



Мед против чупа-чупсов

[Людмила Колбина](#), редактор отдела предпринимательства журнала [«Эксперт Урал»](#).

Группа компаний «Тенториум» (Пермь), используя технологии прямых продаж, превратила пчеловодство в России в прибыльный бизнес, а апитерапию — в профессию.



Тихая катастрофа — пчелы исчезают. 14 сентября впервые прошел Всемирный день защиты пчел, который отныне будет отмечаться ежегодно. Можно иронизировать и говорить: вот фигню-то придумали, тут бы с финансовым кризисом разобраться. Но ученые-энтомологи утверждают: это кризис — фигня против пчел. В 2007 году в ряде развитых стран — США, Германии, Швейцарии, Испании, Португалии, Италии, Греции и Великобритании — погибло от 20 до 80% пчел. Может, и в других странах то же, но статистики не ведется.

Причины трагедии — плохая экологическая обстановка, сокращение количества медоносов, появление генетически модифицированных растений, применение в сельском хозяйстве новых химикатов с недостаточно изученными последствиями. Предполагается, это в совокупности ослабляет иммунитет пчел. Хотя подлинные причины исчезновения неизвестны, среди версий — все те же радиоволны, из-за которых якобы в России уже исчезли тараканы.

Мировое сообщество пчеловодов бьет тревогу, озвучивая предсказание **Альберта Эйнштейна**: «Через четыре года после гибели последней пчелы на Земном шаре погибнут и люди». Ведь пчела — главный, на 90%, опылитель растений, как пищевых, так и кормовых. Без нее у нас исчезнет еда. Не будет ни яблок, ни мяса, ни хлеба, ни молока — от уровня развития пчеловодческой отрасли зависит производительность не только

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум \[www.medovik.com\]\(http://www.medovik.com\) Ирина Власова и семья Власовых](#)

растениеводческих, но и мясомолочных хозяйств, предприятий рыбоводства и прочих. Еда — это только первая в цепочке бед.

В мае в Москве на Международной конференции, посвященной сохранению генофонда темной лесной средне-русской пчелы, президент группы компаний «Тенториум» (Пермь) Раиль Хисматуллин выступил с инициативой обратиться в ООН и другие мировые

институты по поводу защиты пчел. Цель — привлечь к проблеме внимание широкой общественности, разработать комплекс мер.

Хисматуллина коллеги поддержали. И ООН отреагировала. А недавно его компания представила новый информационный ресурс — сайт www.save-bee.ru для тех, кто хочет вникнуть в суть проблемы и принять участие в ее разрешении.

Пермская пчела вскормила бизнес **Раиля Хисматуллина**. «Тенториум» ведет свою историю с 1988 года, со скромной пасеки на окраине Перми. Сегодня группа предприятий работает на перспективном потребительском рынке здоровья: завод пчелопродуктов ООО «Тенториум» выпускает их более 120 наименований, еще 100 — в разработке; курорт «Апи-СПА» специализируется на лечении продуктами пчеловодства в сочетании с методиками водогрязелечения; есть завод натуральных минеральных вод «Акваториум»; мебельная фабрика «Королевский массив». В компании, насчитывающей 525 сервисных центров в крупнейших городах России, а также за рубежом, работает тысяча человек. «Тенториум» — динамично развивающаяся компания прямого маркетинга, продукция которой распространяется с помощью независимых дистрибьюторов.

О том, как устроен его бизнес, Раиль Хисматуллин рассказывает «Э-У».

Экстрим как естественный отбор

— *Раиль Габдулхакович, пчел не заменит никто?*

— Диких пчел очень немного, в основном пчела живет с человеком. Тревогу специалистов вызывает то, что и у нас в стране пчеловодство сокращается. Пасек становится меньше. Россию тоже догнала эта ситуация, у нас уже серьезно пострадал Юг, немного полегче на Севере. Наверно, это связано с тем, что наша пчела, находясь в суровых климатических условиях, вынуждена быть устойчивой.

Промышленного пчеловодства, как на Западе, в России не существует. Там пасеки большие (у нас максимум 300 пчелиных семей, а там — до 3600), автоматизированные, с очень хорошим доходом — и у меда себестоимость достаточно низкая. Мед как серьезный бизнес прежде в России не рассматривали.

Наша северная пчела — темная, при очень длительной зимовке вынуждена сидеть в улье до восьми месяцев. Весь этот период, извините, не испражняется, накапливает каловые массы в толстой кишке. Чтобы они там не загнили, корм у пчелы должен быть очень качественный, содержать вещества, подобные антибиотикам. Мед она перерабатывает таким образом, что он становится чистейшим, без примесей, обогащается ферментом.

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых

Мы ведем исследования, ищем идентифицирующую часть северного меда. Задача сложная, дорогостоящая. Но если мы ее выполним, то бренд северных медов сможем поднять очень высоко.

Мы всегда знали, что эти меда по лечебным качествам превосходят другие. Но о том, что нужно это сделать брендом компании, задумались лет пять назад, когда смогли для этой работы освободить серьезные средства. Другие меда не хуже. Но нашим — как содержащим природные антибиотики — нет равных.

— *С какой широты идет северный мед?*

— Начиная с 57 градусов северной широты, но она не все определяет. Чем экстремальнее условия, тем больше пчела вынуждена уделять внимания продукту. Не все пчелы адаптируются к сложным условиям, веками идет отбор самых выносливых. Темная живет на Дальнем Востоке, в Сибири, на Алтае, в Карелии, Башкирии, Татарии, но главный массив этой пчелы — в Пермском крае. У нас самое северное пчеловодство. Пасеки «Тенториума» в Кунгурском и Пермском районах мы намерены сделать племенными для развития пчеловодства в регионе. Обучаем пчеловодов современным технологиям.

— *Что к ним относится?*

— Наши учебные пасеки на 500 семей автоматизированы, механизированы. Но мы хотим, чтобы они были еще и компьютеризированы. И тогда себестоимость меда будет совершенно другая. В идеале пасечник должен работать как станочник на заводе. Если компьютер показал, что в улье № 25 что-то случилось, он идет и смотрит: либо матка погибла, либо болезнь поразила, либо происходит воровство пчел. Компьютеризированные пасеки в Канаде в разы больше, а обслуживают их трое — муж, жена и сын.

Никто бы не знал

— *На сайте я прочла, что «бизнес Тенториум — это целая философия». В чем она заключается и как на ней выстроилась компания?*

— Философия наша проста — мы убеждены, что на столе у людей всегда должны быть мед и пчелопродукты, это необходимо для здоровья. А компания возникла с того, что мы с супругой начали заниматься пчелами.

Наиля — врач, я по специальности апидолог, такое семейное сочетание позволило развивать апитерапию. Апис, кто не знает латынь, — это пчела, апидолог — энтомолог по перепончатокрылым, а апидология — наука обо всех перепончатокрылых и частожалящих. Интерес к апидологии возростал по мере того, как с помощью пчел я, астматик с четырех лет, о болезни забывал, она меня перестала беспокоить.

«До пчел» я работал радиооператором Пермского машиностроительного завода, старшим товароведом Пермской заготовительной сбытовой базы Облпотребсоюза. Потом увлекся

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых

пчеловодством, заведовал пасекой производственного объединения «Пермтара». В 1988 году создал кооператив, а в 90-м малое предприятие «Апицентр Тенториум» — кабинет апитерапии в поликлинике. И только потом — в 2000 году — группу предприятий «Тенториум».

Мысль начать такой бизнес возникла, когда прочел статью о том, что в Москве открыли апиполиклинику. Мы с женой изучили апитерапию. Наила — у известного апитерапевта Эдуарда Лудянского в Вологде, а я закончил Академию пчеловодства министерства сельского хозяйства РФ.

Собрали много литературы, у нас хорошая профессиональная библиотека, участвовали в конференциях. То есть были в контексте развития апитерапевтической мысли в России.

В течение года пытались запуститься: апитерапия в начале 90-х считалась нетрадиционной медициной. Мы тяжело проходили эти барьеры, только благодаря поддержке нескольких местных ученых нам это удалось — кабинет открылся. Но пациентов почти не было, никто не знал про нас, пока не вышла статья «На кончике жала». И наутро в поликлинике к нам были такие очереди, что мы с трудом пробрались в собственный кабинет. Очередь была расписана на три года вперед. Так мы взлетели.

— *Что именно предлагал кабинет апитерапии?*

— Лечение с применением продуктов пчеловодства. Мы с Наилей воодушевлялись тем, что люди, которым мы помогали, до нас помощи нигде не могли получить. Помимо собственных исследований в апитерапии мы тесно взаимодействовали с развивающимся научным сообществом людей, которые хотели работать в этой тематике, — в Пермском фармацевтическом, в медицинском институтах. Бизнес креп, мы начали развивать производственную часть, наши первые простейшие продукты: настойка прополиса, гомеопатические драже изготавливались на базе лаборатории кафедры фармакогнозии Пермского фармацевтического института. Реализовывали на приеме, продавали в киоске в поликлинике.

В 1993-м мы уже сами проводили в Перми международную конференцию «Пчела и человек». Название странное. Но важно было собрать апитерапевтическое сообщество, обменяться опытом, двинуть темы — у нас появилось много наработок. Апитерапия в России в начале 90-х получила новое развитие. Это объясняется как развитием рынка, так и поиском новых экологичных продуктов.

Основной акцент в исследованиях с описания отдельными энтузиастами случаев положительного влияния продуктов пчеловодства на организм человека сместился на научные исследования механизмов этого влияния с подробным физико-химическим и микробиологическим анализом. Хотя апитерапия везде и всегда сложно шла, только на энтузиастах, эффект она может давать просто колоссальный.

Сцепка нужна пчеловодов и врачей. В данный момент апитерапия официально признана научным сообществом в качестве традиционной медицины, в справочнике медицинских профессий с 2006 года есть такая специальность.

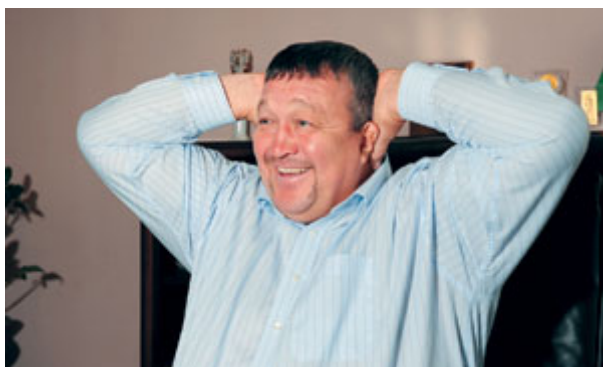
[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых

Нас с женой удивляло: несмотря на то, что наша продукция давала хороший эффект, она не покупалась в серьезных масштабах. Очень хотелось людей с ней познакомить. На тот момент многие не знали, что такое прополис, перга, пыльца, хитозан. Пытались реализовать продукцию через аптеки, профилактории, магазины, отправляли из Перми в

Екатеринбург — эффекта не было. Мы тогда не понимали многих законов рынка. Нужно было вкладываться в рекламу.

А средств таких мы не имели.

Herbalife, да не тот



«Еще пять-шесть лет назад пчеловоды не знали, куда мед девать. Он спросом не пользовался. Методами прямых продаж удалось раскрутить сбыт и превратить пчеловодство в России в прибыльный бизнес»

— *Почему вы обратили внимание на сетевой маркетинг?*

— В 1994 году отчетливо стало видно — мы что-то делаем не так. Но как расширить бизнес, мы не знали. Присмотрелись: тогда на нашей территории начали работать сетевые компании. Изучив их опыт реализации продукции для здоровья, мы решили применить его у себя.

— *Но они получили много критики. Сетевой бизнес даже был ругательным словом.*

— А дело в том, что они вели политику выжженной земли. Суть ее: огромные ресурсы были направлены нашими бывшими соотечественниками на то, чтобы выкачать из России как можно больше денег. Те методы работы, которые они здесь применяли, не использовали никогда в цивилизованных странах. До сих пор у людей остались своеобразные впечатления о работе этих компаний.

— *Какие именно?*

— Мотивация потребителей на то, чтобы они как можно больше денег вкладывали в закупку продукции для последующей ее реализации: многие закладывали и теряли все свое имущество. В этом был негатив.

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых

На Западе этот бизнес — прямые продажи — динамичен, красив, уважаем. И у нас он тоже будет уважаем. Мы начали активно работать в одной из таких компаний, чтобы изучить бизнес изнутри. Одно из главных требований работы — обучение, так мы попали

в Америку за счет компании. Помимо обучения россияне в начале 90-х получали шок от американской действительности.

Я для себя тогда решил: или я буду жить, как живут люди там, или я здесь жить не буду. Мы учились и в Англии, и в Израиле. Вернувшись, в декабре 1994 года создали план собственных действий по развитию в «Тенториуме» бизнеса прямых продаж.

— *У вас был стартовый капитал?*

— Нет. Технологии прямых продаж тем и были нам интересны, что не требовали стартового капитала, наоборот, они дали неплохие деньги и позволили развивать производство. С 1995 года компания стала расти и мы пошли в другие регионы. Дефолт 1998 года отбросил далеко все западные сетевые компании и обеспечил нам мощный рывок: дистрибьюторов на рынке, которые оказались не у дел и искали, куда примениться, было достаточно, плюс сырье у нас было свое.

— *Как выглядела ваша схема этого бизнеса?*

— На нашем сайте есть все подробности. Продукция компании распространяется с помощью независимых дистрибьюторов, для которых существует четкий набор правил. Отмечу только: бизнес очень личностный, основан на харизме реализатора продукции. Мы учились не только у Herbalife — у многих компаний, у каждой брали рациональное зерно, пытаюсь в итоге выстроить нечто свое. Убедились: во многих вещах не стоит изобретать велосипед. Наш маркетинг признан одним из самых успешных — в Международную ассоциацию прямых продаж из России пригласили только нас. Многие известные российские компании применяют метод прямых продаж, но нашим продуктом больше никто не занимается, он требует немалых специальных знаний. Нам реклама не нужна. Наши торговые агенты выполняют эту работу. Коммивояжерство всегда было наиболее прогрессивной формой рекламы. Живого человека не выключишь как радио и телевизор, не отложишь как газету или журнал. Он все-таки расскажет.

Панцирь как адсорбент

— *Какова структура компании?*

— Мы все время трансформируемся.

В 2000 году стали холдингом, хотя не оформлены как холдинг. Наши предприятия осуществляют разные виды деятельности для одной цели. Основные блоки: научно-экспериментальный, производственный, лечебный и продажи. В экспериментальный блок идеи поступают для проработки как от сотрудников компании, так и со стороны. Если при мозговом штурме предложение принято командой, оно воплощается в новых продуктах, линейки которых постоянно расширяются. Важно, чтобы продукт был востребован.

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых

Вот пример, как идея стала продуктом. Как-то на конференции выступающий демонстративно посадил себе пчел на десны и они жалили его. Так он вылечил якобы нелечимый парадонтоз. Появилась «жгучая» идея апробировать этот метод. Пробуем все всегда сначала на себе. В итоге выпустили новый продукт: гель для десен, включающий пчелиный яд. Уже два года получаем хорошие результаты.

— *Что входит в научный блок?*

— Компании подобной тематики содержат целые институты, чтобы разрабатывать новые виды продукции, предлагать их рынку. И мы к тому идем. Сотрудничаем с ведущими институтами, в том числе зарубежными. Заключаем договоры на выполнение исследовательских, научных работ.



Все построено на партнерских взаимоотношениях. Например, лаборатория экологического мониторинга пчелиных «Федерал» начиналась в 1996 году как лаборатория на кафедре экологии Академии пчеловодства и длительный период была нашим научным подразделением. Затем стала самостоятельным Центром исследований, оказывает нам услуги сертификации продукции — мы не содержим сейчас свою службу качества. Плюс по нашим заявкам делает для нас клинические исследования.

Мы поддерживаем Центр исследований, а они имеют отношения со многими научными институтами: НИИ пчеловодства, Академией пчеловодства (город Рыбный), Международной Академией наук апитерапии и пчеловодства (Днепропетровск), Институтом красоты (Москва), Институтом сердца (Пермь), Щелковским биокомбинатом, немецкими Институтом экологии и химии окружающей среды при университете города Люнебург (Нижняя Саксония), Институтом пчеловодства (Целле), Институтом стандартизации.

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых

Таких партнеров у нас несколько. Например, благодаря сотрудничеству с РАН, центром «Биоинженерия» и Хитиновым обществом мы начали использовать хитозан пчелиных. Это продукт пчеловодства, адсорбент, который никто до нас не получал. Он содержится в панцире пчел, погибающих в зимний период в большом количестве, так как происходит смена особей семьи.

Все научные направления, которые поддерживает наш бизнес, начинают развиваться. Скажем без ложной скромности: во многом благодаря нашей компании пчеловодство в стране как отрасль выстояло.

— ***Какие научные темы вы развивали? Ваши продуктовые хиты, основанные на них?***

— В 1995 году мы зарегистрировали идею научного открытия в международном сообществе, получили на нее авторское право — собираем доказательную базу по ДНК-редуцирующей нуклеазе. Мы полагаем, что собираемая пчелами пыльца растений — сперматозоны — могут редуцировать поврежденный участок ДНК, что цепочки ДНК могут восстанавливаться при помощи ДНК-образующих нуклеаз, содержащихся в сперматозонах растений. Если мы докажем, что это так, открытие будет дорогого стоить.

Работаем в этой тематике с рядом институтов. Главная проблема — финансировать исследования приходится только нам. Помимо этого вынуждены вкладываться очень серьезно в свое производство — строительство наших заводов. В 2007 году запустили мебельную фабрику и завод натуральных минеральных вод «Акваториум», в этом готовим к пуску новый комбинат по переработке продуктов пчеловодства, на данный момент по проекту освоено порядка 7 млн долларов.

— ***А воды как с пчелами связаны?***

— Мы приобрели бывшую Пермскую водогрязелечебницу в 2003 году. Сейчас это один из немногих центров в России, которые комплексно занимаются апитерапией и водогрязелечением. Загрузка — 140 — 150% вместе с курсовочниками. Желающих больше, чем возможно вместить. Часто к нам едут люди, которые потеряли всякую надежду что-либо изменить в своей жизни и здоровье. На территории комплекса есть скважины, некоторые из них сверхглубокие, с йодобромной, сероводородной водой и минеральной водой «Пермская», которую мы разливаем и продаем. Наша марка — Апи-СПА.

— ***Что вы имеете со всех этих поддержек науки для бизнеса?***

— Это отчасти аутсорсинг. А в целом благодаря совместной работе с учеными мы можем многое рассказать о продукте тому, кто его приобретает. Продается не столько продукт, сколько легенда о нем. В хорошем смысле этого слова. Легенда должна быть достоверной, иметь доказательную базу.

— ***Какие идеи рождены в компании и реализованы в продукцию?***

— Вся наша продукция — это ноу-хау «Тенториума», этого больше никто не делает. Наш главный хит и бренд — северный мед от темных пчел с природным антибиотиком. В этом направлении мы идем уже пять лет.

Второй хит: в 2001 году мы представили в ЮАР, где проходил конгресс мирового сообщества апидологов, новый продукт пчеловодства — хитозан пчелиных. У нас он используется в пеномощей серии и в таком пчелином продукте, как апицит, который мы создавали совместно с РАН.

У меда, прополиса и пчел столько еще всего неизведанного — уму непостижимо. Вы когда-нибудь были на пасеке, когда идет активный медосбор? Можно просто очуметь от одного аромата. Но главное не это. Пчелы и земля имеют разный заряд. У земли — положительный, у пчелы во время ее полета к растению — отрицательный. Она садится на цветок и пыльца к ней приклеивается как к магниту. Пчела ее собирает на себя с помощью специальных щеточек, скрепляет слюной с ферментом, прикрепляет к лапкам и летит дальше. И вот этот разноименный заряд пчелиного роя на пасеке все время существует, пчеловод работает в условиях постоянно ионизированного воздуха. Может, оттого все пчеловоды — долгожители.

Другой пример, вызывающий изумление: в улье над пчелиным гнездом воздух стерильный за счет прополиса. Происхождение у него такое. Растение, чтобы защитить почку, молодые листочки от болезнетворных организмов, вырабатывает смолу. Пчелы собирают эти смолы и перерабатывают для того, чтобы покрывать поверхность гнезда. К стерильности добавляется эффект полостных структур-гнезда, положительно воздействующий на здоровье человека. Мы исследуем все это.

Франшиза для чайников

— *Почему никто не создает аналогичных компаний?*

— Барьеры выхода на рынок серьезны: немного специалистов, которые хорошо знают тему. Прямой конкуренции нет. Многие пытаются работать с похожими продуктами пчеловодства: с медом, пыльцой, прополисом. Мы — самые большие, у нас есть свои пасеки. Сложность работы с продуктами заключалась в том, что рынку они были неизвестны и нужно было долго доказывать, что они очень полезны.

— *Намерены ли вы расширяться?*

— Да. То, что мы умеем делать хорошо, будем делать сами — пчелопродукты. Люди часто недооценивают, что мед — это продукт живой, его нужно умело перерабатывать. Например, нагревание свыше 40 — 45 градусов приводит к образованию в меде канцерогена — оксиметилфурфурола. То есть мед из диетического продукта может превратиться во вредный. Основные компоненты нашей продукции — продукты пчеловодства, а продуктовые линейки — это драже, кремы, бальзамы и пеномощие средства.

По остальным вопросам будем работать со специалистами. Зубную пасту, например,

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых

с нашим оригинальным сырьем в составе передаем на аутсорсинг. Думаем значительно его расширять. Компания разработала и начала активно внедрять агрофраншизу по пчеловодству. Не исключено, что будем продавать ее и за границу, в СНГ.

Помимо региональных отделений Тенторума, которые перейдут на схему работы по франшизному договору, его может заключить любой желающий. Стоимость — 310 тыс. рублей: 30 пчелопакетов и ульев, оборудование, обучение и технологическое сопровождение в течение первого года деятельности. В сентябре в Перми появился первый франчайзи.

— *А почему не 350 франчайзи?*

— Аргентина и Бразилия этим путем прошли и стали крупными производителями меда после Китая. Там эти программы называются «пчеловодство против бедности».

А у нас люди долго присматриваются. Россия занимает очень скромное место на мировом рынке меда. Хотя с нашими ресурсами мы могли бы залить медом весь мир.

— *Почему опасаются покупать франшизу?*

— Объясню. Вы мед часто едите?

— *В день несколько ложек.*

— Это замечательно, но таких, как вы, мало. Гораздо больше люди съедают колбасы, чупа-чупсов! То есть виновата общая неграмотность населения в вопросах здорового образа жизни. Еще пять-шесть лет назад пчеловоды не знали, куда мед девать. Он спросом не пользовался. С медом успешно конкурируют кондитерские изделия, конфеты. Образованному, понимающему человеку, который заботится о своем здоровье, мед нужен, а обычному обывателю все равно — ну сладкое и сладкое, он не задумывается о том, что ест.

Это мировая проблема — сбыт пчелопродукции. Поэтому мы только методами прямых продаж и раскрутили пчеловодство в России. Сейчас очень хорошо все сбывается. Ситуация и в мире меняется: по данным Национального союза пчеловодов, потребление меда в России ежегодно растет на 20%, в Англии — на 11%, в США — на 25%.

— *Зачем тогда вам понадобилась франшиза?*

— Мы думаем о завтрашнем дне: хотелось бы, чтобы пчеловодство развивалось. Франшиза рассчитана на чайников, которые никогда не занимались пчеловодством. Со второго года пчелиная семья обычно дает доход. А мы гарантируем франчайзи выкуп продукции по среднерыночной стоимости.

Постоянный адрес статьи на сайте журнала Эксперт: http://www.expert.ru/printissues/ural/2008/42/interview_hismatullin/

[Мы всегда рады видеть вас на страницах нашего сайта о продуктах пчеловодства и бизнесе Тенториум www.medovik.com](http://www.medovik.com) Ирина Власова и семья Власовых