

УСПІШНИЙ БІЗНЕС – ЦЕ ПЕРШ ЗА ВСЕ ІННОВАЦІЇ І РОЗВИТОК

Аби досягти нових вершин у аграрному бізнесі варто глибоко знати продукт та вміти допомогти клієнту підібрати необхідну техніку для отримання запланованих результатів. Співпраця з клієнтом є однією зі складових успішного просування техніки на український ринок. Так вважає генеральний директор дочірнього підприємства «Лемкен-Україна» Артем Калашнік.

Віктор Марченко,
канд. техн. наук,
Агроexpert (Україна)

Кореспондент: *Артеме Сергійовичу, Ви досить недавно очолили дочірнє підприємство «Лемкен-Україна». Чи важко бути генеральним директором такої компанії?*

На це запитання складно дати однозначну відповідь. З одного боку, звісно, складно, бо тобі довірено одне з найбільших дочірніх підприємств компанії, і від тебе очікують відповідних результатів. А з іншого — працювати легко, навіть із задоволенням, бо у «Лемкен-Україна» я з 2007 року. Маючи вищу інженерну аграрну освіту, працював у відділі сервісу, маркетингу, був регіональним представником. Але головне, завдяки чому я з оптимізмом дивлюся у майбутнє, — це злагоджений колектив однодумців та висококваліфікованих фахівців «Лемкен-Україна». Я впев-

нений у кожному з них, і можу їм довірити виконання будь-яких за складністю завдань.

Кор.: *Як Ви обирали майбутню професію, яким був визначальний чинник?*

А. К.: Народився і виріс я у місті Мерефа Харківської області. Там у 2002 році закінчив середню школу. Коли постало питання про наступну освіту, то я чітко розумів, що маю бажання займатися технікою. Мій батько був професійним автомобілістом, і так би мовити привив мені любов до техніки. За нагоди я часто допомагав йому ремонтувати та обслуговувати автомобіль, і це мені було цікаво.

Тож для подальшого навчання я обрав Харківський національний технічний університет сіль-



ського господарства ім. Петра Василенка, факультет технічного сервісу, спеціальність технічний дилер. І не помилився. Навчатися було цікаво. Там я отримав фундаментальну інженерну підготовку і багаж знань, який за нагоди використовую у повсякденній роботі. Але ще хотілося б зазначити один важливий момент — це можливість під час навчання попрацювати за кордоном. Тож я ще студентом двічі працював за кордоном — у Німеччині та Швейцарії.

Кор.: *То, напевно, працюючи за кордоном, Ви добре опанували німецьку мову?*

А. К.: Організацією поїздок студентів за кордон займався Німецький центр. При ньому були організовані курси з інтенсивного вивчення німецької мови, які я відвідував без пропусків, а ще готувався самостійно. Але я переконався, що набагато ефективніше вивчати мову, перебуваючи безпосередньо у Німеччині і весь час спілкуючись німецькою мовою.

Кор.: *Чи пам'ятаєте Ви свою першу поїзду за кордон, які враження від неї у Вас залишилися?*

А. К.: Так, добре пам'ятаю. То було сімейне фермерське господарство у Баварії, яке мало у своїй власності 93 га землі та близько 100 голів великої рогатої худоби, з яких було приблизно 25 дійних корів. Моя робота полягала у щоденному (вранці та ввечері) доїнні корів, а вдень я працював у полі. Разом із власником господарства заготовляли сіно та силос. Працював я там приблизно 5 місяців — з липня по листопад місяць. За цей період у мене з сім'єю фермера склалися дружні стосунки, які ми підтримуємо і до цього часу. Крім того, я значно підвищив свій рівень німецької мови.

А головним враженням від мого першого перебування у Німеччині було розуміння того, що сільське господарство може бути рентабельним, і за раціонального господарювання на землі можна отримувати гарантований прибуток. При цьому не потрібно прикладати жодних надмірних зусиль, а достатньо лише ритмічно, планово і наполегливо працювати.

Кор.: *Досвід, отриманий у Швейцарії, відрізнявся від німецького?*

А. К.: Під час мого другого перебування за кордоном я працював у Швейцарії, у фермера, який мав 16 га виноградників та професійно займався виноробством. До цього я не мав практично ніяких навичок роботи на виноградниках. Але у цьому господарстві вже працював один робітник з Молдови, який мав усі необхідні знання та вміння. І я за його допомогою освоїв усю технологію: від розбивки площі та підготовки ґрунту, і до збирання та переробки винограду. Там я працював близько 4 місяців. Під час другого

перебування за кордоном я ще більше вдосконалив свою німецьку мову.

Кор.: *Ви досить добре вивчили мову та адаптувалися у Європі. А чи не було бажання залишитися у Німеччині?*

А. К.: Було велике бажання продовжити навчання в одному із німецьких університетів. Але для цього потрібно було насамперед завершити освіту в Україні. Тож після отримання диплому я наполегливо шукав шляхи, аби скористатися однією з чинних на той час програм, відповідно до якої випускники українських ВУЗів мали змогу продовжити навчання у Німеччині. Але склалося так, що шукаючи змогу навчатися, я одночасно отримував пропозиції від представництв німецьких компаній в Україні щодо свого працевлаштування. Пропозицій було чимало, тож я довго не розмірковував, і вже за декілька місяців після закінчення університету влаштувався на роботу у дочірнє підприємство «Лемкен-Україна».

Кор.: *Коли випадає вільний час, якому відпочинку Ви надаєте перевагу, чи маєте якесь захоплення?*

А. К.: Відповідно до умов свого контракту, я одночасно є генеральним директором ДП «Лемкен-Україна» й відповідаю за зв'язок з нашими дилерами і клієнтами у центральній Україні. Через це більшу частину свого робочого часу я проводжу у відрядженнях. Тож вільного часу залишається зовсім небагато. Але разом з тим я маю хобі. Моє хобі — це моя поки що невелика родина: дружина Світлана та син Іван, якому скоро виповниться три роки. Раніше я захоплювався футболом, та й тепер за нагоди слідкую за подіями у вітчизняному та європейському футболі. Але якщо у мене випадає вільний час, то я радше скористаюся ним, аби погуляти з сином на дитячому майданчику чи алеями скверу, аніж стану переглядати трансляцію футбольного матчу, яким би цікавим він не був.

Кор.: *На завершення хочеться дізнатися Вашу думку, настільки важливим для компанії LEMKEN є український ринок?*

А. К.: За площею ріллі Україна займає перше місце у Європі — близько 30 млн га. А для обробки такого обсягу земельних угідь потрібно чимало техніки. Це добре розуміють у керівництві компанії. Виходячи з цього LEMKEN розглядає ринок України як один серед пріоритетних. У 2013 році за обсягами продажу техніки LEMKEN за межами Німеччини Україна була на третьому місці. В Україні було реалізовано продукції компанії на суму близько 15 млн євро. За результатами 2014 року, який через події на сході України був менш вдалим, ринок України посів лише 6-те місце. ■