

МЕРЛЕЗОНСКИЙ
БАЛЕТ
ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА 16

РУССКИЙ
ГАДЖЕТ
ИДЕТ НА ЭКСПОРТ

ЭКРАН
ПРОТИВ БУМАГИ
МЕДИА ЦИФРОВОЙ ЭРЫ 23

50

#2 (191) 2012

БИЗНЕС журнал

КРАСНЫЙ КОРИДОР

ИННОВАЦИИ ЗАСТРЯЛИ НА ТАМОЖНЕ

Самый большой тираж среди деловых журналов России по данным Национальной тиражной службы за 2010 год

СЕТЕВОЙ РИТЕЙЛ:
ТАЙНЫ СРЕДНЕГО ЧЕКА

58

ВЕЩАЙТЕ НА ЧАСТОТЕ
САРАФАННОГО РАДИО

92

СЛАГАЕМ СЛОГАН
ДЛЯ БРЕНДА И НЕ ТОЛЬКО 95

ISSN 1819-267X



12102>

9771819-267007

НАТАЛЬЯ УЛЬЯНОВА

ВТОРОЕ ПРИШЕСТВИЕ

Михаил Брыкин против «одноразовых» продуктов. И компаний. И даже бизнесом он занимается уже второй раз.

Перед тем как начать беседу, основатель корпорации «Топливные технологии» Михаил Брыкин открывает перед собой тетрадь формата А-4, чтобы фиксировать основные моменты разговора — цифры, ключевые слова.

— Тетрадь — необходимый атрибут любого действующего бизнесмена, — заявляет он. — В бизнесе — как в картах: часто приходится блефовать, чтобы создать определенный имидж, впечатление. И необходимо контролировать — записями — и себя, и собеседника. Чтобы спустя какое-то время, даже годы, встретиться — и говорить не с чистого листа, а оперируя вполне конкретными фактами.

Столь полезную для бизнеса педантичность Брыкину, бывше-

му ученому, еще во времена СССР привил научный руководитель в оборонном НИИ. В нашей стране сейчас найдется не много людей, которые могли бы похвастаться таким предпринимательским стажем, как у Михаила Брыкина, — почти четверть века (кооператив «Спектр-Авто», ставший впоследствии одноименной промышленной группой, он открыл в 1987 году). Однако своими «курсами МВА» он все равно считает работу в советском НИИ.

ЛЕВЫЕ ИДЕИ

Основателя «Топливных технологий» занимают самые разнообразные материи: проблемы труда и капитала, глобальный углеродный баланс, всенародное благо. Удивительным образом все это в конце концов так или иначе оказывается у него увязанным с бизнесом и горяче-смазочными материалами — основным предметом специализации.

Порой его взгляды неожиданны для человека, которого еще в середине 1990-х годов стали называть российским миллионером. Так, рыночная экономика, по его твердому убеждению, должна «строиться и коммутироваться» с оглядкой на идею «всенародного блага», которую подняли на знамя еще в СССР. По его мнению, эту идею невозможно заменить «социальной

ответственностью бизнеса»: будучи «локальной», она не снимает проблему «броуновского движения предпринимателей» (когда каждый сам за себя) и на деле представляет собой малосодержательный маркетинговый термин. Именно сейчас «всенародное благо» может занять место национальной идеи, которая в России пока еще отсутствует. Тем более что память еще свежа...

— Социализм был многим хорош, — говорит Михаил Брыкин, — однако имел большие издержки, связанные прежде всего с иждивенчеством. Иждивенчества предприниматель не допустит. Главное, чтобы он действовал на основе концепции «всеобщего блага», согласно скоординированному государством плану. Сейчас предприниматели могли бы стать пассионариями, если бы разделили общую идею и использовали «прибавленную стоимость» не только в угоду своим эгоистическим устремлениям. Даже коррупционер, вкладывающий деньги в российскую экономику, мог бы таким образом считаться праведником. В юношеском возрасте меня поразила история Саввы Морозова. Как он мог добровольно давать деньги на революцию? Однако, став капиталистом, я это понял: он улучшал жизнь для своих рабочих и не мог этого сделать для остальной страны. Самому же

“ ПЕРВАЯ БИЗНЕС-ЭПОПЕЯ БЫВШЕГО УЧЕНОГО МИХАИЛА БРЫКИНА РАСТЯНУЛАСЬ НА ВОСЕМНАДЦАТЬ ЛЕТ. ЗА ЭТО ВРЕМЯ ОН СОЗДАЛ КРЕПКУЮ НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ КОМПАНИЮ, РАСКРУТИЛ ПЕРВЫЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ БРЕНД НА РЫНКЕ ГСМ — «СПЕКТРОЛ» — И ПРОСЛЫЛ МИЛЛИОНЕРОМ ”

“ В 2005 году, будучи пятидесяти шести лет отроду, Михаил Брыкин оказался «на пенсии» на своей вилле в Португалии. Но больше года просидеть на берегу океана, глядя на набегавшую волну, не смог — слишком велика была жажда деятельности ”



«пирожки» не съесть, гораздо более радостно разделить «трапезу» с народом.

Проблемы современного российского общества, по мнению Брыкина, возникают как раз из-за «броуновского движения»: «В итоге не происходит движения вперед всей страны, а также людей, в ней проживающих, включая предпринимателей. Руководствуясь исключительно вопросами прибыли, они зачастую не строят, а разрушают». Эту разрушающую силу предприниматель почувствовал на себе, когда в 2005 году был вынужден расстаться со своей первой компанией «Спектр-Авто», которой посвятил восемнадцать лет жизни. Как писала тогда деловая пресса, компанию приобрела международная торгово-промышленная ассоциация Delfin Group. «Недружественное поглощение», — коротко комментирует эту сделку Брыкин сейчас. И по такой немногословности понимаешь: тема «закрытая».

МАСЛО МАСЛЯНОЕ

«Спектр-Авто» Михаил Брыкин организовал на заре кооперативного движения. И сразу пошел против тогдашнего «спекулятивного» тренда, потому что нацелился не торговать, а заниматься производством — причем не простым,

а инновационным. Вместе с бывшими коллегами кооператор разработал новый состав моторного масла, которое стал производить и продавать под маркой «Спектр-Ойл». Время для бизнеса на ГСМ было хорошее: отечественные нефтяные компании рынок масел еще по-настоящему не «распробовали и не поделили», а крупные западные в Россию прийти не успели. У небольших

производственных структур было достаточно времени, чтобы встать на ноги и окрепнуть.

Довольно быстро «Спектр-Авто» наладил производство сразу на нескольких площадках в Москве, Нижнем Новгороде, Ярославле, Рязани — по соседству с НПЗ. Сейчас это звучит странно, но некоторыми из производственных площадок молодая научно-



“Основателя «Топливных технологий» занимают самые разнообразные материи: проблемы труда и капитала, глобальный углеводородный баланс, всенародное благо. Удивительным образом все это в конце концов так или иначе оказывается у него увязанным с горюче-смазочными материалами — на «идеологическом» уровне”

производственная компания пользовалась совершенно бесплатно.

— В то время власти действительно поддерживали малый бизнес, — вспоминает Брыкин. — Государственным учреждениям и заводам, которые размещали у себя подобные предприятия, это ставилось в «зачет», а сами они выступали «кураторами» проекта. Банки давали кредиты под 3–4% годовых. Налог — 5%! Вот было бы неплохо, если бы сейчас обязанность поддерживать малый бизнес была вменена олигархам, а банки давали кредиты под такой процент!

«Спектрал», первый российский бренд на рынке ГСМ, шел в продаже очень хорошо. К 1997 году предприятие выпускало около 2 млн литров масла в месяц и контролировало почти четверть российского рынка фасованных смазочных материалов. Производились трансмиссионные масла, автокосметика, масляные и воздушные фильтры, а также линейка техни-

ческих жидкостей, включавшая в себя множество позиций — вплоть до стеклоомывателей, которые компания Брыкина изготавливала из контрафактной водки. Хватало денег и на статусное продвижение марки. «Спектр-Авто» спонсировал команду КамАЗа в ралли «Париж — Дакар», гонщиков АвтоВАЗа, а в 1996 году основал собственную профессиональную команду по шоссейно-кольцевым гонкам Spectrol Racing Team — для имиджа и тестирования своих продуктов в экстремальных условиях. Вторым пилотом в команде, кстати, выступал сам Брыкин на ВАЗ-2108 («Самому погонять хотелось!»).

Научные разработки в «Спектре-Авто» также велись на постоянной основе. К середине 1990-х Брыкину удалось разработать собственный загуститель для изготовления масла. «Первый в России, — уточняет предприниматель. — Даже в СССР пользовались импортным загустителем, притом что для про-

изводства масла это ключевой продукт». Однако массово запустить в производство свою разработку Брыкину тогда не удалось: несмотря на предварительные договоренности с различными ведомствами, заказы срывались. В итоге проект остался только на уровне опытно-промышленной установки, снабжавшей собственное производство.

Между тем конкурентная обстановка на рынке накалялась. И в конце 1990-х у «Спектра-Авто» начались проблемы с сырьем. «Зачем им было бороться, когда проще было перекрыть нам кран?» — риторически вопрошает Михаил, имея в виду нефтеперерабатывающие предприятия. Многие из них также занялись выпуском масел и... стали отказываться отпущать базовые компоненты конкуренту.

— Приходилось договариваться с закупщиками базовых масел и брать у них по более высокой цене, — рассказывает Брыкин. — В тот момент я предлагал своим российским конкурентам из нефтяных компаний объединиться, чтобы не потерять рынок, воюя друг с другом. Не получилось. Если в середине 1990-х один «Спектрал», по оценкам независимых экспертов, держал 24% рынка фасованных продуктов, то сейчас всем российским производителям остается довольствоваться только 20%: остальное забрали западные компании.

Против российских марок масел работал и «синдром постсоветского человека», который тогда был распространен среди потребителей: «отечественное — хуже заграничного». Объемы продаж и рыночная доля «Спектра-Авто» стали снижаться, а из четырех производственных площадок к 2005 году осталось только две.

БАЗИС И НАДСТРОЙКА

По мнению Брыкина, дело было не только в конкуренции: его подход к продукции идеологически часто не соответствовал «общекопоративным предпринимательским ценностям». Создание качественных, «долгоиграющих» продуктов полностью отвечает интересам потребителя, но подчас идет вразрез с интересами бизнеса, которому нужны обороты и продажи.

— Помните о временах, когда в нашей стране все говорили о немцах с их двигателями-миллионниками (с ресурсом на миллион километров пробега. — *Прим. ред.*)? — спрашивает Брыкин. — О них теперь, с наступлением глобализма, постарались побыстрее забыть. Идеология капитализма и глобализма противоречит идее «вечного двигателя». Современная автомобильная компания, несмотря на декларации, вовсе не ориентирована на то, чтобы машины служили долго. Идеал для нее — чтобы машина вообще была одноразовой: использовал и выбросил! То же самое касается горюче-смазочных материалов и продукции других рынков. О потребителе в такой парадигме никто не думает. Об экологии — тоже... С точки зрения «общепринятого маркетинга» такой подход считается вредным. Фактически я был «революционером», который стремился изменить систему. В бизнесе ведь все происходит, как в политике. Ты должен играть по правилам и преследовать общую корпоративную цель.

Оставшись не у дел в 2005 году, Михаил Брыкин в пятьдесят шесть лет отправился «на пенсию» — уехал на свою виллу в Португалию. Но долго там не высидел.

— Я прожил в Португалии меньше года, — вспоминает он. — Дольше проводить время, сидя на берегу океана и глядя на набегающую волну, не мог: слишком велика была жажда деятельности. Сейчас мне 62 года, и пример деятельного человека для меня — Джордж Сорос. Ему 86 — а все живо интересуются его делами и поступками на рынке ценных бумаг.

Вернулся в Россию Михаил Брыкин в 2006-м с двумя задачами — создавать рабочие места и быть полезным для страны. Бизнес-идей тоже было две: он планировал заняться разработкой и выпуском топливных присадок, вполнину сокращающих вредные выбросы в атмосферу, а также производством биотоплива — как современного экологичного источника энергии. Для этого и была создана корпорация «Топливные технологии».

Присадки требовали меньших инвестиций, поэтому Брыкин начал

именно с них. При этом он сразу же постарался сделать проект «идеологически выдержанным» — в соответствии с собственными взглядами: присадки должны были помочь потребителю экономить топливо, дать возможность мотору работать «долго и счастливо» и беречь окружающую среду. Экологические проблемы беспокоят предпринимателя и изобретателя не меньше, чем конфликт интересов труда и капитала.

— Понимаете, углеводородный баланс в атмосфере становится все более хрупким, — объясняет он. — В результате природа будет с каждым годом все агрессивнее по отношению к человеку. Как результат, когда-нибудь человечество окажется сметено с лица земли. Между тем баланс в атмосфере зависит от того, насколько «не расконсервирован» углекислый газ, сконцентрированный в запасах нефти и газа. И с ростом активности в этих отраслях проблема избытка углеводорода в атмосфере будет стремительно расти. Для предотвращения природной катастрофы, конечно же, я предложил бы человечеству озеленить Сахару... Однако в качестве паллиативной идеи начать можно с того, чтобы каждый клочок земли в городах, пустующие земли в областях использовать для озеленения. Можно, например, обязать автоконцерна высаживать по сто деревьев за каждый произведенный автомобиль. Потребителей можно было бы также подключить к решению экологических проблем. Например — регистрировать автомобиль лишь по предъявлении талона, подтверждающего, что человек «подготовился» к экологически вредной покупке и посадил десяток деревьев.

Мечтательно улыбающийся при произнесении последней фразы Брыкин, как можно заметить, в Португалии вовсе не «исправился» и по возвращении на Родину продолжает играть по своим правилам.

Так, не имея достаточных средств на маркетинг своих присадок «ТОТЕК», он принялся сам бесплатно раздавать их на автозаправках. И до сих пор весьма охотно общается с конечным потребителем: даже во время беседы с «Бизнес-

журналом» несколько раз отвлекаясь на звонки. «Не считаю зазорным лично давать консультации», — пожимает плечами Михаил Брыкин, вешая в очередной раз трубку, и тут же подводит философскую базу:

— Люди к нам приходят один за другим из «ниоткуда», черпая информацию из ноосферы, согласно теории Вернадского...

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

— Исследования нейрофизиолога академика Бехтерева говорят о том, что в человеческом мозге нет места для хранения информации, — продолжает глава «Топливных технологий». — Все содержится в ноосфере — наверное, для того чтобы информация попадала только нужному адресату. Существует информационная теория управления состоянием вещества, которую я начал разделять и применять на практике. Если в двух словах, базируется она на том, что все в мире — информация. В Библии не зря сказано: «В начале было Слово». На этом основывается и мой подход к материалам. Так, например, машинное масло я вижу не с механической точки зрения, а исключительно с информационной. Оцениваю, насколько каждому компоненту, который участвует в составе, «хорошо» работать с другими. Ведь если всем компонентам друг с другом «хорошо», то и масло будет «хорошее» (и мотор за это скажет спасибо). Любое вещество на своих электронных оболочках или каких-либо других структурах несет информационную составляющую. Сама жизнь зародилась вследствие случайной комбинации информационных носителей. Поэтому конструирование какого-либо материала зависит исключительно от их взаимодействия. В свое время я открыл секрет конструирования масел. Я хорошо знаю, как подобрать компоненты друг к другу. В этом случае большое значение имеет синергия, когда все компоненты работают заодно и с удвоенной силой. В соответствии с теорией всенародного блага, только на молекулярном уровне.

По словам Брыкина, топливные присадки «ТОТЕК» стали популярными у водителей. Конечно же,

до успеха «Спектрола» им еще далеко. Однако, по подсчетам предпринимателя, с 2006-го рост продаж присадок составляет 20% в год. Довольно быстро удалось наладить дилерскую сеть по всей стране. А вот работа в b2b-секторе пока хороших результатов не принесла. Казалось бы, владельцам автопредприятий было бы выгодно экономить топливо и сохранять ресурс двигателей. Однако хорошее впечатление водителей от использования продукта плохо конвертируется в контракты с их работодателями.

ИДЕЯ «ВСЕНАРОДНОГО БЛАГА», ПО МНЕНИЮ БРЫКИНА, РАБОТАЕТ И НА МОЛЕКУЛЯРНОМ УРОВНЕ — В МАШИННОМ МАСЛЕ. ЕСЛИ ВСЕМ КОМПОНЕНТАМ В НЕМ «ХОРОШО» ДРУГ С ДРУГОМ, — СТАЛО БЫТЬ, И МАСЛО БУДЕТ ХОРОШИМ!

— Всплыла проблема, которую мы не учли, — говорит Брыкин. — Управляющие транспортными компаниями, как выяснилось в процессе общения, не видят прямой выгоды и не готовы тратить деньги на присадки. Дело в том, что в этом сегменте рынка довольно значимым элементом является внутренняя коррупция. Управляющий платит небольшую зарплату водителям, поскольку знает, что они все равно будут подворовывать на ГСМ. Соответственно, водителю не с руки рассказывать, как он сэкономил с помощью присадок.

Не удается также получить контракты с государственными учреждениями.

Но, несмотря на это, у Брыкина есть все основания полагать, что его присадки смогут прижиться в Европе и, сделав небольшой крюк, «вернуться» в Россию.

— Не так давно к нам обратилась мэрия Риги, — рассказывает он. — Евросоюз обязал Латвию снизить уровень выбросов углеводородов в атмосферу, и власти озаботились этой проблемой. Мэрия выпустила на маршрут специальный автобус,

который тестирует нашу присадку. Если факт экономии будет подтвержден, они начнут внедрять наш продукт на городском транспорте, и информация об этом будет доведена до комиссии по экологии Евросоюза в Брюсселе. Тогда и у нас дело пойдет быстрее!

АНТИДЕПРЕССАНТ

Четыре года назад, в соответствии со своим первоначальным планом, корпорация «Топливные технологии» начала строительство производства твердого биотоплива — пеллет¹ — в Тверской области. Следом Брыкин рассчитывал запустить еще несколько подобных площадок в других регионах, чтобы получить экономию на масштабе, но помешал кризис. Сейчас мощности предприятия загружены не до конца, однако рентабельность все равно устраивает изобретателя. Как ни крути — 40%. Пеллеты производят из отходов лесоперерабатывающей промышленности — из так называемой биомассы (прежде всего бурелома, нестроеного леса и порубочных остатков, скапливающихся в окрестных лесах).

Поначалу Брыкин думал о производстве рапсметилэфира и биоэтанола, однако отказался от этих идей как «слишком капиталоемких». В первом случае запуск производства потребовал бы инвестиций в 27 млн евро, во втором — еще больше. Пеллетный бизнес обошелся в 8 миллионов. И с выбором исходного сырья, как показал дальнейший ход событий, предприниматель не ошибся.

В этом проекте пересекается сразу несколько идей, вдохновляющих главу «Топливных технологий». С одной стороны, все та же экология: посредством сжигания биотоплива в атмосфере поддерживается необходимый баланс. С другой — добыча сырья в этой отрасли работает на очистку российских лесов, а также связана с переработкой отходов других производств. Еще Брыкина воодушевляет социальный факт: места, в которых преобладают источники сырья для его производства, сосредоточены в основном в депрессивных регионах, где с помощью организации подобных предприятий можно заметно разряжать социальную обстановку, создавая рабочие места.

— Что характерно для славянского народа? — формулирует вопрос предприниматель — и начинает перечислять: — Он очень социален, ему свойственна соборность. Наши люди очень нуждаются в обществе, общности. Они испытывают большую потребность быть нужными. И если людей лишить всего этого, автоматически это будет означать лишение смысла жизни. Без него люди будут даже физически умирать. От пьянства или от тоски.

ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ

Сейчас в корпорацию «Топливные технологии» входит два предприятия, плюс зарождается третье. Разумеется, Брыкин не оставил свою основную специализацию — производство масел (также под брендом «ТОТЕК»). И в прошлом году запустил производство линейки полностью синтетических масел «топ-премиум-класса» (как он его характеризует) — на базе прошлых наработок и новых технологий. Сейчас активно ищет инвесторов. Причем именно таких, кто оказался бы способен разделить с ним «бремя и радость от ведения инновационного бизнеса».

НИОКР в своей корпорации Брыкин также организовал на новый лад. Его лаборатория — это не обособленное пространство в классическом понимании, а некий «центр», из которого поступают задания для групп ученых, не связанных и даже незнакомых друг с другом. Каждый из них выполняет какую-то часть работы, но не знает проблемы в целом. Такой подход, надеется изобретатель, поможет избежать утечки информации. Свое новое масло он производит примерно таким же способом: заказы на ингредиенты размещены на нескольких сторонних площадках, а компаундирование («сборка») проходит уже под его контролем. «Примерно так же строил свой «Наутилус» капитан Немо», — проводит параллели Михаил.

В конце разговора Брыкин бросает взгляд на свою тетрадь: по мотивам встречи он не успел написать ни одной строчки. «Давайте хотя бы впишу марку вашей машины. Каким, кстати, маслом вы пользуетесь?..»

¹ Пеллеты — топливные гранулы, биотопливо, получаемое из отходов сельского хозяйства, деревообрабатывающих и иных производств, торфа. По данным ИАА «Инфобио», Россия в 2010 году произвела 1 млн т пеллет; большая часть этого объема была отправлена на экспорт.