



Каталог компаний
и исполнителей



Мемориальная
академия



Витрина товаров
и услуг



Биржа
вакансий



Календарь
мероприятий



Отраслевой
журнал

**Успей бесплатно
разместить свою компанию
до конца 2023 года**

Оформи витрину товаров/услуг и получи
сертификат **12 000₽** на любой платный
тариф в 2024 году.



Переходите по ссылке,
чтобы быть в курсе событий
мемориальщик.рф

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ГРАНИТ ПАМЯТИ



От редакции

Дорогие друзья!

Мне весьма часто приходится отвечать на вопросы о моей работе, о бизнесе. И когда люди слышат, что моя компания занимается изготовлением памятников, моментально делают вывод о ритуальном направлении моей деятельности. Но это в корне неверно. Моя компания не занимается организацией похорон и всем, что с ними связано... И тогда я задался вопросом: а кто я?



**Ответ пришёл молниеносно:
я работаю с мемориальной архитек-
турой, а значит, я — мемориальщик...
Я — мемориальщик!**

И ключевая моя идея, а также миссия компании «Гранит Памяти» заключается в сломе существующих стереотипов. Мы хотим изменить мышление потребителя и его отношение к бизнесу памятников с ритуально-похоронного на мемориально-архитектурное.

Соединённые с ритуальщиками в массовом сознании, мы всё-таки стоим особняком. И между нами нужно проводить границу. Мемориальные и риту-

альные услуги представляют собой две разных ниши, два разных бизнеса. Памятники — от слова «память». Наш клиент, обращаясь в мемориальную компанию, хочет увековечить в камне свою память о близком человеке. А этому посвящено целое направление искусства — мемориальная архитектура.

Моя цель — объединить мемориальные компании в одно большое целое, чтобы сохранить нашу идентичность и иметь возможность отождествлять себя с совершенно отдельным и уникальным сообществом — сообществом мемориальщиков. У ритуальной отрасли есть свои площадки для взаимодействия компаний, свои информационные проекты, но ведь перед мемориальной отраслью тоже стоит огромное количество задач, которые требуют обсуждения и совместных решений, а единого информационного поля нет. Так родилась идея создания международного отраслевого портала «Мемориальщик» и одноимённого журнала, который вы сейчас читаете. Именно они могут стать первым шагом к созданию такого информационного пространства, где каждый работающий в мемориальной отрасли получит ответы на волнующие его вопросы.

Станислав Покрышкин, основатель отраслевого портала и журнала «Мемориальщик»

Содержание:



6
*Точка роста прибыли —
в умении делать нестан-
дартные изделия*



10
*На ритуальном рынке
будет править «соци-
альный капитал»*



12
*Портал «Мемориальщик»:
обзор главных функций
и перспектив развития*



14
*Фундамент «плывёт»
на зыбком грунте*



17
*Как организовать производство
памятников с нуля?*



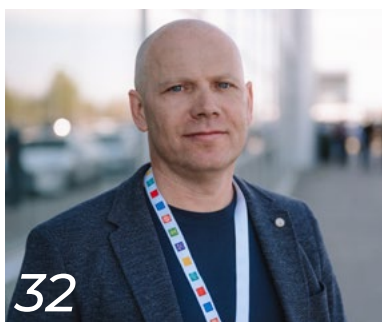
14
*3D-визуализация —
удобный инструмент
каждого менеджера*



24
*Что написано пером,
вырубишь... скаarpелем*



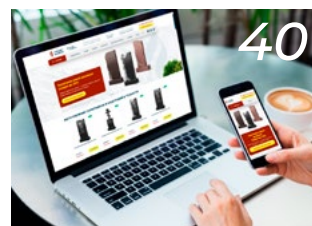
31
*В Подмоскoвье
открылся шоурум
с натуральным
камнем*



32
*Как мастеру уйти
из найма в свободное
плавание*



36
*Формируем репутацию
своими руками*



40
*Франчайзинг в продаже
памятников: выбор,
риски и ожидания*

Журнал «Мемориальщик». Выпуск №1, октябрь 2023 г.

Учредитель: Покрышкин Станислав, ООО «ГРАНИТ»

Редактор: Наталья Никонова

Дизайн и вёрстка: Олеся Шаблинская

Рекламная служба: ne@granit-pamyati.ru

Наталья Емельянова: +7 (917) 820-98-38

Мария Сергеева: +7 (909) 363-95-41

Редакция журнала:

445031, Самарская обл, г. Тольятти, ул. Тополиная, 4«Б»

Редакция не предоставляет справочной информации.

Ответственность за содержание коммерческой информации, размещённой на правах рекламы, несёт рекламодатель.

Редакция оставляет за собой право на литературную обработку публикуемых материалов. Мнение редакции может не совпадать с точкой зрения авторов).

Полное или частичное воспроизведение, либо размножение/копирование материалов, опубликованных в настоящем журнале, допускается только с письменного разрешения редакции.

При цитировании материалов ссылка на журнал обязательна.

Отпечатано в типографии ОФСЕТ МОСКВА
+7 (495) 108-76-88 z@offset.moscow
Тираж 300 экз.

Календарь 2024

Крупные мероприятия мемориальной сферы

Уважаемые коллеги!

В конце года мы обычно строим планы на будущее. Предлагаем вашему вниманию подборку значимых для мемориальной отрасли мероприятий, запланированных на 2024 год в России, даты которых на момент выхода журнала определены. Планируйте поездки, назначайте деловые встречи и готовьтесь показать профессиональному сообществу свои достижения.

РИТУАЛЬНЫЕ УСЛУГИ.
КАМНЕОБРАБОТКА РОССИЯ

12-13 АПРЕЛЯ 2024

РОССИЯ, ЕКАТЕРИНБУРГ

14-16
ФЕВ
2024

Международная выставка

**МЕМОРИАЛ
КАМНЕОБРАБОТКА**

БЕЛАРУСЬ, МИНСК

пр-т Победителей, 20 (Falcon Club)

memorialexpo.by

**2024
КАРЕЛ
ФОРУМ**

21-24 МАЯ 2024

РОССИЯ, ПЕТРОЗАВОДСК

kareforum.ru

ИНДУСТРИЯ
КАМНЯ

24-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА



STONE
INDUSTRY

24TH INTERNATIONAL EXHIBITION

25-27 ИЮНЯ 2024

РОССИЯ, МОСКВА, ВДНХ

stonefair.ru



**НЕКРОПОЛЬ
WORLD RUSSIA 2024**

32-й международный промышленный форум-выставка
погребальных принадлежностей, похоронного сервиса,
мемориального искусства и архитектуры

МОСКВА, Октябрь
necropol-moscow.ru





Точка роста прибыли — в умении делать нестандартные изделия



Архитекторы, дизайнеры, строители, и, конечно, мемориальные компании всей страны уже сейчас продумывают, с чем поедут на одно из главных мероприятий для камнеобработчиков — Карелфорум-2024. О том, как будет представлена мемориальная панель на будущей выставке, какие тренды актуальны для мемориальной отрасли и о том, как мемориальщику в кризисных условиях черпать новые идеи и создавать интересные проекты, рассказал геолог, директор GMM по СНГ, руководитель форум-выставки «Карелфорум» Вячеслав Комаров.

Вячеслав Борисович, расскажите, как мемориальщики оказались на Карелфоруме?

— В России на мемориальную сферу приходится всего 5-10% рынка природного облицовочного камня. Большую часть поглощает стройка, причём для строительства камень поставляется в основном из-за рубежа. Но в отличие от строителей, мемориальщики берут камень из российских месторождений, поскольку мемориальные изделия изготавливаются из плит-толстомеров, а логистика импортных толстомерных изделий обходится сегодня очень дорого. Поэтому даже в те годы, когда китайский камень был совсем дешев из-за разницы курса, российские толстомерные изделия составляли конкуренцию китайским и достаточно успешно продавались. До недавнего времени у мемориальщиков было три ведущих региона поставки чёрного камня: Украина, которая теперь отрезана от нашего рынка, Урал, откуда везут серый мрамор, а также Карелия,

где добывают чёрный камень — габбро-диабаз. Мы стартовали со своим проектом из Карелии, где есть месторождения, где много камнеобрабатывающих предприятий. Плюс ко всему там была поддержка правительства и живописная природа. В Карелии большинство цехов работают на мемориальную отрасль, и с самого зарождения Карелфорума мы сделали акцент именно на компании, которые изготавливают мемориальные изделия. Итогом нашей работы стало то, что вся отрасль камнеобработки и её мемориальная составляющая за последние два года стали активно развиваться. В частности, нам удалось привлечь внимание к цветным карельским гранитам, благодаря чему производители стали чаще применять их в мемориальных проектах. А это как раз одна из задач форума — помочь нашим производителям использовать природный камень чаще, интереснее, с меньшими сложностями, чтобы бизнес, построенный на работе с природным камнем, рос и развивался.

Как мемориальные компании пережили потерю части рынка?

— Ещё с начала пандемии, когда многие логистические цепочки были разрушены и резко выросли затраты на транспортировку, доступ импортного камня на российский мемориальный рынок был сильно сокращён, и уже тогда начался рост цен. С началом СВО закрыли границу с Украиной, что фактически наполовину сократило предложение на рынке природного камня. И это обстоятельство тоже привело к повышению цен на сырьё отечественных производителей, хотя, надо признать, цены на камень росли не такими быстрыми темпами, как инфляция. При этом разные компании по-разному отнеслись к повышению цен. Были те, кто посчитал, что на их улице опрокинулся грузовик с пряниками: с закрытием границ они резко подняли цены на продукцию и снимали «сливки» с ценового всплеска. Крупные компании, мыслящие стратегически, повышали цены плавно, понимая, что рано или поздно рост цен столкнётся с наполнением платёжеспособного спроса. И оказались правы. Оптовики делали большие запасы с расчётом на дальнейший рост цен, предприятия и карьеры работали круглосуточно, в результате чего склады с камнем оказались заполнены, а рост цен упёрся в снижение платёжеспособного спроса. Деньги, выплачиваемые населению в виде пособий, в том числе выплаты за участие в СВО, почти не попали на мемориальный рынок, поскольку люди фактически жили на них. Ситуация стабилизировалась примерно через полгода с момента начала военных действий, и цены перестали расти. Мало того, сейчас некоторые камнедобывающие предприятия пытаются демпинговать, чтобы получить загрузку, однако платёжеспособный спрос по-прежнему значительно отстаёт от возможностей отрасли.

Не произошло ли смещения интереса камнеобработчиков в сторону композитов на фоне подорожания натурального сырья?

— Памятники из композита, мраморной крошки, бетонных материалов, конечно, чрезвычайно популярны и сейчас, они ориентированы на потребителя с невысоким уровнем дохода. Поэтому большая часть памятников — простая, дешёвая

и, в связи с кризисом, количество таких памятников увеличивается. Однако это обстоятельство не способно перекосить рынок природного облицовочного камня, он в этом смысле стабилен. Другое дело, что рост цен на импортный камень даёт толчок для роста добычи российского гранита. Скажем, плита индийского чёрного габбро, особенно крупноформатная, стоит дешевле карельской плиты, но если такое сырьё везти в Россию, оно становится существенно дороже. И российским компаниям, на мой взгляд, можно и нужно использовать это логистическое преимущество.



Какие новые технологии камнеобработки демонстрировали участники форума в этом году?

— Глобальных прорывов в технологии пока нет. В последние 4-6 лет постепенно автоматизируются цеха, снижается доля ручного труда, в том числе автоматизируется процесс нанесения портретов на памятники — той работы, которую мастера всегда делали вручную. Много привозили объёмных работ, фрезерования. Станки, причём достаточно простые, сейчас позволяют делать сложные барельефные композиции. И вот эта барельефность мемориальных комплексов сейчас используется всё шире. Большие мемориальные цеха обзаводятся распиловочным оборудованием, ставят «канатки», станки с большими дисками и покупают уже не распиловочный станок, а полуфабрикаты с карьера, а блоки, и уже сами их распиливают, таким образом расширяя ассортиментную гамму по толщине и возможности производства. Сейчас глобальная задача

мемориальщиков — постепенно отходить от стандартных памятников. На мой взгляд, точка увеличения прибыли находится как раз там, где есть возможность делать нестандартные изделия. В то время как в стандартных памятниках конкуренция очень высока и заработок не столь велик. Для этого у «мемориалки» есть все необходимые технологии: в цеха пришли пятиосные станки с дисковой фрезой, станки с ЧПУ, способные воплощать сложные 3D-проекты, композиции, скульптурные группы почти без помощи ручного труда. Автоматизация, снижение себестоимости, использование современного инструмента, передовых технологий полировки и реставрации — всё это позволяет увеличить производительность труда и нарастить выпуск готовой продукции.

На мой взгляд, точка увеличения прибыли находится как раз там, где есть возможность делать нестандартные изделия. В то время как в стандартных памятниках конкуренция очень высока и заработок не столь велик. Для этого у «мемориалки» есть все необходимые технологии.

Откуда мемориальщику почерпнуть креативную идею для нестандартного объекта?

— На мемориальных выставках. Людей с идеями не так много, но они есть. И как раз на профильных выставках их можно встретить. Совсем недавно появилась профессия мемориального дизайнера, хотя ещё несколько лет назад об этих людях никто не слышал. И подключение мемориальных дизайнеров к созданию памятников дало возможность креативить в этой сфере, создавать необычные вещи. Например, на прошлой выставке в Вероне мы видели очень интересные памятники домашним животным. Это была свежая идея. Она позволяла уходить от слэбов и в тоже время делать очень интересные композиции. И буквально через полгода подобные памятники для животных были представлены на Карелфоруме. На выставке в Китае, где я побывал недавно, мне приглянулась ещё одна идея — использовать для

памятников не толстомеры, а слэбы, которые соединяются между собой, как слои пирога, для получения уникальной многослойной композиции. Есть много идей, которые надо показывать нашим производителям и мемориальным дизайнерам. И моя задача привезти из-за рубежа к нам такие идеи, которые люди смогут использовать в работе.

Какие новые месторождения сейчас разрабатываются?

— В Иркутской области ведётся разработка Тулунского месторождения габбро, в Карелии достают первые блоки на нескольких новых месторождениях чёрного камня. Но пока они составляют всего 1% от общего объёма добычи габбро Другорецкого месторождения в Карелии. И пока базовым камнем для мемориальной сферы в России остаётся другорецкий габбро и другорецкий габбро-долерит, он занимает примерно 85-90% рынка. Совокупный объём добычи чёрного камня из пяти карьеров составляет порядка 5-8 тыс. м³ в месяц, при этом объём добычи блоков на всех остальных месторождениях Карелии, Урала, Башкирии и Иркутска едва дотягивает до 700-800 «кубов».

Этого достаточно?

— Скорее всего, да. У нас сформировались две ведущие линии спроса: спрос на чёрные памятники и спрос на недорогие памятники из серого мрамора. Переход к цветным гранитам, который происходит последние два года, отчасти вынужденная мера, поскольку габбро на всех не хватало. И хотя сейчас такого дефицита нет, спрос на чёрный камень по-прежнему выше, чем его предложение.

Откройте секрет, как будет представлена мемориальная панель на Карелфоруме-2024?

— Мы снова планируем собрать мемориальные компании в отдельном павильоне. Там участники смогут представить свою продукцию, а выступления спикеров, мастер-классы будут проводиться специально для мемориальщиков. Другая идея, которую мы придумали и в этом сезоне начнём продвигать, — круглогодичные выездные мероприятия. Весь прошлый год мы проводили такие мероприятия по продвижению природного камня

в разных городах России для архитекторов, строителей, дизайнеров, приглашали интересных спикеров, показывали технологии, проводили мастер-классы. И в этом году мы планируем организовать подобные выездные встречи для мемориальной сферы. В регион проведения приедут спикеры, мы будем показывать работу обрабатывающих предприятий, чтобы люди посмотрели, как можно обрабатывать камень, проведём мастер-классы и, конечно, будет организовано общение профессионалов — директоров предприятий, топ-менеджеров отрасли, чтобы они могли заполучить новых партнёров, новых покупателей и поставщиков. И вот такие мемориальные мероприятия мы будем проводить совместно с компанией «Гранит Памяти» и вместе с ними в рамках Карелфорума развивать мемориальное направление. Первое выездное мероприятие уже состоялось в Краснодаре 23-24 октября. Кроме того, у нас заключён эксклюзивный договор с китайскими компаниями, заинтересованными во взаимовыгодном сотрудничестве с Россией по камню, о том, что они будут представлять свою продукцию и технологии в отдельном павильоне Карелфорума в 2024 году. Также совместно с международной ассоциацией Veronafiere, которая является организатором выставки мрамора, дизайна мраморных изделий и технологий обработки камня Marmomac, мы готовим меморандум о намерениях сотрудничества, чтобы итальянские компании тоже присутствовали на нашей будущей выставке в Карелии.

Как подготовиться к Карелфоруму 2024 года?

— Карелфорум — это не застывшая экспозиция с плакатами, а полноценная интерактивная площадка, где много можно увидеть, встретиться с коллегами по цеху. Компании, продающие готовую продукцию, смогут её показать на форуме. Нужно заранее связаться с нами, а мы подскажем, как выставить продукцию в выгодном свете. Продавцы сырья могут провести виртуальную экскурсию в карьер, провести мастер-класс по обработке камня и показать, какой текстуры удаётся добиться. Производитель химии сможет показать, как его вещества действуют на камень, например, помогают надписям на камне не туск-



неть. Попад в «болеву ю точку» клиента, такой продавец обязательно обязавется новым покупателем, который до поездки на форум не мог решить волну ющую его проблему. Также компании смогут продемонстрировать новые технологии производства, показать новую архитектурную форму памятника и объяснить, чем она ценна, как она снизит себестоимость производства. В следующем году мы ждём гостей из Турции с камнем и оборудованием, приедут гости из Узбекистана с газганским мрамором. А притом, что наши мраморные уральские заводы загружены на полгода вперёд, то использование дополнительно узбекского материала может этот сверхспрос немного поумерить. Посетителям совету ю обяза тельно приезжать, ведь это шанс посмотреть Карелию, получить новые знания, привезти своих рабочих, менеджеров, чтобы они поучились и поучаствовали в конкурсах профмастерства. Мы ориентированы на то, чтобы каждый участник Крелфорума уехал от нас вооружённый новыми идеями, планами и очень быстро вернул свои вложения в эту поездку ■

На ритуальном рынке будет править «социальный капитал»



Попадая на рынок ритуальных услуг, потребитель сталкивается с огромной индустрией, о которой имеет весьма отдалённое представление. И ритуальные компании, принимая во внимание этот факт, стараются просчитывать его возможные шаги, чтобы предложить свои услуги «при входе» на рынок. С вопросом о том, каким будет поведение потребителя в ритуальной сфере в ближайшие несколько лет, наша редакция обратилась к практикующему эксперту в области маркетинговых исследований и управленческого консалтинга, профессору, доктору экономических наук Института Экономики и Управления Уральского Федерального Университета Галине Астратовой.

Галина Владимировна, в чём особенности потребительского поведения на рынке ритуальных услуг и чем они обусловлены?

— В отличие от других потребительских рынков, в ритуальной сфере потребитель имеет высокую степень неопределённости. Он не знает, когда именно ему придётся потреблять услуги, он не знает, сколько они стоят, и он даже не знает, что эти услуги собой представляют. Поэтому потенциальный клиент ритуального рынка не чувствителен к изменению цен и ассортимента товаров и услуг, не следит за инновациями в отрасли, а когда ему приходится делать выбор, сравнивает не более двух похоронных компаний. При этом клиент не может заранее оценить качество услуг, разве что только после покупки. Такой потребитель крайне негативно относится к рекламе, что вынуждает похоронные компании

искать альтернативные стратегии выхода на заказчиков. Нужно принять к сведению и тот факт, что на рынке ритуальных услуг обычные инструменты маркетинга не работают. Но! Работает «социальный капитал» — это социальные сети, которые выстраивают похоронные компании для того, чтобы выйти на покупателя.

Какие сегодня существуют тенденции в мировом маркетинге ритуального обслуживания?

— Похороны становятся всё более индивидуальными, личностными и значимыми. И... превращаются в шоу. В ритуальную сферу входят такие англоязычные понятия, как event-marketing, experimental-marketing, т.е. событийный маркетинг, маркетинг впечатлений. Вторая тенденция, которая стала проследиваться по всему миру, — предварительное планирование похорон.

Планирование похорон заблаговременно позволяет людям сделать «домашнее задание» и выбрать похоронное бюро, которое удовлетворит эмоциональным и финансовым потребностям их семьи.

На подъёме кремация. Положительное отношение общества к этому виду погребения продолжает расти. Так, в 2020 году количество кремаций в США существенно превысило количество традиционных захоронений. Также я отмечаю рост удовлетворения потребностей потребителей ритуальных услуг с помощью цифровых технологий. В последние годы потребители во всём мире полагаются на интернет как на ведущий источник информации. В ответ на это компании увеличили своё присутствие в сети, и ритуальные услуги — не исключение. У большинства похоронных бюро теперь есть свои собственные веб-сайты.

Интересен ещё один тренд — это «зелёные» похороны. Экологичность при проведении похорон стала естественным следствием сегодняшнего американского экологического сознания, и этот тренд активно идёт по всему миру.

Есть ли проблемы во взаимодействии ритуальных компаний и потребителей? Какие есть пути решения этих проблем?

— Основная проблема, на мой взгляд, недостаточное знание клиента и основ маркетинга. Что делать? Создавать УТП — уникальное торговое предложение. Когда у вас есть такое предложение, вам не надо конкурировать по цене, легче продавать и проще делать повторные продажи. Нужно создавать бренд. Ведь бренд — это устойчивые ассоциации и представления о продукте или услуге, которые живут в сознании потенциального покупателя. Необходимо искать пути минимизации издержек — провести аудит бизнес-процессов, изыскать возможности сокращения производственных, управленческих, рекламных, сбытовых и других затрат.

Справляются ли с этими задачами ритуальщики?

— Крупные компании изучают рынок, привлекают внешних консультантов, обучают своих работников в соответствии с профессиональными стандартами. Мелкие компании находятся в сложном положении. Помощь извне (согласно зару-

бежной практике) оказывают профессиональные ассоциации предприятий ритуальных услуг. В России это движение находится в стадии активного становления. Такие ассоциации есть в Москве и Санкт-Петербурге, на Урале действует Ассоциация «Похоронные организации Урала», есть подобные организации и в других крупных городах страны. Например, Ассоциацией похоронной отрасли в инициативном порядке был разработан профессиональный стандарт «Специалист в области похоронного дела», который утверждён приказом Минтруда № 278н от 07 мая 2015 года и зарегистрирован Минюстом России 25 мая 2015 года.

Похороны становятся всё более индивидуальными. И... превращаются в шоу.

Разрабатываются профессиональные стандарты похоронной отрасли: «Специалист по производству надгробных сооружений» и «Специалист по производству похоронных принадлежностей», на инициативную разработку которых Московской Ассоциацией получено согласование Минтруда РФ. Московской Ассоциацией создана система добровольной сертификации «Похоронное дело», которая постепенно внедряется на похоронных предприятиях России. Таким образом, дальнейшая разработка нормативной базы, оценка профессиональных квалификаций и помощь профессиональных ассоциаций позволит на рынке ритуальных услуг достойно сосуществовать и крупным и мелким компаниям.

Имеет ли место такое явление, как потребительский терроризм в ритуальной отрасли?

— Думаю, что это было раньше. Сейчас благодаря работе профессиональных ассоциаций этот феномен уходит.

Каким вы видите поведение потребителя ритуальных услуг в ближайшие 5 лет?

Поведение потребителя и дальше будет всё более индивидуализированным. Кроме того, продолжится процесс микросегментации рынков, который является глобальным ■



Портал «Мемориальщик»: обзор главных функций и перспектив развития

О главных функциях портала «Мемориальщик» и перспективах развития уникального проекта рассказал его основатель, коммерческий директор компании «Гранит Памяти» Станислав Покрышкин.



Станислав
Покрышкин

Для чего нужен «Мемориальщик»?

Если вас попросят назвать интернет-ресурс, откуда вы черпаете информацию о мемориальной отрасли, где учиться и где продаёте свои товары и услуги, наверняка каждый назовёт не один ресурс, а десяток разнонаправленных площадок и платформ. И это замечательно. Но есть одно «но». Ни одна из этих площадок не является моноплощадкой, той, где собираются исключительно профессионалы мемориальной сферы. Компания «Гранит Памяти» исправляет этот пробел и запускает портал «Мемориальщик» — портал для тех, кто так или иначе связан с мемориальным искусством.

Мы создали такой портал, чтобы:

- объединить участников мемориального рынка в единое сообщество;
- повысить эффективность работы мемориальных компаний;
- упростить процесс выбора товаров и услуг для клиентов.

Реализация проекта намечена на ближайшие 2-3 года и включает в себя разработку программного обеспечения, создание каталога организаций и услуг, а также продвижение портала среди потенциальных пользователей.

Аудитория веб-портала

Портал «Мемориальщик» ориентирован на сегменты B2B и B2C. Для B2B будет создан каталог организаций, где компании смогут размещать информацию о своих услугах и товарах, а для B2C — магазин товаров и услуг. Пока портал ориентирован на российский рынок, но в перспективе планируется расширить географию проекта и запустить его в других странах.

Функционал портала

На портале предусмотрено множество полезных функций. Первое, чем воспользуется компания после регистрации, — большой каталог организаций и услуг. Мы планируем наполнить портал сведениями обо всех участниках мемориального рынка, включая горнодобывающие и камнеобрабатывающие предприятия, мастерские по изготовлению памятников, гравёров, мемориальных дизайнеров и других вольных художников. Пользователи смогут оформить личный аккаунт на портале и благодаря этому полностью контролировать свою личную информацию, управлять объявлениями и взаимодействовать с другими пользователями.

«Пять звёзд»

Клиент сможет оставить отзыв о вашей работе. В будущем это поможет заказчикам выбрать наиболее подходящего специалиста и предоставит фрилансерам возможность улучшить свою репутацию и получить больше заказов.

Считаю, что система отзывов и оценок на портале будет способствовать повышению качества предоставляемых услуг.

Поиск и фильтрация

На портале создаётся магазин товаров и услуг, где пользователи смогут приобрести оборудование, оснастку, расходные материалы для производства, не раскидывая запросы в десяток разрозненных чатов. Одной из важных задач в развитии портала — улучшение поиска и фильтрации услуг. Чтобы пользователь смог быстро найти нужные ему товары и исполнителей, мы добавим удобные фильтры по цене, срокам выполнения, категориям и другим параметрам, чтобы участники портала могли более точно указывать свои предпочтения и получать наиболее подходящие предложения.

Мобильная версия

Всё больше пользователей предпочитают использовать мобильные устройства для доступа в интернет. Поэтому в наших планах разработать мобильную версию, чтобы веб-портал был удобным и отзывчивым к различным типам устройств.

Блогосфера

Вся актуальная информация о мемориальном деле будет накапливаться в специальном разделе «Блог». Зарегистрировавшись на портале, компания сможет завести личный блог, делиться в нём новостями, набирать подписчиков и тем самым расширять свою аудиторию. Для двустороннего общения у нас предусмотрен форум.

Журнал

Журнал «Мемориальщик», который вы держите в руках, тоже часть нашего проекта. По сути, это первое узкоотраслевое издание о мемориальщиках и для мемориальщиков. Выходит журнал раз

в полугодие. Вы найдёте его в специальном разделе портала, и доступен он будет всем, даже не зарегистрированным пользователям. Кстати, счастливицы смогут заполучить печатную версию — её выход мы приурочим к профильным выставкам и выпустим журнал ограниченным тиражом.

Мемориальная академия

Тех, кто ни дня не проживёт без учёбы, мы приглашаем в Мемориальную академию — раздел портала, посвящённый обучению и развитию. Участники смогут выбрать образовательный курс и получат доступ к обучающим материалам для прокачки профессиональных навыков. Если вы сами являетесь экспертом, спикером, владеете уникальными навыками и можете провести мастер-класс, пишите и звоните нам — вашу образовательную программу можно реализовать на нашем портале.

У «Мемориальщика» большой потенциал для развития. На мой взгляд, веб-портал способен стать ведущей платформой для взаимодействия фрилансеров и работодателей, продавцов и покупателей, заказчиков и исполнителей. Благодаря постоянному развитию и внедрению новых функций, портал станет актуальным и конкурентоспособным, заинтересует многих пользователей и предоставит им удобные инструменты для работы и развития бизнеса.

Если вы хотите стать экспертом, вести авторскую колонку, обучать других мемориальщиков или разместить рекламу на портале — звоните нам! Мы открыты для диалога и готовы рассмотреть любые варианты сотрудничества. А ещё мы хотим, чтобы на вопрос, о главном источнике информации о мемориальном деле вы не задумываясь называли портал «Мемориальщик» ■



Рейтинг: ★★★★★

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

КамнеобработкаБлохиРегульные изделия

8 800 5555 200

Россия, Петрозаводск

Вы подписаны



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

★★★★★

Канатный станок для раскроя блоков с ЧПУ Discovery 4

Описание товара. Работаем от любых объемов. Распил, Полировка всех видов. Доставка по всей стране.

Цена по запросу

Подробнее

Гран|

Гранитные блоки
Гранитные заготовки
Гранитные памятники
Гравировальный



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Гранитные

Описание товара. Полировка всех к

от 10 000 р



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Гравирова

Описание товара. Полировка всех к

от 120 000 р



Фундамент «плывёт» на зыбком грунте

Что делать если «поплыл» фундамент памятника, и можно ли каким-то образом повлиять на ситуацию, если то же самое происходит с фундаментом всей системы образования в области камнеобработки. Своё видение проблемы и практические советы для журнала «Мемориальщик» даёт мастер-реставратор, основатель образовательного портала «Камнеобработка. Ликбез» Игорь Сосин.



Игорь Сосин

Почему памятник перекошило?

Сезон работы с памятниками мемориальщики открывают, когда оттаивают грунты. Кристаллы льда, превращающие землю в твёрдый камень, день за днём тают, и напитанная влагой почва постепенно разбухает. Вот здесь-то и предстоит монументальной конструкции, созданной на века, настоящее испытание на прочность. Если грунт под памятником непрочный по своей природе — песчаный или суглинистый, а установщик наделал ошибок при закладке фундамента, во время весеннего движения грунта, произойдёт то, что опытные мастера называют «повело» — вкривь и вкось пойдёт вся конструкция мемориала.

«В природе нет ничего «неживого», и камень — живой, как и все живые существа, — говорит реставратор и эксперт в камнеобработке Игорь Валерьевич Сосин. — Как живой организм, он растёт, движется, подвержен болезням и разрушению. Учёными были даже зафиксированы звуки, издаваемые камнями. Я всегда сравниваю камень с организмом человека. Он рождается из недр земли, его поверхность впервые соприкасается с воздухом, из-за чего происходят необратимые изменения в его структуре, и он делает первый шаг к разрушению. Как и человек, камень под воздействием неблагоприятных факторов болеет — он страдает от эрозии, биохимической агрессии и других механических

и химических повреждений. И он тоже нуждается в лечении.

Прежде чем начинать «лечить» камень, реставрировать его, мы должны разобраться в причинах болезни. Мы приезжаем на объект и, как самые настоящие врачи, проводим диагностику, делаем необходимые анализы, проводим проектно-изыскательские работы, составляем «анамнез». Только пройдя все эти этапы, мы делаем заключение, чем болен «пациент» и назначаем ему курс лечения. В каждой конкретной ситуации лечение камня индивидуально, в зависимости от причин. А их десятки! От сезонного движения грунта, воздействия воды до влияния агрессивной органики на поверхность камня. И если «поплыл» фундамент, перекошило весь памятник, придётся проанализировать всю технологическую цепочку этап за этапом, чтобы сделать какие-то выводы».

Фундаментальная ошибка

По словам мастера, «лечение» мемориала может происходить на уровне поверхностных, а может — на уровне фундаментальных работ. Однако если копнуть глубже размякшую землю, ошибка действительно обнаружится где-то на уровне закладки фундамента. Ведь насколько долговечным будет конструкция мемориала, во многом зависит от знаний и навыков специалистов, приложивших руку к его установке, — то есть их фундаментальной подготовки.

«Специалистов по работе с камнем сейчас не хватает, поскольку учебных заведений, которые выпускали бы камнерезов, камнетёсов и других мастеров по работе с камнем можно пересчитать по пальцам. Мастера учатся друг у друга, допуская одни и те же ошибки, и на фундаментальном уровне их подготовкой никто не занимается. В то время как в работе с камнем необходимо соблюдать строительные технологии, нормативы, технические условия, а это целый пласт знаний.

К тому же у нас нет обновлённых регламентов — чёткого распорядка того, что должен делать специалист по камнеобработке на своём рабочем месте, хотя они необходимы в каждом договоре на строительство. Зачастую при составле-

нии договоров используются устаревшие регламенты, написанные в 50-х годах прошлого столетия. Сегодня мы имеем дело с совершенно другими средствами производства, другими технологиями, однако их применение не отражено ни в каких документах. За рубежом к регламентам и нормативам другое отношение. К примеру, в США существует Американский институт мрамора — Marble Institute Of America, который изучает технологию работы с натуральным камнем, отслеживает все изменения в камнеобработке и ежегодно выпускает дайджест новинок и разработок, где всё расписано буквально по этапам: как склеивать камни, как монтировать памятники. У нас сейчас даже этого нет. Хотя ещё во времена СССР квалифицированных кадров было в сотни раз больше. Взять хотя бы эпоху строительства московского метрополитена. Это сейчас тоннели прокладывают китайцы — они многих оставили позади и в техническом оснащении, и в кадровой подготовке. А тогда метро строили наши соотечественники. В каждом районе Москвы были ПТУ, готовившие камнерезов и камнетёсов. В те годы планировалось во всех городах-миллионниках построить метро, и, соответственно, под крупнейший госзаказ готовились квалифицированные кадры».

В подготовку своих кадров никто не вкладывается. Это ошибка на уровне закладки «фундамента», а фундамент имеет свойство «плавать», особенно если грунты зыбкие.

К слову, в период 1935-1955 гг. московские архитекторы впервые заложили традицию использования цветных камней в интерьерах и монументальных сооружениях метрополитена. Рёбра колонн в залах станций метро «Маяковская» и «Комсомольская кольцевая» облицованы редким уральским родонитом Малоседейниковского месторождения. Своды залов станций «Киевская» и «Белорусская» украшены мозаичными полотнами с использованием серовато-зеленого офиокальцита, цветных мраморов и даже ярко-синего лазурита. Не говоря уже о том, что полы станций и вестибюлей отделявались



Когда знание становится навыком

Нужно чувствовать камень, чтобы понять, что с ним происходит. А чтобы почувствовать, необходимо обрести навык, объясняет мастер-реставратор. «Ты осматриваешь его, руками чувствуешь его структуру, определяешь причину его «болезни», смотришь, как он реагирует на фрезу, на клей, на другие материалы, — говорит Игорь Валериевич. — Одна лишь теоретическая подготовка не даёт понимания материала. Поэтому я помогаю мастерам получить навыки. У нас есть такое направление, как менторство, когда мы везде берём учеников с собой, рассказываем, показываем, как делаются те или иные операции. Я провожу курсы и мастер-классы по различным технологическим операциям — склейке, резке, полировке камня, монтажу, реставрации. Ко мне за консультацией обращаются специалисты со всей страны — полировщики, производственники, реставраторы, и я никому не отказываю в помощи».

Если перекошило фундамент всей устоявшейся когда-то системы образования, неудивительно, что частенько «плавает» основание мемориалов. Можно подправить, подоткнуть камешек, поставить распорку, однако это временные меры. Как утверждает наш эксперт, только при соединении знаний и навыков в камнеобработке может появиться высококласный специалист, который сможет не только установить мемориал на века, но и лечить камень, выявлять причины заболеваний и даже предупреждать его болезни ■

гранитами, гнейсо-гранитами и габбро. Многие станции метро, строившиеся в то время, представляли собой настоящие произведения искусства, для создания которых требовались профессионально подготовленные специалисты.

«Для каменной отрасли нужна централизованная подготовка, причём в большом объёме и при господдержке, — считает Игорь Сосин. — Но в обучение своих кадров сейчас никто не вкладывается — проще пригласить специалистов из-за рубежа. И это ошибка на уровне закладки «фундамента», а фундамент имеет свойство «плавать», особенно если грунты зыбкие. Наше сообщество камнеобработчиков пытается менять ситуацию. Именно эти попытки привели к созданию совместно с компанией «АЛМИР» образовательного портала «Камнеобработка. Ликбез», где каждую неделю проводятся образовательные эфиры для специалистов, работающих с камнем, и других платформ. Но это именно попытки изменить ситуацию «снизу», и мы со своей стороны делаем всё возможное для этого.




ВДК
ВСЕ ДЛЯ КАМНЯ

Как организовать производство памятников с нуля?



Николай Лелюков

Вы хотите организовать производство памятников, но не знаете, с чего начать, какими должны быть габариты цеха и какое оборудование закупить в первую очередь? Компания «Всё Для Камня» (ВДК) из Санкт-Петербурга помогает предпринимателям организовать и модернизировать камнеобрабатывающие производства с нуля и сопровождает на первых сложных этапах технического оснащения цеха. Руководитель отдела продаж оборудования и инструмента компании «ВДК» Николай Лелюков поделился опытом, как создаётся с нуля цех по производству памятников и какие ошибки чаще всего допускают начинающие мемориальщики.

1 Определитесь с объёмом

Определитесь, какую продукцию будет выпускать цех, в каком объёме и какой степени обработки будет ваш рабочий материал — сырьё или полуфабрикат, привезут вам блоки прямо с карьера или вы получите готовый распил. Исходя из этих факторов подбираются станки и комплектующие.

Представим, что вы планируете выпускать полированные стелы и подставки в количестве 500 комплектов в месяц. С учётом отходности, на эти цели уйдёт примерно 540 м² распила. Делаем вывод, что в сутки предприятие будет выпускать порядка 18 м² продукции.

2 Найдите помещение

Для производства 500 комплектов памятников нам понадобится цех размером 18×26 м (это вариант удобного цеха, могут быть разные конфигурации). Остановив выбор на готовой постройке, обратите внимание, предусмотрен ли в помещении подъёмный механизм, кран-балка или консольный кран для погрузки-разгрузки блоков и распила. Измерьте высоту потолков — этот параметр крайне важен при выборе оборудования для цеха (например, высота распиловочных станков LMQ-3000 и QSQ-3000 составляет 6 и 7,5 м соответственно, и, если вам для работы нужен

один из таких станков, придётся искать соответствующее помещение).

Узнайте, обеспечено ли помещение водой, электричеством, приточной вентиляцией. Ищите помещение с сильной вытяжкой, иначе придётся её устанавливать дополнительно. Без вытяжки зимой цех окутает сильным туманом из-за избытка влаги, а влага губительна для электрооборудования. Определите, где будут работать резчики (лучше сразу поставить к рабочим столам пылеулавливающую стенку), гравёры, художники, где будут располагаться раздевалка, столовая, санузел. Помещения для сотрудников должны быть максимально комфортными.

3 Осмотрите прилегающую территорию

Обратите внимание на площадь прилегающей территории. Она послужит и местом разгрузки сырья или полуфабрикатов, а также будет выполнять роль склада временного хранения. На территории должно оставаться пространство для маневра техники. Для объема продукции в 18 м² в сутки достаточно 500 м² прилегающей территории. Подумайте, как с прилегающей территории блоки попадают в цех и чем вы их будете разгружать — краном или тяжёлым погрузчиком.



4 Закупаем оборудование

Для производства 18м² продукции в сутки понадобятся:

— **распиловочные станки**. Если мы получаем блок с карьера, нужна будет головная распиловка. «Всё Для Камня» — официальный дистрибьютор фирмы Wanlong, и мы можем предложить оборудование из ассортимента этой торговой марки.

Вам понадобится распиловочный станок для резки больших блоков. Он выбирается в зависимости от производительности, способа погрузки и высоты цеха. Мы можем предложить камнерезные станки LMQ-3000 или QSQ-3000, фирмы Wanlong. Станки отличаются по габаритам. И если цех ограничен по высоте 6 метрами (от пола до кран-балки), можно установить только порталный станок LMQ, такой, как LMQ-3000. У этого станка предусмотрена погрузочная телега, которая выезжает на улицу, на неё с помощью крана ставится блок, и телега возвращается в цех, заезжает под пилу, и блок

распиливается в автоматическом режиме на слэбы, разбирается при помощи кран-балки;

— **оборудование для погрузки блоков**: кран козловый или мачтовый, телега или погрузчик. Подумайте, можно ли обойтись мачтовым краном, так как погрузчик и козловой кран стоят довольно дорого;

— **окантовочный станок** с диском диаметром 600 мм — такой, как PLC-600. Он обладает высокой скоростью работы и хорошо справится с окантовкой прямоугольников — заготовок для стел и подставок;

— **полировальный станок** — полуавтомат либо три коленорычажных полировальных станка. Для дальнейшей полировки можно взять мостовой полуавтоматический станок «Спектр» (аналог польского) — этот станок мы производим сами. Если нет возможности приобрести его, можно обойтись тремя станками MS-2600, которые, кстати, часто используют, чтобы дополировать полуфабрикаты, когда есть изъяны в полировке.

5 Установка очистительных систем

Вода в цехе нужна и для охлаждения оборудования, и в процессе полировки камня. Сброс отработанной воды запрещён, поэтому её возвращают обратно в производство. И прежде чем использовать повторно, её необходимо очистить, поскольку вода, содержащая частички камня и гранитную пыль, очень сильно изнашивает оборудование, разрушает коммуникации. Самый простой вариант — использовать трехэтапную очистку при помощи переливных ям разной высоты, на дне которых оседают тяжёлые частицы. Правда, такой способ подойдёт для небольшого цеха, на крупном производстве нужны специальные очистные системы, которые гораздо быстрее очищают воду, нежели очистные бассейны. Очистка воды в них происходит за счёт добавления химического флокулянта. Частицы этого флокулянта заряжены отрицательно либо положительно относительно



частиц камня. Химический элемент налипает на твёрдые частицы, и они оседают гораздо быстрее. Компания ВДК занимается производством очистных установок. От самых простых и бюджетных до сложных автоматических решений. Шкаф управления и программное обеспечение разработано инженерами ВДК-Сервис. Их устанавливают прямо в цехе (они займут примерно 3×3 м), их объём рассчитывается индивидуально, в зависимости от объёма отработанной воды. Лучше позаботиться об очистных сооружениях сразу. Так вы защитите оборудование от преждевременного старения и уберёжете себя от штрафов.

7 Обслуживание оборудования

Позаботьтесь о сервисном обслуживании оборудования. У компании «ВДК» есть подразделение, которое занимается ремонтом, наладкой, установкой оборудования. наших специалистов приглашают как для пусконаладочных работ, так и для ремонта оборудования. Также мы держим очень большой склад запчастей, чтобы ваши станки поскорее вернулись к работе. Если оборудование было установлено нашими специалистами, мы предоставляем дополнительно год гарантии на механические части станков и 6 месяцев — на электронику.

8 Обновление парка

Оборудование стареет. Хотя запас прочности позволяет ему работать не один год после «выхода на пенсию». Но если вы решили, что станок послужил достаточно долго, и есть возможность обновить парк оборудования, можно это сделать с помощью программы «трейдин», которую реализует ВДК. Вы отдаёте старый станок, а взамен получаете новый. Из стоимости нового оборудования компания вычитает 100% стоимости «бэушного» станка после оценки специалистами. Старый станок восстанавливают, модернизируют, и он практически сразу находит нового владельца. Также компания ВДК-Сервис может модернизировать ваш станок, заменить шкаф управления на современный, установить новое программное обеспечение и продлить его срок службы ■

6 Поиск сотрудников

Найти персонал — задача не из простых. Сейчас кадровый голод — главная проблема нашей отрасли, и надо постараться, чтобы найти операторов станков, полировщиков, художников, работающих с камнем.



www.vdk-spb.ru
+7 (812) 646-55-25
+7 (812) 646-55-26

Компания «Всё для камня» работает на рынке камнеобработки более 18 лет. Поставляет оборудование для карьеров и цехов, химию для камня, расходный инструмент, изготавливает изделия из камня. Официальный дистрибьютор компании Wanlong.



ВИЗУАЛПРОЕКТ



3D-визуализация — удобный инструмент каждого менеджера

3D-проектирование сегодня получило распространение в самых разнообразных сферах жизни человека. Мемориальная отрасль не стала исключением. 3D-визуализация позволяет увидеть, как будет выглядеть памятник, представить фактуру камня, его цвет и размер до изготовления. Кроме того, этот метод даёт возможность клиенту без труда согласовать свой заказ из любой точки мира. О том, как мемориальной компании внедрить у себя систему трёхмерного проектирования, рассказали руководители компании «ВИЗУАЛПРОЕКТ», создатели уникального курса по обучению 3D-моделированию Денис Родичев и Владимир Бобровский.

Дети прогресса

Раньше для принятия заказа хватало наброска карандашом, но в современном мире технологии так плотно вошли в жизнь человека, что каждый рассчитывает использовать их везде, в том числе при проектировании места захоронения. «Чтобы не отставать от прогресса, производителям памятников нужно внедрять 3D-проектирование на своём производстве. И тут есть два пути. Первый — самому вникать в процессы, изучать технологии и применять их, а второй путь — искать готовые решения, которые закрывают потребности в части принятия заказа.

Мы шли по первому, трудному пути, перебирая имевшиеся тогда программные решения. Поскольку каждая программа позволяла делать что-то одно, а задач было довольно много, то и программ использовалось около десятка, не считая тех, которые были изучены, но отодвинуты на задний план.



Время шло, технологии развивались и количество программ, необходимых для закрытия заказа, уменьшалось. Когда их осталось меньше пяти, у нас появилась идея объединить их в одну цепочку — от принятия заказа до изготовления на производстве. Так появился курс 3D-визуализации памятников, который мы проводим и постоянно совершенствуем. Цель проста — чтобы человек, который занимается 3D-моделированием, тратил на это меньше сил, средств и времени», — рассказывает руководитель компании «ВИЗУАЛПРОЕКТ» Денис Родичев.

В недалёком будущем 3D-визуализацией будет владеть каждый менеджер, считают создатели курса. Это станет нормальным потребительским стандартом. Только представьте, что через час после первой переписки с клиентом вы присылаете ему готовый 3D-проект мемориала (даже если возникнут разногласия, за 2-4 дня вы утвердите макет). Это в разы повышает и качество работы, и доверие к вашей компании. «Если обычный менеджер зарабатывает, скажем, 2-3% от сделки, то менеджер, создающий 3D-модели памятников, может зарабатывать до 5-7%, и даже 10%. Впрочем, цифры у всех разные. К тому же сарафанное радио быстро разнесёт весть о сервисе вашей компании: сами клиенты будут рассказывать своим знакомым, как вы вникли в суть проблемы, сделали проект, утвердили и качественно его выполнили.

В этом случае клиент становится «адвокатом» вашего бренда», — говорит Родичев.

«Особенный» сервис

Каждый заказчик хочет, чтобы памятник для близкого человека был установлен в срок, но в стремительном ритме жизни порой не хватает времени на согласование деталей. Бывает так, что клиент в этот непростой для него период находится в командировке или на бизнес-встрече. В таком случае 3D-проект памятника ему могут прислать на почту или в любой мессенджер, и клиент ознакомится с ним прямо с телефона, добавит какие-то детали, которые, по его мнению, улучшат вид мемориального комплекса, и даст согласие на выполнение работ. «Если говорить о цене вопроса, то каждый заказ индивидуален. Однако 3D-проект добавляет ценности самой услуге по изготовлению памятника, поэтому, скорее всего, такой памятник будет стоить дороже. Ведь нам приходится расписывать, как будет выглядеть комплекс в целом, где будет располагаться стела с фотографией, стол, скамейка. Если же человек заказывает обычный образец «с витрины», трёхмерный проект не нужен, и тогда клиент может сэкономить», — говорит Денис Родичев.

Специалисты утверждают, что даже в сегменте экономкласса можно воспользоваться элементами визуализации,



Денис Родичев
и Владимир
Бобровский

загрузив в программу готовые шаблоны. Останется только добавить детали по желанию клиента, и проект готов. Это ускоряет продажу и позволяет сделать захоронение не похожим на все остальные.

Через шесть месяцев студенты почти перестают задавать вопросы по работе с проектами, однако мы сопровождаем их на протяжении двух лет после окончания курса.

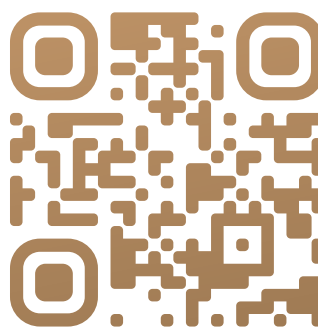
Стоит отметить, что мемориальный рынок — это мир со своими устоями и потребностями. И заставить предпринимателя, который изготавливает памятники, осваивать что-то новое, не так-то просто. Однако, если у компании есть стремление быть первым в своём регионе по предоставлению данной услуги, то ему крайне важно поставить это дело «на поток». «На сегодняшний момент все идёт к тому, что 3D-визуализация станет стандартным сервисом. В целом рынок созрел до этой истории, поэтому не пользоваться ею равносильно тому, чтобы потерять драгоценное время. Для покупателя установка памятника — это большая ответственность перед родственниками и друзьями, а 3D-моделирование даёт чёткую картинку того, как мемориал будет выглядеть в реальности», — говорит Денис Родичев.

Курс — на визуализацию

Начав обучение сегодня, уже через три месяца можно внедрить технологию 3D-моделирования у себя на производстве. Рекордный срок освоения курса — три дня. За это время человек может научиться создавать трёхмерные проекты мемориальных комплексов. Взявшись за дело без фанатизма, вы освоите курс за неделю. Самостоятельно осилить 3D-моделирование тоже возможно, но на это потребуется не менее года.

«Через шесть месяцев студенты почти перестают задавать вопросы по работе с проектами, однако мы сопровождаем их на протяжении двух лет после окончания курса. Для этого у нас существует чат поддержки, куда мы скидываем все новинки. Также у нас есть свой сайт, где размещены различные материалы и программы для работы, которые студент может скачать себе на компьютер. На этапе обучения достаточно иметь простой ноутбук за 300 долларов. Но когда человек примет решение работать на профессиональном уровне, нужно позаботиться о стационарном компьютере с двумя мониторами и хорошей видеокартой», — рассказывает Владимир Бобровский.

Сценарии внедрения 3D-моделирования на производстве могут быть разными. Как минимум, на предприятии нужен один человек, который будет создавать новые формы и наполнять библиотеку моделями. Остальные менеджеры после освоения стартового курса смогут использовать готовые элементы из этой библиотеки при работе с клиентом и успешно закрывать заказы. Главное, чтобы эта работа приносила результат компании и удовлетворение клиенту ■



VISUALPROEKT.BY

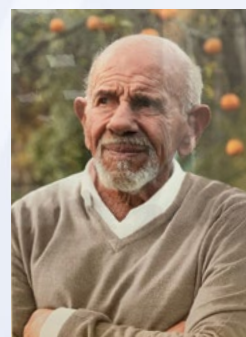
KERAMID

Изготовление фотокерамики

Портреты на:

- керамограните
- фарфоре
- стекле

+7 910 34 30 540





Что написано пером, вырубишь... скампелем

Как освоить одну из старинных и редких профессий в каменном деле, и почему в век автоматизации словорубы не бросили киянку и скампель, мы узнали у заведующей учебной частью СПбГБПОУ «Академия реставрации и мемориального дизайна» Валерии Луневои и мастера производственного обучения Академии Евгения Киселева.

Резчики-краснокнижники

Казалось бы, жизнь мемориальщиков, и в частности резчиков по камню, давно упростили фрезерные станки, гравёрные машинки, пескоструйное оборудование. И, несмотря на это, специалисты, которые предпочитают автоматике ручной инструмент, ещё не перевелись. Называются они необычайно просто и красиво — словорубы. До сих пор люди этой редкой профессии работают вручную, принося с собой на объект чертилку, киянку и скампель. А всё потому, что есть множество старинных мемориалов, к которым не подступиться ни с гравировальной, ни с пескоструйной техникой. А вот заботу рук человеческих камень с благодарностью принимает.

Словорубка, или контррельеф — это техника высечения текста на камне. Мемориал только тогда может считаться завершённым, если к нему прикоснулись руки словоруба. Словорубка — один из первых навыков, постигаемый студентами-резчиками на первом курсе Академии реставрации и мемориального дизайна. Как пояснила заведующая учебной частью Академии Валерия Лунева, словорубы — начинающие резчики. Резчик по камню первого разряда должен знать и уметь выполнять словорубные работы. Расположено учебное заведение в Санкт-Петербурге, где каждая улочка буквально пропитана историей, запечатлённой в камне. Поэтому студентам Академии есть где применить свои знания и получить бесценный опыт.



«В нашей Академии устраиваются субботники. Что-то вроде выездной практики, когда нас с ребятами приглашают на реставрацию мемориалов, — говорит Евгений Киселев. — Мы ухаживаем за памятниками, выполняем фрагментарную реставрацию, удаляем пятна, снимаем слои городской пыли, смога, автомобильных выхлопов, очищаем и перекрашиваем надписи. У нас в городе много парков, дворцов, памятников каменного зодчества. Почти в каждом дворе есть мемориал или старинная табличка на доме, и они тоже нуждаются в реставрации. Иногда нас приглашают на мемориалы братских могил дорубить фамилии и имена, когда находят и опознают останки погибших бойцов Великой Отечественной войны. Это отличная практика для ребят, и они с интересом берутся за эти проекты».

Евгений Киселев — сам выпускник Академии. Сразу после окончания учебного заведения он устроился в Государственный музей-заповедник «Петергоф», реставрировал скульптуры Петровской эпохи. Часто рассказывает

своим студентам, как страдают старинные памятники архитектуры от нашествия туристов. Особенно досталось скульптуре «Антиной» в Нижнем парке (в мифологии Антиной — предводитель женихов Пенелопы, домогавшихся её руки в отсутствие Одиссея — прим.ред.), ей туристы регулярно отламывали пальцы и забирали с собой на память. Приходилось восстанавливать кисти несчастного «жениха». Тогда же доводилось копаться в архивах, куда допускают только по специальному разрешению, погружаться в историю, чтобы найти старинную фотографию и по ней воссоздать утраченный элемент.

Цена ошибки

Существуют разные техники вырубки букв и слов. Для начала студенты чертят алфавит в своих тетрадях, создают шрифты, основываясь на законах построения букв. Причём построить букву необходимо так, чтобы она не выбивалась из гарнитуры и по ней одной можно было воссоздать весь алфавит. Уже на этом этапе начинающие резчики вырабатывают свой особый почерк — придумывают авторские шрифты. Кстати, словорубы отлично распознают почерк друг друга. Не потому ли, что у каждого из них формируется особая техника вырубки?

«Шрифт устанавливает заказчик, — говорит Евгений Киселев. — Если памятник старый, и букв надписи нет "в гарнитуре", то ни на принтере, ни на плоттере шрифт для лекала не напечатать. Наши студенты могут воссоздать этот шрифт, используя законы построения букв, и не принципиально, в каком веке этот шрифт был создан».

Сколько зарабатывают резчики по камню

По данным популярных порталов поиска работы, резчикам по камню работодатели предлагают 40-90 тыс. руб., заработная плата сдельная и зависит от объёма выполненной работы. Большинство соискателей на должность резчика по камню запрашивают зарплату от 40 тыс. руб. Возраст соискателей составляет в среднем 33-50 лет.

Выучиться на словоруба можно за 2-3 месяца. При этом не обязательно уметь рисовать, а вот пространственное мышление и знание геометрии пригодятся. А ещё каждый студент должен уметь поставить красивую букву на своё законное место, иначе работу придётся начинать с нуля. «Грамматика русского языка — это то, чем каждый словоруб должен владеть так же хорошо, как инструментом, — говорит Валерия Лунева. — Ошибки на камне очень трудно исправить». Тем не менее, ошибки словорубов поправимы — неправильно написанную букву затирают и вырубают заново, но на работу над ошибками потребуется много времени.

И даже каменный айфон...

Академия реставрации и мемориального дизайна — единственная в городе, где можно выучиться искусству словорубки. Выпускники Академии оканчивают учебное заведение с дипломом резчиков по камню 4 разряда. Всего курс длится 2 года 10 месяцев. Проблем с трудоустройством ребята, владеющие «краснокнижной» профессией, как правило, не испытывают. Поток заказов на вырубку надписей для мемориалов есть постоянно.

Поступить учиться на резчика может и ребёнок, и взрослый. Очное обучение в Академии бесплатное. Но уже в этом году планируется открыть вечернее платное отделение, чтобы специалисты мемориальной сферы смогли повысить квалификацию или переобучиться.

Студенты-резчики тренируются на мраморе средней твёрдости, только потом переходят к более твёрдому граниту. Иногда шутки ради могут высечь что-нибудь из молодёжного сленга или изобразить на камне айфон — лёгкие шалости позволяют. Кстати, на одном курсе вместе с ребятами мастерству резки камня учатся девушки, которые тоже захотели связать свою жизнь с камнем и мемориальным дизайном.

Кстати, было бы несправедливо говорить, что словорубы не умеют и не любят пользоваться техникой. В их арсенале появятся и фрезерное, и пескоструйное оборудование. Но прежде чем дойти до современных технологий, им придётся постигнуть азы ручной работы ■



Евгений Киселев

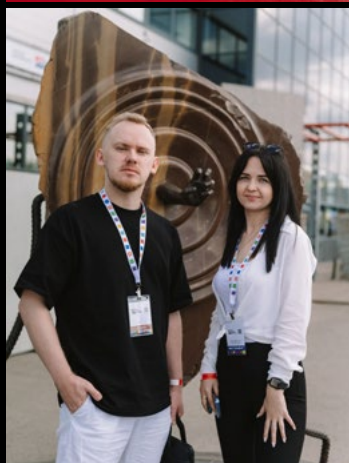
«Резка по камню — работа, требующая эмоциональной устойчивости, самостоятельности мышления, — говорит Евгений Киселев. — Этому я учу своих ребят. И если у студента возникли трудности с вырубкой, настаиваю, чтобы сначала подумал самостоятельно, прежде чем бежать за помощью. Такой подход приучает ребят принимать решения, это им очень пригодится в профессии».

Евгений Киселев, преподаватель по предмету «Резьба по камню»

АРД АКАДЕМИЯ
РЕСТАВРАЦИИ
И ДИЗАЙНА



ARD.SPБ.RU





2023 КАРЕЛ ФОРУМ

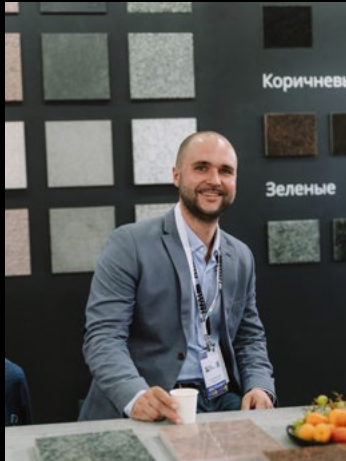
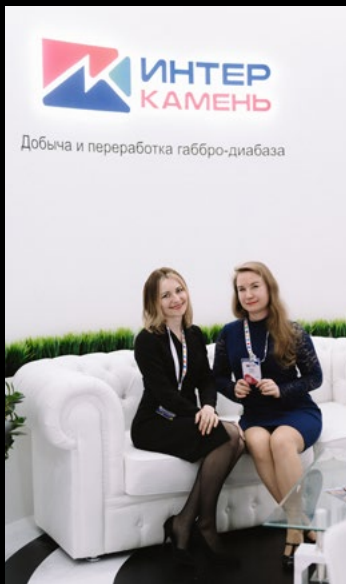
Карелфорум как это было

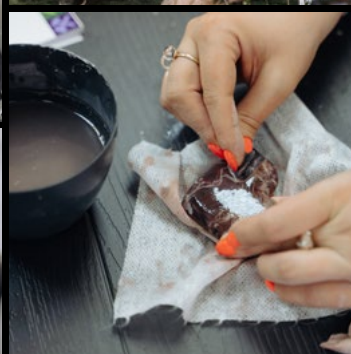
Карелфорум — масштабное событие, объединившее на одной площадке архитекторов, дизайнеров, камнеобработчиков, горнодобывающие предприятия, строителей и профессионалов мемориальной отрасли. Более 2000 человек посетили павильоны СТК-Экспо, более 150 интересных экспозиций поместилось на 6000 м². И целых 5 дней насыщенной программы: теория и практика, лектории и экскурсии, театр камня и деловые знакомства. Предлагаем вам заново окунуться в атмосферу событий, увидеть знакомые лица и вспомнить, как это было в 2023 году!



Смотрите видео-отчёт
на нашем YouTube-канале







Камни умеют петь?

В Пенсильвании, в долине реки Делавер существуют необычные валуны, издающие звуки, похожие на звон колокола. Этот феномен был известен ещё североамериканским индейцам. У некоторых народов такие валуны считаются священными. Поющие камни можно встретить также в России, на горе Кандалакша, в чащах Карелии, в Австралии, Южной Америке, Калифорнии, в Египте и в Афганистане.

В 1965 году интерес учёных к этому явлению сподвиг их разбить камни на кусочки и рассмотреть под микроскопом. Выяснилось, что валуны состоят из редкой вулканической породы, в состав которой входит железняк. Исследователи сделали вывод, что «поют» камни из-за напряжения, создаваемого внутри этой породы.

Другие учёные пришли к заключению, что тонкий звук, издаваемый камнями, идёт из маленьких трещин, которыми они покрыты.

Кроме того, многочисленные исследования поющих камней показали, что в момент звучания они находятся на грани разрушения. Валуны пробовали переносить на небольшие расстояния, но они все также продолжали «петь». А вот при вывозе их за пределы долины — прекращали своё звучание.

Загадка «поющих» камней окончательно не раскрыта. По сей день в этих местах можно встретить туристов с молоточками, которые прогуливаются по каменным глыбам и стучат по ним, прислушиваясь к пению валунов.



Ползущие камни: в чем феномен?

Многие наверняка слышали о таком явлении как «ползущие камни». Впервые учёные обнаружили их в начале XX века на высохшем озере Рейстрек-Плаяй в Долине смерти США. Это огромные валуны весом до 320 кг, которые таинственным образом, без участия людей или животных «ползут» по долине. При этом камни оставляют за собой отчётливые следы-борозды. Следы эти не всегда прямые, иногда камни резко сворачивают «с маршрута», иногда пересекаются друг с другом. Сами камни двигаются не постоянно, движение происходит раз в два или три года.

Учёные со всего мира пытались разгадать этот феномен. Долгое время СМИ говорили о вмешательстве сверхъестественных сил, вокруг этой загадки ходило много легенд. Пока в 1955 году геолог Джордж Стэнли не предположил, что камни скользят по льду. Каким образом это происходит? В сезон затопления озера при похолодании образуются льдины. Льдины движутся, а «вмороженные» в них камни двигаются вместе с ними. Эту версию поддержал другой американский учёный Джон Ноэль Эрл Вебер.

В 2011 году американские физики во главе с Ральфом Лоренцом подтвердили эту теорию. Они говорили о том, что даже самый тонкий лёд под воздействием сильного ветра (а в Долине Смерти сильные ветра не редкость) способен сдвинуть с места довольно большие камни.

Чтобы окончательно развеять все мифы об этом явлении исследователи решили провести детальные замеры с применением камер непрерывной фиксации и GPS-технологий. Эксперимент начался зимой 2011 года и закончился в январе 2014 -го. Всего было выбрано 15 камней, на которых были закреплены датчики. Первые два года не дали никаких результатов. А вот в конце 2013 года мощный зимний циклон принёс в район озёра осадки в виде дождя и снега. Часть озера покрылась тонким льдом толщиной в 3-6 мм. Затем корка раскололась на отдельные льдины и валуны «пошли» по ним со скоростью 5 метров в минуту. Уже в январе 2014 года камни преодолели расстояние 224 метра! ■



В Подмоскovie открылся шоурум с натуральным камнем

Здесь светло, просторно, презентабельно! Перед нами шоурум, где вместо одежды — гранитные слэбы, а вместо тесного помещения — пространство площадью 1500 м² под открытым небом. Именно в такой обстановке можно разглядеть неповторимую структуру натурального камня. Начальник производства камнеобрабатывающего предприятия «Камень» Сергей Лановенко рассказал, какой ассортимент увидят посетители экспозиции.

Сергей, чем удивите посетителей шоурума?

— В шоуруме представлена широкая линейка слэбов из гранита с карьеров Карелии и Санкт-Петербурга, таких как «Винга», елизовский, красногорский, богатырский, дымовский граниты, амфиболит и пироксенит, толстомерные полуфабрикаты и тонкомеры из этих пород камня.

Красногорский и богатырский? Расскажите подробнее...

— Красногорский и богатырский граниты — продукты собственных, недавно открытых месторождений. Красногорский гранит по своим химическим и физическим свойствам похож на дымовский, но стоит на 30% дешевле. Морозостойкий, с коричнево-красным оттенком, хорошо поддается шлифовке, термообработке, гидрообработке, не крошится при резке. Богатырский гранит — продукт нового карьера в Мурманской области. Этот камень красивого бледно-розового оттенка будет очень востребован как в мемориальной, так и в строительной отраслях.

Высок ли спрос на эти виды продукции?

— Несмотря на то, что спрос на мемориальную продукцию упал по сравнению с прошлым годом, наши мощности позволяют нам изготавливать намного больше.

Раньше мы выпускали порядка 400-450 т готовой продукции в месяц. Теперь с открытием двух новых месторождений планируем на 30% увеличить объем выпускаемой продукции. Это порядка 550-600 т. Сейчас мы больше работаем с инфраструктурными объектами, интерьером. Мы внедрили новые методы отделки и теперь обрабатываем камень при помощи полимерных щеток, выполняем гидро- и термообработку. Благодаря современному подходу к отделке камня получаются новые интересные фактуры, подходящие как для мемориальных комплексов, так и для интерьера и фасадов зданий.

Наверное, и оборудование докупили?

— Да, у нас появились новые станки для окантовки, мостовой станок, два польских полировальных станка, мы обновили оснастку. С обновленным парком легче справляться с большим объемом заказов, над воплощением которых специалисты нашей группы компаний работают в Петрозаводске, Выборге, Санкт-Петербурге и Москве.



АДРЕС ШОУРУМА:

Московская область, Солнечногорский район, рабочий поселок Ржавки, 2-й микрорайон, 13/3

АДРЕС ПРОИЗВОДСТВА:

Республика Карелия, г. Петрозаводск, пр-д Строителей, 30 б



Как мастеру уйти из найма в свободное плавание

Художнику в найме тесно. Настоящий художник рано или поздно уходит в свободное плавание, считает скульптор Владимир Архипов. Владимир прошёл путь от разнорабочего до владельца собственной мастерской, шаг за шагом продвигаясь к заветной цели. Своим опытом он поделился с журналом «Мемориальщик».

Гранитный завод

С детства Владимир увлекался рисованием и спортом. Спорт приучил его к дисциплине, а вот творчество стало делом всей жизни. Правда, начиналось всё не так поэтично. После школы по настоянию родителей юноша выучился на автомеханика, но ремонт автомобилей не пришёлся ему по душе. Вскоре Владимир устроился в столярную мастерскую и вот там впервые попробовал «лепить» — делать скульптуры из дерева.

«Многие мои знакомые бросили резьбу, а я фанатично заболел ею, — говорит Владимир. — Однажды, увидев в продаже каменную скульптуру ангела, решил попробовать вырезать из камня. С этой целью я устроился на гранитный завод в Выборге, но, конечно, до конца не верил, что у меня получится такая красота».

Полдня Архипов трудился разнорабочим, ещё полдня учился пилить камень на станке и только вечером, когда все уходили, начинал творить... «Среди выставочных образцов завода я увидел скульптуру из гранита и сразу понял, что нигде в другом месте я не научусь этому ремеслу, — говорит Владимир Архипов. — Здесь я буду в теме и в конце концов приду к своей цели. К тому же на заводе были все условия: камень, мастерская — есть на чём и где потренироваться. В цехе научили меня базовым вещам — обращаться с болгаркой и снимать размеры. Пришлось и в гранитной пыли покопаться, и камни потаскать, и за станком постоять».

На заводе был большой распиловочный цех. Свои первые поделки Владимир делал из кусков гранита, оставшихся после распила. С зарплаты он покупал



диски для резки камня и до позднего вечера оставался в цехе, надевал на лоб фонарик и пилил, пилил, пилил... Однажды в мастерскую нагрянула съёмочная группа, чтобы снять небольшой эпизод сериала «Инквизитор». Киношникам нужны были изделия из камня. Тут и пригодились поделки Владимира, которые, кстати, после съёмки были раскуплены все до единой.

Первые заказы

С тех пор у начинающего скульптора дела пошли в гору. Специально для Архипова приобрели инструмент, и он в своём цехе начал делать образцы мемориальных изделий. Всё так же трудился допоздна, а по выходным гулял по питерским кладбищам — изучал мемориалы, фотографировал, измерял...

Больше всего впечатлял его мемориальный дизайн Троекуровского кладбища в Москве. Он был поражён этим множеством памятников, представляющих собой целые произведения искусства. Да, именно там теперь стоит мемориал, посвящённый известному актёру театра и кино, заслуженному артисту Казахской ССР Владимиру Толоконникову, выполненный по проекту Владимира Архипова.

Каменное хобби стоило недёшево. Приходилось откладывать деньги на распиловочные диски, фрезы. И учиться. Учился Владимир сам, брал уроки рисования и лепки, чтобы постичь нюансы ремесла.



Самая первая авторская линейка памятников, сделанная на заводе, разошлась быстро. Чтобы заполучить первых заказчиков со стороны, молодой скульптор сел в машину и ехал за город — развозил свои визитки, предлагал выполнить скульптуру, знакомился с другими мастерами, ночевал в хостелах. Его активность не прошла даром, вскоре появились первые заказчики. Сегодня ездить далеко не приходится — клиенты находят его сами, через знакомых или через соцсети.

Мастерская под открытым небом

Вот уже третий год Владимир Архипов создаёт каменную скульптуру в собственной мастерской. Художник не будет долго работать в найме, ему станет тесно и он обязательно уйдёт в свободное плавание. Если он настоящий художник, поясняет наш герой. Своими руками он обустроил мастерскую: взял в кредит землю, поставил вагончики, утеплил их, сделал навес, чтобы дождь и снег не застали врасплох.

Если я создаю мемориальный комплекс, мне важно, чтобы он долго простоял, чтобы все детали встали на свои места. Я знакомлюсь с заказчиком, с его семьёй, мне рассказывают о человеке, память которого хотят увековечить.

В этот уютный уголок часто заглядывают другие художники-скульпторы, ведь здесь есть с кем обсудить замысел новой работы, обменяться мнениями и советами. Появились и ученики. «В работе с камнем очень много секретов, — говорит Владимир. — Мне нравится дымовский



гранит. Он приятный, не особо ритуальный. Но сейчас у меня больше душа к мрамору лежит. Этот камень может передать почти всё, что ты хочешь сказать. Жаль только, что мрамор любит тёплое время года и мелкие детали на холоде не подделаешь. Если я создаю мемориальный комплекс, мне важно, чтобы он долго простоял, чтобы все детали встали на свои места. Я знакомлюсь с заказчиком, с его семьёй, мне рассказывают о человеке, память которого хотят увековечить. Обязательно выезжаю на место захоронения, смотрю, какие памятники находятся рядом, чтобы не было диссонанса. Затем рисую мемориал во весь рост и леплю макет, чтобы клиенту было легче представить, как будет выглядеть скульптура. Всё дело в том, что памятник — не просто фигурный камень, каждый мемориал создаётся исходя из личности человека».

Постоянные заказчики мастерской знают, что изготовив мемориал однажды, мастер не бросит его в беде. И если памятнику понадобилась срочная реставрация, Архипов поможет восстановить его, даже если клиент в отъезде.

Зимой мастерская под открытым небом часто пустует, особенно если температура опускается ниже –10 градусов. В это время хозяин мастерской с головой уходит в учёбу, рисует проекты и продумывает их воплощение, учится у известных скульпторов, записывается на мастер-классы. И мечтает научиться создавать утончённую садово-парковую скульптуру ■



Советы от мастера

Тренируйте насмотренность

Штудировать литературу, смотрите видеоролики, ходите на выставки и, если вы занимаетесь мемориальным искусством, гуляйте по кладбищам — там есть поистине грандиозные образцы.

Почаще работайте руками

Если руки отвыкнут от дела, будет трудно восстановить навык.

Чередуйте рутину и творчество

Через неделю монотонной работы захочется бросить это ремесло. Не поддавайтесь — творите!

Записывайте идеи, делайте наброски

За месяц их накопится целая папка, и вам будет что предложить клиенту.

Учитесь у лучших

Записывайтесь на курсы, мастер-классы, постоянно ищите новые пути развития.

Общайтесь с такими же фанатами своего дела

Делитесь опытом, идеями, лайфхаками. От этого ваши работы станут только богаче, ярче, интереснее. Да и творческий азарт — вещь заразительная.



ВКОНТАКТЕ:
@SKULPTURA78



современное камнеобрабатывающее производство в Карелии

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Более
18 лет

мы выполняем различные проекты любой сложности, создаем продукцию из натурального камня безупречного качества.

Наши изделия оформляют фасады деловых центров и роскошные элитные интерьеры, плитами мощения оформляются улицы и парки.

Также мы изготавливаем все виды ритуальных и мемориальных изделий.



АДРЕС ПРОИЗВОДСТВА:

Республика Карелия, г. Петрозаводск,
пр-д Строителей, 30«Б»

АДРЕС ШОУРУМА:

Московская область, Солнечногорский район,
рабочий поселок Ржавки, 2-й микрорайон, 13/3

НАШИ КОНТАКТЫ: ☎ 📍

+7 (911) 432-22-74

+7 (911) 666-82-63

+7 (921) 466-99-36

np@kamen10.ru st@kamen10.ru

Формируем репутацию своими руками



В этом году Союз похоронных организаций и крематориев (СПОК) отметил 20-летний юбилей. Он был создан, чтобы коренным образом изменить похоронную отрасль: написать законодательную базу, вычистить рынок от недобросовестных игроков, вырастить поколение, которое сделает рынок похоронных услуг более цивилизованным. А ещё повлиять на утилитарное отношение людей к ритуально-похоронной сфере и добиться понимания, что проводы в последний путь - важная культурная церемония. На сегодняшний день в Союзе состоит более 250 ритуальных компаний. Насколько удалось приблизиться к целям, ради которых создавался Союз, рассказала исполнительный директор СПОК Елена Андреева.

Елена, удалось ли достичь целей, которые ставили перед собой основатели Союза?

— Союз был создан в период зарождения похоронной сферы как самостоятельной отрасли. И точкой отсчёта, когда начал закладываться фундамент погребальной культуры, стала первая ритуальная выставка «Некрополь» 1993 года. В каком-то смысле она всколыхнула сложившиеся установки в обществе и заявила о похоронной отрасли как таковой.

В те годы лишь самые смелые могли сделать первые шаги в разрез с общепринятым мнением о том, что похоронное дело — не просто часть бытового обслуживания населения. Они заговорили на тему культуры погребения. И таким смелым человеком был Сергей Борисович Якушин, светлая ему память, который стал главным идеологом развития отрасли в те годы.

В 2003 году похоронному сообществу пришла мысль объединиться. Люди, стоявшие у истоков нашего сообщества,

были настоящими энтузиастами. Они хотели сформировать законодательство в сфере ритуальных услуг, разработать стандарты обслуживания, расширить ассортимент ритуальной продукции. Некоторые из этих людей до сих пор работают в отрасли, возглавляют региональные ассоциации и координируют работу на местах. Некоторых, увы, уже нет в живых.

В 90-е годы, да и в нулевые тоже, никто особо не задумывался, насколько важно иметь цивилизованный рынок ритуальных услуг, что погребение — не просто ритуал, а полноценный сервис, который должен сопровождать человека в горе, оказывать ему максимальную помощь и поддержку. Но чтобы сформировать культуру в этой сфере, нужна была материально-техническая и законодательная базы, а для их создания необходимо было проделать колоссальную работу.

Какие проблемы приходится решать сообществу?

— Первоначально проблемы были связаны с отсутствием законодательной базы. И люди, стоявшие у истоков Союза, фактически эту базу сформировали. Они писали Федеральный закон «О погребении и похоронном деле», дорабатывали его. В 2009 году им удалось добиться ежегодной индексации гарантированного пособия для населения. Было разработано большое количество методических рекомендаций и материалов. Однако проблемы, связанные с государственным регулированием отрасли, остались. В частности, на данный момент отрасль ритуальных услуг на федеральном уровне полноценно не контролируется, вертикаль власти полноценно не выстроена. У нас нет «своего» министерства, и такое положение «ничейности» оборачивается проблемой выстраивания диалога с органами власти. Да, сейчас в Минстрое создан отдел похоронного обслуживания, но для изменения ситуации, надо менять федеральное законодательство, которое определит правила работы рынка. Поэтому проблема отсутствия полноценного диалога с государством остаётся не решённой по сей день. В таких условиях работать сложно, поскольку к нам обращаются коллеги со всей страны с проблемами, решение которых не всегда

лежит на поверхности и требует фундаментального подхода. Это и проблемы коррупции, и проблема неинформированности населения о возможностях современной похоронной индустрии, недостаточные знания людей о традициях, о значимости похоронной культуры. Союз объединяет большое количество людей, которые развивают эту сферу, инвестируют в неё и работают на результат. А результат — это помощь людям в непростой ситуации. Да, наша отрасль — это сервис, но сервис, требующий профессионализма и по-настоящему доброго сердца. Поэтому сегодня для нас приоритетная задача — формирование итогового законопроекта, который наведёт порядок на рынке ритуальных услуг и создаст условия для дальнейшего развития отрасли, а законы, написанные в 90-х, давно пора пересмотреть.

Ввиду того, что на федеральном уровне нас никто не берёт «под крыло», ритуальные компании пытаются самостоятельно решать свои проблемы — объединяются на региональном уровне, создают ассоциации и союзы. В этом есть рациональное зерно, ведь руководителям субъектов проще взаимодействовать с бизнесом на вверенной им территории. Однако писать законы, регулирующие деятельность целой отрасли, нужно на государственном уровне, учитывая особенности разных субъектов РФ, и принимая во внимание обращения региональных ассоциаций.

Мы проводим экспресс-тренинги, где рассказываем о новинках отрасли. Такие встречи особенно информативны для представителей отрасли из глубинки, ведь зачастую это их единственный шанс увидеть в одном месте новые направления работы и методы обслуживания.

Что делать, если не удаётся повлиять на ситуацию фундаментально?

— Мы не опускаем руки. Мы возглавляем рабочую группу по совершенствованию законодательства по погребению и похоронному делу в Комитете Госдумы по труду, социальной политике и делам ветеранов. Сотрудничаем с Росстандартом



и совместно с коллегами формируем ГОСТы. Так нам удаётся влиять хотя бы на документы рекомендательного характера. При нашем участии был разработан ГОСТ похоронных домов как комплексных объектов, который позволяет потребителям получить полный набор ритуальных услуг в одном месте. Мы курировали разработку ГОСТа по намогильным сооружениям, и эта работа была тоже очень важна. При Общественном Совете Минстроя есть действующая Комиссия по вопросам похоронного дела, которую возглавляет президент Союза похоронных организаций и крематориев Павел Николаевич Кодыш. Эти площадки помогают нам искать решения насущных проблем. Можно сказать, что СПОК является проводником информации и обеспечивает диалог между сообществом и властью.

Наша отрасль — это сервис, но сервис, требующий профессионализма и по-настоящему доброго сердца.

В России создаются реестры данных практически во всех ведущих отраслях. Как у вас с цифровизацией?

— В ритуальной сфере реализовано очень много частных проектов по инвентаризации кладбищ. В одних регионах эти проекты реализованы за счёт бюджета, в других — бизнес целиком взял эту задачу на себя. Частичная цифровизация

кладбищ есть во многих городах, но это опять же частные проекты, и единого реестра по-прежнему не существует. Эту работу тоже нужно проводить на государственном уровне, но мы упираемся в отсутствие профильного ведомства, которое возьмётся за написание концепции такого реестра.

Какое внимание вы уделяете профподготовке своих коллег?

— Повышение профессионализма и развитие компетенций — важная задача, которая помогает развивать отрасль. Мы проводим семинары и конференции, у нас есть система дистанционной переподготовки и повышения квалификации, мы организуем мастер-классы и бизнес-тренинги. Сотрудничаем с образовательными организациями: одни из них делают акцент на теоретическую базу, дают знания, другие — на практику. К примеру, Новосибирский учебный центр был одним из первых, кто сформировал стандарт подготовки церемониймейстеров. Есть региональные образовательные центры, которые коллеги открывают на базе своих предприятий и готовят сотрудников.

Когда мы готовимся к нашей ежегодной осенней конференции в Москве, мы стараемся насытить свою программу максимально полезной информацией, анализируем запросы, которые поступают к нам на протяжении года, обсуждаем самые насущные проблемы и говорим о новых тенденциях и направлениях. Проводим экспресс-тренинги, где рассказываем о новинках отрасли. Такие встречи особенно информативны для представителей отрасли из глубинки, ведь зачастую это их единственный шанс увидеть в одном месте новые направления работы и методы обслуживания.

Как вступить в СПОК?

— Соискатель подаёт документы (список есть на нашем сайте), заполняет анкету и пишет заявление. Решение о приёме нового члена принимается на основании сведений, предоставленных соискателем. Мы вправе отказать в приёме, если репутация компании оставляет желать лучшего. Вступая в Союз, компании, как правило, преследуют какие-то цели, и мы стараемся выяснить, в чём им нужна помощь или поддержка. Одним нужна



консультация, другим — рекламно-информационная поддержка, кто-то просит помощи в построении диалога с администрацией или надзорными ведомствами. Финансовая нагрузка на членов Союза более чем лояльна и не менялась много лет — 5 000 рублей вступительный взнос и 20 000 рублей годовой взнос. Все средства идут на организацию деятельности СПОК, и никакой коммерческой выгоды мы не извлекаем. Когда человек вступает в наши ряды, он становится членом команды и может рассчитывать на нашу поддержку в трудной ситуации.

Удалось ли СПОК изменить представление об отрасли в глазах потребителя?

— Работа с общественным мнением идёт постоянно, и результат нашей работы есть. К сожалению, есть проблема отрицательного имиджа похоронщиков, которую формируют СМИ. Влиять на неё очень тяжело. Но тут нам помогает омоложение рынка. Есть некая тенденция, когда похоронное ремесло передаётся по наследству, и теперь наступает пора нового поколения управленцев. Это поколение считает ритуальную сферу привлекательной и с финансовой точки зрения, и с точки зрения реализации некой нематериальной миссии, которая очень значима.

Молодые и открытые, они рассказывают о себе, во всеуслышание заявляют о важности ритуальной сферы, формируют прямые каналы коммуникации

с потребителями, рассказывают о себе в соцсетях, проводят благотворительные мероприятия. Своими руками они формируют репутацию, создают сильные бренды и заполняют информационное поле вокруг себя. Такой прилив свежей силы помогает и нам эффективнее выстраивать свою работу. Потребитель тоже становится другим. Он делает свой выбор осознанно, перепроверяет информацию, прежде чем составить своё мнение, в том числе и о ритуальной отрасли. Можно сказать, что время само помогает нам менять мнение потребителей о рынке ритуальных услуг, делать сервис более цивилизованным, а значит, наши усилия за эти двадцать лет были не напрасны ■

СОЮЗ ПОХОРОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И КРЕМАТОРИЕВ

+7 (921) 962-48-99

Исполнительная дирекция

E-mail: spok.lena@mail.ru

Сайт: www.pohoronotrasl-souz.ru

АДРЕС:

**191036, Санкт-Петербург,
ул. 1-я Советская, 8**



Франчайзинг в продаже памятников: выбор, риски и ожидания

В каждом регионе на мемориальном рынке есть свои сильные игроки, которые успешно развиваются, несмотря на жёсткую конкуренцию. Но однажды и они достигают «потолка», и тогда им приходится делать выбор: продолжать укреплять свои позиции на локальной территории или масштабировать бизнес-модель. Компания «Гранит Памяти» пошла по второму пути и вот уже пять лет подряд развивает бизнес на федеральном уровне при помощи франшизы. Как не прогореть на старте, выбрав готовый бизнес в сфере памятников, и добиться стабильного результата, объясняет коммерческий директор компании «Гранит Памяти» Станислав Покрышкин.

Станислав, как вы открыли для себя франчайзинг? И зачем он вам?

— Изготовление памятников из камня требует немало сил и вложений. Мы работаем с натуральным камнем более 25 лет. Не так давно мы поняли, что должны выйти за рамки действующей программы реализации своих изделий, что готовы к масштабированию и новым этапам в развитии. Но перед нами встал выбор: либо выходить на федеральный рынок, своими силами, и тогда придётся нанимать персонал для продвижения в разных городах, и на это уйдёт много сил и средств, либо создавать франчайзинговую бизнес-модель и развиваться глобально уже с её помощью. Всё хорошенько взвесив, выбрали франчайзинг.

Ведь владельцы бизнеса — это люди с активной позицией, заинтересованные, трудолюбивые и инициативные. И даже самая мотивированная наёмная команда по эффективности не сравнится с заинтересованным предпринимателем, сумасшедшим трудолюбом, таким же, как мы сами. Такой предприниматель сам ставит цели, и он перевернёт планету с ног на голову, чтобы вернуть деньги, потраченные на франшизу.

Главная цель франчайзинга — масштабировать наши знания на федеральном уровне. Теперь у нас два полноценных направления: собственная розничная сеть, которая включает франчайзинговые отношения, и оптовая торговля. Сформирован учебный



центр для наших партнёров, где мы делимся знаниями по производству и продаже памятников из камня, наработанными за два десятка лет.

Как франчайзи не прогореть при первых трудностях?

— Главное — не изолироваться, а продолжать взаимодействие. Мы как правообладатели торговой марки пытаемся вдохновить, научить и поддерживать своего партнёра. Кроме того, есть и юридическая сторона — контракты, действующие 7-10 лет, которые всё-таки держат партнёра «в тонусе». Да, игрок может выйти из бизнеса в любой момент, но будет обязан заплатить так называемые «откупные». Но нам важно создать человеку такие условия, в которых ему будет комфортно и выгодно работать. В нашей системе франчайзинга сбор составляет всего 6% от оборота компании, при этом мы сами поставляем партнёрам готовый камень. Зачем уходить из бизнеса, когда тебе дают все инструменты для эффективной работы — аналитическую систему, централизованные отделы рекламы и маркетинга, контакт-центр, поток заявок, федеральный бренд и множество полезных знаний? Проще заплатить 6% и получить комплекс услуг, чем самому нанимать в штат специалистов и платить зарплату из собственных средств.

Возьмём небольшую региональную компанию с годовым оборотом в 12 млн. рублей: 6% от этой суммы составит 60 000 рублей в месяц. Что можно позволить себе на эти деньги?



Правильно — одного достойного специалиста. Но зачем изобретать велосипед, если у вас в руках работающая система и профессионализм наших сотрудников!

Мы создаём профессиональное сообщество, комьюнити из мастеров, работающих в разных городах России и СНГ. Эти специалисты бескорыстно делятся знаниями, подсказками в техниках и в технологиях, даже обмениваются заказами. А если человек ушёл из системы франчайзинга в свободное плавание, его профессиональный круг общения сужается до минимума. Наша франшиза не про то, что нужно всё отдать и работать в одиночку. А про большую компанию с огромным потенциалом и отношением к франчайзи как к равному партнёру. Мы не «присоска» к чужому бюджету, мы доноры, которые готовы отдавать гораздо больше, чем от нас требуется.

Вы сотрудничаете со всеми желающими?

— Нет, конечно. У нас есть свои критерии и требования к партнёрам. По статистике, из десяти изъявивших желание работать под нашим брендом, мы выбираем лишь одного. У нас не стоит цели любой ценой реализовать франшизу и получить паушальный взнос. Нам интересно найти надёжных и сильных единомышленников. Если кто-то хочет купить волшебную таблетку и разбогатеть за один день, то, скорее всего, у такого покупателя неконструктивный подход к работе, и ему нужно обращаться не к нам, а к чародеям.

Франшиза «выстрелит», если ты готов пахать на работе 24/7 и инвестировать деньги в бизнес. Предварительно мы встречаемся с каждым кандидатом, причём не раз, уже на старте мы бесплатно предоставляем своих менеджеров, которые помогают проанализировать многие процессы, сопоставить факты,





сделать выводы. На основании проделанной работы мы либо продолжаем сотрудничество, либо прекращаем диалог. Если человек не готов принимать «правила игры», скорее всего, он ошибся бизнесом.

По какой причине отказываете продавать франшизу чаще всего?

— Лень. Есть люди, которые не готовы напрягаться. На старте у нас предусмотрено несколько обязательных процедур: нужно заполнить анкету партнёра, провести конкурентную разведку в своём городе, заполнить небольшую тематическую документацию. Наш менеджер на каждом шагу сопровождает кандидата, но даже при таком раскладе большинство кандидатов умудряются ничего не делать. «Я же купил франшизу, разве ещё и работать надо?» — удивляются они.

Представляете, да! «Гранит-памяти» — официально зарегистрированный торговый знак. Бренд, который находится в шаговой доступности, он дружелюбный и близкий к людям, прозрачный, с точки зрения взаимодействия с клиентом. Огромные ресурсы тратятся на сервисную составляющую и разработку программного обеспечения для комфортной коммуникации и информирования клиента о его заказе. Мы продаём мрамор и гранит — натуральный камень разных цветов и стран происхождения. У нас нет искусственных материалов, композитных изделий или памятников из крошки. Кроме изготовления самих памятников, мы производим их установку и монтаж. Также мы продаём небольшие мемориальные комплексы, обслуживаем захоронения и занимаемся их благоустройством. Почему бы

не потрудиться, если такой гигантский объём работы уже сделали за вас?

Где новому партнеру взять готовых специалистов для производства?

— Проблема кадрового голода актуальна для всей мемориальной отрасли. На рынке не хватает квалифицированных специалистов. Но мы нашли выход из положения — управляющая компания взяла подготовку кадров на себя. У нас есть собственный учебный центр, который занимается профподготовкой для нас и наших партнёров. Причем для франчайзи подготовка кадров входит в паушальный взнос.

С какими трудностями может столкнуться франчайзи?

— Жесточайший бич нашего дела заключается в том, что нам часто отказывают в арендных площадях. Камень — это искусство, а мы — камнетёсы и не оказываем ритуальных услуг. К сожалению, это приходится каждый раз объяснять. Тем не менее, люди всё равно относятся с негативом и сторонятся нашего бизнеса. В Европе и США кладбище — это парковая зона для прогулок и пробежек, в нашей стране — вместилище тёмных сил. Я верю, что ближайшие 20 лет, после смены поколений, к памятникам будут относиться как к результатам большого труда и предметам искусства. Думаю, есть смысл поставить перед собой глобальную цель по формированию в обществе мемориальной культуры и образа памятника. И эта цель будет вдохновлять предпринимателя, принявшего решение приобрести готовую бизнес-модель от «Гранита Памяти» ■



ГРАНИТ ПАМЯТИ

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЕТЬ

ФРАНШИЗА ПАМЯТНИКИ

9

ГОРОДОВ

6

ПРОИЗВОДСТВ

37

ФИЛИАЛОВ

- 1С конфигурация памятники
- Центр подготовки и повышения квалификации кадров
- CRM система учета клиентского трафика



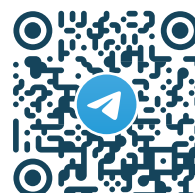
Контакты:

+7 (495) 136-73-97

+7 (909) 363-95-41

fr@granit-pamyati.ru

ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ КАЖДЫЙ ВТОРНИК
с профессионалами нашей отрасли.
Освещение значимых мероприятий
мемориальной отрасли.



IV ЕЖЕГОДНАЯ ONLINE-КОНФЕРЕНЦИЯ



9-10 НОЯБРЯ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАМЕННОЙ ОТРАСЛИ И ИННОВАЦИИ В РИТУАЛЬНОЙ СФЕРЕ

КУПИ БИЛЕТ И ПОЛУЧИ ПОДАРКИ:
СЕРТИФИКАТЫ НА 101 000₽
ОТ СПИКЕРОВ И ПАРТНЕРОВ



Галина
Астратова



Игорь
Сосин



Станислав
Покрышкин



Вячеслав
Комаров



Наталья
Савченко



Елена
Андреева



Валерия
Лунёва



Дмитрий
Борисов



Мила
Денисенко



Ксения
Скибицкая



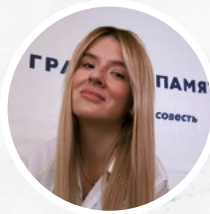
Алёна
Кочарова



Денис Родичев и
Владимир Бобровский



Давид
Навасардян



Ирина
Мартынова



Ирина
Коваленко



Евгений
Тарасов



Ильгам
Фазлиахмедов



Олеся
Шаблинская



РЕГИСТРИРУЙСЯ ПРЯМО СЕЙЧАС:

Получи практические знания, повысь свою квалификацию,
увеличь прибыль до 30%

[FRANCHISE-PAMYATNIKI.RU/CONFERENCE2023](https://franchise-pamyatniki.ru/conference2023)

Ответим на интересующие вас вопросы: **+7 (495) 136-73-97**

при поддержке

