



МЕМО РИАЛЬЩИК



ЖУРНАЛ
МЕМОРИАЛЬНОЙ
ОТРАСЛИ

№3
НОЯБРЬ
2025

#ЛИЧНОСТЬ_В_ОТРАСЛИ

**Мастерство без
компромиссов**

стр. 20

#СООБЩЕСТВО

**«Отрасль
на четвёрку,
потенциал —
на десятку»**

стр. 41

#ВЕДЕНИЕ_БИЗНЕСА

**Финансовое
моделирование:
как подготовиться
к 2026 году**

стр. 55

#КАДРЫ

**Команда, которой
доверяют**

стр. 64

НА ОБЛОЖКЕ: **ТАТЬЯНА
КОРОВЕНКОВА**

«ЛИЦО ОТРАСЛИ» НЕКРОПОЛЬ-2024

ЧИТАЙТЕ НА СТР. 22



Все участники мемориального рынка — на одном портале!

Производители памятников, поставщики камня и оборудования, мастера камнеобработки, ретушеры, скульпторы — мемориальная отрасль огромна, но разобщена. Пора объединить потенциал.



Каталог компаний
и исполнителей



Онлайн-конференция
Мемориал Форум



Витрина товаров
и услуг



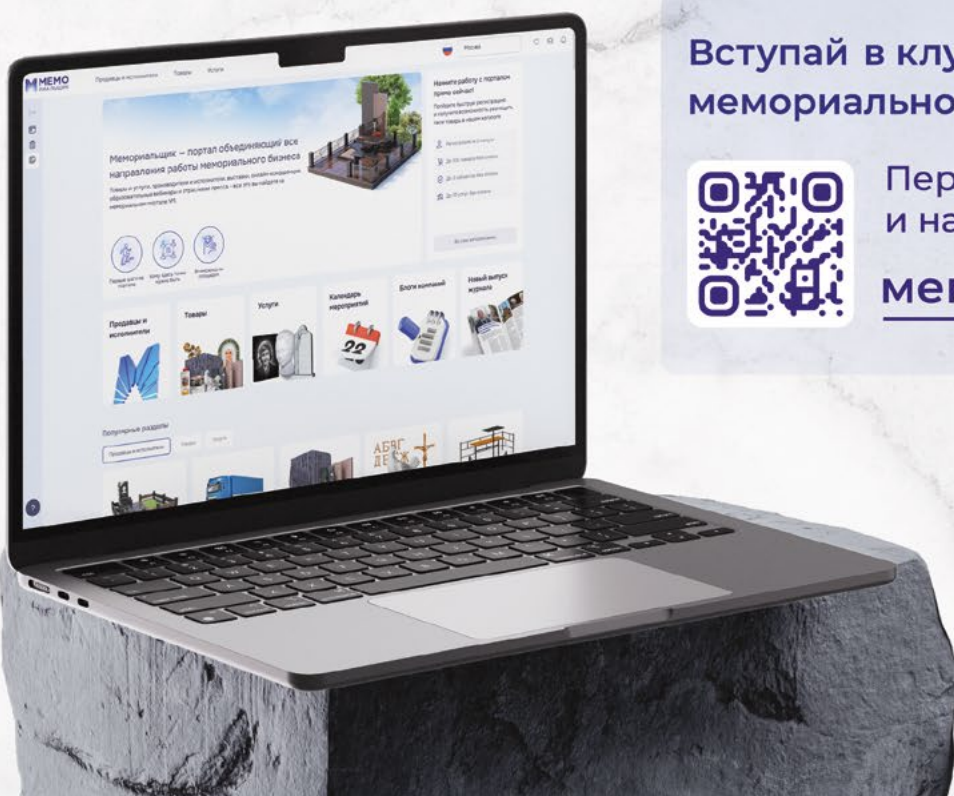
Отраслевой
журнал



Календарь
мероприятий



Биржа
вакансий



Вступай в клуб профессионалов
мемориальной сферы



Переходи по ссылке
и начни прямо сейчас!

мемориальщик.рф

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



Содержание:



Новые правила
для мемориальных
магазинов



Выбирая мрамор — вы выбира-
ете произведение искусства



Экономика и рентабель-
ность. Считаем деньги



«Роза печали»:
инженерия памяти



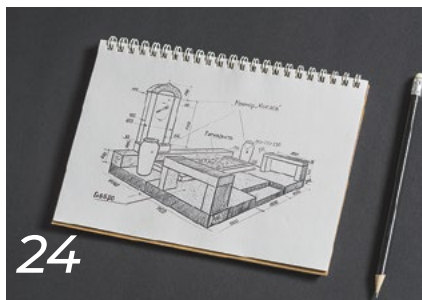
Светлая память
в новом свете



Мастерство без компромиссов



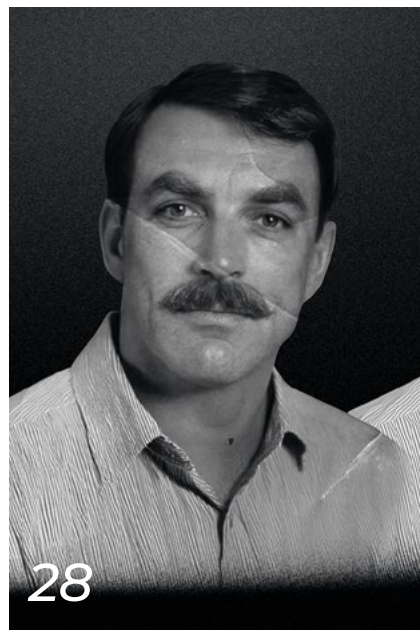
Важно знать в лицо



Грани памяти: творческое
кredo мастера



Выбор материала для
ритуального портрета



Как правильно работать
с портретом на памятнике

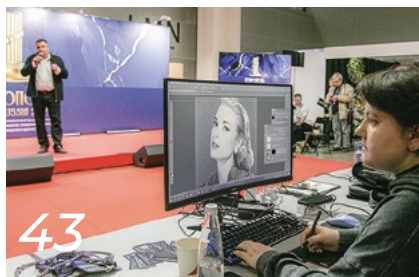


30

Память в пространстве формы

34

Шрифтовые метафоры



43

Борис Якушин о вызовах и решениях мемориальной отрасли



47

«Отрасль на четвёрку, но потенциал на десятку»

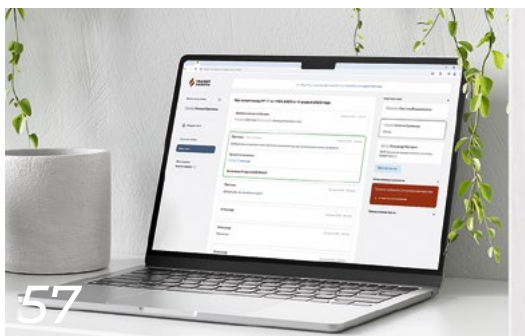
46

Выставка в Беларуси: лучшие моменты



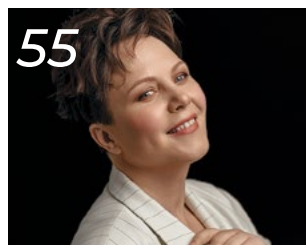
49

Как ГЕОмаркетинг работает в мемориальной отрасли



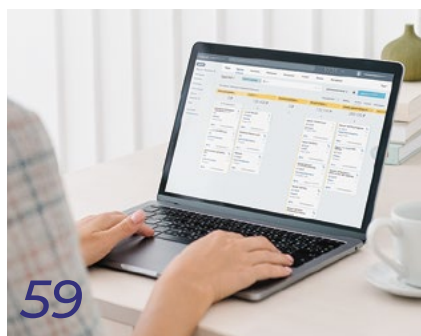
57

Гранит Памяти — франшиза с цифровой экосистемой



55

Финансовое моделирование в мемориальной отрасли



59

Мост между людьми и процессами



67

Центр каменных лекарей



64

Команда, которой доверяют

Журнал «Мемориальщик». Выпуск №3, ноябрь 2025 г.

Учредитель: Покрышкин Станислав, ООО «ГРАНИТ»

Редакторы: Наталья Никонова, Елена Завтялова

Дизайн и вёрстка: Олеся Шаблинская, Алёна Щенёва

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.

Журнал отпечатан в типографии ООО «Полиграфия»

443110, г. Самара, Самарская обл., ул. Мичурина, д. 80, оф. 3

Тираж 300 экз.



ОТ РЕДАКЦИИ

Приветствую, коллеги!

У вас в руках третий выпуск журнала «Мемориальщик», а это значит, что наша редакция идёт к намеченным целям и продолжает свою работу в развитии мемориальной отрасли!

В этом выпуске мы поделимся реальной практикой. Эксперты помогут разложить всё «по полочкам», найти ошибки, которые не дают бизнесу двигаться дальше.

“ **Именно живое общение будет топливом для нас, мемориальщиков, в ближайшую трёхлетку.**

Предпринимателям важно обмениваться опытом, знаниями, сообща находить решения, разбирать ошибки в работе. И поэтому мы создаём такое профессиональное сообщество мемориальщиков, где каждый участник — не пассивный слушатель лекций, а деятельный руководитель, готовый делиться опытом. Назрела очень острая потребность не столько в получении новой информации, обучении, экспертизе, сколько в коммуникации внутри профессионального сообщества.

У нас есть специальный чат директоров мемориальных компаний России и Беларуси, где общаются только на профессиональные

темы и обсуждают, как вести бизнес, как платить менеджерам, как решили те или иные юридические вопросы, как организовать ЦЕХ, на какой клей сажать камень и многие другие узкие вопросы. Каждый может обратиться за советом, и я дам реальный практический совет.

Недостаточно просто читать чат и учиться на курсах. Важно быть активным, общаться, посещать профильные мероприятия, конференции, участвовать в промышленных турах по другим предприятиям и проявлять себя в профессиональном сообществе, задавать вопросы, делиться опытом.

Именно живое общение будет топливом для нас, мемориальщиков, в ближайшую трёхлетку. Поэтому призываю коллег к более открытой позиции и к более активной коммуникации. И об этом наш журнал и портал «Мемориальщик».

Я активно веду свой видео блог «Гранит Памяти» в ютуб, ВК и Рутуб. Найдите меня и обязательно подпишитесь, так вы всегда будете в курсе всего, что мы делаем для развития мемориальной сферы!

Станислав Покрышкин,
основатель отраслевого портала и журнала «Мемориальщик», директор компании «Гранит Памяти».

Календарь мероприятий 2026

25–27 февраля



Мемориал. Камнеобработка

Беларусь, Минск

Falcon Club, пр-т Победителей, 20

Конец мая (даты уточняются)



Белый тополь

Россия, Новосибирск

ул. Кропоткина, 112

08–09 апреля



Ритуальные услуги. Камнеобработка

Россия, Екатеринбург

Екатеринбург-Экспо, бульвар Экспо, 2

24–26 июня



Индустрия камня

Россия, Москва

Крокус-Экспо, павильон 1, зал 3

16–19 марта



Xiamen Stone fair

Китай, Сямынь

Xiamen International Conference &
Exhibition Center (XICEC)

20–22 октября



Некрополь- World Russia

Россия, Москва

Место проведения уточняется

19–21 мая



КаменьФорум

Россия, Санкт-Петербург

DAA EXPO, Красногвардейская пл., 3Е

Ноябрь (даты уточняются)



Мемориал Форум

VII Ежегодная online-конференция

memorialforum.ru



Будьте в курсе всех самых
значимых событий отрасли

Смотрите календарь на мемориальщик.рф



Новые правила для мемориальных магазинов

Как бизнесу адаптироваться к изменениям в законодательстве

Не секрет, что размещение магазинов ритуальных и мемориальных принадлежностей на первых этажах многоквартирных домов часто вызывает неоднозначную реакцию со стороны жителей. Многие видят в подобных объектах «угрозу здоровью и благополучию», и не так давно позицию недовольных жильцов поддержал Верховный суд, запретив продавать ритуальные товары и услуги в МКД. Как мемориальному бизнесу адаптироваться к новым условиям и избежать юридических рисков, рассказывает ведущий юрист похоронной отрасли Наталья Савченко.



Наталья Савченко,
ведущий юрист
похоронной области

Похоронное законодательство в России с 1996 года кардинально не менялось. И до июля прошлого года в обзорах судебной практики не фигурировали споры о правомерности размещения ритуальных объектов в жилых многоквартирных домах. Хотя они непременно возникали, если предприниматель открывал магазин с принадлежностями для похорон вблизи жилого дома и тем более на его территории. Но в июле 2024-го Верховный суд РФ поставил жирную точку в таких спорах, указав на прямой запрет размещения как магазинов по продаже ритуальной продукции, так и офисов по приёму заказов от населения на организацию похорон. Запрет коснётся не только фирм, продающих услуги по погребению и сопутствующих товаров, но и мемориальных компаний, реализующих памятники и другую продукцию для долговечного обустройства мест захоронения.

Дело было в Ахтубинске

Желание предпринимателя быть ближе к целевой аудитории может сыграть с ним злую шутку и втянуть в долгий судебный процесс. Одна из таких тяжб дошла до верховных судей. Администрация Ахтубинска в Астраханской области по многочисленным жалобам жителей подала иск на местного предпринимателя, который снял нежилое помещение на первом этаже многоквартирного дома и продавал там товары ритуального назначения. Истец пожаловался, что деятельность бизнесмена нарушает санитарные нормы, противоречит строительным нормативам и ГОСТу.

По словам предпринимателя, в арендуемом помещении не осуществляются ритуальные услуги, там расположен офис приёма заказов и выставочные экспонаты. Однако этот аргумент не сработал. Суды запретили предпринимателю торговать в МКД, ссылаясь на нарушение



санитарных норм, даже несмотря на то, что истцом не было доказано негативное влияние деятельности бизнесмена на психическое и физическое состояние здоровья жителей. Позицию судов поддержал Верховный суд, отказав ответчику в пересмотре дела.

В своём определении высшие судьи отметили, что действующее законодательство не допускает размещения на первом этаже многоквартирного жилого дома учреждений и магазинов ритуальных услуг и ритуальных принадлежностей.

Осторожно, двери МКД закрываются

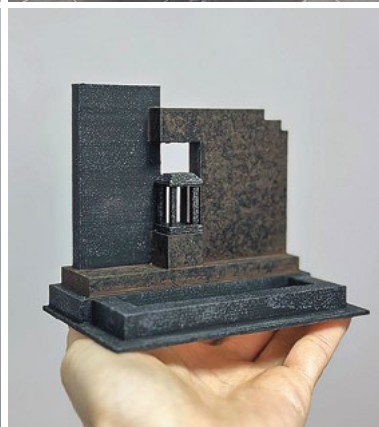
Помимо основных законов регулирования похоронной деятельности в нашей стране (Федеральный закон № 8 и закон о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения), есть ГОСТы и своды правил, которые восполняют пробелы в законодательстве и берутся судами основу при вынесении решений.

Своё определение ВС РФ вынес на основании положений двух документов — ГОСТа 32609-2014 (в нем говорится, что именно понимается под ритуальными услугами, и кто является их исполнителем), а также СП 54.13330.2022. Свод правил. Здания жилые многоквартирные. СНиП 31-01-2003. Хотя строительные нормативы допускают наличие встроенных и встроенно-пристроенных помещений общественного назначения в многоквартирных домах (за исключением тех, что по СанПиН 1.2.3685 оказывают вредное воздействие на человека), размещение в МКД учреждений и магазинов ритуальных услуг СНиПом запрещено. Об этом ясно говорится в пункте 4.15 свода строительных правил.

Кроме того, судом отмечена необходимость соблюдения законодательства в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения и права граждан на нормальные условия проживания (ст. 1065 ГК РФ). А конституционное право граждан на отдых, жилище и благоприятную среду обитания является неотчуждаемым, и нарушение такого права влечёт реальные последствия в виде запрета на осуществление хозяйственной деятельности.

Реакция чиновников не заставила себя ждать. Вскоре после публикации определения Верховного суда власти Орла издали распоряжение о проведении проверок помещений в многоквартирных домах на предмет оказания ритуальных услуг.

Такой сценарий развития событий окажет влияние и на деятельность мемориальных компаний. Ведь согласно ГОСТ 32609-2014, в котором определены термины и понятия



различных видов бытовых услуг, мемориальные и ритуальные услуги рассматриваются в рамках одной понятийной сферы. Поэтому и в других нормативных документах под ритуальными услугами понимаются как похоронные услуги, так и мемориальные — услуги по сохранению памяти об умерших и содержанию мест захоронений. Следовательно, и продавцам памятников, расположившимся на первых этажах жилых домов, нужно быть начеку и в случае чего готовиться к переезду.

Если вы пока не готовы переехать

В бизнесе обычно избегают резких решений. Поэтому если вы пока не готовы сразу сменить место и переехать в более подходящее помещение, важно предпринять меры предосторожности и постараться адаптироваться к действующему законодательству.

Проверьте ваш договор аренды, договор безвозмездного пользования или иной актуальный для вашей компании документ. Оптимальным вариантом будет переоформить договор на размещение офиса или информационно-консультационного центра.

Перед входом в магазин и внутри не должно быть образцов ритуальной и мемориальной продукции. Если убрать ассортимент невозможно, рекомендую в качестве временной меры применить зонирование пространства, чтобы, открыв дверь магазина, клиент зашёл в обычное офисное помещение, где его встретит менеджер. Образцы продукции до переезда можно разместить в соседнем, не «парадном» помещении.



Используйте образцы камня как элементы интерьера. К примеру, на стеллажах можно расставить миниатюры памятников и мемориальных комплексов как примеры работ.

Проверьте вывески — на них достаточно указать наименование организации или ИП и время работы.

Как выбрать помещение для ритуального магазина?

Шаг 1. Осмотрите место расположения объекта. Это должно быть отдельно стоящее нежилое здание, внутри которого есть нежилые помещения. Расстояние от других объектов соблюдать не нужно.

Шаг 2. Уточните вид разрешённого использования земельного участка и самого здания. Вам подойдёт административное здание, а вид разрешённого использования земельного участка — бытовое обслуживание населения.

Шаг 3. Проверьте отсутствие обременений на выбранном помещении (информацию можно получить, заказав выписку из ЕГРН) и правильно оформите сделку, заключив договор купли-продажи, договор аренды, либо договор безвозмездного пользования.

Как бизнесу адаптироваться к новым условиям

Новые требования законодательства направлены не на ограничение бизнеса, а на обеспечение баланса интересов между предпринимателями и жителями многоквартирных домов.

Принятые нормы стали серьёзным вызовом для бизнеса в мемориальной отрасли, но вместе с тем открыли возможности для

обновления форматов работы. Одним из наиболее эффективных решений становится переход в онлайн-пространство. Всё больше клиентов ищут и заказывают товары и услуги через интернет, что делает цифровой формат не только удобным, но и полностью соответствующим законодательству.

Создание специализированных онлайн-магазинов и консультационных площадок позволяет предпринимателям соблюдать строительные и санитарные нормы, исключая физическое размещение торговых объектов в жилых домах, предоставлять клиентам быстрый и комфортный доступ к услугам и расширять географию присутствия. Дополнительно можно развивать онлайн-консультации, предоставляя дистанционную поддержку клиентам и сохраняя высокий уровень сервиса ■

Если вы только планируете открытие магазина мемориальных услуг, обратите внимание на общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОК-029-2014). При регистрации бизнеса вам понадобятся:

63.99.1 Деятельность по оказанию консультационных и информационных услуг;

71.11.1 Деятельность в области архитектуры, связанная с созданием архитектурного объекта;

71.11.3 Деятельность в области ландшафтной архитектуры и консультативные услуги в области архитектуры;

42.99 Строительство прочих инженерных сооружений, не включённых в другие группировки.

Выбирая мрамор —

вы выбираете произведение искусства, созданное природой



Филипп Малков,
директор по развитию компании «Уральский мрамор»

ГРУППА КОМПАНИЙ:



**УРАЛЬСКИЙ
МРАМОР**



СТРОНГ
СИЛА В ТОЧНОСТИ

На отраслевых выставках, как правило, говорят о технологиях, логистике и мощностях. Но иногда за деловым диалогом раскрываются и другие темы — те, что затрагивают куда более глубокие смыслы: историю, культуру, национальную идентичность. Именно такой получилась беседа с директором по развитию компании «Уральский мрамор», которая уже около 30 лет занимается разработкой Мраморского карьера в окрестностях города Полевской, Филиппом Анатольевичем Малковым на выставке «Индустрия Камня 2025». Разговор начался с обсуждения камня и технологий, а завершился размышлениями о ценностях, традициях и памяти.



#ПРОИЗВОДСТВО

Мы неспешно расположились за столом. Филипп Анатольевич предложил чай с шоколадом. Этот простой жест стал началом искреннего и тёплого разговора.

Филипп Анатольевич, я слышала, что история вашего месторождения уходит своими корнями чуть ли не в эпоху Екатерины II. Это действительно так?

— Да, всё верно. Мраморское стоит на месте древнего моря, когда-то разделявшего Европу и Азию. Именно здесь впервые на Урале в XVIII веке начали добывать мрамор. Тогда месторождение называлось Горнощитским, и камень добывали вручную в небольших каменоломнях. Во времена правления Екатерины II мрамор из этих мест использовался для внутренней отделки Зимнего дворца в Санкт-Петербурге. Камень доставляли на лошадях, преодолевая непростой путь, но результат стоил всех усилий.

Получается, этот мрамор и сегодня можно увидеть в интерьерах Зимнего дворца?

— Да, можно. В 2020 году я был в Петербурге с семьёй и с удовольствием обнаруживал наш мрамор не только в Зимнем дворце, но и в Петергофе, и в Царском Селе. В последнем особенно запомнился мост, верхняя часть которого целиком выполнена из мрамора с нашего месторождения. Такие моменты дают ощущение сопричастности к истории.

А в современной архитектуре камень из Мраморского часто используется?

— Мрамор из нашего карьера широко

используется — от московского метро до административных зданий по всей стране, во дворцах культуры и музеях. Например, станция метро «Геологическая» в Екатеринбурге облицована именно этим мрамором. Используется он и в частной архитектуре для облицовки фасадов, лестниц, каминов. Недавно выполняли заказ на мраморные бордюры с фаской для загородного участка — очень эстетично получилось.

Мне очень хочется донести до людей истинную ценность мрамора и расширить горизонты восприятия. Выбирая мрамор, вы выбираете произведение искусства, созданное природой.

Мрамор со временем желтеет?

— Наш — нет! В нашем карьере золота нет! — с улыбкой отвечает он. — Полевской мрамор не меняет цвет с течением времени. Позвольте объяснить подробнее: мрамор большинства уральских месторождений содержит второстепенные примеси металлов, например пирит. Его даже называют «золотом дураков»: на вид — как золото, а по сути — без ценности. Из-за этих примесей при контакте с водой и под воздействием перепадов температур происходит окисление, и на камне появляются жёлтые пятна. В Мраморском месторождении таких примесей нет, поэтому наш мрамор сохраняет свои цветовые характеристики и не желтеет. Именно за это его особенно ценят и на севере, и на юге России. И, как вы уже знаете, этот камень любили даже цари.



Значит, можно смело отделять весь дом мрамором? Но, насколько я понимаю, сегодня большинство предпочитает гранит?

— Такое действительно наблюдается на рынке, но гранит всегда считался менее ценным камнем. Мрамор — аристократичный и изящный материал. Кстати, в прошлом году мы начали разработку гранитного, точнее диоритового карьера. Диорит по многим параметрам превосходит гранит, отличается редкостью и выразительной текстурой.

Гранит ведь прочнее мрамора?

— Да, прочнее. Хотя, если уж говорить о прочности, железобетон прочнее любого из них. Для дорожных бордюров, например, мрамор не подходит — здесь нужен гранит. Но когда речь заходит об эстетике, выбор очевиден. Мрамор — благородный, мягкий, изящный камень, всегда служивший основой для архитектурных шедевров. Гранит более суров и строг. Аристократы по всему миру традиционно выбирают мрамор для отделки вилл, дворцов, садов, памятников, музеев, храмов и интерьеров.

Многим нравится более однородная текстура гранита.

— Мне сложно понять, откуда в России появилась мода на однородность в натуральном камне. Мрамор ценится именно за уникальный рисунок, за неповторимую неоднородность линий. Два одинаковых камня не бывают — природа тысячелетиями создаёт неповторимые узоры. В мире мрамор

любят за его естественную текстуру, вкрапления, рисунок. Микротрещины не считаются браком. А вот в России многие хотят камень, словно с конвейера — возможно, это связано с недостатком информации. Мне очень хочется донести до людей истинную ценность мрамора и расширить горизонты восприятия. Выбирая мрамор, вы выбираете произведение искусства, созданное природой.

До мурашек!

— Вот именно! — улыбается он. — Каждый раз, когда вижу наш мрамор в исторически значимых локациях, меня пробирает до мурашек. Представляешь, этот камень видел царей, русскую знать, был свидетелем важных событий и разговоров. Это чувство невозможно передать словами.

Звучит прекрасно! А что с ритуальной сферой, чему здесь вы бы отдали предпочтение?

— Я — мрамору! Для меня мрамор мягче, душевнее что ли. Если речь идет о памятнике или мемориальном комплексе для ушедшего родного и любимого человека, то здесь всё про чувства, тёплые воспоминания, нежную память. Здесь место изящному мрамору, мягкому рисунку ■

Материал подготовила Ольга Иванова, корреспондент журнала.

Уральский мрамор:
8 (800) 200-50-09
umramor.ru



Стронг:
8 (800) 550-04-53
strong96.ru



Ваши новые горизонты с ИНТЕРКАМЕНЬ

- 25 лет добываем и обрабатываем камень
- собственные карьеры габбро-диабаз
- современный камнеобрабатывающий завод
- многоуровневый контроль качества выпускаемых изделий

► Что нового?

В 2025 году наша компания запустила новое направление — производство брусчатки и плит мощения с термообработанной поверхностью.

Мы предлагаем:

- Брусчатку колото-пиленую и из «карандаша»
- Плиты мощения с термообработкой
- Распил камня по индивидуальным параметрам
- Корку габбро-диабаз

Прочность, долговечность, выразительная текстура — всё это делает габбро-диабаз идеальным решением для мощения улиц, благоустройства общественных пространств и частных дворов.

► Расширение ассортимента

Цветные граниты — акцент на индивидуальность

Мы расширяем ассортимент — теперь вам доступны изделия из цветных гранитов для памятников, декоративных элементов и архитектурных решений.



Преимущества сотрудничества с нами:



Стабильно высокое
качество продукции



Гарантированные
сроки поставок



Гибкая ценовая политика
в работе с партнёрами

КУКМОРСКИЙ КАМНЕОБРАБАТЫВАЮЩИЙ — ЗАВОД —



Экономика и рентабельность. Считаем деньги

В условиях растущей конкуренции на мемориальном рынке, ключевым фактором успеха для продавца становится не только качество, но и эффективность бизнес-модели. Всё больше игроков пересматривают свои складские программы и логистические цепочки, делая ставку на готовые продукты от производителей. Кукморский камнеобрабатывающий завод в 2025 году запустил разнообразную линейку полноценных мемориальных комплексов из натурального камня. В чём реальная выгода такой модели сотрудничества для компании-партнера? Мы обсудили это с Сергеем Чумаченко, коммерческим директором Кукморского камнеобрабатывающего завода.



Сергей Чумаченко,
коммерческий директор
Кукморского камнеобра-
батывающего завода

Сергей, давайте начнём с главного аргумента — экономики. Ваши партнёры часто говорят, что работа с готовыми комплексами повышает их маржинальность. За счёт каких именно факторов достигается этот эффект? Давайте разберём по пунктам: экономия на чём позволяет зарабатывать больше?

Основные затраты компании при появлении заказа на мемориальный комплекс всегда включают в себя:

1. Глубокий анализ и проектирование изделия. По опыту, это занимает значительную часть времени работы над заказом, так как сюда входит и получение полной информации, и поиск референсов, и изучение рынка. Проектирование — отдельный этап, который можно доверить только опытным сотрудникам, профессионалам, чтобы рассчитать все факторы: нагрузку, возможности изготовления, свойства различных гранитов и используемых материалов, удобство и сроки

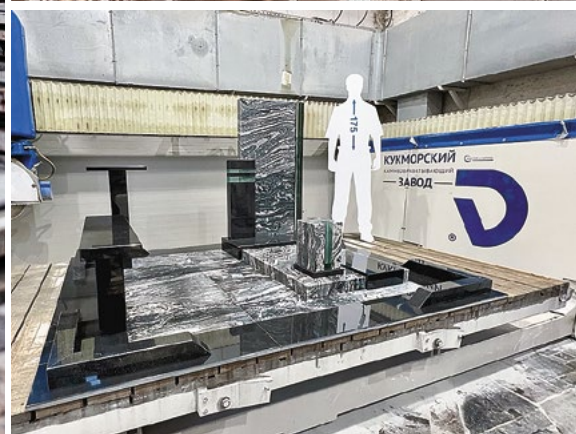
монтажа комплекса. Цена ошибки уже на этом этапе может быть равна двойной стоимости проекта.

2. Содержание склада и ассортимента в виде заготовок из толстомеров и слэбов абсолютно разных пород камня значительно увеличивает расходную часть компании.

3. Простой персонала. При условии, что мемориальный комплекс — это не массовый сегмент, возможен простой дорогостоящего персонала, особенно в межсезонье.

Экономия уже на этих трёх пунктах, наши партнёры получают точку роста, которая в разы будет превышать выгоду, которую можно было бы получить, взявшись за подобный проект самостоятельно.

Оборот капитала — кровоток бизнеса. Насколько работа с вашими готовыми решениями ускоряет этот оборот по сравнению с работой под заказ?



Хотя комплексы — это всегда небыстрая история как для нашего завода, так и для нашего партнёра (по сравнению с отгрузкой со склада готовых памятников), мы отдаём клиенту подобные заказы в течение одного-полутора месяцев. При этом мы постоянно работаем над сокращением сроков. При работе на заказ полный цикл от проектирования до монтажа может занять до пяти-шести месяцев, поэтому наши цифры — это максимально комфортные условия для получения готового продукта заводского качества, прошедшего все службы контроля.

Многие мемориальные компании сталкиваются с ситуацией, когда клиент хочет посмотреть эскиз, а потом пропадает. Как готовые комплексы страхуют от таких «бесплатных» консультаций и потерь времени менеджеров?

Это действительно боль наших партнёров. Проектирование комплекса требует серьёзных творческих усилий и времени. Нам понадобилось несколько лет, чтобы адаптироваться командой к реалиям рынка и мы ещё далеко не в конце пути. Перед запуском продукта всегда проводится аналитика, существуют фокус-группы, далее всё переходит уже в рабочие группы, где до самого последнего момента (выхода в свет) идут правки и корректировки. Поэтому получившийся финальный продукт — это результат работы команды, а не одного человека. Все эти издержки мы берём на себя, в том числе предоставляя нашим партнёрам

визуализации, фотографии уже реализованных проектов и спецификации, с помощью которых становится легче продавать и значительно проще устанавливать. И именно здесь наши партнёры значительно сокращают свои риски.

Как формируется ассортимент готовых комплексов? Проводите ли вы маркетинговый анализ, чтобы предлагать именно те модели, которые будут хорошо продаваться в следующем сезоне?

В таком продукте всё начинается именно с аналитики. Мы представлены своими решениями уже в 65 городах. Также, мы исследуем и те регионы в которых мы представлены ещё неактивно, следим за трендами и основными течениями, в том числе перенимаем заграничный опыт. На поток идут только те модели и комбинации, которые уже имеют спрос на стадии фокус-группы или рекламного предложения, учитываем предпочтения разных регионов. Условно, при запуске восьми прототипов, на рынок мы выводим один. Но это будет продукт, который точно имеет потенциал и будет востребован.

Один из главных кошмаров «продавца» — брак и претензии по качеству. Как ваше заводское качество и система контроля снимают эти риски с партнёра? Даёте ли вы гарантию на продукцию, которую он перепродаёт?

Вся наша продукция на каждом этапе, от распила блока до упаковки готового изделия,



проходит через систему ОТК. Мы работаем с городами разной удалённости, как в радиусе 100 км, так и на расстоянии 6 000 км. Поэтому изделия всегда приходят к клиенту в надлежащем качестве тщательно упакованные. Также наши партнёры защищены по договору гарантийными обязательствами со стороны завода. В случае возникновения непредвиденных ситуаций, наши менеджеры стараются оперативно решать вопросы, понимая ответственность нашего партнёра перед конечным клиентом.

Работа с индивидуальным проектом часто связана с долгими согласованиями и правками, что отвлекает менеджеров от других заказов. Как готовый комплекс упрощает и ускоряет процесс коммуникации с конечным потребителем?

На этапе обсуждения с клиентом менеджеру партнёра нужно достаточно хорошо разбираться в нашем ассортименте, спецификациях и логике формирования продукта, что уже приводит к высокому проценту закрытия сделки. Даже, если в существующий продукт необходимо внести правки, согласование с заводом происходит в кратчайшие сроки. А партнёрская цена даёт возможность добавлять и вносить не принципиальные изменения в существующее решение.

Какую маркетинговую поддержку вы оказываете своим партнёрам? Предоставляете ли готовые каталоги, фото для сайтов?

Безусловно, весь визуальный инструментарий для своих клиентов мы предоставляем: это и плакаты, и каталоги, и графическая визуализация, спецификации и фотографии уже установленных изделий. Менеджер, который будет вести проект, должен быть полностью обеспечен подобной информацией.

Предположим, я — компания, которая хочет начать с вами работу. Как выглядит вводная партнёрская программа? Есть ли специальные условия для старта?

Наши цены делятся на две категории: партнёрская и дилерская. Дилерская цена подразумевает 20% скидку от РРЦ (рекомендуемой розничной цены), партнёрская же стоимость — это отдельные условия для компании, которая хочет быть партнёром завода и расти финансово и стратегически. Помимо нашей ответственности, есть и ответственность партнёра в виде изучения особенностей гранитов, работы с готовой продукцией и поиска возможностей для развития своего бизнеса и наших партнёрских отношений. Для новых клиентов мы всегда предлагаем начинать с партнёрской стоимости. Это даёт существенный толчок для роста компании партнёра, потому что наша основная задача — это зарабатывать вместе.

Как показывает наша беседа, переход на продажу готовых гранитных комплексов от производителя — это не просто смена поставщика, а стратегическое решение, позволяющее компании стать более мобильной, рентабельной и клиентоориентированной. В современных реалиях скорость, предсказуемость и надёжность часто значат для прибыли не меньше, чем эксклюзивность ■

Контактная информация:

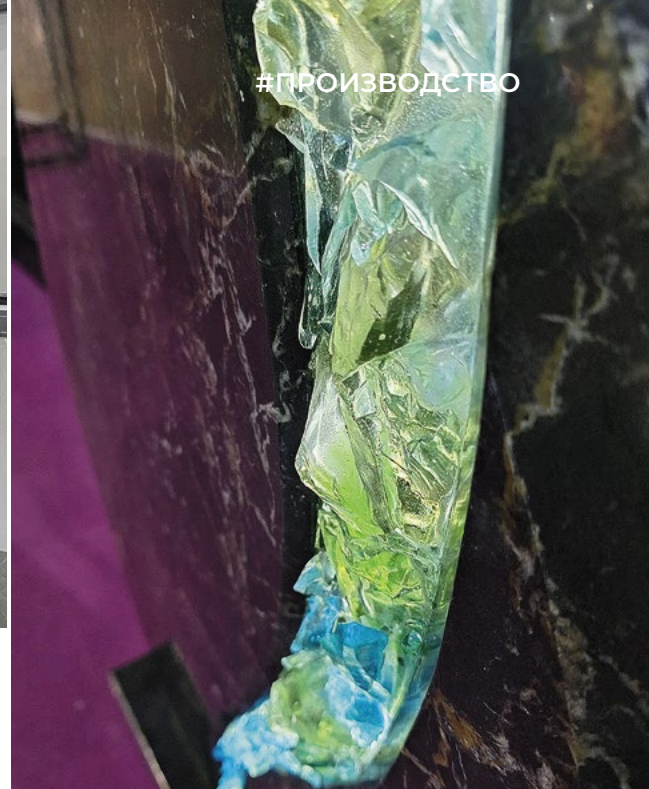
+7 (495) 778-93-39

+7 (843) 206-51-44

+7 (925) 010-38-63



kukmorstone.ru



#ПРОИЗВОДСТВО

«Роза печали»: инженерия памяти

Что нового можно предложить в производстве памятников? Камень, портрет, надпись — кажется, всё это давно отработано и стандартизировано. Но воронежская компания «Роза печали» доказывает обратное. Здесь не живут по шаблонам: если технология позволяет сделать лучше — ищут способ воплотить это в реальность.

Одно из главных достижений компании — запатентованная в 2020 году технология инкрустации. Мастера используют европейские эпоксидные смолы и натуральную декоративную гальку, чтобы создавать узоры с глубиной и насыщенным цветом. Такие рисунки, устойчивые к выцветанию и внешним воздействиям, и становятся заметной особенностью памятников.

Стекло в камне — новый уровень сложности

На выставке «Некрополь-2024» «Роза печали» представила памятники с элементами из стекла, встроенными в габбро-диабаз. Для российского рынка такие решения пока редкость, и именно поэтому работы вызвали живой интерес специалистов и посетителей.

Задача — не просто вставить стекло в камень, а обеспечить прочность и долговечность соединений, учитывая разные свойства материалов. Это требует точного инженерного подхода и понимания нагрузки, которой подвергается памятник со временем.

«Дневник памяти»

Особое место среди проектов компании — «Дневник памяти». В памятник аккуратно встраивается QR-код, который открывает доступ к персональной странице с настоящим фильмом — живым видео, рассказывающим

уникальную историю человека. Это может быть его жизненный путь, важные моменты или трогательные воспоминания близких. Такой формат превращает память в живое, эмоциональное повествование, доступное в любой момент и с любого устройства, позволяя сохранить и передать историю гораздо глубже и насыщеннее, чем традиционные методы.

Исследовательский подход как основа

За каждым технологическим решением стоит коллектив, собранный директором. Подход руководителя — не командовать, а вести, показывать путь, поддерживать стремление к лучшему. Это человек, который научил ценить не только мастерство, но и открытия. Под его руководством команда становится не просто исполнителем, а соавтором инноваций. Главная движущая сила команды — стремление проверять, экспериментировать, дорабатывать и переосмысливать ■

Контакты:

+7 (473) 254-10-25

+7 (952) 954-10-25

rozapechali@yandex.ru





Светлая память в новом свете

Долгое время памятники из гранита считались эталонным выбором: прочный, надежный, солидный. Но времена меняются, и требования потребителей тоже растут. Люди стремятся к большему разнообразию и индивидуализации, поэтому отрасль вынуждена развиваться.

Одно из последних достижений в этой области — комбинирование натурального гранита с ударопрочным стеклом триплекс. Эту технологию успешно освоило ООО «Мемориал» под руководством генерального директора Давида Коваленко.

Сегодня на рынке всё чаще появляются нестандартные решения. Как вы пришли к идее использования стекла в мемориальных комплексах?

Мы давно искали возможность придать памятнику более глубокий эмоциональный образ. Камень ассоциируется с вечностью и стойкостью, а стекло — с памятью, светом, душой. Комбинация гранита и стекла позволяет не только создать выразительные силуэты, но и добавить элемент света — особенно когда солнечные лучи проходят сквозь стекло, оживляя образ, свет делает портрет живым. Изображение не тускнеет со временем. Часто родственники покойного отмечают: такой памятник будто «дышит».

Как реагируют заказчики на новое решение?

Всё больше людей хотят, чтобы место памяти было не мрачным,

а светлым. Им нравится, что памятник можно персонализировать, что он выделяется среди типовых решений, не теряя при этом уважительного и спокойного вида. Именно стекло помогает мягко добавить современность в традиционный мемориальный образ.

С какими сложностями вы столкнулись при создании таких памятников?

Главной задачей было найти идеальный баланс между эстетикой и надёжностью. Камень и стекло — материалы с разной плотностью и тепловым расширением, поэтому простое «склеивание» здесь не подходит. Мы разработали собственную систему соединений, которая позволяет избежать трещин и деформаций даже при больших перепадах температур. Всё производится в заводских условиях с точным соблюдением геометрии.

Бывают ли случаи, когда заказчики сомневаются в прочности стекла?

Конечно, особенно на первом знакомстве. Многие думают, что стекло — это хрупкий материал. Мы всегда демонстрируем реальные образцы: по ним можно по-

стучать, даже ударить молотком. Когда человек видит, что материал выдерживает серьёзные нагрузки, сомнения исчезают. На самом деле триплекс прочнее, чем кажется, он используется даже в бронированных конструкциях.

Как вы видите развитие этого направления?

Комбинированные памятники со стеклом — один из векторов будущего. Мы продолжаем расширять линейку моделей, внедряем новые формы декоративных стекол и совершенствуем технологии.

ООО «Мемориал» — одна из лидирующих компаний, объединившая традиции каменной резьбы и инновации стекольного производства. Для них памятники — это диалог света и камня, в котором сохраняется не только форма, но и ощущение жизни.

«Памятник должен не только хранить память, но и вдохновлять. Мы создаём такие памятники, которые напоминают человеку о вечности и вдохновляют на созидание в жизни», — говорят в компании ■

Санкт-Петербург,
пр-т Просвещения, 33к1, пом. 9-Н

+7 (812) 988-78-74

+7 (904) 511-48-88

memorialzavod.ru



**ЦВЕТОК
УРАЛА**

НАДЕЖНЫЙ ПОСТАВЩИК ГРАНИТА ПО ВСЕЙ СТРАНЕ

В двух словах
о компании

Подробнее на сайте
cvetokurala.ru

СОБСТВЕННОЕ МЕСТОРОЖДЕНИЕ

Производственный комплекс
оборудованный современным мощным
парком станков более 4000 м²

БОЛЕЕ 1500 КОМПЛЕКТОВ

Памятников
производится
ежемесячно

ПРОИЗВОДИМ БОЛЕЕ 10 000 М²

Плитки ежемесячно



Плитка полированная
От 3 000 руб/м кв.



Брусчатка
От 3 000 руб/м кв.



Бордюры
От 900 руб/пог. м.



Памятники
От 4 000 руб/комплект



Плитка термообработанная
От 3 000 руб/м кв.



Ступени
От 3 000 руб/м кв.

01

В наличии на складе более
3000 м² продукции

Поддерживаем постоянный
объем продукции в наличии, чтобы
отгружать в течение 1 - 2 дней

02

Гарантия качества и все
необходимые паспорта

На весь товар выдается паспорт
качества и копия сертификата
соответствия ГОСТ

03

Отгрузим за 48 часов
и отправим по всей РФ

Подготовим все сопроводительные
документы и предложим несколько
вариантов оплаты



Посмотрите наши реализованные
поставки на сайте cvetokurala.ru

Челябинская обл., Верхний Уфалей,
ул. Нязепетровский тракт 6

+7 951 261 88 88
sales@cvetokurala.ru



Мастерство без компромиссов

Есть профессии, которые сами выбирают человека, становясь делом всей его жизни. Они передаются по наследству, как фамильная реликвия, вместе с навыками, подходом к делу и ощущением ответственности. Именно так складываются профессиональные династии. Андрей Баньковский — представитель одной из таких династий. В его семье камнерезы и лепщики передавали ремесло из поколения в поколение, сохраняя традиции советской школы монументального искусства. С ранних лет он погрузился в практическую работу мастерской и прошёл путь от ученика до ведущего специалиста в реставрации и создании памятников, которые сегодня считаются важной частью исторического и культурного наследия страны.



Андрей Баньковский,
скульптор
и организатор
каменной
мастерской
«Скульптура
Декор»

— У меня всё началось достаточно просто, можно сказать, семейно, — говорит Андрей Баньковский. — Папа и мама познакомились в училище. Отец был специалистом по каменной скульптуре — камнерез, а мама — лепщик-модельщик, это одно из направлений декоративного искусства. Это был конец 1940-х годов, время больших перемен и ещё больших строек. В архитектуре тогда безраздельно господствовал сталинский ампи́р. Специалисты их профиля были нарасхват — в Москве активно строились высотки, метро, шло восстановление городов после войны. Работы было невпроворот.

Тогда профессия была чрезвычайно уважаемой, и таких мастеров готовили в больших количествах. Не все, конечно, оставались в профессии — жизнь вносила коррективы. Но те, кто остался, вкладывали в дело душу без остатка. Потом, как вы знаете, наступило хрущёвское время, началась печально известная борьба с архитектурными излишествами. Проекты стали проще, функциональнее, а значит, и наших специалистов стало требоваться меньше. Но параллельно активно развивалась та

самая монументальная пропаганда. Это была государственная задача — создавать памятники, мемориалы, символы эпохи. Так что поле для деятельности оставалось.

Мой отец оказался очень способным человеком, стал одним из признанных мастеров, работал на серьёзных объектах. И когда пришло время, мы с братом тоже пошли по этой стезе. У нас вообще сложилась целая династия — дядя работал, друзья семьи. Для меня это был самый что ни на есть естественный выбор.

— А в чём, на ваш взгляд, главная особенность подготовки таких специалистов? Достаточно ли хорошего института?

— Никакой институт или училище никогда не дадут самого главного — живой практики. Профессия эта требует передачи навыка лично от мастера. Нужно перенять именно технику, тот самый тонкий подход к материалу, понимание его природы. Настоящий специалист рождается не в аудитории, а в цеху, на объекте. Оглядываясь назад, могу сказать: почти все мастера, с кем мне довелось работать, пришли в профессию благодаря



SCULPTURE-DECOR.RU



семье, знакомым, наставникам. Это система преемственности. Без этого «звена» —никуда.

— Вы застали время, когда многое делалось вручную. Расскажите поподробнее о самом процессе. Как решали сложнейшие задачи без современной техники?

— Раньше всё держалось на ручном труде. Механизация была на минимальном уровне. Всё, что вы видите в архитектуре того времени — скульптура, декор, набережные, метро, — всё это создавалось руками. И особенно это касается мемориальной сферы. Новодевичье кладбище, Ваганьково, Кунцевское, Троекуровское — это ведь не просто места упокоения, это огромные территории с подлинными произведениями искусства. Над ними трудились выдающиеся мастера. И знаете, что важно? Даже народные художники не считали зазорным выполнять заказы на памятники, особенно для значимых персон. Это был и творческий вызов, и определённый знак качества.

Если пройти по Новодевичьему, можно найти работы всех направлений — от строгой академической лепки до смелого авангарда. Даже в брежневские времена, которые принято считать застойными, художники умудрялись находить возможности для самовыражения.

Технологии... Это отдельная песня. Мрамор, например, обрабатывали кованым инструментом, который для нас делали кузнецы. Для гранита — инструмент посложнее, с победитовыми вставками, которые нужно было вручную правильно затачивать. Широко применяли и огневую обработку — бензиновоздушной смесью, под действием которой гранит разрушался по заданной форме. Это требовало невероятной точности и чутья.

— И результаты труда мы видим до сих пор.

— Именно. И они не просто стоят — они продолжают впечатлять своим размахом и качеством. Я, бывало, делал обзоры на Новодевичьем, снимал памятники на Октябрьской площади. На нашем предприятии изготавливались детали для постаментов, сложнейшие элементы монументов. Ярчайший пример — памятник Карлу Марксу напротив Большого театра. Он был вырезан из единого, монолитного каменного блока. Даже голова не клеилась отдельно! Представляете, какой это титанический труд и какое мастерство? Это о чём-то да говорит.

— Ваш взгляд на современное образование в нашей сфере?

— Школы у нас всегда были сильнее — Суриковский институт, Строгановка. Сейчас к ним добавилась Академия Глазунова. Везде есть сильные факультеты монументального искусства, живописи, дизайна. Беда не в этом. Беда в том, что многие талантливые молодые художники сегодня устремляются в коммерцию или в цифровые направления. Академическая база, к сожалению, теряет в глазах молодёжи свою ценность. А зря. Хочешь серьёзно работать в скульптуре — будь то анималистика, портрет или монумент — без этой фундаментальной школы далеко не уедешь. Это основа, на которую потом ложится всё остальное. Наше ремесло — это не просто профессия. Это путь. И очень хочется, чтобы у этого пути было продолжение■





Важно знать в лицо

Татьяна Коровенкова — яркая бизнес-леди и многодетная мама, чья жизнь полна вдохновения, достижений и смелых начинаний. В 2024 году ей было присвоено звание «Лицо отрасли», что стало высшей наградой за ее выдающийся вклад в развитие ритуального бизнеса. Этот титул стал заслуженной данью упорству и преданности делу, которое она ведет с большим энтузиазмом и любовью.



Татьяна Коровенкова

Татьяна родилась в Калуге, получила образование в университете путей сообщения, после чего некоторое время работала диспетчером в управляющей компании. Однако её карьера сделала неожиданный поворот, когда вместе с мужем она приняла решение создать собственный бизнес в ритуальной сфере. На тот момент рынок был далёк от совершенства: многие агентства работали по принципу «перекупить — продать». Это создало для Татьяны и её команды уникальную возможность предложить клиентам нечто более высокклассное и профессиональное.

«Когда мы начинали, качество услуг в отрасли оставляло желать лучшего. Мы с мужем были полны энтузиазма и решили подойти к делу по-новому — с акцентом на качество и искренность. Люди сразу отметили наши высокие стандарты обслуживания и индивидуальный подход, что и стало основой нашего успеха», — вспоминает Татьяна.

Сегодня ритуальная отрасль Калужской области — это не только сохранение традиций, но и внедрение современных технологий и подходов. Лидером этого направления является компания Татьяны Коровенковой, которая не просто соответствует высоким стандартам, а формирует новые, показывая, как развитие меняет индустрию. Успех компании основан на профессионализме и преданности делу. Гранитная мастерская «Вознесение» уверенно растёт и развивается. Покупка современного оборудования и нового просторного помещения дала возможность существенно расширить производственные мощности и вывести работу на новый уровень. Но главная сила «Вознесения» — это, безусловно, люди. Каждый сотрудник регулярно проходит обучение, осваивает новые технологии и совершенствует навыки. Такой подход позволяет не только соответствовать ожиданиям клиентов, но и опережать их.



Татьяна с мужем смогли не только создать успешную компанию, но и стать примером для многих.

Но успех в бизнесе — это только часть жизни Татьяны. Она активно участвует в жизни трёх своих дочерей и находит время для хобби, что, безусловно, делает её образ ещё более многогранным.

«Главное — правильная организация работы, сильная команда и умение расставлять приоритеты. Конечно, семья всегда на первом месте. Старшая дочь учится в гимназии, активно участвует в конкурсах, а я возглавляю родительский комитет. Я не только многодетная мама, но и человек, который стремится к балансу. У меня есть хобби — танцы в „Тодесе“. Это помогает мне оставаться в форме и чувствовать себя энергичной», — признаётся Татьяна.

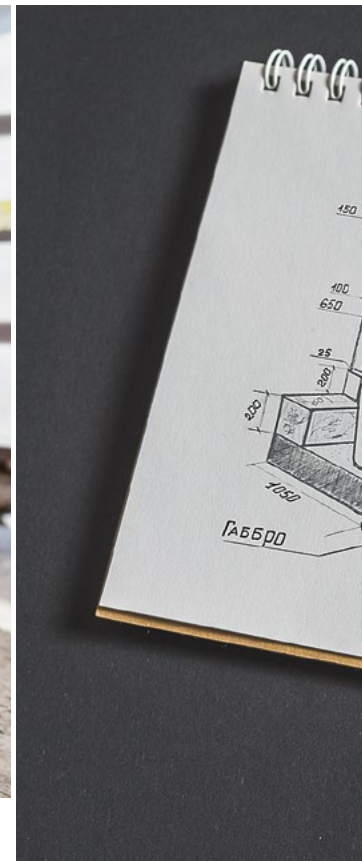
Одним из важнейших событий прошлого года для Татьяны стала выставка «Некрополь» — крупнейший международный форум, который ежегодно привлекает более 100 компаний и тысячи посетителей.

«Это было очень волнительно, честно говоря. Мы долго готовились, продумывали стенд и подготовку к выступлениям. Мы были единственными представителями из Калуги, и не хотелось подвести регион. В итоге наша команда выложилась на все 100 процентов. Очень приятно было, когда коллеги из других городов подходили с фразами: „Вознесение“, Калуга, мы о вас знаем!». Это было признание нашего труда и подхода. Похоронное дело очень деликатная тема, но мы, профессионалы отрасли, должны говорить о ней открыто. Активно развиваем новые стандарты обслуживания, используем передовые технологии. Всё это направлено на то, чтобы помогать людям в трудные моменты утраты и обеспечивать достойную организацию последнего пути», — поделилась Татьяна.

Ещё одним ярким событием, которое Татьяна Коровенкова с гордостью вспоминает, стало её участие и победа в конкурсе церемониймейстеров. В конкурсе приняли участие десять опытных церемониймейстеров из самых разных уголков страны — от Москвы до Краснодара. Это был настоящий экзамен на профессионализм, выдержку и креативность. Татьяна гордится тем, что заняла второе место, — этот результат стал подтверждением её глубокого подхода, ответственности и чуткости в работе. Для неё этот успех стал не только заслуженной наградой, но и доказательством того, что она идёт по верному пути, помогая людям достойно и с уважением прощаться с их близкими.

«Но самое большое и важное для нас достижение — это, конечно, награда „Лицо отрасли“, которую мы привезли в Калугу. Для нас это был настоящий триумф. Победителя определяли путём голосования, каждый кандидат представлял свою работу на информационных стендах. Посетители форума могли поддержать понравившегося кандидата, опустив жетон в урну для голосования. Когда в финале объявили моё имя, я почувствовала невероятную гордость и благодарность. Это было потрясающее ощущение, когда я поняла, что наша команда и наш труд получили такую высокую оценку. Эта победа — результат не только моего труда, но и усилий всей нашей команды, наших партнёров и, конечно, любви и уважения к людям», — поделилась Татьяна ■





Грани памяти: творческое кредо мастера

Создание памятников и мест захоронения — особый путь, ведущий сквозь горе к светлым воспоминаниям. Петербургский скульптор Владимир Архипов объясняет, как придать участкам последнего упокоения глубину и красоту, превратив их в истинные центры духовной связи поколений.



Владимир Архипов,
скульптор, резчик по камню,
основатель мастерской
«Скульптор-А»

Основные принципы проектирования

Для каждого человека место захоронения его близкого — не просто точка на карте. Это место встречи, место памяти, куда можно прийти и погрузиться в воспоминания. И это место не должно быть мрачным. Именно поэтому современные захоронения проектируются как единые пространства с использованием интересных элементов дизайна, уникальных форм и решений, которые привлекают внимание и вызывают положительные эмоции.

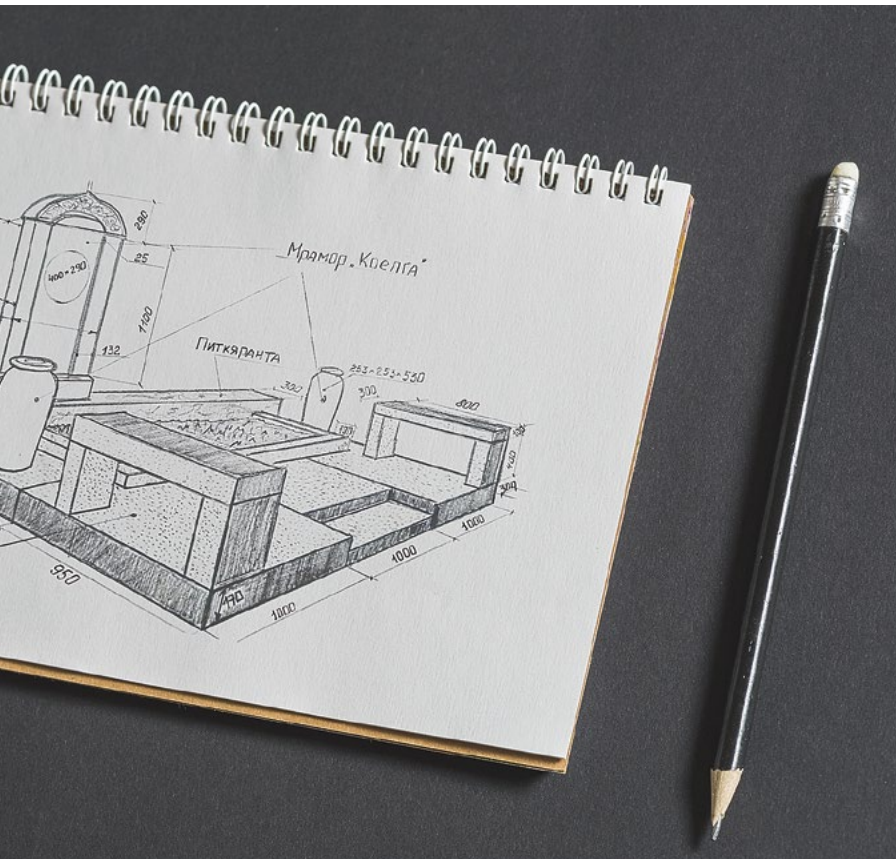
А чтобы даже через сто лет праправнуки могли прийти почтить память своего родственника, важно уделить особое внимание качеству исполнения проекта, использовать долговечные материалы, способствующие сохранению памятника на протяжении столетий. При выборе материала особое внимание уделяется

цвету и качеству камня. Важность этапа проектирования обусловлена необходимостью ухода от стереотипов ради создания оригинального произведения.

Ключевые рекомендации при выборе материала:

- рассмотрите несколько вариантов цвета камня;
- откажитесь от полного копирования готовых проектов;
- вносите изменения на всех этапах разработки и производства.

Эти принципы позволяют создавать высококачественные объекты, которые не только украшают кладбище, но и вдохновляют будущие поколения заботиться о местах захоронения своих предков.



Творческий подход к проекту

Каждый проект становится уникальным произведением искусства, отражающим личность усопшего и мастерство исполнителя. И задача мастера заключается в том, чтобы, сохранив основную идею заказчика, внести собственные творческие решения, улучшающие общий вид и функциональность объекта.

Прежде чем приступить к работе с камнем, мы по крупицам собираем образ будущего объекта. Будто скрепляем фрагменты пазла, который должен стать цельной картиной. Для начала анализируем предложенную заказчиком концепцию, предлагаем альтернативные варианты исполнения и объясняем преимущества выбранных решений. При этом важно, чтобы заказчик доверял мастеру, а если есть доверие, результат порадует обоих.

Участие заказчика в процессе

Чаще всего заказчик приходит со своим замыслом. И этот замысел в творческом процессе становится отправной точкой. Далее по ходу работы идея заказчика обрастает деталями, наработками, учитывается ландшафт и окружающая архитектура. Почти всегда мы уходим от первоначального образа объекта. Ведь смысл работы скульптора — не копировать слепо чье-то готовое изделие, а создать нечто новое, выразить свой авторский взгляд, даже если изначально заказчик принёс достаточно типовой проект. Но и заказчик

должен чувствовать себя частью творческого процесса, поскольку его участие в разработке проекта, внесение предложений, идей и ощущение сопричастности способствуют созданию уникального объекта, соответствующего ожиданиям клиента.

Аргументация и возражения

Мастер должен уметь аргументированно возражать заказчику, если предлагаемые клиентом решения, с его точки зрения, неэффективны. Например, выбор цельного камня вместо составных частей обеспечивает безопасность и долговечность конструкции. И задача мастера — убедить заказчика в правильности своего выбора, используя профессиональные знания и опыт. Это позволит избежать множества проблем в будущем и обеспечит высокое качество заказа.

Саморазвитие и вдохновение

Для достижения высокого уровня мастерства недостаточно обладать талантом. Необходимо постоянно развивать и расширять кругозор. Для этого мастеру желательно регулярно изучать работы других мастеров, дизайнеров и архитекторов, общаться с коллегами и специалистами смежных профессий и постоянно совершенствовать собственные навыки. Всё это позволяет поддерживать высокий уровень творчества и качества выполняемых работ.

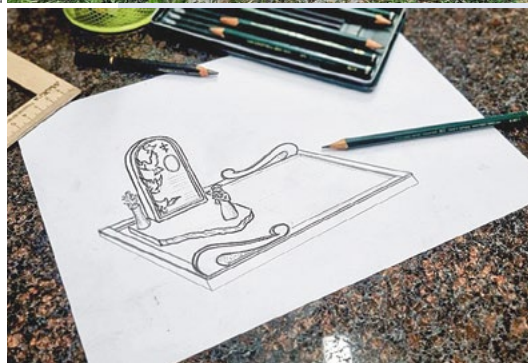


Планирование труда и профилактика выгорания

Профессиональное выгорание — распространенная проблема среди творческих работников. Чтобы его избежать, необходимо грамотно планировать рабочий график и чередовать виды деятельности.

Вот несколько простых советов, как не «сгореть» на работе. Чередуйте умственную и физическую нагрузку, поддерживайте рабочее пространство в порядке и чистоте. Распределяйте задачи в зависимости от погодных условий. Мороз на улице — рисуйте эскизы, изучайте работы художников и мемориальных дизайнеров, ведите соцсети, потеплело — вперед в мастерскую работать с камнем.

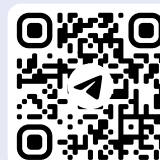
Развесьте в мастерской фотографии самых лучших своих объектов, дипломы и благодарности, памятные подарки с профессиональных мероприятий — это помогает не забывать, для чего вы работаете и какое важное дело вы делаете.



Доверие и помощь другим

Помощь начинающим специалистам и обмен опытом способствуют развитию отрасли в целом. Через социальные сети и личные контакты можно передавать свои знания и навыки, мотивируя коллег стремиться к высокому уровню мастерства. Регулярные консультации и поддержка начинающих профессионалов помогают развивать профессию и повышать общую квалификацию участников рынка.

Создание памятников и мест захоронения — это искусство, требующее внимания к деталям, креативности и ответственности. Следуя изложенным принципам, можно достичь высоких результатов и создать уникальные объекты, способные вызывать восхищение и уважение у последующих поколений ■



@a_sculptor



Выбор материала для ритуального портрета: как обеспечить долговечность и высокое качество

Долговечность ритуальной фотокерамики определяется качеством красок, технологией печати и материалом основы. При соблюдении всех этапов производства портреты сохраняют яркость и четкость на десятилетия. С директором компании KERAMID Евгением Титовым мы обсудили лучшие материалы для качественных ритуальных портретов.

Технология горячей деколи: секрет долговечности

Компания KERAMID специализируется на производстве ритуальной фотокерамики методом горячей деколи, что позволяет создавать портреты, устойчивые к воздействию неблагоприятных погодных условий и времени. «Мы используем современное итальянское оборудование для печати, — поясняет Евгений Титов. — Керамические краски, содержащие оксиды металлов, «впекаются» в поверхность при температуре 800-900 °С, что позволяет достичь высокой долговечности изображений. В нашем производстве мы используем несколько видов материалов — металлокерамику, керамогранит, стекло и премиальный итальянский фарфор».

Металлокерамика: доступный вариант для ограниченного бюджета

Металлокерамика — это один из самых доступных материалов для создания ритуальных портретов. Основанный на металлической заготовке, покрытой специальным

грунтом и эмалью, этот материал был широко распространен в советские годы, когда портреты печатались именно на металлокерамике, так как это был недорогой способ увековечить память. Сегодня металлокерамика используется, если бюджет на заказ ограничен или если клиент хочет привести могилу в порядок без значительных затрат.

Керамогранит и фарфор: материалы для более изысканных портретов

С начала 90-х для ритуальных портретов начали использовать керамогранит, а позже в ассортимент KERAMID вошёл итальянский фарфор — премиальный материал для фотокерамики. Изделия из этих материалов дороже, выглядят элегантно и могут быть выполнены в большем размере. Керамогранит — это спрессованная, обожженная и глазурированная глина без металлических элементов, что защищает портрет от коррозии. Итальянский фарфор, изготовленный из беложгущихся глин, придаёт портрету глубокий блеск и изысканный вид.

Стекло: легкость и глубина визуального восприятия

Портрет на стекле обладает легкостью и глубиной изображения. Такой вариант идеально подходит для прикрепления к стеле или установки в нишу памятника. Как и другие материалы, стекло проходит обжиг при высоких температурах, а керамические краски «вплавляются» в его поверхность, обеспечивая долговечность и стойкость к внешним воздействиям.

Как проходит процесс создания ритуального портрета в KERAMID

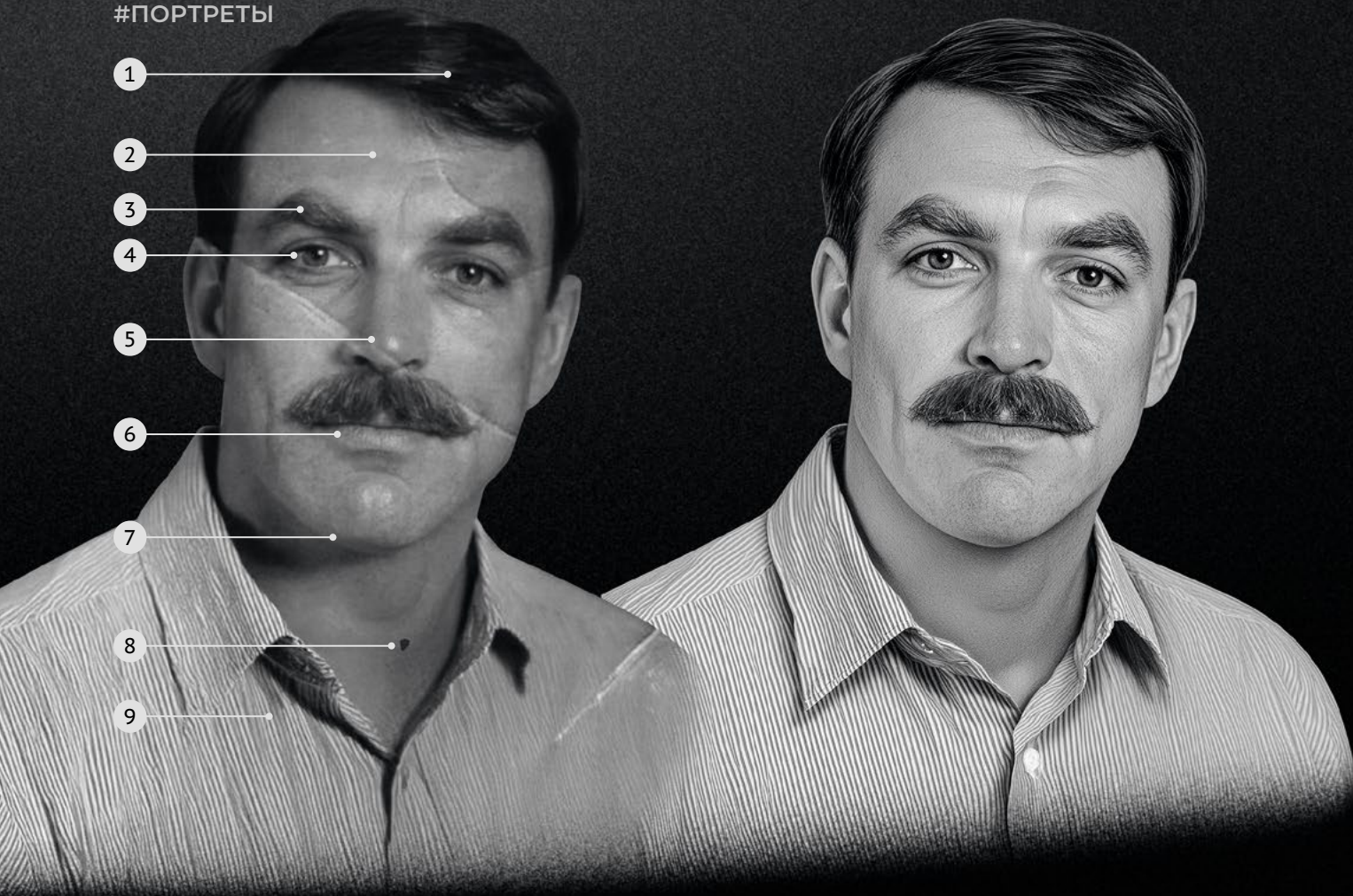
Компания KERAMID выполняет весь процесс создания ритуального портрета под ключ. После получения заказа специалисты компании ретушируют фотографию, разрабатывают макет и отправляют его на производство. Портрет на металлической основе будет готов в течение 3-4 дней, а на керамической — за 4-5 дней. Готовое изделие упаковывается и доставляется заказчику, независимо от региона. Портреты, выполненные методом горячей деколи, гарантированно сохраняют свои качества и яркость на протяжении многих десятилетий ■

KERAMID

Телефон:
+7 (960) 110-00-75



KERAMID.RU



Богдан Сорокин,
руководитель компании
Sorokin_retouch

Как правильно работать с портретом на памятнике

Работа с портретом на памятнике — это не просто технический процесс, а деликатная задача, требующая уважения к памяти усопшего. Она начинается с тщательной обработки фотографии и внимательного диалога с заказчиком. Только так можно обеспечить высокое качество готового портрета, укрепить доверие клиента и получить от него положительные рекомендации. В итоге вы получаете не просто заказ, а репутацию, построенную на уважении и безупречном качестве.

Как избежать лишних правок и получить идеальный портрет

Всё начинается с момента, когда фотография передается менеджеру — и именно здесь закладывается фундамент для качественного и памятного изображения. Этот этап требует не просто внимания, а деликатного и уважительного общения с клиентом. От того, насколько грамотно выстроена коммуникация, зависит не только скорость работы, но и качество конечного результата.

Часто можно услышать: «Не меняйте ничего, пусть всё будет, как на фото». Однако такая позиция, как правило, приводит к множеству правок и потере времени. Чтобы избежать этого, достаточно уделить несколько минут уточняющим вопросам заказчику — и результат превзойдет ожидания.



- ① **Причёска.** Стоит ли привести волосы в порядок? Может быть, убрать седину или исправить растрёпанность?
- ② **Кожа и лоб.** Есть ли морщины, покраснения, прыщи? Иногда лёгкие морщинки подчеркивают жизненный опыт и придают портрету глубину, поэтому важно выяснить, что именно желает видеть клиент.
- ③ **Брови.** Требуют ли они корректировки или аккуратного оформления?
- ④ **Глаза.** Особенно на женских портретах важно уточнить, стоит ли добавить выразительности взгляду или лёгкий макияж, например, подчеркнуть ресницы.
- ⑤ **Нос.** На некачественных фото часто не видно границу кончика носа, лучше его обозначить.
- ⑥ **Губы.** Часто клиенты просят добавить улыбку, чтобы передать тепло и доброжелательность. Здесь важно понять, какой именно эмоциональный посыл предпочитает заказчик: лёгкую улыбку или сдержанный, спокойный образ.
- ⑦ **Подбородок.** Иногда клиенты хотят сделать лицо более гармоничным, немного скорректировав форму подбородка или смягчив черты. Важно заранее обсудить эти пожелания, чтобы сохранить естественность портрета и добиться желаемого эффекта.
- ⑧ **Родинки и артефакты.** Световые блики или дефекты могут выглядеть как родинки, но на самом деле быть техническими ошибками. Важно точно определить, что именно на фото — чтобы не испортить изображение.
- ⑨ **Одежда.** Цвет, фасон, материал и даже аксессуары — всё это требует внимания. Точная передача деталей одежды сделает портрет по-настоящему персональным и живым.



Внимательность и тщательная работа на этом этапе — залог минимального количества правок и максимально точного соответствия ожиданиям клиента. И, как результат, — качественный портрет, который сохранит память и трогательные эмоции на долгие годы.

Искусство слышать — путь к идеальному портрету

Работа с правками начинается с внимательного восприятия пожеланий заказчика. Важно помнить, что взаимодействие — это не только технический процесс, но и психологический контакт. После внесения корректировок обязательно скажите: «С вашими рекомендациями портрет стал заметно лучше». Эта простая фраза помогает клиенту почувствовать свою значимость и укрепляет доверие.

Время новых технологий в портретной обработке

Для создания качественных портретов на памятниках важно использовать свежие программные решения. Версия Photoshop 26.1 предлагает удобные функции, которые ускоряют и облегчают работу. Кроме того, нейросети — отличное подспорье, доступное как бесплатно, так и платно. Не бойтесь внедрять инновации — адаптация к технологиям открывает новые горизонты в работе.

Цвет — маленькая деталь с большим значением

При работе с ретушёрами обязательно уточняйте настройки цветового режима. Это небольшая, но очень важная деталь, которая напрямую влияет на качество готового изображения, особенно при нанесении портрета на камень. Если цветовой режим выбран неправильно, на портрете могут появиться искажения, например, белые пятна или слишком резкий контраст.



Внимание — лучший инструмент

Для заказчика портрет на памятнике — это личная история, связанная с болью, памятью и уважением. Для исполнителя — возможность проявить не только профессионализм, но и человечность. Внимательное отношение к деталям и чёткое выполнение задачи помогают выстроить доверие, которое перерастает в рекомендации и повторные обращения. Именно так формируется настоящая лояльность ■



Память в пространстве формы

Обзор актуальных тенденций мемориального дизайна

Мемориальный дизайн давно вышел за рамки простого ремесла, связанного с изготовлением надгробий. Сегодня это самостоятельное направление, в котором соединяются культура, история и эмоциональная выразительность. Как отмечает эксперт по мемориальному дизайну Ульяна Орёл, именно персонализация и внимание к деталям превращают мемориал в настоящий молчаливый рассказ о человеке. Каждая мелочь здесь имеет значение: изгиб линии, фактура поверхности, глубина гравировки, выбор шрифта и оттенка камня. Все эти элементы служат выразительными средствами, формируя цельную историю, тихую, но наполненную смыслом.



Ульяна Орёл,
мемориальный и графический
дизайнер, дизайнер-декоратор.
Спикер международных отрас-
левых выставок. Автор первой
коллекции мемориальных
памятников в России.
В отрасли более 18 лет.

Всё больше заказчиков стремятся к тому, чтобы памятник не просто обозначал место захоронения, а отражал личность и путь человека. Это требует новых решений — сочетания традиций, современных технологий и художественного видения.

Так рождается новая философия: мемориал становится не объектом, а пространством для памяти и размышлений, где каждая деталь наполнена смыслом.

История, высеченная в камне

Персонализация — одна из главных особенностей современного мемориального дизайна. Сегодня памятник всё чаще пре-

вращается в рассказ о человеке — о его пути, убеждениях, привязанностях и том, что придавало его жизни смысл. Уникальные изображения, символы, надписи и пластика форм делают композицию по-настоящему индивидуальной, эмоционально наполненной и живой.

Создание такого мемориала требует не просто подбора формы или материала. Важно выстроить целостную концепцию, где каждая линия, пропорция и деталь несут смысловую нагрузку. Только тогда памятник перестаёт быть знаком утраты и становится воплощением человеческой истории — личной, трогательной и подлинной.





Сила простоты: минимализм без компромиссов

Современный мемориальный дизайн всё чаще обращается к минимализму.

Этот стиль отказывается от избыточного декора в пользу чистоты и ясности. Прямые линии, выверенные пропорции и лаконичные формы позволяют сосредоточиться на главном — на смысле и эмоции. В чём сила минимализма?

- **Простота восприятия:** ничто не отвлекает взгляд, всё подчинено идее.
- **Глубина содержания:** внимание переносится на символику и эмоциональное воздействие.
- **Универсальность:** лаконичные формы гармонично вписываются в любой ландшафт.

Такой памятник не перегружен — он даёт пространство для размышлений и внутреннего диалога. Здесь простота становится источником выразительности.

Линии смысла

Типографика в мемориальном дизайне — это не просто технический элемент, а выразительный инструмент, способный придать памятнику характер и голос. Шрифт не только обозначает имя, но и передаёт настроение, внутренний ритм и эмоциональную атмосферу композиции.

В минималистичных решениях особое значение приобретают точность и ясность формы. Строгие, геометрические начертания подчеркивают архитектурность и силу, а мягкие, округлые линии — теплоту, человечность и лёгкую поэтичность.

Когда форма и шрифт звучат в унисон, рождается единый визуальный язык, где каждое слово словно дышит вместе с композицией. Такой памятник не просто гармоничен — он становится откровением, в котором визуальная тишина говорит о самом главном.



Молчаливые символы

Современные дизайнеры всё чаще отказываются от случайного украшения. Каждый элемент декора теперь несёт функцию и идею.

Основные принципы таковы:

- декоративные акценты усиливают концепцию памятника и его эмоциональное воздействие;
- материалы и фактуры подбираются в гармонии друг с другом;
- цветовая палитра остаётся сдержанной—преобладают нейтральные, природные тона;
- пропорции строго выверены — крупные детали создают акцент, мелкие—баланс и ритм.

Такой подход создаёт изящное равновесие между простотой и выразительностью, где нет ничего лишнего.

Материалы будущего

Новые технологии открывают перед мемориальным дизайном широкие возможности.

Нержавеющая сталь придаёт памятникам современный вид: она долговечна, устойчива к коррозии и подчёркивает чистоту линий. В сочетании со стеклом или камнем она позволяет создавать лёгкие, почти архитектурные композиции.

Сталь кортен с естественной ржавой патиной, напротив, дарит теплоту и органичность. Её оттенки гармонируют с природным окружением, создавая ощущение живого, естественного материала.

Формы, подсказанные самой природой—очертания листьев, изгибы ветвей, силуэты птиц и животных—придают памятникам особую мягкость и символическую глубину. В них чувствуется дыхание жизни, а не только отпечаток утраты. Часто в композицию вплетаются личные мотивы: семейные знаки, отражение увлечений, характерных черт человека. Благодаря этому каждый мемориал становится по-своему неповторимым—искренним, живым и наполненным смыслом.

Гармония смысла, формы и эмоции

Современный мемориальный дизайн—это искусство говорить о человеке без слов. Каждая линия, шрифт, материал или оттенок становятся частью единого визуального высказывания.

Использование инновационных технологий помогает создавать памятники, которые остаются актуальными и долговечными, сохраняя при этом душевную теплоту.

Такое пространство памяти объединяет прошлое и настоящее, превращая простоту в глубину, а эстетику—в выражение уважения и светлой памяти ■

Подробнее о современных подходах в мемориальном дизайне можно узнать на моём канале:
[@memory_lab](https://www.instagram.com/memory_lab)





ФОТОПОЛИМЕРНАЯ ПЕЧАТЬ НА КАМНЕ С ДОСТАВКОЙ ПО ВСЕЙ РОССИИ

Уникальная технология, проверенная временем



10 ЛЕТ

гарантия на печать
по договору



@GMSUVOROVRU

**СОБСТВЕННОЕ
ПРОИЗВОДСТВО**

10 фрезерных станков

**СВОЁ ТОКАРНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО**

вазы, шары, балясины

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ
ДИЗАЙН И ПОДХОД**

к каждому проекту

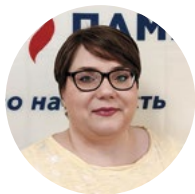
**ДОСТАВКА
ПО РОССИИ**

точно в срок

**МЫ РАСШИРЯЕМ ПРИСУТСТВИЕ —
станьте нашим партнёром в своём регионе**

Звоните прямо сейчас:

+7-921-318-48-25



Олеся Шаблинская,
дизайнер компании «Гранит
Памяти». Более 18 лет
в графическом и веб-дизайне



Шрифтовые метафоры

Как выбрать гарнитуру, которая расскажет историю человека

В работе с памятниками мы часто сталкиваемся с различными решениями: памятники без портретов, без эпитафий, без религиозных символов или декоративных элементов. Но встречались ли вам памятники без букв? Даже на самых лаконичных обязательно присутствует текст — имя, дата, посвящение. А текст — это всегда шрифт. Как работать с этим инструментом, чтобы избежать типичных ошибок в выборе шрифта, и как научиться с помощью типографики создавать действительно значимые мемориалы, расскажу в этой статье.

Проблема выбора шрифта

Шрифт в памятнике — это не просто инструмент передачи информации. Это мощный эмоциональный код, способный рассказать историю человека, передать его характер, профессию, а иногда — даже его улыбку или строгость. Грамотно подобранный и оформленный шрифт может превратить стандартную плиту из гранита в трогательный портрет души.

Сегодня выбор шрифта на памятнике чаще сводится к набору каталожных вариантов, зачастую без учёта стиля самого монумента. И если в бюджетных проектах использование графических шаблонов можно как-то оправдать стремлением менеджера поскорее предложить клиенту оптимальный вариант, в дорогих заказах шаблоны обесценивают эксклюзивность. Клиенту хочется индивидуальности, но ему сложно представить, как шрифт будет смотреться через десятилетия, а готовые шаблоны и отсутствие экспертной помощи в создании графической состав-

ляющей превращает надпись в простую формальность. При этом общество в целом становится визуально грамотнее: люди ценят детали в дизайне гаджетов, упаковки, интерьеров и рано или поздно обратят внимание на качество надписей на памятниках.

Что делать?

- **По возможности не перекладывайте выбор на клиента.** Объясните, как шрифт сочетается с формой камня или характером: строгая антиква универсальна, а гротеск подчеркнёт минимализм и мужественность.
- **Покажите варианты.** Даже два макета с разной типографикой помогут заказчику увидеть разницу.
- **Используйте визуализацию.** 3D-модели памятников с надписями или графические примеры сэкономят время и повысят доверие.

Демонстрация 3D-визуализации клиенту с готовой типографикой, на примере реального заказа. Метрические данные изменены.



Памятник — не временная конструкция. Его эстетика должна оставаться актуальной десятилетиями. Иногда для преображения достаточно сместить расположение текста или добавить контраст в размеры букв — это не увеличит стоимость, но оживит саму композицию мемориала. Да, последнее слово в выборе шрифта — за клиентом. Но не у всех людей есть развитое пространственное мышление и воображение, не каждый может представить, как будет выглядеть памятник в конечном итоге, поэтому на этапе выбора шрифта клиенту нужна наша помощь.

Между шаблоном и индивидуальностью

Современные мемориальные компании по-разному подходят к работе с типографикой. Одни годами используют проверенный набор из 3-5 шрифтов и чётко следуют определённому шаблону. Как правило, их текст выравнивается по центру, а высота букв строго фиксирована. Другие предлагают более широкий выбор шрифтов, так же используют шаблоны или текстовые заготовки, а размер шрифта подбирается по принципу «чтобы поместилось».

Даже компании, работающие в премиальном сегменте, тоже прибегают к шаблонам при оформлении памятников. С точки зрения техпроцесса, шаблоны увеличивают скорость выполнения заказа. От сотрудника, вносящего ФИО и даты, требуется лишь

знание программы, а не знание типографики и развитое визуальное восприятие. Однако именно в высокобюджетных проектах, где клиент ожидает эксклюзивности, шаблонный подход сводит на нет все преимущества индивидуального дизайна.

Возьмём классический пример — шрифт Times New Roman с центральной выключкой (выключка — расположение текста относительно полей). Это надёжное, проверенное решение для традиционных композиций. Но когда этот шрифт применяется к минималистичным памятникам — особенно к тем, чья геометрия сама по себе предлагает асимметричное решение, где более органично выравнивание текста слева, — возникает диссонанс. Дело не в том, что антиква (вид шрифтов с засечками) не может сочетаться с минимализмом. Проблема в бездумном переносе шаблонов без учёта специфики конкретной композиции.

Как профессионалы, постоянно работающие с мемориальными объектами, мы интуитивно распознаём эти паттерны: стандартные размеры шрифтов, привычные отступы, типичные сочетания гарнитур. На простой прямоугольной стеле размером 100×60 см такие решения более-менее практичны. Но крупногабаритные комплексы, высокие и асимметричные стелы требуют более глубокой проработки и продуманного визуального баланса.

Шрифты и их классификация

Если шрифт — это голос, то типографика определяет, как этот голос звучит: громко или тихо, строго или нежно, официально или доверительно. Это целая наука о том, как оформить текст так, чтобы он не только передавал информацию, но и создавал нужное эмоциональное и визуальное впечатление. Опытные дизайнеры интуитивно чувствуют правильный шрифт, как музыканты слышат правильное звучание инструмента. Но и им иногда нужен камертон, а менеджеру, работающему с клиентами, — базовое понимание шрифтов.

Для начала достаточно освоить несколько основных групп шрифтов, которые пригодятся в работе.

Антиквы — это шрифты с засечками, которые мы видим в книгах, газетах и на многих памятниках. Они несут в себе ощущение традиции, надёжности, уважения к истории. Антиквы делятся на антикву старого стиля, переходную, нового стиля, гуманистическую, а также другие виды, в основном относящиеся к определённым историческим эпохам или странам происхождения.

Гротески — современные шрифты без засечек. Они говорят языком минимализма, чистоты и современности. Гротески не отвлекают внимания от содержания, они нейтральны, но при этом очень выразительны в своей простоте. Гротески тоже разделяют на виды: старые, геометрические, новые и гуманистические.

Брусковые шрифты — их ещё называют рублеными. У них массивные засечки, малый контраст между основными и соединительными линиями. Они сочетают в себе надёжность антиквы и лаконичность гротесков. Иногда их называют брусковой антиквой или египетским шрифтом.

Ленточная антиква — сочетает в себе пропорции антиквы, контрастность штрихов, но в ней отсутствуют засечки. В некоторых источниках можно встретить такую классификацию, как «антиква-гротеск», за которой как раз может скрываться ленточная антиква.

Акцидентные шрифты — это особый мир. Декоративные, тематические, эмоциональные — они созданы для того, чтобы передавать конкретные настроения и характеры. Но с ними нужно быть осторожным: их сила может стать их слабостью, если использовать без меры. В одних источниках акцидентные шрифты приравнивают к декоративным, в других — выделяют как отдельный вид.



Антиквы



Гротески



Брусковые



Акцидентные

Шрифт может быть одновременно и антиквой и акцидентным, гротеском и акцидентным. У шрифта может быть разная насыщенность — от тонкого до жирного, разное начертание — он может быть прямым, наклонным или курсивом. Может варьироваться ширина букв. Узкие шрифты могут входить в состав большой гарнитуры (семейства) или представлять собой самостоятельную гарнитуру. Шрифты разной ширины — лучшие помощники, когда у вас в работе метрические данные с очень длинными или очень короткими ФИО.

Язык форм

Откуда начинается наше «чувство шрифта»? В графическом дизайне есть язык, который работает лучше всех правил — язык форм. Формы никогда не бывают нейтральными. Они — метафоры, которые наш мозг расшифровывает мгновенно, ещё до того, как мы успеваем прочитать текст. Это визуальная поэзия, где круг становится символом вечности, треугольник — стремлением ввысь, вертикальные линии — воплощением дисциплины, а органическая волна — дыханием жизни. И эти метафоры работают на подсознательном уровне.

Некоторые ассоциации с формами заложены в нас на уровне архетипов. Они работают независимо от культуры, образования или возраста.

Разный характер шрифта и работа с комбинациями камня меняет настроение и принадлежность



Круг и овал — это язык целостности. Замкнутый контур без начала и конца говорит о вечности, гармонии, защите. Но круг редко бывает идеальным в природе, поэтому в дизайне слегка деформированные овалы создают ощущение живого, а не машинописного текста. Часто округлость и плавность ассоциируют с женским началом.

Квадрат и прямоугольник — голос стабильности. Прямые углы, чёткие грани — это язык порядка, доверия, основательности. Но опасность в том, что идеальные прямые углы могут восприниматься как холодные, бездушные. Когда хочется добавить теплоты, скругляют углы — это сохраняет стабильность, но добавляет человечности. Угловатые, резкие формы шрифтов ассоциируются с дерзостью, мужественностью и часто используются для создания текстов для «мужских» мемориалов.

Треугольник — это динамика и направленность. Вершина, устремлённая вверх, говорит о росте, амбициях, духовности, а широкое устойчивое основание — о надёжности.

Органические формы — язык природы и эмоций. Плавные волны, неровные контуры, асимметрия — всё это напоминает нам о живом мире: листьях, облаках, человеческих телах. Такие формы вызывают доверие, тепло, естественность.

Всё это не означает, что для мужчин мы берём только шрифты-гротески, а для женщин только воздушную и плавную каллиграфию или курсив. Типографика сложнее. Да, гротески, особенно в жирном начертании могут быть прямыми, чёткими, стабильными, как квадраты и прямоугольники. Каллиграфические шрифты могут быть острыми и ритмичными, а могут быть плавными и округлыми. Всё зависит от того, какой способ нанесения имитирует шрифт, и какую идею в него вкладывал создатель.

Как найти правильный шрифт?

Помните о том, что шрифты можно сочетать, но в одном памятнике лучше использовать максимум три, а лучше остановиться на двух шрифтах. Использование шрифтовых пар — это отличный инструмент для создания хорошей текстовой композиции.

Тут многое зависит от той задачи, которую вы решаете. Если ваша цель — создать контраст, используйте шрифты, противоположные друг другу, например, гротеск и каллиграфию, антикву и каллиграфию. Если нужно выделить фамилию или отделить звание от ФИО, работайте более тонко — например, можно использовать

Посмотрите, как сочитаются разные шрифты, а композиция показывает простой памятник по-новому



для ФИО антикву, а в пару подобрать аккуратный геометрический гротеск.

Шрифты из одной классификации могут очень отличаться. Научитесь видеть разницу в анатомии буквы. Обращайте внимание на форму засечек и их соединение с основным штрихом, как выглядят ось и форма овалов, прямая ось штриха или под наклоном. Вглядитесь в буквы «е», «а», «с» и посмотрите, насколько открыта апертюра (внутреннее пространство букв). Она расскажет не только о степени открытости шрифта, но и может стать подсказкой в раскрытии характера человека. Смотрите на ритм шрифта, его плотность и высоту. Задайте себе вопрос «Какой этот шрифт?», «Какие ассоциации он вызывает?»

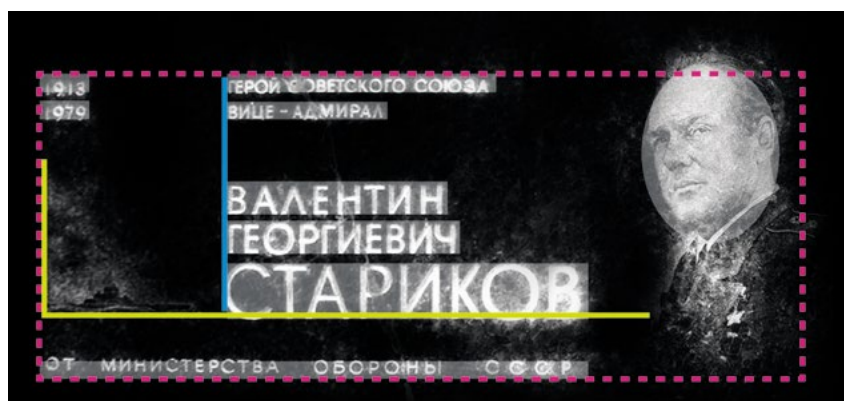
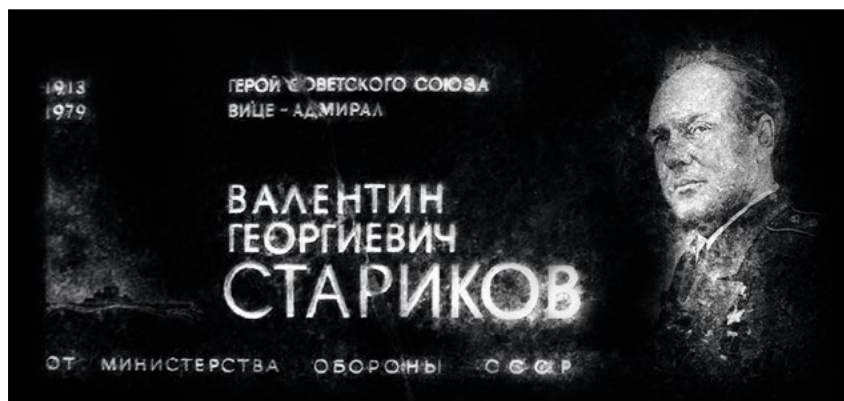
Начните с тех шрифтов, которые уже активно используете в работе, и попробуйте назвать прилагательные, которыми бы их охарактеризовали. Такой метод поможет создать нужные ассоциации и правильно подобрать шрифт к конкретному заказу.

Поупражняйтесь ещё: возьмите за основу описание характера человека, о котором вам рассказывал клиент, — например,

«строгий», «прямолинейный», «бескомпромиссный» попробуйте подобрать шрифт к этим характеристикам. Нужно время и много практики, но не бойтесь экспериментировать! Ставьте перед собой задачи на визуализацию нужных ассоциаций и эмоций и пробуйте их решить.

По опыту могу сказать, дизайн мемориальной стелы имеет много общего с графическим дизайном. Но есть очень важный аспект, отличающий эти два направления, и связан он с опытом клиента. Как к графическому дизайнеру ко мне приходят за новыми идеями, а к мемориальщику клиент приходит с утратой, и наша задача помочь ему сохранить светлые воспоминания о человеке. Здесь каждая линия несёт смысл, каждая форма дышит эмоцией, а шрифт становится голосом, который будет говорить с людьми долгие годы. И задача дизайнера — подобрать шрифт, который станет ключом к пониманию замысла монумента. Я рекомендую делать выбор, основываясь на живом диалоге с заказчиком и его живой памятью о человеке. Помните: самые сильные работы рождаются из глубокого диалога.

Отличный пример того, как работают базовые линии и выстраивается композиция



Шрифт и композиция

Чтобы памятник «заговорил», недостаточно выбрать шрифт. В дизайне каждая деталь играет свою роль, поэтому важно не забывать и о композиции в целом, и о шрифтовой композиции в частности. При работе с дизайном мемориала используются различные композиционные закономерности, и все они работают по принципу от общего к частному. Во главе угла — композиция всего мемориала, в том числе участка, потом — стела и текст. Особенно важно уделить внимание шрифтовой композиции, когда кроме ФИО и дат на стеле (или нескольких поверхностях), планируются регалии, эпитафия и др. Итак, на что нужно обращать внимание при работе с шрифтовой композицией.

Определите поля макета

Свободное пространство — полноценный элемент композиции. Оно структурирует текст, фокусирует внимание на ключевых деталях и повышает читаемость. Не допускайте, чтобы текст упирался в края камня, даже если у покойного длинная фамилия. Если фамилия не помещается, уменьшите размер шрифта или используйте узкие шрифты. Если планируются буквы фиксированного раз

Частые ошибки при работе со шрифтами

Пересечение элементов

Обращайте внимание на выносные элементы шрифта, особенно когда используете каллиграфические шрифты. Учитывайте при выборе шрифта длину ФИО, просматривайте итоговый макет. Может произойти пересечение выносных элементов и наложение их друг на друга. Используйте дополнительные версии букв (глифов), которые есть во всех графических программах, чтобы избежать наложений, пересечений и других нестыковок в макете. Например, буква «д» в рамках одного шрифта может отличаться хвостиками — направленными вверх или вниз.

Шрифт не по назначению

Встречается написание букв всей фамилии шрифтом, который вовсе для этого не предназначен. К примеру, не стоит использовать с этой целью шрифт «италик» или каллиграфические шрифты.

Сильное искажений шрифта

Искажать шрифт нельзя. Сжимая или, наоборот, растягивая шрифт, вы нарушаете его пропорции, а значит, визуальную гармонию всего текста. Если у клиента слишком длинные ФИО, используйте специальные узкие шрифты.

Игнорирование типографики русского языка

Двойные пробелы, пробелы перед и после запятой, дефис вместо длинного или короткого тире, использование кавычек «лапок» вместо «ёлочек» встречаются с завидным постоянством. Особенно бросаются в глаза такие дизайнерские промахи на памятных табличках, стелах с регалиями и эпитафиями.

мера (например, из бронзы), рассчитывайте ширину стелы исходя из общего размера букв.

Определитесь с иерархией

Спросите клиента, какая надпись будет главной (в классическом варианте это фамилия), будут ли на стеле подробные даты смерти или только годы, нужно ли указать на памятнике регалии, должность, награды, звание или позывной. Определитесь с последовательностью надписей, в каком порядке будут располагаться фамилия и имя с отчеством. Учитывайте не только пожелания клиента, но и длину данных и их расположения относительно формы памятника.

Расставьте акценты

На памятнике один компонент всегда будет главнее другого. Если на стеле есть портрет, скорее всего именно он будет привлекать больше внимания как самый крупный или самый яркий объект. В таком случае шрифт будет не таким «громким» и нужно выбирать более спокойную гарнитуру.

Работайте с выравниванием

Ориентируясь на другие элементы стелы, определите, какая выключка будет оптимальной для текста — слева, справа или по центру. Используйте базовые линии (невидимые направляющие) — они помогут выровнять текст и направить взгляд смотрящего на нужные детали.

Способ нанесения

Заранее уточните у специалистов, которые будут наносить текст на камень, технические параметры выбранного клиентом способа нанесения — эти параметры вам придётся соблюдать.

В эпоху цифровых технологий легко забыть о главном: камень — не экран. Здесь нет кнопки «отменить». Каждая выгравированная буква становится клятвой вечности. Поэтому завтра, знакомясь с клиентом, не спешите сразу предлагать шрифт из каталога. Спросите клиента: «Каким был ваш близкий человек?» Запишите три прилагательных и попробуйте с помощью них подобрать шрифт. Станьте специалистом, превращающим живые воспоминания в язык вечного камня. Не для галочки. А для того, чтобы, когда через десять лет человек пришёл навестить могилу, он увидел не «грамотно оформленный памятник», а вспомнил отца, чьё имя наконец-то заговорило его голосом. И в этом наша профессия — превращать бесконечные списки шрифтов в вечную память ■

Рекомендованная литература

Откуда берутся буквы

Анна Любимова



Эта книга идеально подойдет новичкам и подросткам, которые мечтают о дизайне, — всё объясняется просто и без заумных терминов. Читается на одном дыхании, а короткие главы с заданиями делают обучение увлекательным. Вы научитесь видеть красоту в обычных буквах. Очень рекомендую тем, кто хочет понять мир дизайна без скучных лекций.

Живая типографика

Александра Королькова



Идеально подходит для начинающих. Книга просто и понятно объясняет базовые принципы и практические правила русскоязычной типографики без излишней теории. Это живое руководство, написанное доступным языком для тех, кто только открывает для себя мир шрифтов. Книгу больше не издают, но автор предоставил её для свободного скачивания в PDF на своем сайте nicetype.ru

Искусство типографики. Визуализация: тренды

Екатерина Лаврентьева



Книга для опытных дизайнеров, которые хотят углубиться в типографику. Здесь нет базовых правил, только анализ конкретных работ и их эволюции в XX-XXI веках. Вы увидите, как шрифты становятся инструментом эмоционального воздействия. Книга покажет скрытые смыслы в знакомых решениях. Отличный источник вдохновения для тех, кто готов выйти за рамки стандартов.



«Отрасль на четвёрку, но потенциал на десятку»: взгляд изнутри на камнеобработку в России



Лев Зограбян,
председатель Союза
камнеобработчиков России



Сфера камнеобработки в России нечасто оказывается в центре внимания, но от этого её значение не становится меньше. Особенно сегодня, когда отрасль переживает трансформацию, подталкиваемую как внутренними вызовами, так и глобальными изменениями. Мы поговорили со Львом Зограбяном — председателем Союза камнеобработчиков России о состоянии рынка, цифровизации, перспективах экспорта и том, как не терять иронии даже в самых серьёзных вопросах.

Как вы оцениваете текущее состояние камнеобрабатывающей отрасли в России?

— Хочется думать, что мы в числе мировых лидеров. Но если честно — где-то на 4–5 баллов из 10. Как говорит мой сын: «Котлеты были 8 из 10» — вот у нас пока не те котлеты. Мы не входим в мировое сравнение не потому, что слабы, а потому что изолированы: рынок закрыт, внутренний ассортимент камня ограничен собственными карьерами. Это объективные вещи.

Какие тренды сейчас формируют развитие отрасли? Что из нового наиболее перспективно?

— Всё переходит в онлайн. Как раз недавно мы с коллегами обсуждали эту тему. И производство, и продажи, и сервис — всё будет в интернете. Вопрос лишь во времени и желании перестроиться.

Роль цифровизации и автоматизации в современной камнеобрабатывающей отрасли. Насколько предприятия отрасли готовы к внедрению таких технологий?

— Цифровые технологии внедряют единицы. Остальные живут в иллюзии, что ничего не поменялось, и просто терпят спад. Компаний, где цифровизация работает всерьёз, можно пересчитать по пальцам.

С какими основными вызовами сейчас сталкиваются российские камнеобработчики и какие факторы тормозят развитие отрасли?

— На фоне проблем с поставками импортного камня я вижу точку роста. Но большинство жалуется — на отсутствие заказов, на высокие ставки по кредитам. Хотя тут многое зависит от подхода. Я всегда вспоминаю историю про француза, который приуспел во время Великой депрессии в США.

В начале Великой депрессии один француз переехал в США и открыл своё дело — винный магазинчик. Мало-помалу он развивал предприятие, пока не оказался владельцем большой империи. На одном из интервью ему задали вопрос:

— Простите, как вы могли развить свой бизнес во время Великой депрессии? Это же кризисная ситуация!

— Вы знаете, — ответил француз, — я открыл свой магазин и начал торговать. Читать я ещё не умел, поэтому ничего не знал про ситуацию в экономике. Люди у меня мало покупали, и я начал искать причины данной ситуации.

Их могло быть несколько:

- у людей нет денег;
- они не хотят пить вино;
- я плохо продаю.

Поскольку первые две причины я сразу отнёс, то решил работать над собой и своим умением продавать. И как-то пошло.

Какие меры поддержки со стороны государства и отраслевых организаций могли бы значительно улучшить ситуацию и стимулировать рост?

— Иногда смешно слышать: «Где поддержка?» Она есть. Просто ей нужно уметь пользоваться. Мы, например, получали субсидии и во время пандемии, и на покупку оборудования. А большинство говорят: «Ой, там документы... долго... не разберёмся». Ну вот и не разбираются.

Какие экспортные перспективы у российской камнеобработки? Какие зарубежные рынки наиболее перспективны для российских компаний?

— Самый перспективный рынок — внутренний. Мы его даже не можем обеспечить полностью. Китайские производители это

поняли давно — работают на внутренний спрос, и у них на этом строится рост. Нам тоже пора перестать мечтать об экспорте и научиться качественно работать здесь. Хотя отдельные поставки за рубеж бывают — и это уже хорошо.

Что, на ваш взгляд, необходимо улучшить в подготовке кадров для отрасли? Какие компетенции и навыки сегодня наиболее востребованы?

— Вопрос важный и частый. На мой взгляд, начинать нужно с себя. Когда у человека есть понимание, зачем он этим занимается, нужные кадры подтягиваются. Наша отрасль уникальна именно своими сложностями. Если бы стать камнеобработчиком было так же просто, как сварщиком, мы бы обсуждали не дефицит кадров, а перенасыщение рынка. А что востребовано? Желание работать. И это — самое сложное. Особенно если речь о наёмных сотрудниках.

Как Союз камнеобработчиков России поддерживает инновации и развитие стартапов в камнеобрабатывающей сфере?

— Стартапы и инновации — это, наверное, в Сколково. У нас всё проще: сначала бы разобраться, кто мы такие и чего хотим. Вот тогда и появятся точки роста.

Какие крупные проекты или инициативы Союз планирует реализовать в ближайшие 3–5 лет для повышения конкурентоспособности отрасли?

— Наш главный проект — это сам Союз камнеобработчиков России. Через три года, я надеюсь, все серьёзные игроки отрасли будут в одной команде. Мы открыты к диалогу, готовы помогать, делиться опытом и развиваться вместе. Возможно, вы читаете это уже после нашей третьей конференции в Сочи, которая прошла в ноябре. Загляните в отчёты в соцсетях, там есть над чем задуматься. Если говорить честно, сегодня отрасль — на твёрдую четвёрку с плюсом. Но потенциал у неё — на десятку. Всё, что мешает, часто находится не снаружи, а внутри: страх перемен, отсутствие желания пробовать новое, а порой и простая лень. Даже выйти на маркетплейс и начать продавать напрямую — для многих уже вызов. Что с этим делать? Учиться. Развивать себя. Адаптироваться. Без этого — никуда. Главное — делать своё дело с уважением, с улыбкой и с удовольствием. Тогда и результат будет совсем другим.

Вступайте в наш Союз Камнеобработчиков! ■



Развитие через диалог

Борис Якушин о вызовах и решениях мемориальной отрасли

Генеральный директор международной выставки «Некрополь» Борис Якушин в интервью нашему журналу рассказал о ключевых проблемах и перспективах мемориальной индустрии, а также поделился своим взглядом на её традиции и современные подходы.



Борис Якушин,
генеральный директор
выставки «Некрополь»

«В России похоронная сфера начала активно развиваться сравнительно недавно, — рассказывает Борис Якушин. — И в этом процессе выставка «Некрополь» сыграла ключевую роль. За 32 года своего существования она наглядно показала, что мемориальная отрасль динамично развивается во всём мире, особенно в Европе и Америке. Наша задача — помочь сформировать понимание того, как мемориальная культура отражает особенности нашей национальной традиции».

По словам Бориса Якушина, в Европе по внешнему виду склепа или захоронения легко определить, к какой конфессии принадлежал человек, тогда как в России это пока сделать сложно. Чтобы изменить ситуацию и повысить интерес к развитию мемориальной культуры, совместно с отраслевыми специалистами был создан конкурс дизайнеров «Сохраняя память». В его рамках были разра-

ботаны и установлены памятники на могилах известных актёров — Владимира Толоконникова, Нины Руслановой, Олега Казанчеева и Виктора Проскурина.

«Мы также активно развиваем взаимодействие со смежными направлениями. В прошлом году впервые провели конкурс поминальных обедов. Его цель — развивать культуру поминок и стимулировать развитие бизнеса в этой сфере», — говорит Якушин.

Профессии будущего

Особое внимание выставка уделяет развитию новых профессий.

«Уже более 10 лет мы работаем над продвижением профессий танатопрактика и церемониймейстера. Первые конкурсы были непростыми — люди не понимали, кто это и зачем нужен. Сегодня количество участников настолько велико, что приходится вводить ограничения», — делится эксперт.



Сложности организации

В 2025 году мы хотели разделить выставку на два события: знакомый формат должен был состояться в Москве, а в Санкт-Петербурге прошла бы мемориальная выставка. К сожалению, не все планы удалось воплотить в жизнь. Наша команда активно работает над тем, чтобы все экспоненты, которые решили приехать в столицу, остались довольны.

Гибкость и адаптация

«Рынки быстро меняются, и сложно предугадать, как будет развиваться выставка в следующем году, — поясняет Якушин. — В 2023 году мемориальные компании, особенно из Карелии, занимали крупные стенды. В 2024 году произошёл спад — компаниям стало сложнее позиционировать себя. Также появилось много компаний в сфере услуг, что повлияло на формат выставки».

Пространство для диалога

«Некрополь» — крупнейшая площадка для мемориальной сферы, где открыто обсуждаются проблемы и ищутся ре-

шения. На других каменных выставках часто организаторы выступают против того, чтобы в рамках их мероприятия озвучивались и прорабатывались вопросы мемориальной отрасли. Наша задача — создать такое пространство для обмена опытом и внедрения новых подходов», — говорит эксперт.

Инструменты роста

«Участие в «Некрополе» — это не просто демонстрация продукции. Это возможность получить готовые инструменты для работы и развития бизнеса, увидеть реальные кейсы и инновации из России и мира, а также стать частью профессионального сообщества, где идеи умножаются, а энергия заряжает участников», — подчёркивает он.

«Каждое мероприятие, конкурс или встреча — это не просто знания, это драйв, который двигает отрасль вперёд», — заключает генеральный директор выставки.

www.necropol-moscow.ru



11–12 декабря 2025**РЕАЛЬНАЯ ПРАКТИКА
БИЗНЕС-РАЗБОРЫ**

Подведём итоги 2025 года, сделаем прогноз на 2026-й.
Разберёшь бизнес, определишь цели, поставишь задачи.

2 днянасыщенные
информацией**12 спикеров**эксперты-практики
реальные кейсы**2 бизнес-разбора**среди участников
конференцииУльяна
ОрёлИлья
СатановИгорь
СосинАндрей
КапустинИрина
КоваленкоМаксим
ЮлдашевКсения
ТретьяковаСветлана
ЧепайкинаТатьяна
ЕфремоваДарья
ДегтяреваГалина
НемальцеваЛилия
Ахмедова

Станислав Покрышкин
проведёт два экспресс-разбора
Для участия в бизнес-разборе сделайте
отметку при покупке билета.

**Покупка записи
и билетов на сайте**
memorialforum.ru





МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

МЕМОРИАЛ КАМНЕОБРАБОТКА

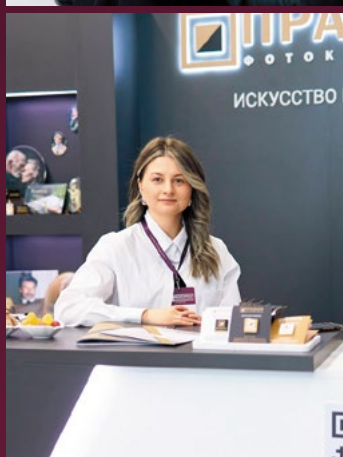
В Минске 25-27 февраля пройдет Международная специализированная выставка «Мемориал. Камнеобработка–2026», которая в новом году откроет серию значимых мероприятий для профессиональной среды мемориальщиков. Для участников подготовлено более 30 тематических семинаров, лекций и мастер-классов, посвящённых актуальным вопросам ритуальной, мемориальной индустрии, сферы камнеобработки.

Ожидается более 3000 заинтересованных гостей, готовых обменяться опытом и установить новые партнёрские связи. Программа выставки обещает стать ярким событием, наполненным интересными мероприятиями и полезными контактами.

Если хотите заранее окунуться в атмосферу предстоящих встреч, предлагаем ознакомиться с яркими моментами прошлого года, изучив фотоотчёт выставки «Мемориал. Камнеобработка–2025».

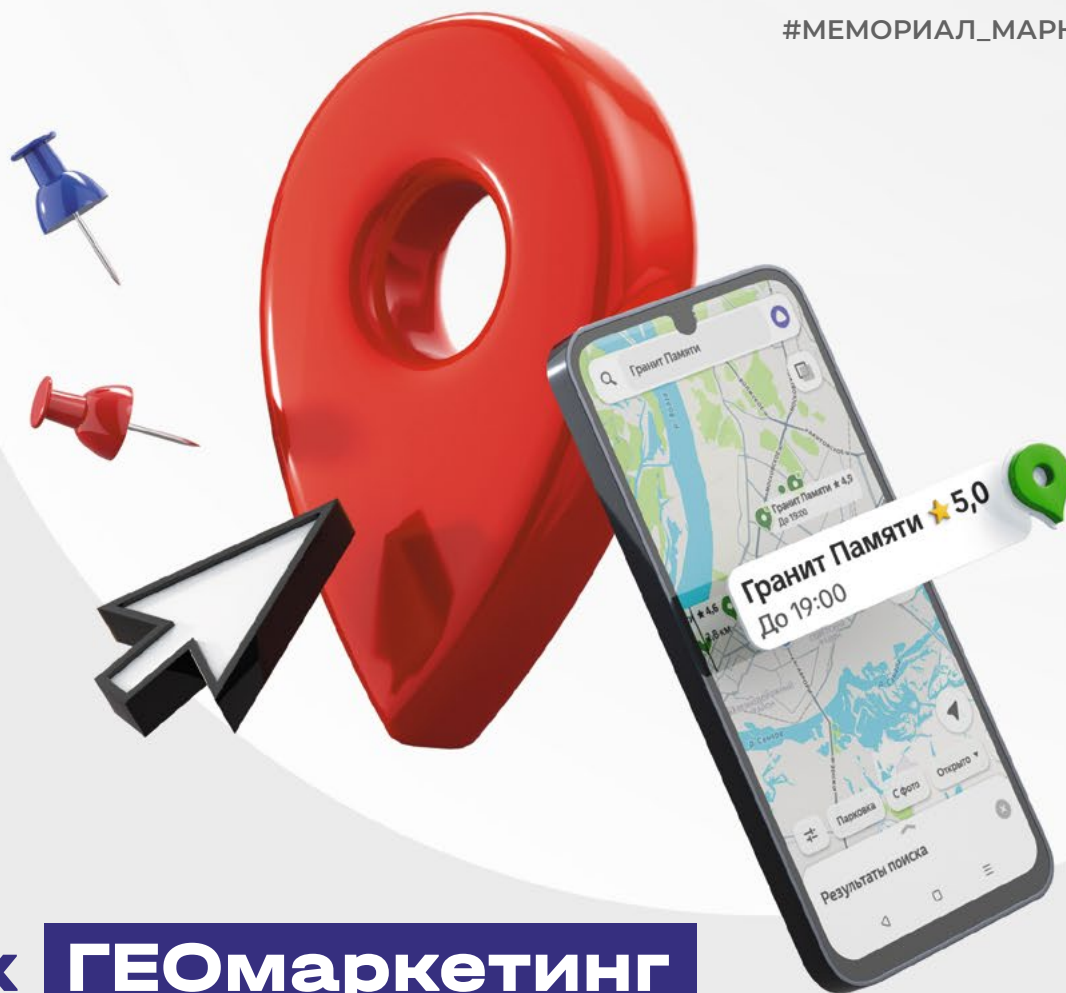
**Приглашаем в Беларусь
25-27 февраля 2026 года**

Минск, пр-т Победителей, 20 (Falcon Club)
Тел.: +375 (29) 625-71-25









Как **ГЕО**маркетинг работает в мемориальной отрасли

Геомаркетинг для мемориальных компаний — это не просто «отметка на карте», а системный инструмент роста. Грамотная настройка карточек, работа с отзывами и контентом позволяют снизить стоимость лидов в десять раз и укрепить репутацию. Начните с аудита текущего профиля в геосервисах — даже небольшие правки дают заметный прирост трафика.



Ирина Коваленко,
директор по маркетингу
маркетингового агент-
ства полного цикла
«Косатка Маркетинг»

Геосервисы в последние годы стали неотъемлемым инструментом для эффективной лидогенерации. Эти платформы трансформировались из стандартных навигаторов в мощные бизнес-инструменты, открывающие широкие возможности для компаний по привлечению клиентов. Особенно ярко этот тренд проявляется в мемориальном сегменте, где потребители уделяют выбору услуг особое внимание, стремясь найти оптимальное решение в своём регионе. Современные геосервисы позволяют бизнесу не только заявить о себе, но и выстроить доверительные отношения с аудиторией, выступая в роли важного связующего звена между компаниями и потребителями (рис2).

Геосервисы становятся ключевым инструментом для бизнеса, решая сразу

четыре важнейшие задачи: расширение узнаваемости компании и охвата аудитории, управление репутацией через рейтинги и отзывы, привлечение новых клиентов с сохранением лояльности существующих, а также предоставление альтернативной площадки при временной недоступности основного сайта.

На российском рынке сегодня выделяются три ведущие платформы:

- **Яндекс Карты** — самый популярный сервис с аудиторией в 38 млн. пользователей;
- **2GIS** — активно развивающаяся платформа, чья посещаемость за последний год увеличилась на 30%;
- **Google Maps** — хоть сервис и остаётся востребованным, продвижение через него в текущих условиях недоступно.

Эффективность геомаркетинга на практике

Рассмотрим результативность геомаркетинга на примере компании «Гранит Памяти». По итогам апреля 2024 года один из филиалов компании получил 44% заявок благодаря сервису Яндекс Бизнес при средней стоимости заявки всего 89 рублей. Для сравнения, продвижение через Директ обеспечило 31% заявок при стоимости 1446 рублей за каждую, а использование платформы Авито принесло 19% заявок с ценой 548 рублей за одну.

Источник	% всех заявок	Стоимость заявки
Яндекс Бизнес	44%	89 руб.
Яндекс Директ	31%	1446 руб.
Авито	19%	548 руб.

При этом ещё год назад ситуация выглядела иначе. Авито лидировал в эффективности благодаря доступным ставкам. Однако с ростом конкуренции стоимость размещений увеличилась, что снизило привлекательность площадки. Напротив, Яндекс Карты начали демонстрировать лучшие результаты, что стало возможным благодаря органическому охвату и совершенствованию алгоритмов рекомендаций. Таким образом, оптимизация рекламного бюджета и использование возможностей геосервисов позволили компании добиться выдающихся результатов с минимальными затратами.

Геомаркетинг продолжает быть мощным драйвером успеха для бизнеса, способствуя не только продвижению, но и формированию доверительных отношений с аудиторией.

Настройки в кабинете Яндекс Бизнес играют ключевую роль в эффективности продвижения.

Правильное оформление карточки — это основа успешной работы с аудиторией

Одно из важнейших правил: каждому филиалу соответствует отдельная карточка (рис.3). Это позволяет максимально точно указать график работы, местоположение и контакты, что обеспечивает удобство для пользователей.

Для компаний с несколькими филиалами есть возможность объединить профили в одну сеть, что значительно упрощает процесс поиска и выбора нужного отделения для клиентов. Такой подход помогает не только повысить прозрачность информации, но и укрепить доверие к бренду, делая его взаимодействие с клиентами более структурирован-

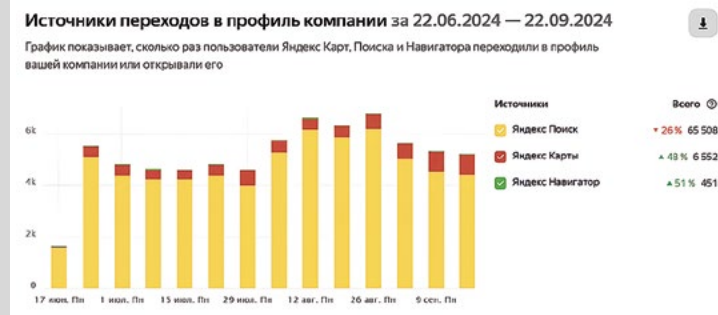


рис.2

ным и удобным. Правильно настроенные карточки становятся не только инструментом представления компании, но и важным элементом конкурентного преимущества.

Создание фейковых филиалов — риск, который не оправдывает себя. Некоторые компании, стремясь заявить о присутствии в разных регионах и районах, открывают несуществующие филиалы. Однако такой подход может обернуться серьёзными проблемами. Яндекс Карты активно борются с подобными действиями, что может привести к санкциям, утрате доверия со стороны клиентов и осложнениям в работе с платформой. Именно поэтому рекомендуется избегать таких практик, чтобы сохранить стабильность и репутацию компании.

Ещё один ключевой аспект работы с Яндекс Бизнес — корректное указание вида деятельности. Этот параметр напрямую влияет на видимость вашей карточки в поиске, так как помогает алгоритмам сервиса понять, чем занимается ваша компания. Пустые поля означают упущенные возможности для органического трафика.

Какие данные необходимо заполнить?

- **Основная категория:** определите общий вид деятельности. В рамках мемориальной ниши это может быть, например, «Гранитные мастерские» (рис.4).
- **Вторичные категории:** укажите основные направления работы. Это могут быть «Изготовление памятников и надгробий» или «Изделия из камня».

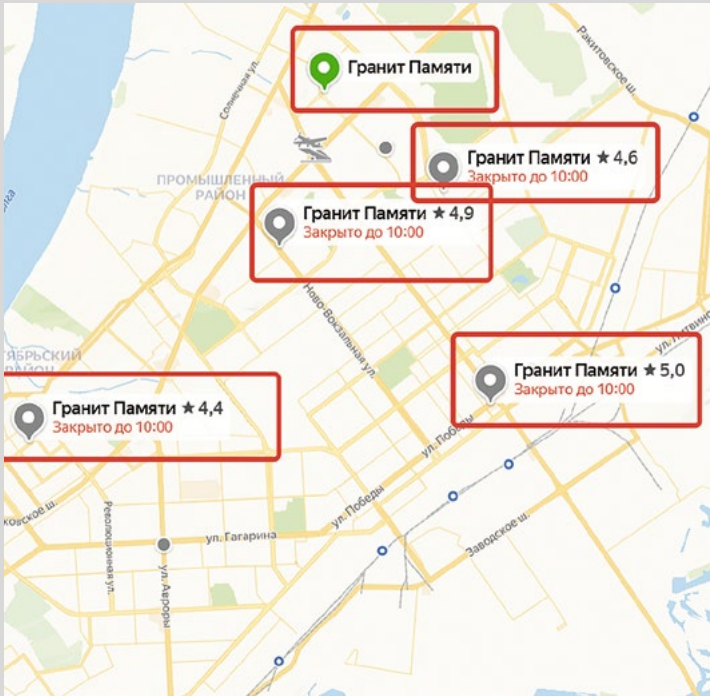


рис.3

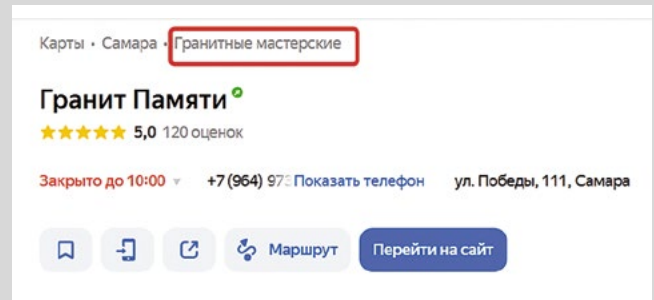


рис.4

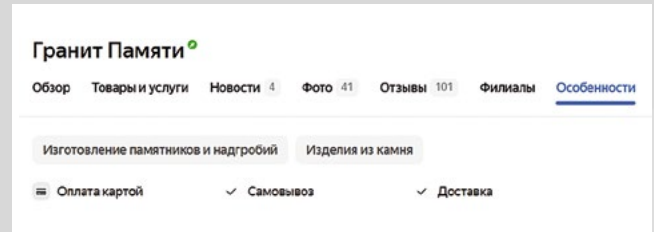


рис.5

Точное и продуманное заполнение всех данных позволяет не только повысить охват, но и укрепить доверие клиентов к бренду, что критически важно для долгосрочного успеха.

Заполнение данных в карточке Яндекс Бизнес — важный этап, определяющий успешное взаимодействие компании с клиентами. Для достижения максимальной эффективности важно уделить внимание всем разделам, не оставляя пустых полей.

Ключевые разделы для заполнения:

- **График работы:** укажите точное время работы каждого филиала.
- **Контакты:** предоставьте актуальную информацию для связи.
- **Сайт и соцсети:** добавьте ссылки для удобства клиентов, желающих узнать больше о вашей компании.
- **Адрес:** корректно укажите местоположение филиала.
- **Особенности:** уточните дополнительные детали, такие как наличие парковки, способы оплаты и другие преимущества (рис.5).

Важно, чтобы во всех полях стояла чёткая информация — «да» или «нет». Пустые поля могут привести к снижению доверия к компании, что негативно скажется на её позиции в поисковой выдаче.

Номер телефона — один из ключевых элементов карточки. Лучший подход — выделить отдельный номер для каждого филиала, как это делают многие успешные компании.

Если у вас несколько номеров, обязательно укажите их назначение: например, один — для консультаций, другой — для оформления заказов. Такой подход обеспечивает прозрачность и удобство для клиентов, а также способствует более качественному взаимодействию с ними.

Грамотно оформленные данные позволяют не только укрепить доверие, но и повысить видимость компании в поисковой системе, что напрямую влияет на её конкурентоспособность.

Наполнение карточек в мемориальной нише: секреты эффективности SEO

Для достижения максимальной отдачи от карточек на Яндекс.Картах важно грамотно наполнить их SEO-оптимизированным контентом. Этот аспект работы с геосервисом открывает широкие возможности для повышения видимости компании, хотя далеко не все уделяют ему должное внимание.

Работа с ключевыми словами

Использование SEO-ключей — это базовый, но крайне результативный подход. Вот практическая инструкция:

- если у вас уже есть список ключевых слов для контекстной рекламы, используйте его как основу;
- при отсутствии готового списка создайте его вручную через сервис Wordstat, комбинируя услугу с территориальной привязкой (например, город или ближайшая станция метро);

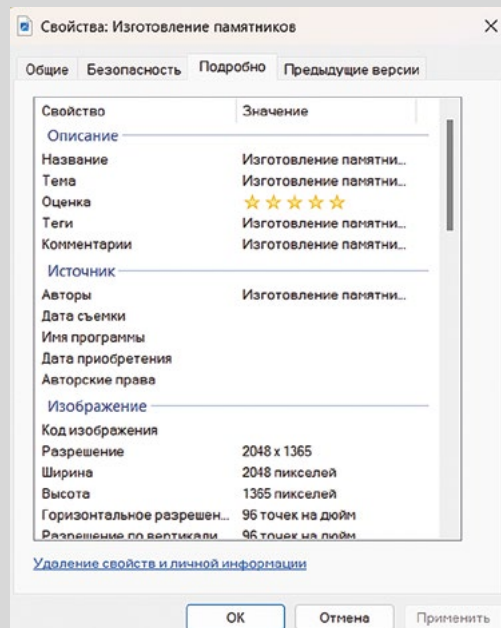


рис.6

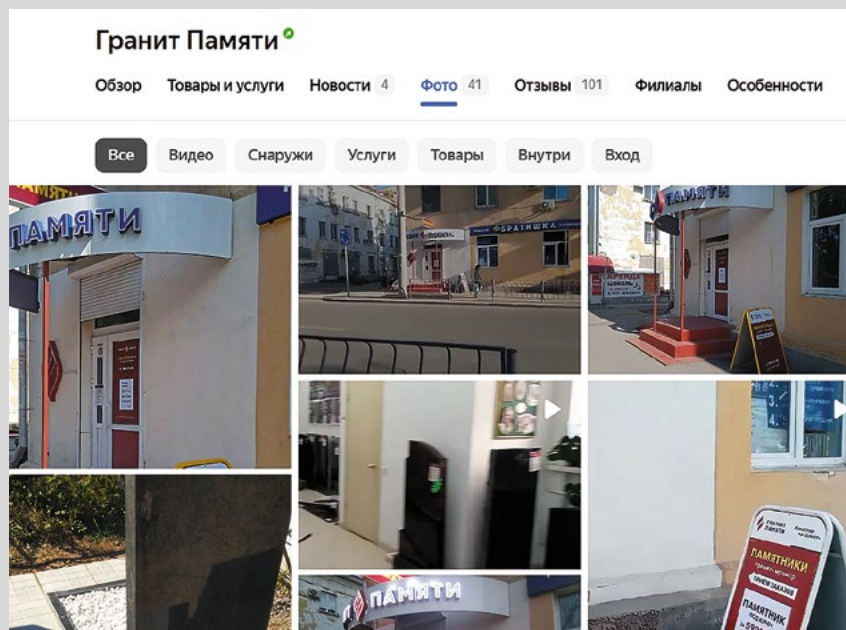


рис.7

- конвертируйте ключевые слова на латиницу с помощью транслитерации — это поможет расширить охват;
- учитывайте сезонность и появление новых услуг, чтобы своевременно обновлять список (например, ключи вроде «благоустройство», «памятник к дате» или «памятник для СВО»).

Оптимизация изображений

SEO-ключи можно интегрировать не только в текст, но и в фото (рис.6). Для этого:

1. Загрузите все изображения из карточки.
2. Перейдите в свойства изображения, в раздел «Подробно».
3. Внесите ключевые слова в поля, такие как тема, комментарии, теги и авторы. Добавляйте ключи на русском и в транслитерации.
4. Загрузите фото обратно во все доступные разделы карточки. Чем больше изображений с оптимизированными метаданными, тем лучше для продвижения.

Визуальное оформление карточки: ключ к успешному продвижению

Качественное визуальное наполнение карточки играет стратегическую роль в продвижении на Яндекс Картах. Вот несколько ключевых рекомендаций:

- **Основные виды фото:** загрузите изображения здания снаружи, интерьеров и товаров. Чем больше фотографий — тем выше ранжирование. Следите за качеством снимков и соблюдайте единый стиль, чтобы

бренд выглядел профессионально.

- **Подборка главных фото:** с помощью кнопки «Изменить порядок» создайте яркую и привлекательную витрину, размещая самые лучшие изображения наверху.
- **Категории изображений:** сортируйте фото по папкам, предоставленным Яндексом (снаружи, внутри, услуги, товары, вход и др.), чтобы улучшить восприятие (рис.7).
- **Добавление видео:** используйте возможность загружать видеоматериалы для повышения вовлеченности аудитории.

При **оформлении товаров** (рис.8) лучше не загружать весь ассортимент, а выбрать самые популярные позиции, объединить их в логичные категории и заполнить три поля:

- категория;
- название;
- описание.

В описании товаров также нужно использовать ключевые слова, а фотографии должны быть одного формата (вертикальный или горизонтальный) — так вы улучшите визуальное восприятие для аудитории.

Контент-стратегия в Яндекс Картах: использование новых возможностей

Яндекс Карты трансформируются в полноценную платформу для коммуникации с аудиторией, всё больше напоминая социальные сети. Сегодня компании могут публиковать посты, сторис, делиться новостями и рассказывать о специальных предложениях, что открывает новые горизонты для взаимодействия с клиентами.

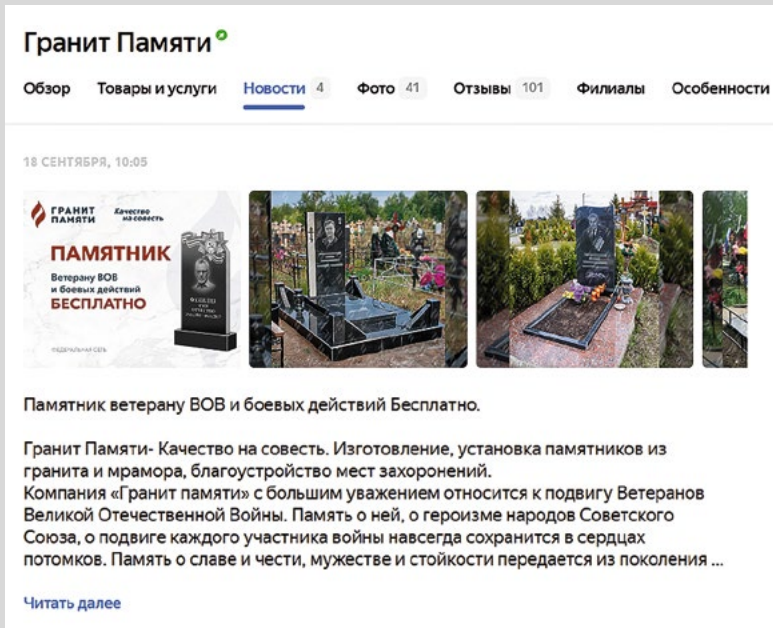


рис.8

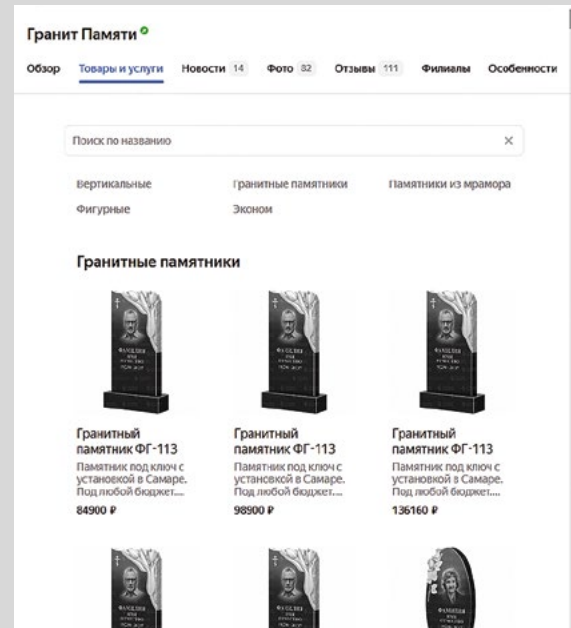


рис.9

Регулярный контент для карточек можно размещать в двух разделах:

- **Информация о компании:** рассказы-вайте о преимуществах, ценностях и ключевых услугах вашей компании, чтобы повысить её узнаваемость.
- **Спецпредложения:** публикуйте анонсы скидок, акций и мероприятий, чтобы привлечь внимание и стимулировать продажи (рис.9).

Главное правило — краткость и чёткость. Посты должны быть информативными, понятными и содержать призыв к действию, например, предложение позвонить для уточнения деталей. Обратите внимание, что вставлять кликабельные ссылки в тексты нельзя, но вы можете указывать контакты.

Для каждого поста подбирайте подходящее изображение высокого качества, не забывая о SEO-оптимизации. Добавляйте ключевые слова в свойства фотографий, чтобы повысить эффективность их размещения.

Многие собственники бизнеса сталкиваются с вызовом: как эффективно представить компанию, если специфика их ниши кажется сложной для визуализации. Однако даже в таких случаях можно достичь высоких результатов, используя продуманный подход к дизайну и оформлению. Пример компании «Гранит Памяти» демонстрирует, как единый стиль, фирменный шрифт и качественный визуальный контент создают профессиональный имидж и укрепляют доверие клиентов.

Что размещать в сторис? Это может быть информация о компании, ключевых услугах, спецпредложениях, акциях (рис.10). Вы мо-

жете загружать как статичные изображения, так и видео. Главное — перед загрузкой вшить в них SEO-ключи. Мы советуем выкладывать как минимум 7-10 сторис и регулярно их обновлять, чтобы держать блок в актуальном состоянии. Кроме того, в сторис для увеличения вовлеченности добавляйте кнопки с чёткими призывами к действию, например, «Ознакомиться» или «Заказать» (рис.11). Эти элементы повышают удобство взаимодействия клиентов с вашим брендом и стимулируют интерес к предложениям.

Работа с отзывами и управление рейтингом

Отзывы — один из главных факторов, влияющих на доверие к компании. 87% пользователей **игнорируют компании с рейтингом ниже 3 звёзд**, следовательно, если ваш рейтинг низкий, то вся проделанная работа теряет весь смысл.

Ваша оптимальная цель — **поднять рейтинг до 5.0** (рис.12), который показывает высокий уровень сервиса. Главное в этом деле — **мотивировать сотрудников и клиентов**, поскольку это работа, которая должна поощряться.

Лучший способ получить отзывы — **попросить клиента их оставить в дружелюбном тоне**. В мемориальной отрасли клиенты часто переживают тяжёлый период, поэтому сухие фразы вроде «оставьте отзыв» не работают. Лучше вежливо попросите его поделиться своими впечатлениями, объяснив, что его мнение поможет другим людям сделать правильный выбор в вашу пользу.

Стоит учитывать, что **рейтинг на Яндекс Картах не равен среднему значению всех**

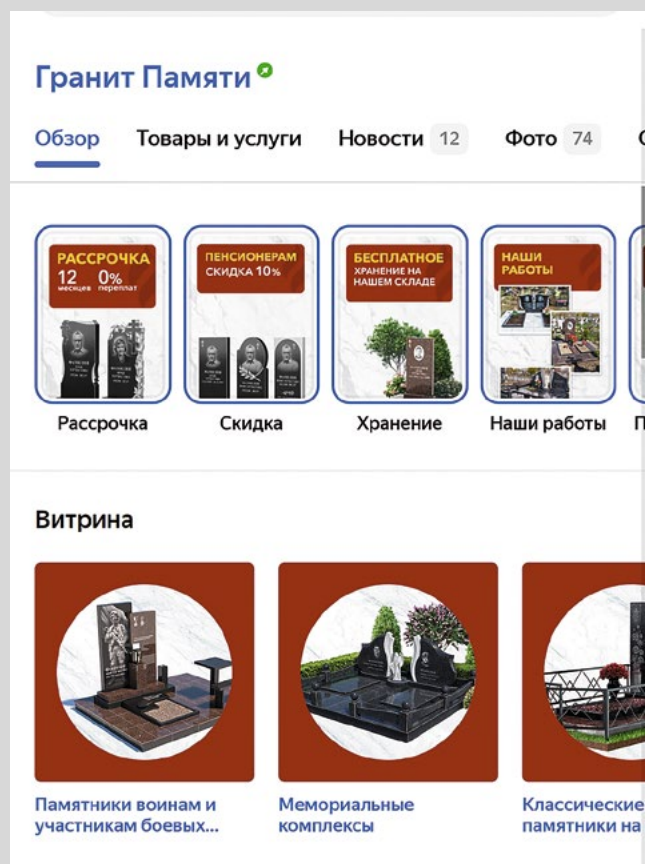


рис.10

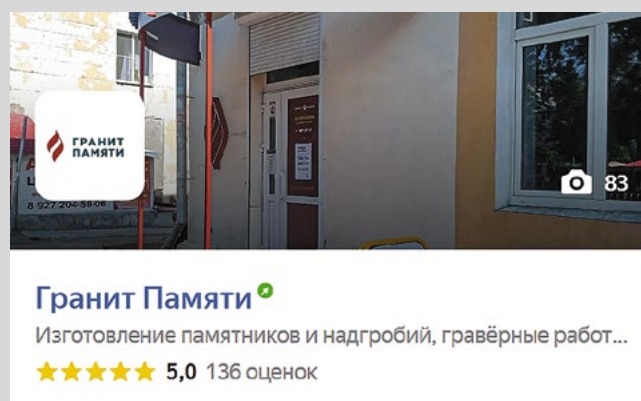


рис.12

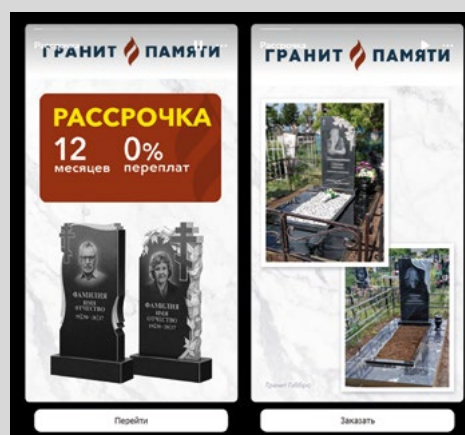


рис.11

оценок. Он формируется с учётом нескольких факторов:

- 1. Рейтинг пользователя** в системе Яндекса: значок первого, второго уровня и т.д. На этот показатель вы никак не повлияете.
- 2. Местонахождение пользователя** в момент написания отзыва. Максимальный вес отзыва будет, если пользователь его написал, находясь в вашей геолокации.
- 3. Свежесть отзыва.** Новые мнения пользователей оказывают более значительное влияние на репутацию и рейтинг.

Геомаркетинг сегодня является одним из самых эффективных инструментов для работы в сегментах, где важны доверие и репутация. Для успешного использования возможностей Яндекс Карт необходимо:

- 1. Заполнение данных:** корректно укажите вид деятельности и заполните раздел «Данные».
- 2. SEO-оптимизация:** создайте ядро ключевых слов и внедрите их в фотографии, используемые в контенте.
- 3. Информативность:** оформляйте разделы максимально подробно

и эстетично — фото, прайс-листы, памятники, новости, сторис. Используйте SEO-ключи для улучшения видимости.

- 4. Подписка:** при наличии бюджета подключите ЯндексБизнес для расширения возможностей продвижения.
- 5. Работа с отзывами:** следите за рейтингом, не допуская его снижения ниже 4.7. Регулярно работайте над качеством отзывов, чтобы укрепить доверие клиентов.

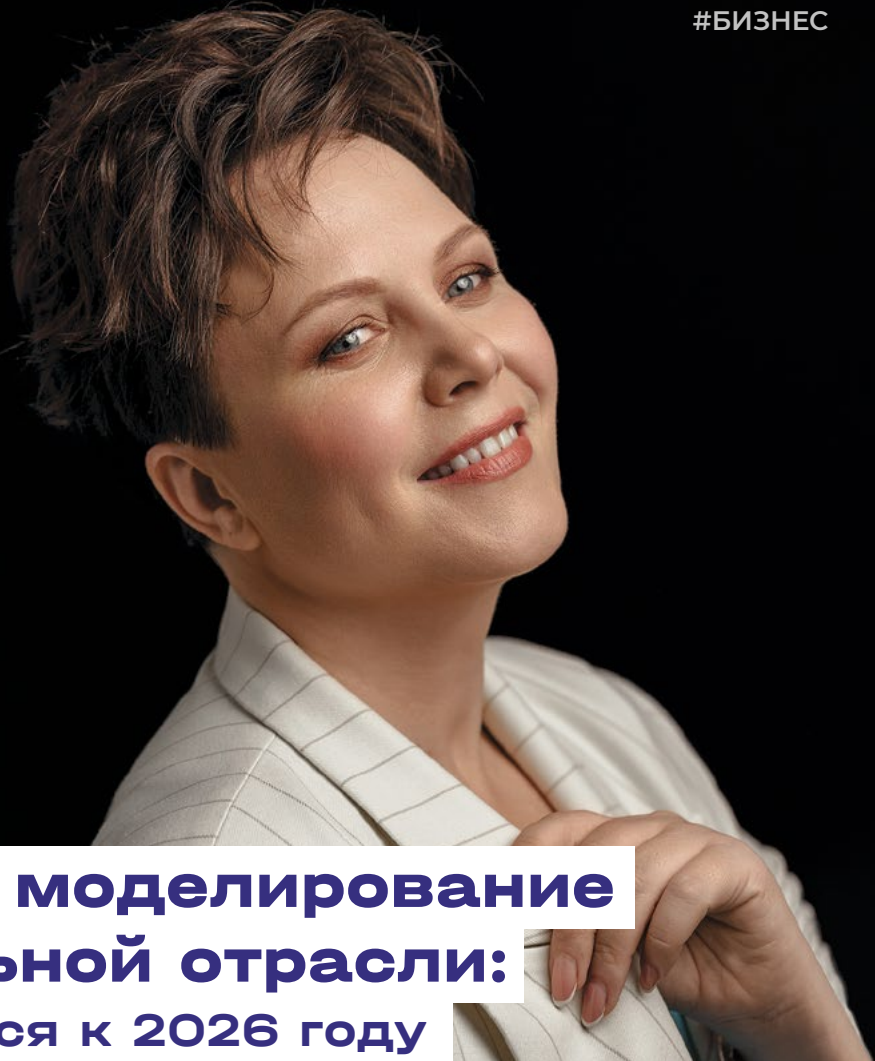
Геосервисы становятся всё более выгодной альтернативой традиционным рекламным инструментам, особенно для тех, кто стремится повысить видимость и снизить стоимость заявок. Как показывает пример партнёра — компании «Гранит Памяти», грамотный подход к работе с геосервисами позволяет не только привлекать новых клиентов, но и формировать надёжную репутацию, что становится важным конкурентным преимуществом ■



**KOSATKA
MARKETING**

kosatka-marketing.ru



A portrait of Svetlana Chepaikina, a woman with short brown hair, smiling and looking upwards. She is wearing a light-colored, striped blazer. The background is dark.

Светлана Чепайкина,
налоговый консультант,
основатель Центра развития
бизнеса «Формула роста»
и член Федеральной
Ассоциации бухгалтеров-
аутсорсеров ПлатинУМ.

Финансовое моделирование в мемориальной отрасли: как подготовиться к 2026 году

Светлана Чепайкина, опытный финансовый консультант и основатель центра «Формула роста», раскрывает ключевые аспекты управления бизнесом на мемориальном рынке. Что важно знать предпринимателю, работающему на мемориальном рынке? Как использовать финансовое моделирование с максимальной пользой и не допустить типичных ошибок?

Финансовое моделирование необходимо на всех этапах развития бизнеса.

Для новичков: входя в мемориальную отрасль, предприниматель получит четкий план расходов и сможет заложить основу устойчивого бизнеса.

Для действующих компаний: разработка модели исходя из реальных затрат за последние три года поможет выстроить налоговое планирование и гибко корректировать стратегию с учётом изменений законов и рынка.

Рассмотрим наиболее распространенные ошибки, допускаемые предприятиями мемориального сектора.

Искажение реальности

Кассовый метод искажает действительную картину бизнеса. Затраты надо учитывать не по факту оплаты, а при возникновении обязательств — так вы увидите результат.

Потеря контроля

Промедление с учётом документов. Если документы обрабатываются несвоевременно, отчёты показывают прибыль лишь «на бумаге». Реальная картина уходит от руководителя, деньги потрачены, услуга не оказана, прибыль завышена.

Ошибочный выбор налоговой системы

Часто выбирают УСН «доходы» из-за её простоты, однако при доле затрат свыше 60% этот режим становится невыгодным. Покупки «за наличные» тоже не всегда оказываются реально дешевле — особенно если учитывать риски и невозможность подтвердить расходы. Практика показывает: работа по договору с оплатой с расчётного счёта выгоднее, риск снижается, затраты учитываются — соответственно, налоги уменьшаются (15% при УСН, 25% при ОСНО).



Структурирование затрат и анализ себестоимости в мемориальном бизнесе

В мемориальной отрасли важно не объединять все расходы в одну статью. Разделите затраты чётко по составляющим:

- инструмент;
- сырье;
- оплата труда производственного персонала;
- аренда помещения;
- и другие конкретные расходы.

Такой подход позволит:

- видеть структуру трат за три года;
- анализировать динамику;
- находить и оптимизировать «дорогие» статьи расходов.

Не оставляйте общепроизводственные траты «в котле» — расшифровывайте каждое направление. Это даст возможность точно посчитать маржинальную прибыль, выстроить оптимальную стратегию ценообразования и предупредить финансовые «сюрпризы» (неучтённая логистика, зарплата персонала, неверное распределение общепроизводственных расходов в себестоимости). Аналитика помогает автоматизировать процессы и экономить ресурсы.

Налоговые льготы для мемориальной отрасли

Предприятия мемориального сектора имеют преимущество — льготы по НДС согласно статье 149 НК РФ пп. 8 п. 2. От НДС освобождены ритуальные услуги и реализация ритуальных принадлежностей.

По Постановлению Правительства РФ № 567 от 31 июля 2001 г. освобождаются: гробы (все виды), венки, траурные ленты, ритуальная одежда, саван, урны, кресты и памятники, транспортировочные ящики и другие товары, предназначенные исключительно для похорон.

Льгота распространяется также на услуги по изготовлению памятников и оформлению могил — ориентироваться можно на отраслевые классификаторы и разъяснения контролирующих органов. По Межгосударственному стандарту от 11.06.2014 г. № 551-ст «Услуги бытовые. Услуги ритуальные» к ритуальным услугам относятся и изготовление похоронных принадлежностей, и работы по уходу за местами захоронения, озеленению, ремонту мемориальных сооружений и колумбарных ниш.

Учитывайте это преимущество — включайте льготные позиции в финансовое планирование на 2026 год.

Рекомендации по выбору системы налогообложения

Для большинства организаций оптимальна УСН «доходы минус расходы» (НДС — по льготе, не забывайте).

При существенных расходах предпринимателю целесообразно рассмотреть ОСНО, где больше вариаций учёта затрат, а ставка НДС для ИП прогрессивна (13-22%).

Для начинающих ИП патент — удобный старт, однако налоги планируйте в финансовом моделировании с учетом возможного расширения бизнеса. Финансовое моделирование — путь к управлению и развитию бизнеса.

Грамотно спланировав финансы, компания сможет быстро адаптироваться к изменениям, снизить риски и стать лидером на мемориальном рынке.

Начните строить стратегию уже сегодня! ■

Контакты:

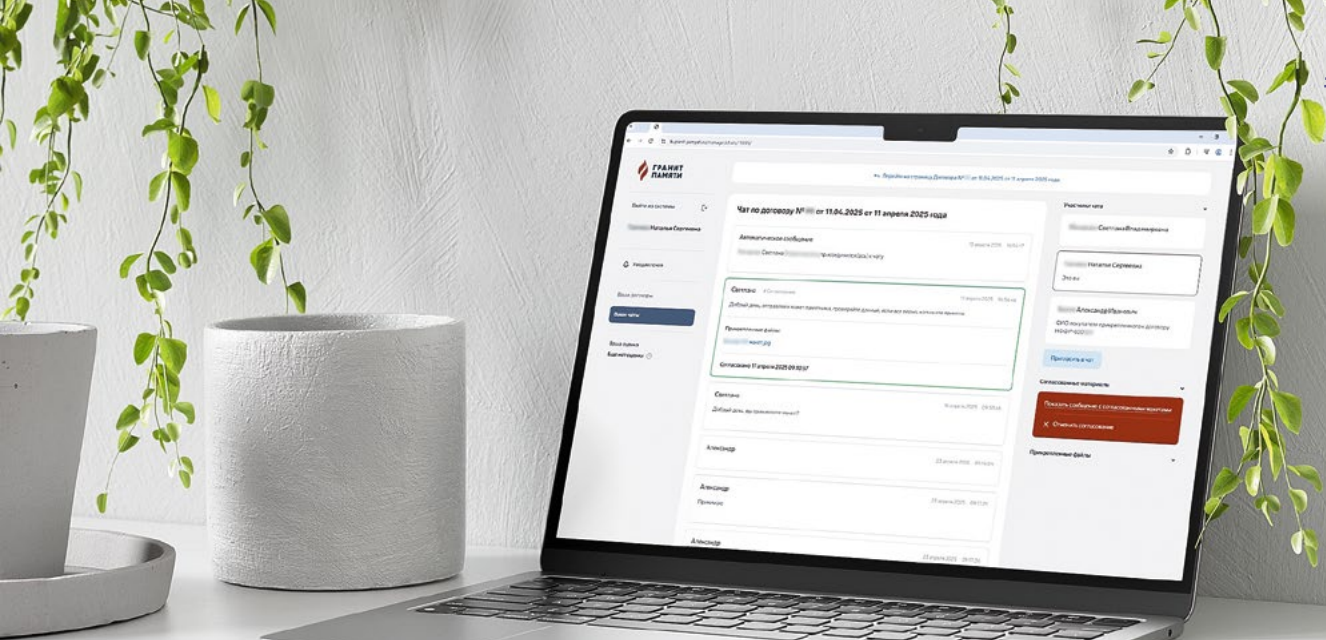
+7 (929) 7-139-739



@Findir_tlt



@formularosta_consult



Гранит Памяти — франшиза с цифровой экосистемой

Как стать частью инновационного бизнеса?

Современные мемориальные компании все больше переходят в цифровую плоскость. Франшиза с цифровой экосистемой — это уникальная возможность для предпринимателей не только получить проверенную модель бизнеса, но и влиться в инновационную среду, которая использует передовые технологии для достижения успеха. Как стать частью экосистемы и эффективно управлять своим предприятием, рассказывает руководитель компании-франчайзера «Гранит Памяти» Станислав Покрышкин.



Станислав Покрышкин,
руководитель компании-
франчайзера «Гранит
Памяти»

Инновации во франчайзинге

Бизнес постоянно эволюционирует под влиянием технологий. И франчайзинг как одна из наиболее популярных моделей расширения бизнеса не остается в стороне. Ведущие франчайзеры внедряют цифровые решения, создавая инновационные платформы, которые позволяют не только оптимизировать внутренние процессы, но и значительно расширить возможности для франчайзи. Именно такая стратегия дала толчок нашей компании к цифровизации бизнес-процессов и созданию уникальной экосистемы, которая изменит представление о франчайзинге.

Франшиза «Гранит Памяти» с цифровой экосистемой — это бизнес-модель, объединяющая традиционные методы ведения дел и современные технологии. Мы выросли из федеральной розничной сети по продаже и изготовлению памятников. Теперь мы создаем инфраструктуру для управления мемориальным бизнесом, которая работает по всей России. Компания внедряет продукты и сервисы, позволяющие контролировать финансовые потоки,

производство, работу с клиентами, заявками, договорами, вести склад, управлять продажами и продвижением и ежегодно наращивать доход на 20%.

Как работает экосистема?

Благодаря нашей инновационной платформе, каждый партнер получает доступ к инструментам, которые ранее требовали множества разрозненных решений. В экосистему интегрированы CRM, собственная система «1С: Памятники», онлайн-платформы, мобильные приложения, аналитические системы, автоматизированные инструменты для привлечения и удержания клиентов, учебный центр для подготовки сотрудников, а также службы технической и консультационной поддержки.

Вот конкретный пример цифровизации. Руководитель компании через телефон заходит в личный кабинет и видит, когда создан заказ на изготовление памятника, просматривает договор, платежи, «дебиторку», ведёт переписку с отделом по работе с заказчиками и получает



уведомления о ходе выполнения заказа, может прослушать запись диалога менеджера с клиентом.

Необходимо обучить этого менеджера? Клиент обращается в учебный центр — заходит на платформу с целой библиотекой материалов и курсов для подготовки сотрудников мемориальных компаний, повышения квалификации и переквалификации. С помощью специальных сервисов мы тестируем менеджеров, чтобы вовремя увидеть пробелы в знаниях и заполнить «белые пятна». В 2026 году мы планируем пополнить запасы новыми учебными программами и позаботимся о том, чтобы они были доступны в онлайн-формате.

Внедрение автоматизированных систем с использованием искусственного интеллекта (ИИ) помогает мемориальщикам на пике сезона, когда число заявок в сутки достигает 300. Не каждая новая компания, стартующая в сфере памятников, способна набрать такой штат сотрудников, чтобы обработать все входящие звонки. А каждый звонок — это диалог, переписка, вопросы, встреча. Из огромного объема работы 60% рутинных задач уже сейчас можно поручить «нейронке», оставив человеку заниматься ситуациями, требующими участия специалиста. Уже сейчас мы роботизируем взаимодействие с системой 1С, а на площадке Авито вместо менеджера с клиентами уже общается ИИ. За счёт его внедрения в повседневные задачи мы оптимизируем работу наших партнеров,

давая возможность им заниматься не рутинной, а развитием бизнеса.

В 2026 году перед компанией стоит огромная задача внедрения искусственного интеллекта для персонализации предложений, машинного обучения для анализа поведения клиентов и автоматизации рутинных задач. Планируется разработка собственной внутренней нейронной сети «Гранит Памяти», которая будет уметь квалифицировать входящий трафик и отличать реальную заявку от спама. Нейросети — это золото 21 века, и мы не вправе остаться в стороне от «золотодобычи».

Как внедриться в экосистему «Гранит Памяти» и управлять бизнесом

Для предпринимателей, рассматривающих возможность приобретения франшизы «Гранит Памяти», важным является понимание процесса интеграции.

Стать частью нашей цифровой экосистемы просто. Мы разработали понятную и прозрачную процедуру подключения, которая включает три этапа:

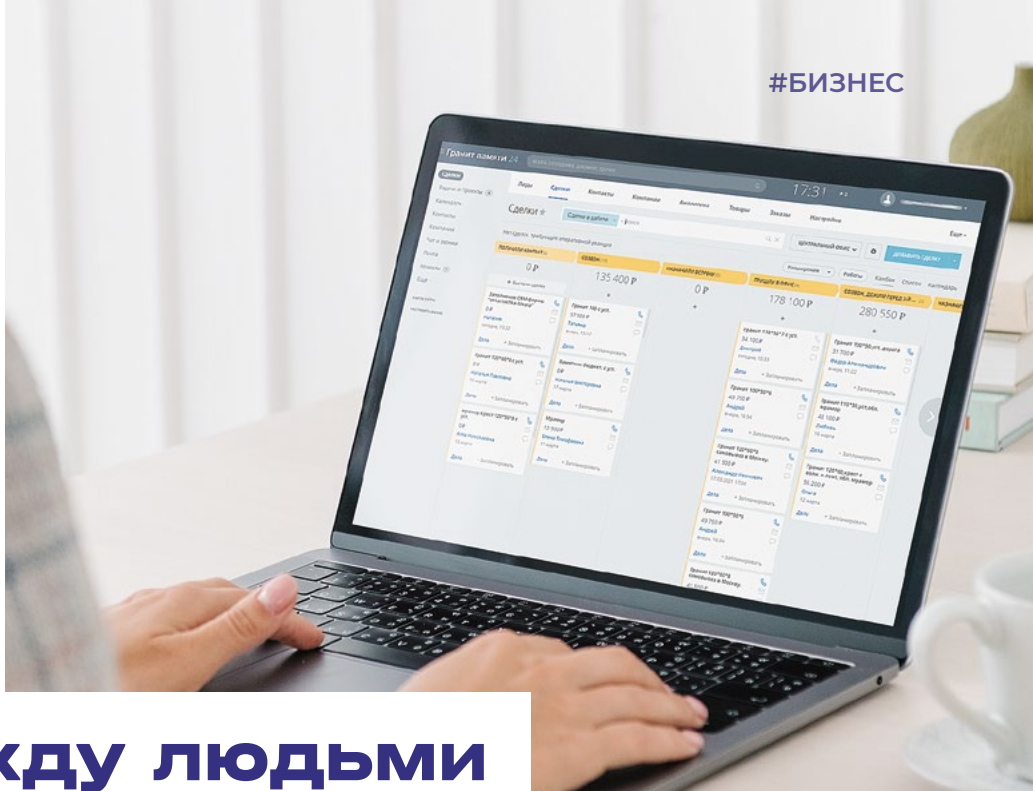
1-й месяц. Оформление офиса и подписание договора. Мы подробно рассказываем о возможностях развития бизнеса в рамках франшизы и отвечаем на вопросы.

2-й месяц. Запуск рекламы, подключение к IT-платформе, обучение отдела продаж. Мы открываем доступ к учебным материалам, интегрируем платформу в бизнес-процессы франчайзи и запускаем работу.

3-й месяц. Продажи. На этом этапе компания уже интегрирована в экосистему «Гранит Памяти», зарабатывает на продаже мемориальных изделий и получает постоянную техподдержку, консультации по маркетингу, рекламе и юридическим вопросам.

К нам приходят «дозревшие» компании, которые следят за работой Гранита Памяти на протяжении двух-трех лет на мемориальных форумах, выставках, в мессенджерах и соцсетях, где сформировано комьюнити единомышленников. Когда мы начинаем совместную работу, то сразу включаем франчайзи в экосистему, запускаем учебный процесс.

И на этом этапе со стороны нового партнера должно быть понимание, что автоматизация на всех уровнях — не волшебство, а труд, требующий непрерывного включения. Чтобы быть здоровым и красивым, недостаточно купить абонемент в фитнес-клуб, нужно ещё изрядно попотеть. Так и в бизнесе: нужно учиться, слушать звонки менеджеров в CRM, заглядывать в 1С и проверять, проводятся ли накладные, списывается ли товар, заниматься финансовым моделированием. Другими словами, брать бизнес под контроль, а все инструменты для успешного ведения дел предоставляет Гранит Памяти. Наша задача — быть номер один по уровню сервиса и прозрачности бизнес-процессов, и мы всё делаем для достижения этой цели и миссии ■



Мост между людьми и процессами

Как менеджер сопровождения и Битрикс24 помогают франчайзи увеличить продажи

Инвестиция в CRM—это не только покупка программного обеспечения. Это инвестиция в новые бизнес-процессы. Вы можете приобрести Битрикс24 самостоятельно, но без готовой методологии его применения именно в мемориальной нише вы рискуете получить просто «электронный архив» вместо инструмента роста. В рамках франшизы мы предлагаем не просто систему ведения бизнеса, а отлаженную модель продаж и сопровождения, в которой вашим главным оружием становится менеджер.



Алеся Дума,
старший менеджер
отдела франчайзинга
«Гранит Памяти»

Менеджер как проводник: от первого звонка до подписания договора

В мемориальном бизнесе решение принимается долго и эмоционально. Клиент не просто выбирает товар, он доверяет вам память. Стандартный менеджер, работающий «по наитию», теряет до 30% потенциальных сделок на этом пути. Наша франшиза включает в себя внедрённую методологию, которая структурирует работу вашего сотрудника, делая его не продавцом, а экспертом-проводником. Как это работает на практике?

Первый контакт с заботой

Входящий звонок автоматически попадает в CRM, у менеджера уже есть готовый скрипт первого диалога. Это не сухой скрипт, а алгоритм эмпатичного выяснения потребностей. Менеджер узнаёт не только о материалах,

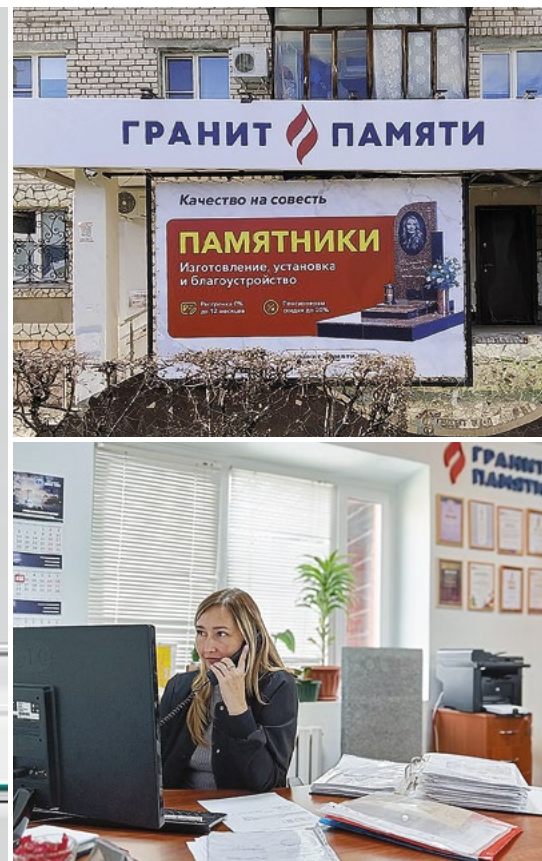
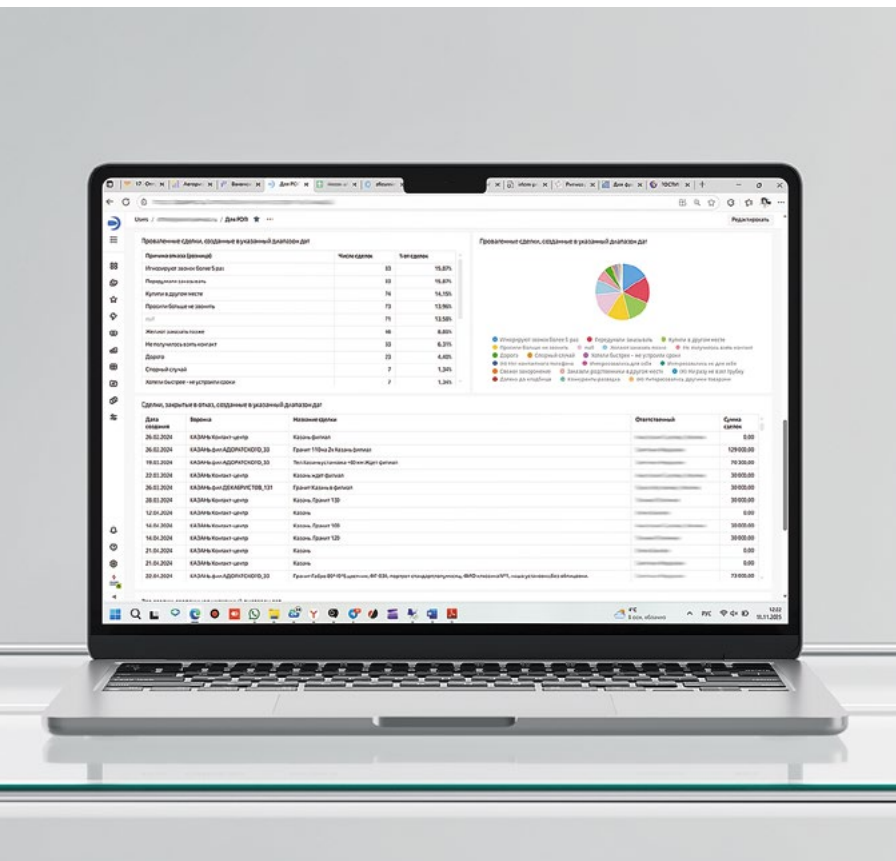
но и о человеке, для которого создаётся памятник, чтобы сразу предложить персонализированные варианты. Результат: повышение конверсии первого звонка в заявку на 40–50%, потому что клиент чувствует искреннее участие.

Ни одного упущенного клиента

Система не даст забыть о клиенте. Работая в Битрикс24, менеджер будто бы берёт заказчика за руку и ведёт поэтапно от момента первого обращения к покупке, контролируя сроки. Если менеджер не выполнил задачу в срок, его руководитель получит уведомление. Результат: вы полностью исключаете потерю клиентов на этапе раздумий.

Работа с возражениями в один клик

Наша методология содержит готовые решения для самых популярных



возражений. Менеджер не импровизирует, а использует проверенные инструменты CRM. Результат: средний чек увеличивается на 15–20%, так как менеджер уверенно аргументирует ценность продукта и легко «апселлит» к более премиальным решениям.

Почему нельзя просто купить Битрикс24?

Самостоятельное внедрение одного лишь программного обеспечения — это месяцы проб и ошибок. Вы покупаете инструмент, но не инструкцию по его применению в вашей специфической нише. Франшиза — это готовый прибыльный конвейер.

Вот что вы получаете в пакете франшизы, кроме самой CRM:

- **готовую воронку продаж.** Настроенные этапы, статусы и автоматические триггеры, которые мы проверили на своём опыте. Вам не нужно ничего придумывать — только обучить менеджеров;
- **библиотеку скриптов и шаблонов.** Проверенные диалоги для менеджеров, шаблоны коммерческих предложений и договоров, которые снижают количество ошибок и ускоряют сделку;

• обучение и поддержку.

Мы обучаем ваших менеджеров работе именно в этой системе, показывая, как каждый её элемент помогает лично им закрывать больше сделок и меньше работать «вслепую»;

• методику послепродажного сопровождения.

Сопровождение клиента после покупки — это не просто сервис, а инструмент для повторных продаж (услуги по уходу, дополнения к памятнику), который приносит до 25% дополнительного дохода.

Менеджер плюс система равно продажи

Без системы даже самый талантливый менеджер теряет клиентов по забывчивости или загруженности. Без грамотной методологии даже самая дорогая CRM превращается в бесполезный склад данных.

Франшиза с Битрикс24 — это синергия. Это ваш местный менеджер, вооружённый проверенными технологиями и алгоритмами, которые гарантированно ведут клиента по пути от боли до решения, а вас — к увеличению продаж и созданию безупречной репутации. Вы покупаете не программу, а готовый бизнес-процесс, где каждый клиент ценен, а каждый менеджер — результативен ■



#КАДРЫ

Центр каменных лекарей

Эксклюзивное интервью с ведущим мастером камнеобработки и создателем нового образовательного пространства

Эксперт-технолог Игорь Сосин рассказал о создании уникальной площадки для подготовки профессиональных камнеобработчиков. Этот центр способен дать старт развитию всей системы профобразования в сфере обработки камня и открыть новые возможности для кадрового обеспечения строительной и мемориальной отраслей по всей России.



Игорь Сосин,
эксперт-технолог
с 25-летним опытом
обработки и реставрации
каменных изделий.
Реализовал образова-
тельный проект «Кам-
необработка. Ликбез»



@KAMNEOBRABOTKA_LIKBEZ

Игорь, расскажите, о вашем центре. Для кого он и какие проблемы решает?

— Этот образовательный центр создан мной при поддержке компании «Арт Стоун» в Химках.

Основная задача центра — восполнить острую нехватку квалифицированных специалистов в этой сфере, обучая их профессиональному взаимодействию с различными видами камня. Мы формируем сообщество камнеобработчиков, объединяя коллективный опыт для поиска решений уникальных задач, возникающих при создании каменных шедевров. Центр помогает не только передавать практический опыт, но и развивать профессиональное мастерство, чтобы специалисты могли успешно справляться с любыми вызовами в процессе обработки и монтажа камня. У меня накопился огромный

опыт решения различных задач, связанных с камнеобработкой, и этим опытом я готов охотно делиться.

Какие направления камнеобработки реализованы в центре?

— Мы проводим занятия по реставрации, обработке камня — резке и изготовлению различных деталей. Также уделяем большое внимание полировке, которая содержит бесконечное количество нюансов и тонкостей, поскольку каждый камень уникален. Ещё одно важное направление — создание световых панно, которые можно обслуживать и менять светильники в любой момент. Кроме того, мы работаем с химией камня: клеями, пропитками, защитными средствами. Всё это делается для того, чтобы специалисты могли решать любые задачи, связанные с камнем, и постоянно совершенствоваться в этих направлениях.



Что подтолкнуло вас к созданию этого проекта?

— К созданию образовательного центра меня подтолкнуло отсутствие системы среднего технического и специального образования в сфере обработки камня с 90-х годов. Специалистов у нас практически не осталось — опытные мастера уже вышли на пенсию, а молодых не подготовили, потому что учебные заведения уже не занимались этим. В результате качество работы страдает, уровень профессионализма и знаний в области обработки камня — тоже. Чтобы решить эту проблему и увеличить число профессиональных камнеобработчиков, я решил создать специальный центр. Мне повезло встретить на своём пути Армена Витальевича Авакова, который помог в этом начинании, и теперь я стараюсь передавать как можно больше знаний тем, кто обращается к нам со своими задачами.

Технология обработки

Топ-5 проблем в обработке камня, с которыми обращаются именно к вам?

— Основные проблемы, с которыми к нам обращаются в обработке камня, связаны с его индивидуальными характеристиками и особенностями. Первая — это дефекты, возникающие на камне прямо на месторождениях, — микротрещины, пигментные полосы или трещиноватость. Эти нюансы делают камень сложным для продажи, и наша задача — преодолеть эти дефекты, сделать так, чтобы камень стал более привлекательным и доступным для заказчика, приобрёл нужные потребительские свойства.

Вторая проблема — это форс-мажор на объектах, когда что-то идёт не так при выполнении работ. Например, не полируется камень, не склеиваются швы, появляются пятна или швы не нравятся заказчику. Тогда мы решаем эти задачи, исправляем ошибки, учим людей, как правильно переделать работу, чтобы заказчик остался доволен и принял объект.

Третья — это проведение технической экспертизы производства и объектов. Я выезжаю на производство или на стройку, создаю экспертное заключение о правильности выполнения работ, выявляю недочёты и даю рекомендации по их устранению. Это помогает повысить качество работы как на объекте, так и в производстве.

Четвёртая — передача знаний. Мы обучаем людей, которые хотят сменить сферу деятельности или расширить свои навыки. Бывали случаи, когда ребята, работавшие таксистами, приходили учиться полировке камня, осваивать изготовление столешниц и других изделий. Мы начинаем с основ — замеров, обработки, монтажа — и помогаем им стать профессионалами.

Пятая — это расширение компетенций и освоение новых видов работ. Например, многие в конце сезона пробуют перейти от мемориальной продукции к изготовлению столешниц, подоконников и других элементов интерьера. Мы обучаем их всему — от замеров до монтажа, чтобы они могли успешно реализовывать новые направления в камнеобработке.

Эти пять проблем — основные, с которыми к нам обращаются, и мы стараемся решать их профессионально и комплексно.



Реставрация и защита

Какие современные решения позволяют эффективно реставрировать и защищать камень?

— Их очень много. Какой бы ни была финишная обработка камня — рельефная или полированная, она должна создавать «кожу» на камне, которая защитит его от внешних воздействий. И современная химия позволяет создавать такую надёжную защиту, причём каждая система защиты подбирается индивидуально исходя из условий эксплуатации. Все эти решения я изучаю, применяю на практике и передаю всем, кто ко мне обращается.

Среди них есть ваши авторские методики?

— Видели когда-нибудь белые полосы на белом мраморе? Так выглядит сеть внутренних микротрещин, возникающих от ударов при добыче и обработке камня. Я разработал технологию, которая позволяет эту проблему решить кардинально. При помощи всего нескольких доступных инструментов я научился создавать необходимые условия внутри камня и заставлять его менять свой коэффициент отражения. И сейчас любую белую полосу можно удалить и восстановить кристаллическую структуру белого мрамора, не перевоза его мастерскую.

Дайте совет профи и новичкам в камнеобработке.

— Кто занимается камнем давно, знает, сколько он требует терпения и внимания. Старайтесь ещё и чувствовать камень, потому что это живое существо и общаться с ним нужно как с живым. Работа камнеобработчика напоминает работу врача:

проводится осмотр, диагностика, ставится диагноз и только после этого назначается лечение. Тех, кто только делает первые шаги в камнеобработке, хочу предупредить, что любовь к камню — на всю жизнь, и выйти из этих отношений крайне сложно.

Почему меня затянуло на много лет? Потому что на своей работе я чувствую себя творцом и первооткрывателем. Не бывает двух одинаковых камней, каждый из них существует в единственном экземпляре, и каждый раз приходя на работу я беру в руки новый материал и делаю с ним то, что до меня не существовало. Плюс ко всему это очень достойная мужская работа, и она неплохо оплачивается, если к ней относиться серьёзно и честно.

Какой вы видите миссию центра завтра, и появятся ли филиалы на территории России?

— Хочется, чтобы они появились. Наш центр должен стать первой ласточкой в развитии центров профессионального образования камнеобработчиков по всей России. На Карел-форуме-2025 за круглым столом, посвящённом внедрению и расширению применения камня в строительной отрасли в присутствии чиновников, представителей бизнеса и производителей я поднял вопрос о создании отраслевого университета камня на базе карельских предприятий. А их, представьте, больше 350. Необходимо создавать научные центры, специализирующиеся на проблемах, связанных с камнем. Это позволило бы создать устойчивую систему образования в камнеобработке. Потому что проблема нехватки кадров очень серьёзная и нужно уже начинать готовить специалистов в области камнеобработки на государственном уровне ■

Дарья Дегтярева,
основатель и руководитель
консалтинговой компании
«Школа массового подбора»,
создатель первого профес-
сионального телеграм-сооб-
щества для специалистов
в массовом подборе
«Массовый HR»



Команда, которой доверяют:

**проверенные временем
практики управления людьми**

Как построить команду, которая будет работать как единый механизм, несмотря на любые трудности? Дарья Дегтярева — признанный эксперт в области HR в эксклюзивном материале для нашего журнала представляет пять ключевых стратегий, испытанных временем и способных не просто сохранить ценных специалистов, но и сплотить их в настоящее сообщество.

Технологии меняются, рынки становятся всё быстрее, а люди — всё требовательнее к смыслу и условиям труда. Несмотря на цифровизацию и новые форматы занятости, в работе с персоналом остаются базовые принципы, которые доказали свою эффективность и полвека назад, и сегодня. Бизнес ускоряется, а люди всё чаще выбирают не просто место работы, а место силы — коллектив, атмосферу, смысл.

Есть вещи, которые не устаревают: уважение, миссия, культура и справедливая мотивация. Именно эти основы формируют

настоящие команды — не «штат сотрудников», а сплочённое сообщество единомышленников.

Эти принципы способны объединять людей вокруг компании, вне зависимости от отрасли, географии или численности коллектива. Пять ключевых направлений помогают создавать сильные команды — от небольшой мастерской до крупного холдинга. Все они доказали свою эффективность и дают конкретные результаты: снижение текучести, рост вовлечённости и повышение репутации работодателя.



masspodbor.ru

1 HR-бренд: репутация, которой можно управлять

Когда мы говорим об HR-бренде, часто на ум приходят яркие фотографии, корпоративные ролики и лозунги вроде «мы — дружная команда». На деле всё гораздо глубже. Сильный HR-бренд — это управляемая репутация работодателя, то, что **говорят о компании её сотрудники и кандидаты**.

Если реклама — это когда мы рассказываем о себе, то пиар — когда о нас рассказывают другие. Именно этот «второй голос» сегодня решает, кого выберет кандидат, особенно в конкурентных отраслях.

Создание HR-бренда — это системная работа

Присутствие в социальных сетях.

Для крупных компаний — официальное сообщество во «ВКонтакте» или Telegram, для малого бизнеса — личные страницы руководителя. Тренды соцсетей до 2030 года показывают: лучше всего работает продукт, который представляет сам собственник.

Человечность и юмор.

Видео короткого формата (рилсы, шортсы, клипы) с участием сотрудников и руководителей дают живой эффект вовлечения. Это не постановочные кадры, а реальные моменты из жизни коллектива — с лёгкостью, самоиронией и теплом.

Влияние на бизнес.

Ролики, рассказывающие о людях внутри компании, привлекают внимание не только кандидатов, но и клиентов. Ведь основная цель рекламы — остаться в голове у аудитории.

Независимо от города — будь то небольшой населённый пункт или мегаполис — сильный HR-бренд делает компанию заметной, узнаваемой и привлекательной.

2 Подбор персонала: использовать площадки осознанно

Рынок труда сегодня рассредоточен по множеству каналов: HeadHunter, Авито Работа, Telegram-чаты, региональные сообщества, соцсети. Однако **в массовом и среднесементном подборе лидирующую роль занимает платформа Авито Работа**.

Там находятся кандидаты, которые ищут работу активно. Во-первых, процесс регистрации предельно прост: достаточно указать

лишь номер телефона и свое имя, резюме предоставлять необязательно. Во-вторых, Авито функционирует как полноценный маркетплейс, позволяя пользователям формулировать поисковые запросы свободно и естественно, без сложных фильтров. Например, легко найти подходящую вакансию, введя в строку поиска фразу вроде «рабочий график два через два».

Соискатели гораздо охотнее откликаются на объявления, если чувствуют живой человеческий подход, а не сталкиваются с сухим перечислением обязанностей, требований и условий. Именно поэтому важно составлять описания вакансий таким образом, чтобы они не просто сообщали информацию, а действительно **продавали привлекательные условия труда**, подчеркивая уважение к кандидатам, проявляя заботу и отражая ценности и миссию компании.

О чём важно помнить:

- **Каждая вакансия — это ответ на потребности кандидата.** Важно писать не о компании или вакансии, а именно об условиях, и достаточно подробно.
- **«Я угадаю эту мелодию с 3-х нот»** — с первых фраз вакансии кандидат уже должен понимать, что ему интересны условия работы в компании.
- **Авито Работа регулярно меняет алгоритмы продвижения и внедряет ограничения.** Чтобы оставаться на виду, нужно следить за обновлениями и адаптировать объявления, как это делают профессионалы таргетированной рекламы.

Компании, которые освоили работу с этой площадкой, закрывают до 80% вакансий именно через неё. Главное — помнить, что за каждой анкетой стоит человек, и говорить с ним нужно на языке внимания, а не требований.

3 Реферальная программа: сила личной рекомендации

Реферальная программа — инструмент, эффективность которого давно доказана. Это не просто способ «сэкономить» на рекламе, а мощный канал привлечения лояльных сотрудников.

Через рекомендации сегодня закрывается от 30 до 70% вакансий в компаниях, где программа выстроена грамотно.

Почему это работает:

- люди рекомендуют ту компанию, где им комфортно, где их устраивают условия труда и отношение руководителя;

- кандидаты, пришедшие по совету знакомых, быстрее адаптируются. Любое изменение в привычном укладе жизни — это стресс, а когда в компании есть твой знакомый человек, уровень тревожности снижается;
- текучесть среди «рефералов» в два-три раза ниже, чем среди внешних кандидатов.

Как построить систему правильно

1. Определите реальную стоимость найма — расходы на рекламу, работу рекрутера, автоматизацию, оформление, адаптацию. Примерно эта сумма должна стать основой для размера бонуса.
2. Установите разумный диапазон выплат: 10–15 тысяч рублей в массовом подборе, до 50 тысяч — в точечном.
3. Не затягивайте с поощрением: лучше делить выплату на два этапа в течение 1,5–2 месяцев после выхода сотрудника.

Реферальный найм — это не только про экономию. Это про доверие и чувство общности. Люди приводят в команду тех, с кем готовы разделять ценности. Люди приходят в компанию к тем, кто им действительно окажет поддержку в первые две недели работы (ключевые в работе любого новичка). Хорошо работающая программа — это показатель здоровья корпоративной культуры.

4 Культурный код: традиции, миссия и человеческое отношение

Культурный код — это не формальные праздники и корпоративы. Это совокупность правил, ритуалов и смыслов, которые объединяют людей внутри компании. Он уже существует в любом коллективе — важно его осознать, описать и бережно развивать.

Что формирует культурный код:

- собственные традиции и внутренние события: подведение итогов, квартальные собрания, награждения;
- символические знаки внимания — грамоты, кубки, благодарности;
- поздравления с личными праздниками;
- общая миссия — осознание, зачем команда делает то, что делает.

Например, компании, работающие в социально сложных или «непубличных» отраслях, могут

столкнуться с тем, что обществу не всегда легко принять специфику их деятельности. Но именно через культурный код можно сформировать гордость за профессию, превратить труд в миссию.

Ещё несколько лет назад считалось престижным работать на скорой помощи. Сегодня блогеры-медики, такие как фельдшер скорой помощи из Ессентуков Игорь, своими видео вернули уважение к этой профессии.

То же самое можно сделать в любой отрасли — показать её смысл, человечность, пользу. Когда люди понимают, зачем они работают, они работают по-другому. Не ради зарплаты — ради дела.

5 Баланс материальной и нематериальной мотивации

Мотивация — это не только цифры в платёжной ведомости. Это система, в которой каждый сотрудник видит связь между своим вкладом и вознаграждением.

Материальная мотивация

Она должна быть прозрачной и понятной.

Люди должны знать:

- из чего складывается их доход,
- что влияет на премию,
- какие результаты повышают заработок.

Лучше оформить эти принципы визуально — в виде карточки, буклета, настенного плаката. 80% людей лучше запоминают информацию через визуальные образы, а не через слова.

Нематериальная мотивация

Это признание, вовлечённость, ощущение значимости. Её можно развивать через:

- квартальные конкурсы и номинации;
- публичное признание заслуг;
- совместное творчество — например, съёмку коротких видео о жизни компании.

Совместное участие в рилсах и шортсах — не просто тренд. Это форма командообразования, где сотрудники становятся лицом компании и чувствуют свою причастность.

Кроме того, творческие активности помогают раскрывать личность, снимать барьеры между уровнями и должностями, превращать коллектив в единую команду.

Работа с персоналом — это экосистема, где HR-бренд, миссия, культура и мотивация связаны в одно целое.

Сильные команды рождаются там, где людей видят, слышат и уважают. Технологии устаревают, тренды меняются, а ценность человеческих отношений остаётся. Команда — это не ресурс, это сила компании ■



**ГРАНИТ
ПАМЯТИ**

ФРАНШИЗА ПАМЯТНИКИ

12

ГОРОДОВ

36

ФИЛИАЛОВ

Система управления мемориальным бизнесом

- ✓ Собственный учебный центр для франчайзи и сотрудников
- ✓ IT-платформа для ведения бизнеса
- ✓ Поддержка управляющей компании на протяжении действия договора
- ✓ Приток заявок с сайта и соцсетей



Звоните:

+7 (495) 136-73-97

fr@granit-pamyati.ru



**ОБУЧЕНИЕ
НОВОСТИ
ВИДЕО**

@granitpamyati



Сообщество профессионалов

Присоединяйся!

