

«СТОЛЬКІ ЁНКАЎ, КОЛЫ Я НАС, НІ Ў КОГА НЯМА»

(Заканчэнне. Пачатак на 1-й стар.)

Штомесяц у Ашмяны са сваёй новай сям'ёй прыязджае і 18-гадовая Галя. Дзяўчына з 11 гадоў ездзіла да Алены Мікульчык у гасці. А зараз паступіла ў педуніверсітэт і жыве разам з мамай — шэф-кухарам — і татам у Мінску. Што цікава, са сваім мужам Алена Мікульчык таксама пазнаёмілася ў Ашмянах. Андрэй Варабей, майстар спорту па джыу-джыцу, быў удзельнікам яе дэбратчыннага праекта.

— Алена, а чаму вы выйралі менавіта Ашмянскую школу-інтэрнат?

— Зусім выпадкова. У адзін цудоўны дзень на дэбратчынным мерапрыемстве я пазнаёмілася з дырэктарам Ашмянскай школы-інтэрната. «Мы для нашых дзетак зрабілі маленькія куханькі, — кажа, — але ж яны не ўмеюць гатаваць. Прыязьдзе навучыцца». А я з сяброўкай была. Падумалі: чаму б і не, давай прыездзем разок, навучым яшчэ піраг. І так нам тая першая паездка не спадабалася, а ўсё таму, што мы дрэнна падрыхтаваліся. Выраслі, а давай яшчэ раз прыездзем, падрыхтуемся як след. Будзем не проста гатаваць, а штосьці расказваць. Пра краіны свету, напрыклад. Ярка не так даўно я была ў Індыі. У мяне свежыя фотаздымкі, прыгожыя сары. У выніку мы запрасілі сапраўдных індыйцаў, гатавалі масала доса. А потым зладзілі фотасесію ў сары. Дзеці, якія праводзілі нас, у адзін голас на некалькі разоў пыталіся, ці прыездзем яшчэ. Ну, думаем, працягнем праект да канца навучальнага года. Літоўцаў запрасілі, немцаў, амеры-



Дзяўдзя Валянцін знаходзіць падыход да кожнага ашмянскага ўнука.



Дзяўдзя Валянцін знаходзіць падыход да кожнага ашмянскага ўнука.

канцаў, кітайцаў... Гатавалі і нацыянальныя стравы. За гэты час мы пасябралі з дзецьмі і зразумелі, што не можам іх кінуць. Восі і гэтыя жывы праект ужо штосьці гадую. Мае бацькі, як бацьце, далучыліся. «Столькі ўнукаў, колкі ў нас, ні ў кога няма», — усміхаецца Валянцін Ушакова, трымаючы на каленках аднаго з выхаванцаў інтэрната.

Пакуль Алена з іншымі дзеткамі гатавала, я заўважыла падлетка, які трымаў асобна падылетку, спыталася, як справы. «Мяне ўжо дзве мамы кінулі», — з прыкрасцю выпаліў хлопчак. Аказваецца, яго родная мама ўжо шмат гадоў сядзіць турме. Некалькі гадоў таму іншая жанчына ўзяла ў прыёмную сям'ю, але праз нейкі час вярнула назад у інтэрнат.

— У нашай Галюні вельмі цяжка праходзіць пераходны ўзрост. Яна была вельмі эгаістычнай. Вы мне патрэбны ўсё даць, і ніякай аддачы ўзмен. Мы ў любы момант ма-



Дзяўдзя Валянцін знаходзіць падыход да кожнага ашмянскага ўнука.

Уладзімір БІЗЮК: «Ведалі б вы, як дзецяям прыемна, што ў іх такая падтрымка»

Дырэктар Ашмянскай школы-інтэрната дзеці вельмі любяць. Калі пытаюся, за што, кажуць: «Ён добры. І ніколі не задзірае нос: маўляў, я — дырэктар, а вы — ніхто». Уладзімір Аляксандравіч, відаць простым вокам, таксама любіць сваіх выхаванцаў, перажывае за іх далейшы лёс:

«Цяпер у нас у асноўным выхоўваюцца дзеці, якім 12—15 гадоў. Большасць — хлопчыкі. Ім ужо практычна нерэальна трапіць у сям'ю. Вельмі важна падтрымаць дзецяў да самастойнага жыцця, інтэграваць у грамадства. Праект «Кулінарныя плос» вельмі ў гэтым дапамагае. За 6 гадоў больш як 500 чалавек да нас прыхаля. Гэта толькі тыя, хто па адным разе. А многія ўжо і па 10—20 разоў. Тут былі і рыцарскія клубы, і спартсмены самая розныя, і байкеры, і альпіністы, і вучоныя, і мастакі, і музыкі. Наш славеты ўжо ўжо некалькі разоў выступаў на сцэне Белдзяржфілармоніі. І штораў у глядацкай зале сядзяць у тым ліку і удзельнікі праекта «Кулінарныя плос». Ведалі б вы, як дзецяям прыемна, што ў іх такая падтрымка».

Наталля ЗАКАРАЯ: «Малюся, каб іх жыццё складалася лепш, чым у бацькоў»

«Гэтыя дзеці ні ў чым не вінаватыя. Штодзень маюся, каб у іх жыццё ўсё складалася лепш, чым у бацькоў. Прыязджаю суды, бо ведаю, што значыць апынуцца ў бядзе. У 1993 годзе ў Абхазіі пачалася вайна. Я з мужам і двума маленькімі дзецьмі вымушана была ўцякаць. У нас наогул нічога не засталася: ні адзення, ні дома. Беларусь прыняла нашу сям'ю, як родная маці. Дзяўкі богу, яшчэ працую, таму маю магчымасць дапамагчы. Вядома, я не ў стане, напрыклад, тысячы долараў падарыць, але купіць футболькі, кеды... А самае галоўнае, падсцэпі сказаць добрае слова, запытацца «як твае справы?». Мне хочацца, каб дзеці выхаваліся па-хрысціянску, каб яны жылі з верай у сэрцы, з верай у людскую даброту».

Наталля ГАНЦІЎСКАЯ: «Яны навучылі мяне цаніць тое, што маю»

«Дзеці навучылі мяне цаніць тое, што ў мяне ёсць. І чаго па-сапраўдному няма ў іх — сям'і. Мы ж на самай справе распачынем увагай і любоўю. Настолькі, што нават залезуся, калі мама тэлефануе па некалькі разоў на дзень. Радзіцеся, што да вас ёсць камусьці справа, што камусьці не ўсё роўна, як вы сябе адчуваеце, ці паелі вы і ці цёпла апраўнілася ў ашмянскіх хлопчыкаў і дзяўчатак ёсць сваікі. Але большасць з іх не моцна «абцяжарвае» сябе зносінамі з ім. У дзяўчыні Сашы ёсць сястра ў Мінску. За ўвесь час знаходжання ў школе-інтэрнаце яна ні разу не прыхаля яе адведзець. «Мы з ёй часам перапісваемся ва «Я Кантакце», яна пытае, як мае справы... Яна ж вельмі занятая, шмат працуе, таму не можа да мяне прыхаць...» І выпадак Сашы зусім не выключэнне ў Ашмянах. Але ўпэўнена, не толькі ў Ашмянах. «Прыяжайце па большакі са мной!» (Наталля кажа валянтціну, якую ёй напісала ў лютым хлопчык Дзіма). Дзеці часта, асабліва па першым часе, з надзеяй пыталіся: «А ты прыяздзіш яшчэ?» Прыяду і буду ездзіць. Таму што гэта важна, гэта трэба. Не толькі дзецяям, але і мне самой».

Надзея ДРЫНДРОЖЫК: nadzia@zviazda.by

ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ИГРЫ

Настоящие правила проведения Рекламной игры «Вкус удачи» (далее — Правила) разработаны в соответствии с Положением «О проведении рекламных игр на территории Республики Беларусь», утвержденным Указом Президента Республики Беларусь от 30.01.2003 №51 (с изменениями и дополнениями), и определяют порядок проведения Рекламной игры «Вкус удачи» (далее — Рекламная игра).

Организатор
Организатором Рекламной игры является Общество с ограниченной ответственностью «Белновотекс групп» (далее — «Организатор»), зарегистрированное в Мінскаім гарадскім іспольніцкім камітэце ад 12 августа 2005г. №1386, УНП 190644598, с местом нахождения по адресу: Республика Беларусь, 220037, г. Минск, пер. Козлова, 5 «А», помещению 3-«А», каб. 18. Электронный адрес: marketing@nbg.by.

Участники Рекламной игры
Участником Рекламной игры (далее по тексту — Участник) может стать лицо, достигшее 18 лет и постоянно проживающее на территории Республики Беларусь (в том числе имеющее вид на жительство в РБ). Участником Рекламной игры не может быть лицо, состоящее в трудовых отношениях с Организатором, супруг (супруга) такого лица, его близкие родственники, а также лица, находящиеся с таким лицом в отношениях свойства.

1. Название Рекламной игры: «Вкус удачи».

2. Территория проведения Рекламной игры:

Рекламная игра проводится в ресторанах «The View» (расположенного по адресу: пр-т Победителей, 7а), «Гранд Кушавель» (расположенного по адресу: пр-т Победителей, 104), «Тус» (расположенного по адресу: ул. Сурганова, 57Б), баре «AnyTime» (расположенного по адресу: ул. Комсомольская, 12) в г. Минск, Республика Беларусь. Розыгрыши призов проводится в ресторане «Гранд Кушавель» по адресу: пр-т Победителей, 104.

3. Дата начала Рекламной игры: 30 апреля 2017 г.

4. Дата окончания Рекламной игры: 24 июля 2017 г.

5. Период, в течение которого можно стать участником Рекламной игры: с 30 апреля 2017 г. по 16 июня 2017 г. включительно.

6. Наименование товаров (услуг) или их групп, в целях стимулирования реализации которых проводится Рекламная игра: услуги общественного питания (за исключением алкогольной, слабоалкогольной, табачной продукции и пива), предлагаемые в объектах общественного питания ООО «Белновотекс групп»:

- ресторан «The View» (г. Минск, пр-т Победителей, 7а);
- ресторан «Гранд Кушавель» (г. Минск, пр-т Победителей, 104);
- ресторан «Тус» (г. Минск, ул. Сурганова, 57Б);
- бар «AnyTime» (г. Минск, ул. Комсомольская, 12).

7. Условия участия в Рекламной игре:

7.1. Для участия в Рекламной игре Участнику необходимо в период с 10.00 30 апреля 2017 г. до 24.00 16 июня 2017 г.:

- воспользоваться услугой общественного питания на сумму 100,00 руб. и более в одном платежном документе, подтверждающем осуществление оплаты услуги (ключе — чек) на территории проведения Рекламной игры (за исключением алкогольной, слабоалкогольной, табачной продукции и пива);
- получить у администратора объекта общественного питания, в котором оказана услуга, Карту Участника Рекламной игры, заполнить ее, указав:

1. Фамилию, имя, отчество Участника Рекламной игры;
2. Номер кассового чека и дату оказания услуг;
3. Номер мобильного телефона Участника;
4. Адрес проживания Участника;
5. Адрес электронной почты Участника.

Карта Участника Рекламной игры состоит из двух частей:

1. **Отрывной купон** с данными Участника Рекламной игры, который передается Организатору Рекламной игры для участия в розыгрыше призов;
2. **Купон с Уникальным номером** Участника Рекламной игры, к которому крепится оригинал чека, и который хранится у Участника до окончания Рекламной игры.

— Опустить Отрывной купон в брендированный ящик, расположенный на территории объекта общественного питания.

7.2. Участник может принимать участие в Рекламной игре неограниченное количество раз при условии выполнения требований и условий, необходимых для участия в Рекламной игре согласно пункту 7.1 настоящих Правил.

7.3. Один Отрывной купон принимается к участию в игре один раз.

7.4. Организатор не несет ответственность за ошибки, допущенные Участником Рекламной игры при заполнении персональных данных в Отрывном купоне.

«ВКУС УДАЧИ» В СЕТИ РЕСТОРАНОВ ООО «БЕЛНОВОТЕКС ГРУП»

7.5. Все Участники Рекламной игры обязаны сохранять Купон с Уникальным номером Участника Рекламной игры и оригинал чека до окончания Рекламной игры и предъявлять их по требованию Организатора.

8. Призовой фонд Рекламной игры

Призовой фонд Рекламной игры формируется за счет имущества Организатора общей стоимостью 6 979,52 (шесть тысяч девятьсот семьдесят девять) рублей 52 копейки.

Таблица 1: Призовой фонд Рекламной игры включает следующие призы:

№ п/п	Наименование приза, участвующий в розыгрыше	Кол-во шт.	Стоимость с НДС за ед. бел. руб.	Итого стоимость с НДС, бел. руб.
Главный приз:				
1	Сертификат на туристическую поездку (тур) на сумму 3 500,00 бел. руб. (срок действия: до 31.08.2017 г.)	1	3 500,00	3 500,00
Приз №1:				
2	Смартфон (M882YR/M8) APPLE iPhone 7 32GB Gold, Model A1778	1	2 009,76	2 009,76
Приз №2:				
3	Интернет-планшет iPad APPLE iPad Air2 Wi-Fi + Cellular 32GB – Silver, Model A1567 (MNVQ2U2/A) –	1	1 469,76	1 469,76
ИТОГО				6 979,52

9. Место, дата, время и порядок проведения Розыгрыша Призов. Порядок определения Победителей Рекламной игры

9.1. Розыгрыш всех призов Рекламной игры пройдет 17 июня 2017 года в 20.00 в ресторане «Гранд Кушавель» по адресу: г. Минск, пр-т Победителей, 104.

В розыгрыше участвуют все Отрывные купоны, которые были собраны в брендированных ящиках, расположенных во всех объектах общественного питания ООО «Белновотекс групп», в период с 10.00 30 апреля 2017 г. по 24.00 16 июня 2017 г.

9.2. Порядок определения Победителей

Все Отрывные купоны помещаются в лототрон в присутствии члена Комиссии по проведению Рекламной игры и перемешиваются.

Для определения победителей розыгрыша приза член Комиссии раскручивает лототрон и путем случайного выбора карточек поочередно определяет 3 (три) Победителя розыгрыша, а затем 3 (три) резервных Победителя. Призовой фонд разыгрывается в последовательности, указанной в п. 8.

10. Порядок уведомления Победителей о результатах розыгрыша, порядок получения Приза.

10.1. Победители Рекламной игры извещаются о выигранных посредством отправки письма на адрес проживания, указанный при заполнении Карты Участника, отправленного не позднее 20 июня 2017 г. Организатор также оставляет за собой право дополнительно уведомлять Победителя любым удобным ему способом: СМС-рассылки или звонком по телефону, указанному при заполнении Карты Участника.

10.2. Для получения Приза Победитель должен до 30 июня 2017 г. явиться по адресу: г. Минск, пер. Козлова, 5 «А», пом. 3 «А», каб. 18, с 10.00 до 17.30 с понедельника по пятницу, предварительно связавшись с Организатором по телефону: +375 29 670 99 32 (стоимость звонка тарифицируется в соответствии с тарифами мобильного оператора, услугами которого пользуется Победитель).

10.3. Для получения Приза Победитель при себе необходимо иметь документ, удостоверяющий личность (паспорт для граждан Республики Беларусь) или вид на жительство в Республике Беларусь — для иностранных граждан) и Купон с Уникальным номером и прикрепленным к нему оригиналом чека.

10.4. Победители Рекламной игры не удаётся связаться и уведомить о выигранных из-за некорректных данных, указанных при заполнении Карты Участника, либо выигранный приз не получен в срок, установленный в пункте 10.2 настоящих Правил, либо Победитель не явился за Призом согласно п. 10.2 настоящих Правил, то право на получения Приза переходит к 10.2 резервному Победителю, по праву на получения Приза переходит к 10.2 резервному Победителю.

Резервный Победитель извещается о выигранных в течение 2 (двух) дней со дня признания его Победителем, но не позднее 5 июля 2017 г.

Для получения Приза резервный Победитель должен до 24 июля 2017 г. явиться по адресу: г. Минск, пер. Козлова, 5 «А», пом. 3 «А», каб. 18, с 10.00 до 17.30 с понедельника по пятницу, предварительно связавшись с Организатором по телефону:

+375 29 670 99 32 (стоимость звонка тарифицируется в соответствии с тарифами мобильного оператора, услугами которого пользуется Победитель).

Для получения Приза Победителю при себе необходимо иметь документ, удостоверяющий личность (паспорт для граждан Республики Беларусь) или вид на жительство в Республике Беларусь — для иностранных граждан) и Купон с Уникальным номером и прикрепленным к нему оригиналом чека.

10.5. В случае если Призы не получены в установленные Правила Рекламной игры сроки, либо с Победителем не удаётся связаться и уведомить о выигранных из-за некорректных данных, либо Победитель не явился за получением Приза, то Призы остаются в распоряжении Организатора.

10.6. Приз считается переданным Победителю с момента подписания Победителем Акта приема-передачи Приза.

10.7. Призы не подлежат замене. Выплата денежного эквивалента Призов не осуществляется. Ответственность Организатора при выдаче Призов ограничена исключительно вышеуказанным количеством Призов.

10.8. Организатор не оплачивает Победителем расходы, связанные с проездом до места получения Приза.

10.9. В случае если Победитель не может получить Приз лично, Приз может получить его доверенное лицо при предъявлении соответствующих документов.

11. Комиссия по проведению Рекламной игры

Для соблюдения Правил Рекламной игры, утверждения результатов, подведения проведения Рекламной игры, рассмотрения спорных случаев, принятия решений по устным и письменным жалобам и замечаниям, возникшим при проведении Рекламной игры, Организатор создает Комиссию по проведению Рекламной игры в следующем составе:

- **Председатель комиссии:** Воробьев Игорь Олегович, директор ООО «Белновотекс групп»;
- **Члены комиссии:**

- Парфенчик Наталья Николаевна, заведующая рестораном «The View» ООО «Белновотекс групп»;
- Бондарюк Ангела Николаевна, заведующая рестораном «Гранд Кушавель» ООО «Белновотекс групп»;
- Андреева Татьяна Васильевна, заведующая рестораном «Тус» ООО «Белновотекс групп»;
- Поворотная Екатерина Александровна, заведующая баром «AnyTime» ООО «Белновотекс групп»;
- Ермольков Андрей Феликсович, директор ООО «БелРест-Инвест».

12. Информация о Рекламной игре, публикация Правил Рекламной игры

12.1. Правила Рекламной игры вместе с реквизитами их государственной регистрации в Министерстве антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь подлежат опубликованию в газете «Звязда» до начала Рекламной игры в срок не позднее 30 апреля 2017 г.

12.2. Результаты Рекламной игры будут опубликованы в газете «Звязда» в срок не позднее 15 июля 2017 г.

12.3. Информация о правилах и условиях участия в Рекламной игре можно получить по телефону горячей линии: +375 29 670 99 32 с 10.00 до 17.30 с 20 апреля по 24 июля 2017 г. (стоимость звонка тарифицируется в соответствии с тарифами мобильного оператора, услугами которого пользуется Участник).

13. Прочие условия Рекламной игры

13.1. Участие в Рекламной игре предполагает ознакомление и полное согласие Участников с настоящими Правилами и принятие на себя обязательства соблюдать все их условия и требования.

13.2. Факт участия в Рекламной игре означает, что все Участники соглашаются с тем, что их имена, фамилии, отчества, фотографии, видео-, аудио- и иные материалы о них могут быть использованы Организатором в любых рекламных и (или) информационных материалах, связанных с проведением Рекламной игры, без уплаты какого-либо вознаграждения Участникам. Победители Розыгрышей дают свое согласие на съемку для рекламных материалов, подготовленных в связи с проведением данной Рекламной игры, без выплаты какого-либо вознаграждения. Все права на такие Рекламные материалы принадлежат Организатору.

13.3. Споры между Организатором и Участниками Рекламной игры рассматриваются в судебном порядке согласно законодательству Республики Беларусь.

13.4. Все возможные претензии Участников Рекламной игры в отношении организации Рекламной игры должны быть адресованы Организатору по адресу: Республика Беларусь, 220037, г. Минск, пер. Козлова, 5 «А», помещению 3 «А», каб. 18.

Свидетельство №2984 о государственной регистрации рекламной игры зарегистрировано 27 апреля 2017 г. Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

ШКОЛА ДЛЯ БІЗНЕСМЕНАЎ

(Заканчэнне. Пачатак на 1-й стар.)

Гэтым скарысталася група людзей, якая ўзнікла ў навуковай супольнасці. Сярод іх былі наш цяперашні генеральны дырэктар Васіль Малачук і былы супрацоўнік Інстытута тэхналогіі металаў Валерый Півавараў. Яны падалі заяўку на ўдзел у праграме Трансформ і... выйгралі! Так з'явіўся рэсурс для прыцягнення праекта. Паявілася магчымасць правядзення ў яго рамках міжнародных канферэнцый у Мінску. Сюды прыехалі эксперты з Германіі, іншых краін. І калі прадстаўнікі мясцовай улады прыйшлі на канферэнцыю ў пачалу пра тэхнапаркі, якіх у нас яшчэ не было, яны выказалі зацікаўленасць. Так у Мінску паявіўся першы ў краіне тэхнапарк. У 1998 годзе будынак, дзе мы цяпер знаходзімся, быў реконструаваны пад ключ і перададзены тэхнапарку. І мы адкрылі дзверы для будучыя кампаній. Спачатку іх было няшмат, а цяпер у нас няма ніводнага вольнага месца.

— **Што важна для таго, каб бізнес развіваўся? І па якіх прыкметах можна распазнаць будучага бізнесмена?**

— Важнае ўзаемадзеянне ўлады, навукі, адукацыі і бізнесу, тады гэта дае эфект. А мы павінны стварыць сувязі паміж гэтымі складальнікамі. Каб узнікаў новы бізнес і новы сегмент у эканоміцы.

Прадпрыемальныя людзі заўсёды ставяць перад сабой амбіцыйныя задачы. Яны часта пачынаюць справы, у якіх ніхто не верыць, — ні сям'я, ні сябры. Калі чалавек укладвае грошы ў нейкую ідэю, яго ніхто не разумее. Кажуць, нашошта займаеся глупствам, лепш машыну купі. А ён праводзіць даследаванні, распрацоўвае нейкі софт. У гэтым і ёсць сіла прадпрыемальніка, яго пранікнёнасць. І ў гэтым усе прадпрыемальныя людзі аднолькавыя. Яны ўсё сваё сродкі ўкладаюць у ідэю. І нават калі сродкаў няма, не спакоўваюцца.

— **І вы ім дапамагаеце?**

— У 1993-м, калі ўсё пачыналася, у нас сапраўды было мала інструментарыя падтрымкі. Тады яшчэ адсутнічала заканадаўства аб тэхнапарках. Мы маглі дазволіць сабе інструменты, якія потым прыйшліся адміністрацыі. Напрыклад, у Мінскай вобласці была створана сістэма інкубавання, якая заключалася ў стварэнні дыферэнцыраванай арэнды палат. На першым годзе прадпрыемальнік мо плаціць 10% ад рынкавага кошту, на другім 25, потым 50, 75 і 100. Цяпер заканадаўства забараняе гэта рабіць. Але ўзнікаюць іншыя інструменты падтрымкі інвацыяў, якія былі недаступныя раней.

Адпаведна мы бачым сваю місію ў тым, каб садзейнічаць з'яўленню і росту нацыянальна арыентаваных уладальнікаў, бізнес якіх заснаваны на ведах і навацыях. Чамусьці існавала прадуманасць, што ўмовы трэба стварыць замежнікам. А нашы і так абудыцца. Але гэта памылка. Бо менавіта тыя, хто жыў у краіне, будучы ўкладваць у яе свае сілы і сродкі.

— **Як наогул функцыянуе тэхнапарк? Можа яго паслугамі скарыстацца, напрыклад, школьнік, у якасці свай праект?**

— У школах ёсць навуковыя супольнасці, і таленавітыя дзеці могуць пачынаць з іх. Школьнік можа прыйсці да нас і паўдзельнічаць у адукацыйных праграмах. У нас існуюць стартап-школы і заняткі, дзе прадпрыемальнікі або студэнты вучацца пазнаўчы тэмам. Кожны чацвер розныя прадпрыемальнікі дзеляцца вопытам па той тэме, якую яны лічаць найбольш важнай.

Для таго каб стаць рэзідэнтам тэхнапарка, трэба абавязкова стварыць кампанію або стаць індывідуальным прадпрыемальнікам. Размяшчаць у сябе фізічных асоб нам не можам. Магдзель вырашчвання нашых «пташаняў» наступная. Кампанія, якая прыходзіць да нас, трапляе ў інкубатар. Яна тэсціруе сваю ідэю. Мы вучым гэтых лю-

дзей, каардынуем іх дзейнасць. У выніку яны падрастаюць і могуць стаць рэзідэнтамі тэхнапарка. Ім даецца інфраструктура, доступ да фінансаў. Калі кампанія разразаецца да памераў звыш 100 чалавек, яна павінна шукаць іншае месца. Яна набывае зямлю, будзе свае памяшканні. Так з'яўляюцца кампаніі, якія па плошчы большыя за тэхнапарк. Адна з такіх кампанія «Стрэм». Яе арганізатары прыйшлі да нас у 2000 годзе. Яны працавалі на заводзе «Зеніт» інжынерамі, хацелі ўкараніць сваю распрацоўку, але на прадпрыемстве гэта было складана зрабіць. Зараз гэта адна з наймацнейшых кампаніяў, якая робіць сістэмы кіравання для БелАЗаў. Амаль кожная машына з'яўляецца ў сябе гэтую сістэму. Каманда наогул вельмі актыўная і таленавітая. Ідзе ў нагу з часам. Вось зрабілі зарадку для электрамабільа, так званую запраўку. У горадзе



Сімвалічны ключ з адкрыцця першага беларускага тэхнапарка і дыплумы, якія пацвярджаюць прызнанне яго заслуг.

яшчэ толькі ідуць размовы пра гэты від транспарту, а тут ужо гатовая інфраструктура ёсць. Або кампанія «Тэхнапласт», якая пачынала з выробку са шклапластыка, а потым пачала рабіць яшчэ і памежныя катары, адныя ў Беларусі. Гэтыя катары ахвацваюць паўднёвую мяжу нашай Радзімы. Кампанія выйграла ідэю. І нават калі сродкаў няма, не спакоўваюцца.

— **Наколькі жорстка адчуваецца канкурэнцыя ў бізнесе?**

— Час працуе на тых, хто капіруе. І часта інаватары, калі яны хутка не скарысталіся сваёй ідэяй, праігнавалі. Добрую ідэю кажу ж разумеем. І ўзнікае маса канкурэнтаў. Выйграюць тыя, хто зробіць танней, хто хутчэй будзе працуе на рынку. Так што, калі ў прадукту няма