

газета

дело

ФЕВРАЛЬ, 2023 | № 1(128)

бизнес |

Игра по-взрослому,
или Зачем бизнесу
геймификация

4



медицина |

Центр зрения:
о современных
технологиях
в офтальмологии

11



банки |

Наталья Баркова, РСХБ:
«Год был успешным,
но сложным»

14

«Продолжаем сеять рожь»

Сергей Макшанов | 2
бизнес-эксперт

8

АВТО
Время менять масло

13

ВРЕМЯ МЕСТНЫХ
Как «Слата» помогает региональным производителям

18

ВПЕРЕД В ПРОШЛОЕ?
Бизнес – о предложениях открывать киоски у входов в ТЦ

«Продолжаем сеять рожь»

Реалистический оптимизм Сергея Макшанова

«Единственное, к чему мы должны быть готовы, – это ко всему», – считает известный бизнес-эксперт, управляющий ГК «Институт Тренинга – АРБ Про» Сергей Макшанов. Ситуация непростая, но поводов для «реалистического оптимизма» – достаточно. Что помогает российским компаниям показывать кратный рост? Почему, несмотря на риски, нужно продолжать «сеять рожь»? Какие «джокеры в колоде» могут повлиять на деятельность бизнеса? В преддверии традиционных «Базовых стратегий»*, которые Сергей Макшанов проведет в Иркутске 17 февраля, эксперт поделился своим видением текущей ситуации и ключевыми прогнозами на год.



Сергей Макшанов, бизнес-эксперт

Фотографии к материалу предоставлены школой бизнеса Clevent (Байкальский центр тренинга)

ИДЕТ ПЕРЕДЕЛ РЫНКА

Эпоха перемен, начавшаяся еще в пандемийном 2020-м, не думает завершаться. «Масштаб внешних возмущений – огромный, интенсивный, все меняется калейдоскопически, события развиваются очень бурно», – говорит Сергей Макшанов. По его словам, ключевой курс для подавляющего большинства компаний в этой ситуации остается прежним – адаптироваться и искать новые возможности.

«Есть большие объемы высвободившегося спроса. При этом существенные объемы – всё, что касается экспорта, – оказались или временно недоступны, или затруднены, – отмечает эксперт. – Уровень передела рынка, который происходит сейчас практически во всех отраслях, не имеет аналогов. На то, чтобы завершить это перераспределение, уйдет весь 2023-й, 2024-й и, возможно, первая половина 2025 года».

РОССИЙСКИЙ БИЗНЕС ЖИВ

И не просто жив, а достаточно интенсивно развивается. Несмотря на жесткие ограничения, российская экономика входит в десятку крупнейших в мире и занимает 9 место по размеру ВВП по итогам 2022 года. Мнение о том, что нас отрезали, изолировали от мировой экономики, – глубоко ошибочно. Россия продолжает вести внешнеэкономическую деятельность с 200 странами из 236, в том числе с недружественными, а экспорт продовольствия третий год подряд превышает импорт.

Как говорит Сергей Макшанов, некоторые отрасли и компании растут беспрецедентно: в три, в четыре и даже в 26 раз! «Те, у кого холодная голова, горячее, честное сердце, твердые руки, отличная команда, сейчас, безусловно, наращивают свою рыночную силу и значимость для всех целевых клиентских групп».

Растет и количество экономически активного населения: Московская биржа в прошлом году

прироста шесть миллионами новых инвесторов – теперь их 23 миллиона. За год они вложили в российскую экономику более полутриллиона рублей. «Наш фондовый рынок является лучшим по дивидендам, несмотря на все сложности 2022 года. У нас качественные активы, – отмечает Сергей Макшанов. – Безусловно, рынок будет бурно реагировать на изменения во внешней ситуации, волатильность остается высокой. В марте 2022-го рынок качнулся в минус, сжался почти в половину. Но опытные инвесторы понимают: разжимается эта «пружинка», как правило, на гораздо большее значение».

ПОМИРАТЬ НИКТО НЕ СОБИРАЕТСЯ

В целом текущую ситуацию Сергей Макшанов характеризует как сложную, противоречивую, с масштабными рисками разной природы: «Розовых очков ни у кого нет. Тем не менее мы ориентируем всех неравнодушных людей доброй бизнес-воли на то, чтобы 2023-й ни в коем случае не стал годом ухода в глухую защиту».

Эксперт призывает топ-менеджеров к серийным инициативам, направленным на создание масштабной ценности для клиентов, сотрудников и партнеров. «У наших предков была поговорка: «Помирать собрался – а рожь сей». Помирать, конечно, никто не собирается. Но «рожь» действительно надо сеять. Смею вас заверить: если вы это сделаете, то она взойдет, урожай можно будет собрать и двинуть ситуацию дальше».

ГОТОВЫ КО ВСЕМУ

«Единственное, к чему мы должны быть готовы, – это ко всему», – говорит Сергей Макшанов о прогнозах на 2023-й. Год, по его мнению, будет носить «выраженный сюрпризный характер». Ждать можно чего угодно: от стагнации до новой

пандемии. Принцип комплексного резервирования ресурсов, о котором команда «АРБ Про» говорила управленцам не один год, сегодня становится основным рычагом, позволяющим работать с рисками и развиваться.

«Все мы живые люди, у нас есть эмоции, и никто сейчас не пребывает в блаженной истоме и расслабленности. Тем не менее, если мы на одну чашу весов положим то, что портит нам жизнь, а на другую – возможности, которые открываются, вторая перевешивает, однозначно», – уверен эксперт.

КАКИЕ «ДЖОКЕРЫ» В «КОЛОДЕ»?

Высокая вероятность мирового экономического кризиса, возможность новой пандемии, замедление экономики Китая, санкционное давление, репутационные потери для страны и брендов с российской тематикой, снижение номенклатуры и объемов экспорта в ЕС и другие недружественные страны, изменение статуса СВО – все эти факторы риска стоит учитывать при планировании деятельности в 2023 году.

«Мировой ВВП растет быстрее, чем мировая торговля, – это признак крайне неблагоприятной ситуации. Будет ли глобальный экономический кризис? Мы эту вероятность не отрицаем, но считаем, что, скорее, «поймаем» стагнацию», – делится эксперт. Она, по словам Сергея, уже идет, причем в ряде развитых стран, например в Великобритании: экономика замедляется, инфляция имеет двухрядные цифры, растет безработица. «Всё это повлияет на наши возможности и потребует твердого учета. Особенно в тех компаниях, которые продолжают вести внешнеэкономическую деятельность, в том числе со странами Евросоюза, США и т.д.».

Несмотря на беспрецедентное санкционное давление, изолировать Россию из мировой экономики, «герметично ее закрыть» – невозможно. Практика 2022 года показала: экономический обмен с недружественными странами продолжается, ВЭД идет. «Однако барьеров и ограничений очень-очень много. Это формирует крайне нежелательные последствия – в первую очередь в том, что касается доступа к экспертизе, технологиям, сообществу профессионалов, образовательным центрам».

По мнению Сергея Макшанова, сегодня как никогда важно «дружить со всеми» – с людьми

доброй бизнес-воли, с профессионалами. «Важно искать эти возможности, чтобы не оказаться в барьерном окружении по доступу к мировому знанию, технологиям».

ЧТО ДЕЛАТЬ В 2023 ГОДУ?

Бизнесменов и топ-менеджеров эксперт призывает не терять «реалистического оптимизма» и продолжать действовать.

- Во-первых, максимально усилиться в России (особенно в сегментах замкнутого цикла, когда на территории есть и сырье, и технологии, и оборудование, и спрос), искать новые рыночные ниши. «Можно брать пример с квалифицированных инвесторов, которые сегодня переключаются из ТЭКа в универсальный ритейл, фарму, агропром, показывающий фронтальный рост в экспорте. Они идут на рынки, где спрос является предсказуемым, не «выключаемым».

- Во-вторых, не забывать про внешнеэкономическую деятельность, выстраивать новые связи со странами Латинской Америки, Центральной Азии, Азиатско-Тихоокеанского региона, Африки. Есть смысл искать свое место и на рынках развитых стран. «Что касается взаимодействия с КНР, то мы не должны питать иллюзий по поводу того, что сможем пройти с любым своим продуктом и реализовать его на этом рынке. Китай во многих направлениях является абсолютным мировым лидером, и ловить там нечего. А вот с точки зрения возможностей по импорту, по доступу к технологиям, знаниям – Китай необычайно интересен».

- В-третьих, крайне важно поддерживать свой коллектив. Как показывают исследования, коллеги и руководитель сегодня становятся лидерами доверия для многих сотрудников. «Безусловно, надо людей поддерживать: вместе с ними вести целенаправленную деятельность, постоянно интерпретировать на доступном уровне то, что происходит», – рекомендует эксперт.

Как говорит Сергей Макшанов, склада с эффективными руководителями в мире не существует. Но сейчас именно тот период, когда можно и нужно проявить себя в этой роли. «Надо принимать решения, нести ответственность, вовлекать людей в проекты, качественно меняющие структуру и эффективность деятельности. Что показывает правду? Только бой».

Иван Рудых

*Организатор – школа бизнеса «Clevant», clevent.ru, тел. 50-03-04

«Региону нужны «буйные»

Сергей Макшанов – о «фейерверке возможностей» для Приангарья

Потенциал региона в новых экономических условиях Сергей Макшанов оценивает очень высоко. У нас уже есть многое: крупные инвестпроекты в Усть-Илимске и Усть-Куте, запуск Ковыкты, крупное месторождение золота, «Иркут» с растущими объемами производства, открытие границ КНР и снятие ковидных ограничений, Байкал и низкие тарифы на электроэнергию...

«По каждому из перечисленных выше пунктов – фейерверк возможностей при должных жестких и настойчивых руках руководителей на уровне макрорегиона, – убежден бизнес-эксперт. – Нужен внятный курс в производстве на высокие переделы и технологии. Необходима программа по привлечению российских и зарубежных инвесторов. В ряде регионов в наши дни их целенаправленно привлекают все структуры, такая задача поставлена на уровне местных органов управления. По щелчку не просто это сделать, но по возможностям регион – один из штучно перспективных».

Сергей Макшанов считает, что сегодня у Иркутской области есть все шансы уйти от статуса «сырьевого придатка», «региона-вахты». Для этого крайне важен мостик «госструктуры – бизнес». Здесь, по словам эксперта, несколько осей, где нужно находить свои координаты: известность – привлечение инвесторов на твердых и ясных основаниях – инфраструктура.

«В первую очередь – комплексное развитие территорий и дорожной сети – как в городе, так и в регионе. Нужно максимально облегчить жизнь бизнесу на региональном уровне и снимать наносное в отношении ко всем видам предпринимательства. Важна региональная демографическая программа. Очень нужны примеры, модели федерального уровня. В регионе были и есть примеры – но их маловато для этой замечательной земли. «Фармасинтез», «Материк» (Harats) – пожалуй, и все. Нужны «буйные», такие как DNS из Владивостока, «Кефир» и «Дядя Ваня» из Волгограда, Ispring из Йошкар-Олы и пр.».

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ,
РЕКЛАМНОЕ ИЗДАНИЕ 12+

газета **дело**

Учредитель и издатель:
Региональный центр
информационных ресурсов
и технологий (ООО РЦ
«ИНФОРМРЕСУРС»).

Главный редактор:
Горбань Н.В.
Выпускающий редактор:
Понамарева Н.Ю.

Выходит 1 раз в месяц
(кроме января)
Цена свободная.

Адрес редакции и издателя:
664022, Иркутская область,
г. Иркутск, ул. Сибирская, 21а/2.

Почтовый адрес: 664022
г. Иркутск–22, а/я 24.

Телефон/факс: (3952)
701–305, 701–300, 701–302.

E-mail: delo@sia.ru

WEB-сайт: www.sia.ru/delo

Набрано и сверстано
в компьютерном центре
ООО РЦ «ИНФОРМРЕСУРС».
№1 (128)

Дата выхода в свет: 10.02.2023 г.
Отпечатано в «Облиформпечать –
Международный департамент».
Адрес типографии:
664003, Иркутская область,
г. Иркутск, ул. Сухэ-Батора, д. 18.
Заказ №1. Тираж 4000 экз.

Газета зарегистрирована
Управлением Федеральной
службы по надзору в сфере

связи, информационных
технологий и массовых
коммуникаций по Иркутской области
19.08.2011 г.

Свидетельство о регистрации
ПИ № ТУ38–00381.

Перепечатка и любое
воспроизведение материалов,
опубликованных в «Газете Дело»,
без согласования с редакцией
не разрешается.

За содержание рекламных
материалов редакция
«Газеты Дело» ответственности
не несет.

Они возвращаются

Готов ли турбизнес на Байкале к новому наплыву китайских туристов?

В январе 2020 года региональный туристический рынок пережил шок: из-за пандемии коронавируса китайские тургруппы массово отменили все туры на Байкал. Пострадали все – и гиды, и отели, и транспортные компании. Однако в короткие сроки рынок смог перестроиться и научиться жить без иностранных туристов. Недавно стало известно, что Китай готов отменить антиковидные ограничения и разрешить своим гражданам вновь путешествовать. Компания «Ираэро» уже возобновила прямые рейсы Иркутск-Харбин. Готов ли региональный рынок к новому наплыву китайских туристов? Что изменилось за эти три года? И каким будет зимний сезон на Байкале в 2023 году? Об этом Газете Дело рассказали эксперты.

«Ледовому Байкалу нужна перезагрузка»

За три года пандемии региональный туристический рынок научился жить без иностранных туристов. Однако сейчас ледовый Байкал достиг своего пика популярности и рынок находится на очередной развилке, считает Алексей Стрелюк, основатель «Байкалки» – одного из самых крупных туроператоров по льду Байкала.

– Туристический рынок адаптировался к новой реальности, в которой нет китайских туристов. Некоторые игроки переориентировались на внутренний рынок, кто-то ушел из туризма. Я считаю, это нормальная рыночная ситуация. Плюсом можно назвать саму перестройку: когда старое исчезает, необходимо думать, двигаться, развиваться. Это сподвигло игроков в сфере гостеприимства развиваться, качать сервис и продукт. И это хорошо для рынка, это толкает его вперед, – говорит Алексей Стрелюк. Из минусов, по его словам, можно назвать сокращение потока инвестиционных денег в регион.

– Это сложная тема, однако были примеры, когда на деньги из Поднебесной запускались качественные и ответственные проекты для всего рынка. Говорить о распространенном стереотипе про связь китайских туристов и чистоту не буду. Как показал 2021 год, проблемы мусора и неотвеченного отношения к территории есть и на внутреннем рынке.

Открытие границ Алексей Стрелюк приветствует, но не прогнозирует наплыва туристов из Китая. По крайней мере, в ближайшее время.

– Этот ледовый сезон уже забронирован и во многом распродан, – отмечает Алексей. – Соответственно, емкость инфраструктуры выбрана, и регион физически не сможет принять большой объем туристов. К тому же не факт, что те игроки, которые перестроили свой бизнес с Китая на внутренний рынок, теперь захотят перестраиваться обратно. А это значит, систему нужно будет выстраивать заново, на это надо время. Кроме этого, появился ряд барьеров, связанных с геополитикой. Но если ситуация будет оставаться хотя бы на этом же уровне, то в течение двух-трех лет турпоток может восстановиться до доковидного периода.

«Какая разница, откуда поедет турист?»

Марина Григорьева, председатель Комитета по туризму Торгово-промышленной палаты Восточной Сибири, считает, что за три года пандемии на региональном туррынке произошли кардинальные изменения: дан старт крупным инвестпроектам, утверждены границы населенных пунктов, проведена классификация гостиниц и аттестация гидов, но в то же время некоторые проблемы не только остались, но и обострились. Что касается открытия китайских границ и возвращения иностранных туристов, она философски замечает: «А какая разница, откуда едет турист? Хороший сервис нужен всем».

– Из системных изменений – подписаны соглашения с Корпорацией Туризм.РФ в части реализации нескольких инвестпроектов. Уверенно можно говорить о проекте Тальцы-Бурдугуз. Федеральная субсидия

будет направлена на создание коммунальной инфраструктуры по этому направлению. Красивая набережная, несколько хороших отелей, досуговая составляющая. Мне кажется, это станет хорошей территорией для проведения выходных для жителей региона, для проведения корпоративных мероприятий. Это позволит частично снизить рекреационную нагрузку на Листвянку до её масштабной реконструкции в части инфраструктуры отдыха. Это хороший пилотный проект

гид по Байкалу Татьяна Бройдо. Она уверена, что китайские туристы вернутся в этом году на Байкал. По словам Татьяны, за три года, пока границы были закрыты, на региональном туристическом рынке изменилось многое.

– Во-первых, в целом вырос ценник на все услуги в туристической индустрии. Но параллельно вырос и уровень, и количество инфраструктуры. В доковидные времена 90% поездок по льду осуществлялись на УАЗах, хивусы были

уверен: яркие, масштабные события – это драйвер развития туризма в регионе. Всего за три года из небольшого ледового городка Olkhon Ice Fest вырос международный фестиваль со множеством участников и зрителей.

– Из глобальных изменений на рынке – это, конечно, замещение потока туристов из Китая на наших соотечественников, в основном, из центральных регионов России. И так небольшое количество гостей из Европы практически сошло на нет, при-

«В первой волне поедут бизнес-туристы из Китая»

Евгения Городова, исполнительный директор компании «Гранд Байкал», отмечает, что спрос на зимний отдых на Байкале в этом сезоне ниже, чем в 2022. Она связывает это с открытием зарубежных направлений. Многие туристы предпочли Байкалу Таиланд. В целом, отрасль в последние три года живет в условиях постоянных изменений, о стабильности говорить не приходится.

– Новые вызовы происходят ежегодно, приходится постоянно диверсифицироваться и менять фокус внимания с иностранного на российского туриста. Так, рост внутреннего потока позволил отрасли уже в 2021 году осуществить загрузку туристических объектов примерно на уровне допандемийного 2019 года.

В 2021-2022 годах был зафиксирован максимальный спрос на туры на зимний Байкал. Многие игроки занимались продвижением туров на Байкал, и это было вполне оправданно на фоне невысокой доступности выездных туров.

Однако в этом году ситуация изменилась: спрос на зимний Байкал снизился, а глубина бронирования существенно сократилась.

– Если в январе 2022-го на февраль-март уже практически отсутствовали свободные номера для размещения на турбазах на МРС, на о. Ольхон, то в этом сезоне свободных мест достаточно. Глубина бронирования в этом году невысокая, так как многие туристы не уверены в своих планах и чаще всего организуют поездки за полмесяца-месяц до даты отправления. На снижение спроса на Байкал повлияло также открытие границ и запуск регулярных прямых рейсов на популярные у россиян направления – Таиланд, Дубай, Турцию, снижение курса валют, возможность использования криптовалют для расчетов в поездках за границу. Кроме того, следует учитывать тот фактор, что российские туристы редко возвращаются в одни и те же места для зимнего отдыха, за исключением черноморских курортов. Это связано с отсутствием привычной инфраструктуры в регионах. Возможно, с её улучшением возвращаться будут чаще, – поясняет Евгения Городова.

В компании ждут турпотока с Китая в связи с открытием прямого авиасообщения с Харбином, но в первую очередь поедут бизнес-туристы.

– Ждем открытия рейсов от других авиакомпаний, например, Хайнаньских авиалиний с рейсами из Пекина в Иркутск. Мы будем очень рады возвращению турпотока из КНР к нам в Иркутскую область. Но важно, чтобы это были более платежеспособные туристы. В дешёвых туристах из Китая, которых возили раньше группами, вряд ли регион будет заинтересован.

В 2023 году китайский турпоток вряд ли будет большим. При этом в первой волне будут бизнес-туристы, так как с 30 января (после новогодних праздников) в КНР официально начинают работать крупные предприятия, которым в том числе необходимо возобновлять партнерские взаимоотношения с РФ. И уже после этого возможно и увеличение классического потока туристов из КНР, которые приезжают к нам на отдых, – резюмирует Евгения Городова.

Елена Демидова



Фото предоставлено организаторам Olkhon Ice Fest

как отправная точка дальнейшего развития туризма в регионе с участием федеральных денег. Второй крупный инвестпроект – по г. Байкальску.

Проекты по Ольхонскому району с участием Корпорации Туризм.РФ, с моей точки зрения, требуют более глубокой и детальной проработки в части обеспечения баланса между созданием обеспечивающей инфраструктуры и антропогенной нагрузкой. Территория сложная, работа по выбору подходов в части развития туризма должна быть комплексной и учитывающей интересы местного сообщества.

Одним из значимых достижений, по мнению Марины Григорьевой, является утверждение границ населенных пунктов.

– Теперь эти территории просто обязаны быть проинвентаризованы в части объектов туризма, к ним необходимо срочно утверждать государственную программу с бюджетной опорой на развитие.

По словам Марины Григорьевой, некоторые проблемы никуда не ушли.

– Если с аттестацией гидов, классификацией гостиниц есть положительная динамика, то с придорожным сервисом и самими дорогами мало что изменилось. Возможно, эти мероприятия в ближайшее время будут реализованы через региональную госпрограмму по туризму.

«Этой зимой китайцев просто некуда будет селить»

Зимний сезон на Байкале будет горячий, дорогой и снежный, заявляет

единичные и дорогие. Сейчас ряд маршрутов доступен только на хивусах, например, в бухту Песчаную. Но маршрут дорогой, стоимость поездки на 1 человека составляет более 8000 рублей. В 2019 году за такую сумму можно было арендовать целый УАЗ на острове на группу из 8 китайцев.

Во-вторых, стало больше дорогих го-



Не факт, что те игроки, которые перестроили свой бизнес с Китая на внутренний рынок, теперь захотят перестраиваться обратно

стиниц. При этом такая популярная гостиница на острове Ольхон, как «Байкалов острог», которая работала на китайском турпотоке, до сих пор закрыта. Китайский сегмент туристов традиционно селился в недорогих гостиницах. Насколько просел и изменился этот сегмент гостиниц, сложно судить, по моему мнению, их стало меньше, и они также подтянулись под средний ценник.

Если китайские туристы поедут на Байкал, этой зимой их просто некуда будет селить и не на чем будет возить.

«Частные путешественники из Китая уже появились на Ольхоне»

Руководитель туристической компании «Ольхон Скай» и идейный вдохновитель фестиваля ледовых скульптур на Байкале Семён Майор

езжают только экспаты. Отмечу, что в основном сейчас развивается зимний туризм, гостиницы расширяют зимний номерной фонд, перевозчики покупают новые, более вместительные хивусы. В остальном инфраструктура остается примерно на прежнем уровне. Хорошими темпами развивается зимний событийный туризм: фестиваль Olkhon Ice Fest в 2022 году посетило более 15 тысяч человек, со-

бытие уже стало основным в событийном календаре Иркутской области, есть хорошие предпосылки, что оно выйдет на федеральный уровень. Туристы со всей России с лета планируют свои поездки так, чтобы посетить фестиваль. Яркие, масштабные события – это драйвер развития туризма. Потенциал Иркутской области в этом направлении огромный.

Что касается открытия границ, Семён говорит, что частные путешественники из Китая уже появляются на острове Ольхон.

– Но думаю, в зимнем сезоне наплыва не будет: большинство гостиниц уже забронировано под группы из России. Чтобы восстановился поток китайских туристов, в любом случае потребуются время, меры поддержки таких путешественников со стороны Китайской народной республики и межгосударственное взаимодействие. Возможно, и государству, и бизнесу стоит ответить себе на вопрос, есть ли необходимость активно развивать это направление.

Игра по-взрослому, или Зачем бизнесу геймификация

Кубики, фишки, метафорические карты... Какое отношение это имеет к таким серьёзным понятиям, как стратегирование, бренды, executive-коучинг? Оказалось, самое прямое. Автор технологии BrandPuzzle (BP) – бренд-мейкер и коуч по международным стандартам ICF Елена Палютина – называет её геймифицированной стратегической сессией. Газете Дело Елена рассказала об актуальности этого инструмента в эпоху фазового кризиса, о принципах работы, для кого и чего он нужен и о том, как иркутские компании, играя, решают серьёзные бизнес-задачи.

«Все мы любим играть»: о готовности бизнеса к инновациям в способах принятия решений

Деловые игры проводятся давно, такой подход в мировой практике известен с середины 40-х годов 20-го века. Настольные появились позже, но и здесь уже много серьёзных разработок как для B2C, так и для B2B. В том числе и в авторстве иркутянки Елены Палютиной – историка по образованию, которая в 90-е годы ушла в рекламный бизнес, в начале 2000-х занялась брендингом, а в 20-х – практической психологией и коучингом, результатом чего стало создание авторской технологии.

– Мы любим играть, это в нашей природе. Это даёт свободу, «скучные» и сложные темы воспринимаются проще. Собственники иркутских бизнесов к такому формату стратсессий относятся нормально. Компании, с которыми я работаю, разные: и производственные, и творческие, – рассказала Елена. – Хотя, конечно, есть осторожные. Кстати, интересный факт: многие думают, что геймификация больше подходит для творческих команд. Но, как показывает моя практика, это не так – компании, связанные с производством, проявляются в ней очень творчески.

«Не просто игра, а стратегическая сессия»: о специфике BrandPuzzle

По словам Елены, бренд в основе – это не фирменный стиль, а виртуальная личность со своим характером. Чтобы его спроектировать, надо рассмотреть три сферы: суть компании, целевые аудитории и разных «конкурентов».

– Этот алгоритм «зашит» в технологию BP в виде трёх сегментов игрового поля. Участники проходят по нему, используя в качестве подсказок метафорические карты с изображениями, характеристиками или утверждениями, а также фигурки-миниатюры. Получив такую метафору, человек быстрее и продуктивнее выдает необходимую информацию. И когда игра завершается, становятся видны характеристики бренда и его окружения: из какой картины мира он действует, на кого ориентируется, от кого отстраивается. Также поле рынка дополнено системой координат, и получился такой микрофорсайт, в котором относительно трендов и требований к параметрам бренда можно увидеть место компании на рынке, понять динамику изменений, спрогнозировать некоторые риски. Так что BrandPuzzle – не просто игра. Это – стратсессия в игровом формате, иначе говоря – геймифицированная стратегическая сессия.

«Швейцарский нож»: о задачах, которые может решать технология

Вообще BrandPuzzle разрабатывалась для того, чтобы получить от участников игры информацию, с помощью которой собирается описание бренда. Но в итоге получился этакий многозадачный «швейцарский нож».

– Так, можно глубоко исследовать характер компании: какие мы, какие у нас ценности, какие способности, как мы взаимодействуем с миром. Те, кто играет, периодически говорят, что



Елена Палютина, бренд-мейкер и коуч по международным стандартам ICF

Фото А. Федорова

я – волшебник. Но дело отнюдь не во мне – это свойство игры подключать информационное поле как ещё одного невидимого, но очень мощного участника. Я и сама каждый раз удивляюсь, как точно людям приходят образы и смыслы, что называется, «не в бровь, а в глаз», хотя давно знакома с постулатами квантовой механики и знаю, как мы своими мыслями взаимодействуем с реальностью.

– Можно также изучить тему теневого аспекта психики, которой я очень увлечена в последнее время. Ведь «тень» управляет нами на уровне подсознания. Она может блокировать наши действия (на уровне организации тоже): мы хотим двигаться дальше, но что-то нам не даёт это делать, будто резинка тянет назад. Это и есть теневые структуры, которые можно увидеть и отчасти проработать на игре. Можно, как уже говорила, досконально изучить целевые аудитории и понять, с кем и как вы взаимодействуете, или рассмотреть конкурентов. Можно просто получить подсказку в каком-то вопросе...

«Цель – соединить людей»: о взаимодействии в игре

Одним из наиболее ценных свойств формата оказалось то, что он исклю-

чает конфликты и позволяет обсудить важные для компании вещи спокойно, а значит – более продуктивно, считает Елена.

– Из игры намеренно убран соревновательный момент, так как её цель – объединить людей. Участники рассуждают относительно метафорических карт и вопросов, полученных в игре, без претензий и оценок, не говоря, что кто-то из них плохой или делает что-то неправильно. Они слышат рассуждения друг друга, дополняют, нет повода для прямого столкновения. После каждой игры я получаю от команд обратную связь, в которой делается акцент на этот момент.

«Мы не знаем, какой следующий шаг надо сделать»: о поводах для стратегирования

Эксперты говорят, что стратегии нужны в двух ключевых случаях: когда застой и нет понимания, куда двигаться дальше, или, когда хочется больших результатов.

– Но сейчас время сильной неопределённости: идёт фазовый кризис, смена формаций. Мы не можем просчитать ходы наперёд и

надо «ходить с кочки на кочку»: ты встал на какую-то кочку, огляделся, и лишь потом делаешь следующий шаг. Становится актуальным постоянное стратегирование, когда вырабатывается стратегия, а потом идёт регулярная сверка и корректировка шагов. Многие делают это уже не раз в год или квартал, а еженедельно сверяются со стратегией. Тут уместны любые форматы, в том числе – игры. Поэтому в планах продвинуть технологию и как самостоятельный продукт.

«От пары часов до двух дней»: о различных способах работы с BrandPuzzle

Форм работы оказалось много. Это может быть игра на полтора-два часа, а может – одно- или двухдневная сессия.

– Наиболее полноценный вариант, конечно, – двухдневный. В первый день в игре команда видит свои сильные стороны или, наоборот, «грабли», осознаёт их. Во второй идёт сборка – формирование нового видения, выработка стратегии и формулировка дальнейших шагов, – поясняет Елена. – Также можно прикинуть первоочередные риски. Но возможны и короткие версии – по отдельным составляющим алгоритма или в ускоренном тайминге. Даже за пару часов можно нагенерировать инсайтов и решений на полгода работы.

«Возможность сократить путь»: о том, как пойти быстрее

BrandPuzzle подходит для корпоративных, персональных, товарных брендов, а также для брендов территории любого масштаба.

– Для теста мы играли на бренд Иркутска, получилось очень интересно. В команде были предприниматели, представители НКО и студенты. Карты бренда вышли разные, но характерные, а фигуркой-киндером выпала красная акула. И игроки, особенно студенты, которые несколько потребительски относились к городу, будто воочию увидели его личность, ощутили потенциал, осознали, что Иркутск – очень ресурсный город, который даёт хорошее образование, хорошее воспитание и культивирует бойцовские качества, – рассказала Елена.

– А для персонального бренда формат помогает быстрее создать целостный образ профессионала. Как-то я работала с коллегой-коучем, которая, как и я когда-то, находилась в кризисе и не знала, что делать дальше. В результате нашей работы у неё появилась ясность, куда двигаться. Я два года искала себя на новом повороте, а в данном случае решение было найдено за семь часов, и вскоре у неё появился первый клиент.

«Лидер всегда связан с командой»: о взаимном усилении BrandPuzzle и коучинга

Сейчас Елена Палютина работает как executive-коуч, и, по её мнению, коучинг и BrandPuzzle отлично дополняют друг друга.

– Executive-коучинг – это работа с лицами, принимающими решения (ЛПР), то есть с собственниками бизнеса, руководителями, предпринимателями, экспертами по достижению ими поставленных целей. А когда ты работаешь с таким человеком над развитием или перестройкой бизнеса, повышением доходности, способностью реализовывать планы, неизбежно подходишь к вопросам взаимодействия его с командой. И BrandPuzzle, как показала практика, – отличный инструмент для сностройки, создания общего видения и усиления связи между командой и лидером, – подчеркнула Елена.

«Моя задача – поддержать человека в собственных озарениях»: об основных принципах коучинга

Для работы с клиентами Елена Палютина использует программу, основанную на методе недирективного коучинга, помогая им находить ответы самостоятельно и принимать лучшие для себя решения. Именно благодаря этому, происходят сильные инсайты и случается прорыв.

– Коучингу уже более 50 лет, в России – более 20, но до недавнего времени были популярны мотивационные спикеры, которые накачивали человека своей энергией, фразами типа «ты можешь, давай-давай!» Да, какое-то время человек идёт на этом, но потом резко «сдувается». Главная же задача недирективного коучинга – поддержать осознанность клиента и усилить навыки саморазвития. В каждом из нас есть необходимые ресурсы, но из привычной колеи мы их не видим. Задача коуча – выслушать человека, задать такие вопросы, чтобы он увидел сам, что ему мешает, а что помогает, дать возможность выработать свои шаги. Тогда появляется внутренний мотив, растёт устойчивость в процессе изменений.

«Границ нет»: о перспективах и вере в себя

По большому счёту, границ у BrandPuzzle нет, её можно выводить и на федеральный, и, с определённой адаптацией, на международный рынок, уверена Елена.

– Через какое-то время планирую её продавать компаниям и таким же независимым коучам и консультантам, как я, для самостоятельной работы. Интерес есть, это показало участие в московском профильном мероприятии. При этом я, конечно, буду проводить игры и сама, чтобы развивать формат. «Мы привыкли искать экспертов где-то вовне, упуская, что они действуют из своей картины мира или обслуживают чьи-то интересы. И так отдаём свою силу, становимся объектами чужих интересов. Но мы – очень сильные и талантливые. Надо больше верить в себя».

Наталья Горбань

Telegram: @Elena_Palyutina



brandpuzzle.ru



sites.google.com/view/coachingpalyutina

ИСКУССТВО ЗАГОРОДНОЙ ЖИЗНИ

КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК



ИДИЛЛИЯ
ЭСТЕЙТ



ИДИЛЛИЯ – ЭСТЕЙТ.РФ

«Кузьмиха Бонус»: от 100 тысяч рублей на новый автомобиль до скидок на бензин

ГК «Кузьмиха» умеет удивлять своих клиентов приятными сюрпризами. В канун Нового года сотрудники компании организовали своеобразное автопати с музыкой, угощениями и розыгрышами для владельцев автомобилей Chery, Exeed, Honda, купленных в дилерском центре компании. А поводом для встречи стал запуск большой программы привилегий «Кузьмиха Бонус».

С ЛЮБОВЬЮ К КЛИЕНТАМ

Суть программы заключается в том, что каждый покупатель дилерского центра – а это почти 1,5 тысячи человек – получает карту привилегий «Кузьмиха Бонус» и сможет пользоваться различными преференциями как от ГК «Кузьмиха», так и от партнёров компании. Конечно, собрать всех и сразу в одном месте было бы невозможно, поэтому в праздничной обстановке карту вручали первым ста клиентам.

– Мы с любовью относимся ко всем своим клиентам и хотим сделать их жизнь более комфортной, а наша мультибонусная карта значительно сократит владельцам расходы на содержание их автомобилей, – отметил на открытии мероприятия директор по маркетингу ГК «Кузьмиха» Александр Цветков. – У карты «Кузьмиха Бонус» есть три важные опции – во-первых, её владельцы получают приятную скидку на покупку нового автомобиля в наших дилерских центрах. Во-вторых, карта даёт возможность получать кэшбэк на все сделанные у нас транзакции. И, в-третьих, у карты есть восемь партнёров, которые будут предоставлять по ней эксклюзивные скидки на свои услуги и товары. В Иркутске мы первые из дилерских центров запускаем такую программу.

Более подробно об основных преференциях для клиентов рассказал директор автосалона Chery Алексей Литвинцев. Так, он сделал акцент на том, что разовая скидка на покупку нового автомобиля составит 100 тысяч рублей, причём неважно, какой это будет бренд – Chery или Exeed.

– Кэшбэк по карте составит от 5 до 10 процентов на разные услуги, которые оказывает дилерский центр: в частности, возврат средств на карту будет осуществляться и при прохождении ТО, и при ремонте автомобиля, и при покупке дополнительного оборудования и аксессуаров, – перечислил Алексей.

А кроме этого, он назвал мероприятием прекрасным поводом познакомиться



Фото из архива компании

ся всем клиентам дилерского центра вживую, а не только по переписке в сообществе поклонников автомобилей из Поднебесной.

ХОРОШЕЙ МАШИНЕ – ХОРОШИЙ БЕНЗИН

Например, Олеся Васильченко, руководитель отдела маркетинга сети АЗС БРК – одного из ключевых партнёров программы «Кузьмиха Бонус» – уже почти год является владельцем автомобиля Exeed, и, по её словам, ни автомобиль, ни бензин, который она, естественно, заливает на БРК, её ни разу не подводили.

– Приглашение в этот проект для нашей компании ответственно и значимо, и думаю, что наше сотрудничество с ГК «Кузьмиха» будет расти и расширяться, поскольку в настоящее время коллаборация бизнеса становится как никогда актуальна, – отметила Олеся.

Всем участникам программы «Кузьмиха Бонус» одна из крупней-

ших сетей АЗС в Иркутской области, Бурятии и Забайкальском крае дарит накопительную скидку на заправку, а для старта все участники автопати получили по 250 дополнительных баллов, которыми можно было воспользоваться буквально сразу после получения карты. Кроме этого, прямо на мероприятии среди его участников разыграли 150 литров бензина от сети АЗС БРК.

Ещё один «чисто» автомобильный партнёр программы «Кузьмиха Бонус» тоже не нуждается в особом представлении. Это – известный иркутский мочный комплекс «Элис», который предоставляет владельцам карты 25-процентную скидку на мойку автомобиля.

НА ПОМОЩЬ ПРИДУТ ЮРИСТЫ

Наверное, каждый автомобилист в Иркутске слышал и о компании «Форсайт», которая оказывает ир-

кутским автолюбителям услуги аварийных комиссаров. Она тоже партнёр программы «Кузьмиха Бонус».

– Хочу всем пожелать удачи на дорогах, но если так случится, что удача отвернётся, то мы поможем решить все проблемы на особых для вас условиях: наши скидки для владельцев карты составят от 15 до 30 процентов, – заверил генеральный директор «Форсайта» Андрей Харин.

Также на помощь участникам программы в случае необходимости придёт ещё один партнёр – юридическое бюро «ВС Консалт». По информации его генерального директора Алексея Черкашина, в семье которого тоже есть автомобиль Chery, скидка на услуги компании составит 20%, причём они совершенно не обязательно должны быть связаны с автомобильной тематикой.

Давнее сотрудничество с ГК «Кузьмиха» связывает и СПАО

Ингосстрах. Поэтому компания, по словам заместителя директора Юлии Немчиновой, с удовольствием стала партнёром программы привилегий и предоставляет для её участников 20-процентную скидку на добровольное страхование имущества: квартиры, дачи, загородного дома.

ПЛЮС СПОРТ, ЕДА И КРАСОТА

Среди партнёров программы есть и компании, представляющие другие полезные продукты и услуги. Например, популярная в нашем городе сеть фитнес-клубов World Class. О том, какие бонусы могут получить здесь владельцы Chery, Exeed и Honda, рассказала маркетолог Юлия Шошина:

– С картой «Кузьмиха Бонус» у нас можно приобрести клубную карту годового формата с 20-процентной скидкой от базовой стоимости, – пояснила она и плюсом к этому разыграла пять брендированных подарков от клуба, которые достались знатокам спортивных услуг от World Class.

Подарков на вечер в принципе было много. Например, сертификаты на свою продукцию разыграл ещё один партнёр бонусной программы – служба доставки авторской японской и панзиатской кухни в Иркутске «Мэси-суши». А непосредственно участникам клуба привилегий компания дарит скидку на все заказы в размере 10%, с перспективой роста для постоянных клиентов до 15%.

Большой спектр скидок по карте «Кузьмиха Бонус» предоставляет и сеть магазинов косметики «Крем». В частности, 40% – на парфюм, 15% – на декоративную косметику и корейскую продукцию и 8% – на весь остальной ассортимент.

Наталья Горбань

Дилерский центр CHERY Кузьмиха презентовал новую модель популярного бренда

Накануне восточного Нового года иркутские автолюбители познакомились с обновлённым городским кроссовером китайского производства Chery Tiggo7 Pro Max, который стал улучшенной версией Chery Tiggo7 Pro.

Как отметил во время презентации директор по маркетингу ГК «Кузьмиха» Александр Цветков, Chery Tiggo7 Pro можно смело назвать народным автомобилем, так как в 2022 году именно эта модель признана самой продаваемой машиной иностранного производства в России.

– Но, как известно, лучше предыдущей версии может быть только машина новой генерации, и Chery Tiggo7 Pro Max обещает стать ещё более популярным автомобилем на нашем рынке, – высказал своё мнение Александр.

Директор автосалона Chery Алексей Литвинцев пояснил, что приставка Max в названии новинки бренда из Поднебесной означает, что машина стала ещё более технологичной и современной в плане дизайна: в соответствии с последними трендами она приобрела более спортивные и даже агрессивные черты. При этом Chery Tiggo7 Pro Max сохранил все лучшие эксплуатационные качества своего предшественника в плане двигателя, трансмиссии, подвески, которые уже хорошо проверены временем. И именно в этой генерации модели впервые появится долгожданная версия 1,6 Турбо AWD, премьерой которой в Иркутске, предварительно,

ожидается весной этого года.

– Самое главное, что новую модель народного авто разработчики оснастили опциями, характерными для бизнес-класса. Так, теперь у «семёрки» есть активный круиз-контроль и вместе с ним умные ассистенты вождения: функции контроля расстояния до препятствия, автоматического переключения дальнего и ближнего света, предупреждения об опасности при открывании дверей и другие девайсы, отвечающие за безопасность водителя и пассажиров, – рассказал Алексей.

Внутри машина тоже изменилась – и по дизайну салона, и по техническому оснащению, отметили пришедшие на презентацию владельцы Chery Tiggo7 Pro. Например, панель управления автомобиля стала похожа на двоянный компьютерный экран, другой вид приобрела и центральная консоль. «Салон автомобиля стал чем-то похож на кабину пилотов самолёта», – поделился своими впечатлениями с Газетой Дело один из гостей презентации.

Записаться на тест-драйв новой модели Chery Tiggo7 Pro Max можно по телефону: 8 (3952) 20-10-40.



Фото: Евгений Скуратов. Предоставлено ГК «Кузьмиха»



SAXAR

ГРОМКИЙ.СТИЛЬНЫЙ.СЛАДКИЙ. КТО ОН?

Новый бар-ресторан SAXAR уже успел завоевать сердца многих иркутян своим великолепным комбо:

- Авторская кухня от известного шеф-повара Лиханова Дениса: паста с трюфелем – эксклюзивный изысканный деликатес; утка под соусом из ежевики и можжевельника с ризотто из корня сельдерея – готовится более 10 часов и тает во рту; драники из цукини с мясом краба и красной икрой; телячьи щечки с пюре из батата и другие кулинарные шедевры;
- Концептуальное предложение от опытных и именитых барменов города;
- Изысканные напитки;



«Обслуживание, кухня – СУПЕР»
Казакова Яна, Основатель Conceptual beauty bar BB Fabrika



«Сочетая лучшее, воплощая в реальность»
Шестакова Мария, Управляющая бара-ресторана SAXAR



«Наконец-то в Иркутске открыли новое классное место»
Анна Лапенко



«Здесь мне нравится! Впервые попробовала черный трюфель»
Яна Трофименко (Болгалиева), Основатель ERRA Brand



Каждый день до 02:00 наши гости наслаждаются всем перечисленным и даже больше:



Каждую среду – DJ Sound



Каждый четверг – живой вокал



Гастроужины в сопровождении именитых шеф-поваров России и сомелье

Также по пятницам и субботам SAXAR работает до 06:00, погружая своих гостей в мощнейшие свет, звук и атмосферу ночи, радуя привозами знаменитых артистов и диджеев нашей страны.

Бронирование столов: 8(3952)66-66-85
Иркутск, ул. Дзержинского, 32

попробуй S A X A R на вкус

попробуй на вкус
попробуй на вкус
попробуй на вкус
попробуй на вкус
попробуй на вкус

Время менять масло

Александр Исайченко, ГК «Кузьмиха», – о дефиците смазочных материалов, новых брендах, дистрибьюции и конкуренции

«2022 год стал для российского автомобильного рынка годом сильнейших изменений, которые затронули не только продажи новых машин, но и всю сферу обслуживания автотранспорта. Из страны уходят мировые поставщики смазочных материалов – Mobil, Shell, Castrol, LIQUI MOLY, а на освободившемся поле появляются новые игроки», – констатирует генеральный директор ГК «Кузьмиха» Александр Исайченко. Так, «Автоцентр Кузьмиха», который хорошо знают иркутские автолюбители, выходит на рынок в качестве официального дистрибьютора компании BELGiN (торговая марка LUBEX) – ведущего производителя смазочных материалов в Турции. Газета дело узнала у Александра Исайченко, в чём заключаются преимущества нового бренда, зачем нужна коллаборация с АЗС БРК, готовы ли к переменам потребители и почему дистрибьюцию моторных масел в компании называют «возвращением к истокам».



Александр Исайченко, генеральный директор ГК «Кузьмиха»

Фото: Д. Дмитриев

«ПЕРЕХОДИМ НА НОВЫЕ БРЕНДЫ»

Александр, ваша компания сейчас осваивает новую сферу деятельности – оптовую торговлю моторным маслом. Почему именно масло, в чём заключается бизнес-идея?

– Как автомобильная компания, мы видим свою задачу в том, чтобы сделать людей более мобильными, дать им возможность передвигаться быстрее, эффективнее, безопаснее. Для этого мы продаём автомобили, а также их обслуживаем и ремонтируем. Поэтому логично, что следующий наш шаг – поставки и реализация качественных запчастей, масел, технических жидкостей для автомобилей, большинство из которых работают на двигателях внутреннего сгорания. В первую очередь они потребляют бензин, а во вторую – масло: в каждой проезжающей мимо нас машине «работает» от 10 до 25 литров масла. Оно всегда необходимо, поскольку требует регулярного обновления, а от его качества зависит жизнь автомобиля, его эффективное использование.

При этом привычные и проверенные годами бренды-поставщики смазочных материалов – Mobil, Shell, Castrol, LIQUI MOLY и другие – уходят сейчас с российского рынка один за другим, рвутся выстроенные годами цепочки логистики и поставок, создавая головную боль как для владельцев автомобилей, так и для многочисленных СТО. Мы же хорошо знаем этот рынок, так как долгое время были сертифицированным партнёром Castrol в Иркутске, знаем его потребности, поскольку у нас есть собственный сервис, поэтому решили стать компанией, которая не просто является оптовым потребителем смазочных материалов, а продвигает новые бренды, предлагая

их широкому кругу автолюбителей. Сейчас у нас появился прекрасный шанс войти в продажу масел именно как крупный оптовый поставщик.

То есть сейчас на рынке уже чувствуется дефицит масла?

– Конечно. Дефицит стал ощущаться ещё летом, хотя у кого-то из игроков, безусловно, есть запасы на складах. Это вроде те же бренды-лидеры Mobil, Shell, Castrol, но уже ввезённые через третьи страны как параллельный или «серый» импорт. И в этом случае есть большая проблема – поскольку в России нет дистрибьюторов, которые отвечают за подлинность такого масла, определить, что может быть залито в банку, попавшую к нам таким путём, практически невозможно. Отправлять в лабораторию пробы с каждой банки? Но на это нужно и время, и дополнительные ресурсы. Поэтому мы на себя такие риски брать не стали. Тем более, что на рынке легкомоторных масел исторически всегда было много контрафакта, который легко продать с этикеткой известного бренда. В информационном пространстве и раньше часто встречались новости о том, что где-то прикрыли завод по производству моторного масла или конфисковали партию контрафакта. А сейчас это вообще расцвело буйным цветом.

И что делать в этом случае? Что покупать, что заливать, чем пользоваться?

– Вариантов здесь несколько. Некоторые используют контрафакт, но это небольшая часть автолюбителей. Кто-то заливает продукцию тех же лидеров рынка, которую ввели в страну по параллельному импорту. Но этот вариант работает с огромными перебоями, и здесь есть риск, что купив сегодня, к примеру, масло Shell, в следующий раз вы уже не сможете его купить. Мы же понимаем, что если правообладатели товарных знаков против того, чтобы их масла

поставлялись в Россию, то рано или поздно это прекратится.

Но есть третий путь, и он, наверное, самый правильный, – переходить на новые бренды, что мы, собственно, и сделали. Поиск новых партнёров, чтобы заместить бренд Castrol, мы занялись с марта этого года. Сначала были предложения по параллельному импорту, позже появились варианты масел из Кореи, Турции. Одним из брендов как раз и был LUBEX от турецкой компании BELGiN, которая успешно работает с момента основания в 1953 году.

«МЫ УВЕРЕНЫ В ТОМ, ЧТО ПРОДАЁМ»

Но в нашей стране это не очень известный бренд?

– Да, марка LUBEX не слишком известна в Иркутске, поскольку до 2022 года производитель масел предпочитал работать на рынках Ближнего Востока и Азии, где её знают более чем в 40 странах. В Россию бренд официально по эксклюзивному контракту поставляет компания «Аллея Групп» – достаточно известный в России игрок, который раньше был поставщиком масла LIQUI MOLY. Мы лично познакомимся с представителями компании, как говорится, посмотрели друг другу в глаза, подписали дилерский контракт и уже начали работать. Кроме нас, в Иркутской области и в Бурятии официально продавать масло LUBEX оптом никто не может.

И всё-таки, почему вы выбрали именно эту марку?

– Один из самых важных параметров моторного масла – его совместимость с автомобильными брендами, то есть какое-то масло можно, к примеру, заливать в Toyota, а какое-то лучше не заливать. Если вы хотите, чтобы ваш автомобиль работал долго, эффективно и минимально попадал в ремонт, то масло должно соответствовать допускам производителей автомобилей. У продукции LUBEX с этим всё в порядке, она имеет более 80 одобрений, OEM допусков и соответствий. Разработки собственного научно-исследовательского центра BELGiN охватывают почти все модели современного мирового автопарка. В 2014 году компания стала первым турецким производителем масел, получившим сертификат качества 5 звёзд Европейского фонда управления качеством (EFQM).

Кстати, компания BELGiN начинала с производства промышленных масел, а делать смазочные материалы для сложных технических агрегатов, например, гидротурбин, где нагрузки в тысячи раз больше, чем в двигателе внутреннего сгорания, гораздо сложнее, чем производить легкомоторный сегмент.

Потребитель готов принять новый бренд?

– Этот год показал нам, что потребитель может достаточно быстро принять новые бренды из Турции, Китая, других стран. Мы это видим по автомобилям: в частности, доля автомобиля Chery, который мы продаём, за неполный год выросла в Иркутске в два раза. Люди пересаживаются на Chery, Exeed и открывают для себя, что это не просто хорошие автомобили, а в чём-то даже лучше тех, на которых они ездили раньше.

С маслом ситуация, конечно, другая, так как ты не видишь, как оно работает, в руках не держишь. Но поскольку сейчас время ограниченное предложения, дефицита, то люди более толерантно относятся к чему-то новому. Поэтому, мы рассчитываем, что привыкание к турецкому бренду пройдёт быстрее. Кроме того, мы сами уверены в продукте, который продаём, поэтому смело вкладываемся в маркетинг.

Ваше объединение с АЗС БРК – это возможность выйти на более широкий круг потребителей?

– Здесь, как и в любой современной рознице: если продукт не представлен на полках магазинов, его не покупают. Своя розница у нас пока небольшая, и даже когда она вырастет, этого всё равно будет недостаточно. Поэтому попасть на полку такой компании, как сеть АЗС БРК, которую все знают и которой доверяют, – это очень логичный ход. Плюс БРК проявила большую заинтересованность в нашем предложении, быстро пошла на контакт, и буквально за одну встречу мы решили все необходимые вопросы. Для нас это хороший показатель того, что компания заинтересована в развитии, в хороших партнёрах. Мы уже есть более чем на 20-и АЗС БРК, и будем дальше увеличивать их число. Сейчас на БРК представлены шесть наиболее ходовых позиций моторного масла, включая актуальную в Сибири «нулёвку», то есть сорта класса вязкости 0W (температура застывания до - 46 градусов).

«КОНКУРЕНЦИИ МЫ НЕ БОИМСЯ, ЭТО ЧАСТЬ БИЗНЕСА»

С точки зрения бизнес-стратегии, дистрибьюция моторного масла – это хорошая замена просевшей продаже автомобилей или что-то другое?

– С точки зрения стратегии, это, однозначно, открытие нового направления. Оно не заменяет другие наши направления деятельности – продажу автомобилей, в которой сейчас действительно много неопределённости, ремонт и обслуживание – а дополняет их, расширяет наши компетенции и выводит компанию на новый уровень.

А с другой стороны, это некое возвращение к истокам: в следующем году ГК «Кузьмиха» исполняется 30 лет, и начиналась она именно с того, что оказывала иркутским автолюбителям услуги по замене моторного масла. И именно наша компания стала первой поставлять в Иркутск моторное масло Petro-Canada.

А что дальше?

– Дальше – знакомство Иркутска с брендом LUBEX. Оптовая продажа – это первый шаг. Второй – развитие собственной розницы, которая тоже представляет большой интерес. Будем работать с партнёрами, сервисными станциями, с другими розничными сетями по продвижению бренда. Оно будет в некотором роде агрессивным, потому что мы привыкли так действовать. В автомобильном бизнесе маркетинг всегда агрессивный, и мы хотим эту тактику применить и в маркетинге автомасел.

Александр, ГК «Кузьмиха» зачастую выступает пионером на иркутском авторынке, и ваши идеи очень хорошо подхватывают конкуренты. Весной вы очень громко презентовали Exeed, и спустя полгода ещё один дилерский центр начал продавать этот китайский автомобиль. Сейчас рынок тоже внимательно наблюдает за вами?

– Конкуренция нас не смущает, потому что это часть бизнеса. «Автосервис Кузьмиха» уже 30 лет работает в очень конкурентной среде, рядом с нами находится несколько сервисов, причём практически с одинаковыми названиями. А сфера моторных масел ещё более конкурентная: и брендов масса, и желающих заработать. Так что конкуренты уже появились. Но у нас есть преимущества, о которых мы уже говорили: во-первых, LUBEX – это 100-процентно импортный продукт, который не надо завозить в страну как параллельный импорт, во-вторых, у него есть официальное одобрение крупнейших специализированных ассоциаций. Этот продукт не стыдно и не страшно продавать, его можно заливать в автомобиль, и он будет только благодарен за это.

«Мы не можем оставить нашего покупателя без хорошего и качественного товара»



Вероника Шородок, генеральный директор сети АЗС БРК

– Сеть АЗС БРК – это одна из крупнейших сетей в Иркутске, Бурятии и Забайкальском крае. На сегодняшний день у нас 83 АЗС. В месяц мы обслуживаем несколько сотен тысяч клиентов. Почему я начала с цифр? Потому что мы понимаем, на каком рынке работаем и какая колоссальная ответственность лежит на нас. В последние годы ситуация в автомобильном бизнесе меняется стремительно, нужно реагировать молниеносно. Мы не можем оставить нашего покупателя без хорошего и качественного товара.

Не секрет, что когда случается поломка, водитель первым делом грешит на топливо. Но машина гораздо сложнее устроена, и различных жидкостей в ней гораздо больше. И вот как раз от того, какое масло, антифриз, тормозную жидкость или даже жидкость для

стекел он зальёт в своё авто, зависят и работа машины, и комфорт водителя.

На наших АЗС мы продаем всю необходимую автохимию. Каждую компанию, продукцию которой мы ставим на наши полки, мы тщательно изучаем, тестируем. Для нас важно подобрать для наших клиентов качественный товар по доступной цене.

Почему именно LUBEX? Это масло по своему качеству и ассортименту сегодня способно заменить всем уже известные и любимые европейские или глобальные бренды, такие как Castrol, Mobil, Shell, BP, и не только. Продукция LUBEX имеет более 80 OEM соответствий от всех крупных производителей автомобилей. Она адаптирована под сибирский климат.

Особые затруднения сейчас испытывают владельцы автомобилей

с технически сложными новейшими европейскими или японскими моторами. Многие владельцы таких авто привыкли к оригинальным маслам. Но рынок меняется, и мы вынуждены подстраиваться под условия игры. На смену идут альтернативные бренды масел. Тут главное – подобрать смазку по вязкости, классу качества и обязательно с допуском автопроизводителя.

У турецких масел с допуском все в порядке! Например, синтетическое моторное масло LUBEX PRIMUS MV 5W-40 имеет допуск BMW Longlife-98. А вот допуск BMW Longlife-04 имеет синтетическое моторное масло LUBEX PRIMUS MV-LA 5W-30. Кстати, эти масла LUBEX подходят и для других машин премиум-класса (Volkswagen, AUDI, Mercedes, Porsche). Есть американские допуски Dexos1,2, фирменные допуски PSA, Renault, FIAT, Ford, японские и корейские допуски.

Естественно, есть масла и для дизельных моторов, от массовых коммерческих до самых современных и нагруженных.

Почему такое внимание именно допуску? Да потому, что его получение говорит о том, что производители масла и производители машины находятся в тесном сотрудничестве. Ведут серьезную работу по доведению пакета присадок до уровня, при котором смазочный материал выполнит все возложенные на него функции в моторе. И главное – масло, имеющее соответствующий допуск, отработает оговоренный интервал ТО.

Мы знаем, что турецкие компании стремительно набирают вес на рынке. Они имеют развитую промышленность и не спускают глаз на приобретение технологий, оборудования, инвестируют в специалистов.

И очень важный фактор – цена. Она, скажем так, очень «в рынке».

Совокупность всех этих достоинств масел LUBEX послужила принятию нами решения о сотрудничестве с автоцентром «Кузьмиха» по выводу этой марки на рынок. В наших мини-маркетах вы уже сможете приобрести этот продукт и оценить его качество.

МНЕНИЯ

«Масло LUBEX одобрено многими автогигантами»

Руслан Алиев, коммерческий директор ГК «Кузьмиха»:

– Ключевые характеристики продукции LUBEX – высокое качество без компромиссов. В основе линейки базовых масел – синтетическое масло третьей группы, полученное в результате гидрокрекинга. Индекс вязкости – VHVI – один из самых высоких среди аналогов. Топовые линейки автомасел LUBEX изготавливаются на основе уникальных технологий с применением ПАО и эстеров. Масла легируются последними разработками компаний Lubrizol и Afton Chemical, ведущих поставщиков присадок в мире. Продукция LUBEX рекомендована к использованию Ассоциацией европейских производителей автомобилей (ACEA) и Американским институтом нефти (API), прошла аттестацию в APIEL (Технической ассоциации европейских производителей масел). Имеет сертификаты соответствия ведущих мировых автопроизводителей: европейских (BMW: Longlife-98, MB 229.51; Renault: RN 0700, VW 504.00/507.04, Porsche: C30), американских (Dexos 2,

Cummins CES 20074), а также, естественно, азиатских (корейских, японских, китайских).

В России использование LUBEX одобрено такими автогигантами, как ПАО «Автоваз», ОАО «УАЗ», ПАО «КАМАЗ», ПАО «ЗМЗ» и другими. Смазочные материалы разработаны с учетом характерных особенностей эксплуатации в нашей стране, особый акцент производитель сделал на энергосберегающих маслах, рассчитанных на работу при экстремально низких температурах.

«Автоцентр Кузьмиха» может предложить иркутскому автомобильному бизнесу большой ассортимент смазочных материалов (моторные, трансмиссионные и гидравлические масла для всех видов автотранспорта; антифризы, смазки, СОЖи и многое другое). Мы работаем с любыми объемами, как говорится, от поддона до вагона. Но самое главное – конкурентная цена: от 850 до 1000 рублей за литр масла, гибкий подход к клиентам, индивидуальная система скидок и бонусов.

«У нас есть опыт работы в этом сегменте»

Максим Степанец, директор по продажам ГК «Кузьмиха»:

– Если говорить о потребителях, то некая осторожность, конечно, ещё остаётся: если человек 10 лет использовал масло Castrol, то ему тяжело принять тот факт, что этого бренда больше не будет. И здесь очень многое зависит от качественной работы продавца. Если он разбирается в продукте, понятным языком объясняет преимущества нового продукта, то это показывает свою эффективность. Люди действительно начинают понимать, что это за продукт, чем он хорош, и вопрос смены масла, к которому они привыкли, на что-то новое, становится не таким болезненным. И мы уже видим, что люди начинают положительно относиться к маслу LUBEX.

К тому же, у нас есть опыт работы в этом сегменте. По моторным маслам в ГК «Кузьмиха» в своё время работал отдел обучения и развития. Была полноценная большая программа, как готовить продавцов, чтобы они профессионально консультировали клиентов, проводились тренинги, обучение навыкам продаж. Мы уже провели первую презентацию с работниками нашего партнёра АЗС БРК по технике продаж и дали основные знания, которые необходимы для продвижения продукта. Обучение продолжится и в дальнейшем, будут разработаны принципы мотивации продавцов и наших, и партнёров. Серьёзный продуктивный подход к продажам – наш принцип работы.

Наталья Горбань

По вопросам реализации масел LUBEX обращайтесь по телефону: 8 (3952) 43 55 59



Инвестиции в недвижимость: как зарабатывать больше

7 плюсов ремонта с дизайнером в квартире «под сдачу»

Покупка квартиры для последующей сдачи в аренду – один из самых популярных видов инвестиций в недвижимость. При этом, как говорит дизайнер Евгения Стрелова, далеко не все инвесторы вкладываются в профессиональный и качественный ремонт такого жилья. И зря, ведь бюджет дизайнерского ремонта, вопреки сложившимся стереотипам, – ненамного выше самостоятельного. «За год-два эти вложения окупятся. Но у вас будет совершенно другая картинка, другое качество – а значит, другая аудитория и другой доход». Мы попросили Евгению подробнее рассказать о плюсах работы дизайнера в квартирах «под сдачу».



1. Строгое соблюдение бюджета

Мнение о том, что дизайн – это обязательно дорого, по словам Евгении, не имеет ничего общего с реальностью. Особенно когда речь идет о ремонте квартиры «под сдачу». «Заказчик приходит и говорит: «Я купил квартиру за 5 млн, у меня есть еще полтора на ремонт. Уложимся?». Если я вижу, что озвученный бюджет – реальный, то ремонт будет строго в этих рамках. Никаких перерасходов».

2. Контроль качества работ

Ошибки и проблемы при ремонте неизбежны. Но авторский контроль позволяет предвидеть риски и снизить издержки. Евгения Стрелова во всех своих проектах придерживается именно такого подхода. «Это позволяет получить качественный результат, на который рассчитывает заказчик, в оговоренные сроки. С контролем дизайнера ремонт проходит гораздо легче и для нервов, и для бюджета».

3. Подбор правильных материалов

В ремонте арендуемого жилья есть свои особенности. «Например, можно выбрать фасад кухонного шкафа с покрытием эмалью, а можно – хороший ЛДСП-фасад. Визуально картинка будет одна и та же. Но и износостойкость – тоже: поцарапаются в итоге оба фасада, только первый будет стоить в два раза дороже». Впрочем, есть моменты, на которых экономить, наоборот, нельзя. В этот список Евгения включает звукоизоляцию, сантехнику, освещение, двери. «Если вы поставите дешевые двери, уже через год их нужно будет менять. Зачем? Лучше взять чуть дороже, качественно установить – и тогда они прослужат 5-10 лет, не требуя фундаментальных вложений».

4. Уникальный интерьер

Детали решают если не все, то очень многое. Профессиональный дизайнер

знает, какие даже минимальные нюансы можно добавить в интерьер, чтобы добиться совершенно иного эффекта. «Благодаря этому мы получим совершенно иную картинку, которая будет выгодно отличать ваше предложение от всего рынка. Значит, у квартиры будет и другая целевая аудитория, и другая цена. В таких фишках, в уникальности интерьера заключается наша работа».

5. Рациональное использование площади

Даже небольшую квартиру можно обставить грамотно, предусмотрев максимум необходимого функционала. Евгения приводит в пример один из последних проектов: в квартире площадью 38 квадратных метров ей удалось разместить и спальню, и гардеробную, и кухню-гостиную, и дополнительные системы хранения. «Создание эргономичной планировки, продумывание функциональности – основная задача дизайнера. Заказчик зачастую сложно самостоятельно представить, как лучше обставить квартиру, это не их работа».

6. Эстетическая привлекательность

Дизайнер всегда предложит интересные цветовые, стилистические решения, привлекательные для будущих арендаторов. Подчеркнет преимущества помещения, скроет недостатки. И обязательно учтет веяния моды. «При

работе над арендуемыми квартирами я всегда придерживаюсь современных трендов – чтобы люди, приходя в квартиру, понимали: это та самая «красивая картинка из интернета», чтобы им там нравилось и хотелось жить».

7. Соблюдение сроков

Люди, которые покупают квартиру под сдачу и нанимают для ремонта дизайнера, хорошо знают цену своему времени. «Если мне говорят: «Есть такой бюджет и два месяца» и я посчитаю эти сроки реальными, то через 60 дней ремонт будет завершен. Заказчик сможет начать сдавать квартиру и получать доход, на который рассчитывал».

Подключать дизайнера к работе можно уже на этапе выбора квартиры. И это, по мнению Евгении, которая и сама не один год занимается сдачей жилья в аренду, наиболее правильный сценарий. «Дизайнер, который разбирается в рынке, знает, какие жилые комплексы строятся. Может посмотреть несколько планировок и помочь инвестору выбрать идеальную, понимая, какие квартиры ищут люди, кто они, что им нужно для жизни. Например, если это трёхкомнатная квартира, то ее, скорее всего, снимет семья с детьми – значит, нужно предусмотреть вандалоустойчивые покрытия, сушку и прочее. Если квартира маленькая – в ней с большой долей вероятности поселится командировочный – поэтому важны системы хранения, место для чемодана и т.д.».



Профессионализм дизайнера, его умение видеть квартиру глазами будущего арендатора в итоге позволяют инвестору получать совсем другой финансовый результат от своих вложений: размер ежемесячного платежа за аренду квартиры с дизайнерским ремонтом может быть на 15% выше, чем в аналогичных предложениях.

Евгения Стрелова – дизайнер жилых и общественных пространств, член Союза дизайнеров и архитекторов России, участник международных выставок и конференций, выпускница «Русской Академии Дизайна».

Strelova Design
интерьерные решения
+7 (908) 647-97-27
vk.com/strelova_design

CLEVENT

Энергия: зарождение и управление

Ирина Хакамада
28 марта в Иркутске

Мастер-класс о том, как научиться управлять энергией своей жизни. Где искать источники подзарядки и творческой энергии, как стимулировать и ловить свой поток, чтобы стать «прокаченным» человеком.



узнай больше

clevent.ru

50-03-04



Эволюция искусственного хрусталика

Врач-офтальмолог высшей категории, кандидат медицинских наук, «Заслуженный врач РФ», «Отличник здравоохранения», а также член Американского и Европейского обществ катарактальных и рефракционных хирургов (ASCRS и ESCRS) Марина Шантурова заслуживает того, чтобы войти в Книгу рекордов Иркутской области. В её послужном списке – более 30 тысяч офтальмологических операций и почти 35 лет работы в одном медицинском учреждении – Иркутском филиале МНТК «Микрохирургия глаза», куда она пришла сразу после окончания мединститута. При этом Марина Шантурова не любит «раскрывать» личную информацию, а предпочитает говорить о своём любимом деле. В интервью нашему изданию она рассказала о современных технологиях в офтальмологии и эволюции искусственного хрусталика, развеяла мифы о катаракте и пояснила, почему конкуренция в медицине – преимущество для пациентов.

ИННОВАЦИИ ПРОТИВ КАТАРАКТЫ

Марина Анатольевна, вы являетесь ведущим специалистом в оптико-реконструктивной хирургии переднего отрезка глаза, в вашем бэкграунде – просто огромное количество операций. С чем они связаны?

– Современные медицинские технологии позволяют лечить многие серьёзные болезни органов зрения. Одной из наиболее передовых и эффективных технологий является удаление хрусталика методом факоэмульсификации и имплантация мультифокальных интраокулярных линз, которые ещё называют искусственным хрусталиком. И основная доля операций, которые провела я, связана именно с заменой натурального хрусталика глаза при таком заболевании, как катаракта – когда он мутнеет и зрение снижается вплоть до полной слепоты. Искусственный же хрусталик может успешно справляться с этими функциональными нарушениями и позволяет добиваться максимально возможной остроты зрения.

Насколько я знаю, офтальмология считается одним из самых прогрессивных и быстроразвивающихся направлений медицины как раз по имплантам. А что конкретно эволюционного произошло в этом направлении за последние годы?

– Лет двадцать пять – тридцать назад были только монофокальные хрусталики, после имплантации которых человек получал хорошее зрение, но, тем не менее, продолжал пользоваться очками. Потом появились бифокальные хрусталики, которые давали зрение на двух расстояниях – близком и дальнем. Но при этом получался «провал» на среднем расстоянии, и людям, которые активно работали с компьютерами, всё равно нужны были очки. В итоге специалисты разработали более прогрессивные трифокальные хрусталики, которые перекрывают практически все зоны: и ближнюю, и среднюю, и дальнюю.

Конечно, каждый новый продукт улучшал предыдущие результаты, но всё равно оставались нюансы, которые требовали дальнейшего совершенствования «искусственного» зрения, и сейчас появились четыре варианта мультифокальных хрусталиков, которые практически сводят к минимуму различные побочные эффекты оптической коррекции.

Кроме этого, совершенствуются и модифицируются хирургические приборы и оборудование, чтобы минимизировать нагрузку на глаз и его травматизацию. То есть всё направлено на то, чтобы сделать операцию по замене хрусталика более щадящей, при этом более эффективной и за меньшее количество времени. Могу с уверенностью сказать, что на сегодняшний день технология операции настолько отработана, что не требует длительного реабилитационного периода, и в дальнейшем человек может вообще не пользоваться очками.

Насколько эти инновации доступны жителям Иркутской области?

– Безусловно, доступны. И этому способствует развитие частной меди-



Марина Шантурова, врач-офтальмолог высшей категории, кандидат медицинских наук

Фото А. Федорова

цины, поскольку конкуренция – это всегда хорошо. В государственных учреждениях, к сожалению, не всегда своевременно могут принять всех, кто нуждается в лечении заболеваний глаз. А в частных клиниках не такой большой поток пациентов, поэтому всегда есть возможность пройти обследование и сделать операцию по замене хрусталика достаточно быстро – без больших очередей и длительного ожидания.

ПО МИРОВЫМ СТАНДАРТАМ

Марина Анатольевна, вы оперируете в «Центре зрения». Он отвечает всем современным стандартам офтальмологии?

– Конечно. Здесь используется хирургическое оборудование ведущих мировых производителей, Центр оснащён современными факоэмульсификаторами – инновационными аппаратами, с помощью которых как раз удаляется катаракта, а также имеет весь спектр современных искусственных хрусталиков, в том числе мультифокальных последнего поколения. Все расходные материалы, в том числе искусственные хрусталики, – импортного, в основном – американского производства, это сертифицированная продукция, качество которой гарантировано официальными поставщиками.

Правильно я понимаю, что в Центре нет проблем или дефицита с расходными материалами, искусственными хрусталиками?

– Учитывая сложную ситуацию, которая сейчас сложилась с зарубежными поставками, мы тоже были очень озабочены возможными трудностями. Но все необходимые расходные материалы и оборудование есть в наличии. Конечно, в какой-то мере нарушилась логистика, увеличилось время доставки, но принципиально ничего не изменилось.

Импортозамещение в офтальмологии не случилось?

– К сожалению, как оборудование, так и искусственные хрусталики российского производства, хотя и стали сейчас появляться на рынке, но они ещё не соответствуют мировым стандартам качества.

Успех любого медицинского учреждения зависит ведь не только от технического оснащения, но и от персонала, который на нём работает...

– Да, это действительно так, и качество операций, которые делают в Центре зрения, обеспечивают высококлассные специалисты, с большим опытом офтальмологической и хирургической практики. Мы, так же, как и все врачи, каждые пять лет обязательно проходим повышение квалификации, подтверждаем и защищаем

свои категории, регулярно участвуем в специализированных конференциях, потому что нам важно владеть информацией, чем занимаются коллеги в других клиниках, как развивается наша сфера медицины.

МИФЫ НЕ ВЕЧНЫ

Катаракта – это заболевание, характерное больше для людей в возрасте, а они, как известно, достаточно консервативны. Поэтому, наверняка, у них есть какие-то сомнения, связанные с имплантацией искусственного хрусталика. Как вы их преодолеваете?

– Безусловно, любой человек испытывает чувство внутреннего трепета и даже боязнь по отношению к вмешательству в организм, тем более, когда это связано с операцией на глаза. Это нормально, а чтобы пациента успокоить, во время диагностического обследования с ним беседует врач, объясняет все нюансы операции, как она выполняется, что человек будет чувствовать.

Непосредственно на операции всегда присутствует анестезиолог, который контролирует уровень артериального давления, при необходимости оказывает помощь, чтобы снизить напряжённость пациента. В принципе, так как информации сейчас очень много в разных источниках, люди уже знают, что операция по замене хрусталика очень технологична и безболезненна. Просто делать её нужно вовремя, не затягивая до того момента, когда зрение пропадает совсем, потому что тогда операция будет более травматичной, а период восстановления – более длительный.

Как хирург-офтальмолог, какие ещё опасения пациентов вы назвали бы мифами, предрешениями?

– К сожалению, до сих пор довольно распространён миф о том, что катаракта должна «созреть», и люди ждут, когда совсем плохо станут видеть. Офтальмологи уже устали опровергать этот миф, но он всё равно достаточно живуч, причём не только среди людей из отдалённых территорий, но и проживающих в Иркутске, где много информации по этому вопросу.

Однако среди наших пациентов в возрасте 40-50+ всё больше людей продвинутых, следящих за своим здоровьем, активно работающих, занимающихся бизнесом. Когда они чувствуют, что стали хуже видеть, что им нужны очки для чтения, для компьютера, для вождения, и их напрягает необходимость постоянно менять очки, они идут в клинику, чтобы решить проблему с помощью современных техноло-

гий. Более того, если раньше хрусталик оперировали только при условии, когда он мутнел, когда развивалась катаракта, то сейчас на операцию уже идут люди с прозрачными хрусталиками, которые хотят избавиться от очков.

Есть ли противопоказания для имплантации искусственного хрусталика?

– Для определенных моделей искусственных хрусталиков есть определенные противопоказания, например, для мультифокальных это может быть далеко зашедшая глаукома – болезнь, при которой повышается глазное давление и погибает зрительный нерв. Есть даже случаи, когда пациент хочет поставить именно такой прогрессивный хрусталик, но по показаниям мы рекомендуем обычный монофокальный: в этом случае пациент будет пользоваться очками, но при этом иметь максимальное зрение.

А вообще конкретные противопоказания определяются и обсуждаются с пациентом на диагностическом обследовании.

А с осложнениями приходится сталкиваться?

– Какая бы ни была высокотехнологичная операция, какие бы ни были современные расходные материалы и великолепные руки у хирурга, какие-то сотые доли процента осложнений вполне могут быть, и мы об этом обязательно говорим пациенту, а после операции обеспечиваем его сопровождение и наблюдение.

Но при этом от самого пациента тоже очень многое зависит: он должен в течение месяца соблюдать послеоперационный режим, так как после хирургического вмешательства глаз требует долечивания. Кто-то считает, что это необязательно, и тогда могут быть определенные воспалительные осложнения. Но это случается очень редко, так как врач всё очень подробно объясняет пациенту.

И в завершение нашего разговора – ваш совет читателям Газеты Дело?

– Причин для снижения зрения много, и так как любую болезнь лучше профилактировать, чем лечить, надо обязательно следить за своим здоровьем – хотя бы раз в год показываться у любого врача, и у окулиста в частности, чтобы проверить зрение. Изменения в хрусталике происходят у каждого человека, поэтому и количество операций по его замене никогда не станет меньше, особенно учитывая естественное старение населения. А в «Центре зрения» вам всегда могут помочь и реально оказать максимально возможные услуги по сохранению и восстановлению возможности отлично видеть без очков.

Наталья Горбань



ЦЕНТР ЗРЕНИЯ

• МИКРОХИРУРГИЯ •

сеть офтальмологических клиник

Иркутск, ул. Ядринцева, 90. Тел. 70-72-02

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Как развивать родное дело: диалог власти, ритейла и производителей

Ежегодная конференция местных производителей «Развивая родное дело», которая является частью большого проекта торговой сети «Слата» «Местные производители», в 2022 году собрала на своей площадке рекордное количество участников. Причём не только из Иркутской области и соседней Бурятии, но и из Новосибирской области, Красноярского края и Забайкалья. Ключевым мероприятием конференции стал круглый стол «Как достичь качественного роста благодаря объединениям», за которым эксперты обсудили, каким образом предпринимателям нужно сотрудничать с торговыми сетями, готовы ли они соответствовать определённым стандартам и какая помощь для этого нужна им от госструктур, банков и сетей.



Слева направо: Юлия Климова, директор по развитию продаж ТС «Слата»; Ольга Томашевская, руководитель по внедрению проектов, Сбер; Диляра Окладникова, директор Центра «Мой бизнес»

Фото А. Федорова

«У проекта очень большой потенциал»

По информации директора по развитию продаж ТС «Слата» Юлии Климовой, сейчас на полках «Слаты» представлено более 300 sku товаров от 67 местных производителей (в ближайшем будущем количество договоров с местными товаропроизводителями планируется довести до 150). Прирост товарооборота относительно 2020 года составил 315%. В основном это товары продовольственных категорий – 99,3%. В структуре продаж в топ-5 лидеров входят хлеб и хлебобулочные изделия, овощи, традиционные молочные продукты, яйца и пиво.

– Мы уверены, что у проекта ещё очень большой потенциал, есть что развивать и куда двигаться, например, сейчас на наших полках начинает появляться продукция непродовольственной категории, и это очень здорово, – прокомментировала Юлия Климова.

При этом она отметила, что для того, чтобы начать сотрудничество с торговой сетью и в

это тем, что не нуждаются в помощи со стороны госорганов и банков. Тем не менее, многие из опрошенных не отказались бы от грантов на оборудование, субсидий на производство, от смягчения условий кредитов и аренды коммерческих площадей.

«Будут новые меры поддержки, и средств будет больше»

Результаты опроса прокомментировала заместитель министра сельского хозяйства Иркутской области Марина Кожарина, которая отметила, что у ведомства достаточно много мер поддержки для субъектов малого и среднего бизнеса: это и гранты, и различные компенсации, например, на производство хлебной продукции, прирост производства молока, на сертификацию, возмещение затрат за участие в выставках и т.д.

– В 2023 году будут введены новые меры поддержки, и средств на субсидирование товаропроизводителей будет больше, – заявила замминистра. – Нас, конечно, радует, что в области много предприятий, которые могут обойтись без субсидий, но субсидии являются дополнительным источником развития, и мы будем рады, если ими воспользуются те предприятия, которые хотят двигаться вперёд. Однако нам очень нужна

помощь – в первую очередь администраций муниципальных образований – по донесению информации о существующих мерах поддержки до субъектов МСБ, потому что они не всегда о них знают.

Информацию Марины Кожариной дополнила её коллега из регионального министерства экономического развития – замминистра Марина Петрова. Она, в частности, отметила, что это хорошо, когда предприятия уже

твёрдо стоят на ногах и рассчитывают на свои силы. Но поскольку рынок очень конкурентный, в том числе со стороны других регионов, производители не должны оставаться на месте, а должны постоянно повышать качество и свойства производимой продукции. И госорганы готовы этому содействовать.

– Например, сейчас совместно с Фондом развития промышленности минэконом прорабатывает новый механизм поддержки предприятий именно пищевой и перерабатывающей промышленности, для того чтобы они могли брать займы под 1-3% на обновление оборудования для выпуска конкурентной продукции, как по качеству, так и по цене, с теми товарами, которые завозятся из других регионов, – пояснила Марина Петрова.

«Мы поможем доукомплектовать предпринимателя»

Большой спектр мер поддержки предпринимателям, в том числе в сельском хозяйстве, предлагает Центр «Мой бизнес». Как рассказала директор Центра Диляра Окладникова, один из самых популярных запросов от сельхозпроизводителей – это маркетинг и сбыт.

– Поэтому мы с удовольствием совместно со «Слатой» и таким финансово-кредитным институтом, как Сбербанк, включились в данный проект. Центр «Мой бизнес» может «доукомплектовать» предпринимателя, чтобы он соответствовал требованиям контрольных органов и торговых сетей, – отметила Диляра Окладникова.

О том, как в рамках госпрограмм с субъектами МСБ работает Сбербанк, коротко рассказала начальник управления продаж малому бизнесу Иркутского отделения банка Елена Мальковская.

– Сбербанк активно участвует в различных госпрограммах, и 60% кредитов мы выдаём по различным программам поддержки министерства

экономического развития, минсельхоза, а также под поручительство Гарантийного фонда. Мы предлагаем очень много разных способов и возможностей для кредитования, работаем с клиентами индивидуально, вместе определяем комфортный платёж, чтобы кредит, который берёт предприниматель, действительно был направлен на развитие его дела, а не на то, чтобы привести к негативным последствиям.

Главное, по мнению Елены Мальковской, обратиться в банк и выяснить, какие кредитные продукты реализуются в рамках госпрограмм поддержки и развития именно производственных направлений деятельности.

«Работая со «Слатой», мы сделали качественный скачок»

Однако, несмотря на вариативность господдержки, не все представители МСП доверяют чиновникам. Это подтверждают и результаты опроса, который проводила «Слата»: на вопрос, почему товаропроизводители не пользуются мерами господдержки, третьим по популярности был ответ: «Не хотим связываться». Об этом на круглом столе говорил, в частности, и собственник компании «Тельминские полуфабрикаты» Сергей Довгаль.

– Увеличение продаж – одна из главных задач любого предпринимателя, и в этом плане спасибо «Слате», которая дола путёвку в жизнь многим местным производителям. Но если чиновники предлагают нам возможность заходить в несколько торговых сетей, и чтобы при этом не было диких отсрочек платежей, так нам и субсидии не очень нужны будут, – прокомментировал Сергей Довгаль.

Оппонентом Сергея в дискуссии по вопросу участия бизнеса в программах господдержки выступил директор сельскохозяйственного снабженческо-сбытового перерабатывающего кооператива «Аларское подворье» Алексей Бунаев. Он рассказал,

что очень активно пользуется мерами господдержки от регионального минсельхоза, и это в основном положительный опыт, который поднимает организацию труда на предприятии на новый качественный уровень, так как учит взаимодействовать с госорганами в отчётности, планировании, в понимании предъявляемых требований. А такой опыт, в свою очередь, помогает в сотрудничестве с торговой сетью, где тоже есть определённые требования и стандарты по поставкам, объёмам, качеству.

– Раньше мы поставляли свою продукцию в разные торговые точки в Иркутске, но когда начали сотрудничать со «Слатой», стали использовать цивилизованные технологические методы производства и торговли, так как у торговой сети высокий уровень требований, стандартизированные операции. И это очень большой плюс для нас: за неполный год, что мы работаем со «Слатой», наше предприятие сделало по-настоящему качественный скачок вперёд, – пояснил Алексей Бунаев.

Ещё один участник круглого стола – директор компании по производству кондитерских изделий «Берёзка» Алёна Хон (Улан-Удэ) – рассказала о том, что опыт сотрудничества со «Слатой» помогает ей раздвигать границы и завоевывать рынки сбыта в других городах. Например, сейчас «Берёзка» со своей продукцией зашла уже в третий город – в Хабаровск.

– Часто можно услышать, что «Слата» – такая крупная торговая сеть, и туда, наверное, невозможно попасть. Но все рамки в головах у производителей. Не надо бояться. Мы можем сделать себя лучше, если будем соответствовать требованиям, которые к нам предъявляются, а также будем сами учиться и повышать свою квалификацию. И тогда мы тоже сможем предлагать сетям свои условия, – высказала мнение Алёна Хон.

«Нам очень важны диалог и обратная связь»

Итог круглого стола подвела Юлия Климова:

– Чтобы достичь качественного роста и успешно развивать проект «Местные производители» дальше, необходимо быть в постоянном диалоге с госорганами, производителями, финансовыми учреждениями и находить баланс между поддержкой и самостоятельностью. Прекрасно, что во всех этих структурах есть на кого опереться и понимать, что помощь всегда придёт. Но очень важна обратная связь, обсуждения того, что мы все делаем, которые проходят во время ежегодных конференций «Развиваем родное дело».

Юлию Климову поддержала замминистра экономического развития Иркутской области, которая подчеркнула, что такие встречи нужно проводить на системной основе.

– Мы всегда готовы к диалогу и готовы содействовать нашим производителям в продвижении их продукции не только на нашем рынке, но и дальше – в другие регионы и даже на экспорт. И для этого у нас есть все необходимые механизмы, – подытожила Марина Петрова.

Наталья Горбань

«Время местных»

Как «Слата» помогает региональным производителям

Уже третий год «Слата» реализует спецпроект «Время местных». Его цель – помочь представителям малого бизнеса попасть на полки супермаркетов торговой сети. Сегодня, при возросшей потребности в импортозамещении, это начинание особенно актуально: импортные бренды уходят, позволяя местным игрокам «расправить крылья». В декабре 2022 года в Центре «Мой бизнес» прошла ежегодная конференция «Развиваем родное дело», на которой сибирские товаропроизводители поделились своим опытом и идеями.

«99% торговых сетей ответили отказом, а «Слата» – согласилась»

«Даст Компани» начала собственное производство автоковриков совсем недавно: в январе 2022 года привезли оборудование, а в марте запустились. Старт совпал с периодом турбулентности и множеством экономических вызовов, но трудности лишь закалили команду. Одним из ключевых вопросов, по словам технического директора Андрея Белякова, стала реализация продукции: торговые сети в большинстве своем не спешили идти на контракт с новичками. Исключением стала торговая сеть «Слата». На конференции «Развиваем родное дело» Андрей рассказал историю компании и сотрудничества с ритейлером.

– Один из наших учредителей занимался производством ЭВА (эти-

ленвинилацетат) ковриков, постоянно сталкиваясь с определенными проблемами в доставке сырья. Мы проанализировали рынок и поняли, что данное производство развивать в Восточной Сибири будет перспективно. Развернули производство. Встал вопрос: как реализовывать продукцию. Разослали письма на сайты многих торговых сетей. Но, увы, 99% из них ответили отказом.

Тогда мы узнали о ТС «Слата», которая развивает сотрудничество с местными производителями. И решили попытаться счастья, хотя понимали, что наши коврики – неоднозначный товар для продуктовой сети. Подали заявку, на следующий же день нам ответил менеджер по работе с местным производителем. А через месяц мы

уже доставили первую партию своего товара в сеть магазинов «ХлебСоль». Это была самая крупная в истории нашей компании поставка.

Когда мы только зашли в «Слату», было сложно: у нас возникли проблемы с документооборотом, все делалось вручную, не было понимания, какой должна быть упаковка. Но мы с этим справились, и сейчас, при регулярных отгрузках, уже можем планировать производство под определенные объемы. В августе мы запустили рекламную кампанию, напечатали баннеры, сняли видео с участием исполнительного директора ТС Ярослава Шиллера. Благодаря этому ролику мы стали узнаваемы, что позволило нам зайти в другие торговые сети, которые раньше в нас не верили.

Можно сказать, видео дало нам дорогу в жизнь. На сегодняшний день мы продали 19000 ковриков.

Теперь планируем выпускать и более технологичные продукты: ледянки, туристические сидухи и коврики, детские игрушки. То есть те товары, которые сегодня Россия импортирует из Китая. Наш завод ориентирован не только на продукцию для сетевых магазинов, но и на промышленность, сельское хозяйство. Нам хватает компетенции, чтобы сделать товар по желанию клиента. Можем подобрать модель по эластичности, пористости, жесткости, цвету. Мы получили новое оборудование, благодаря которому сможем увеличить товарооборот. Надеемся, что будем развиваться дальше вместе с Иркутской областью и про-



изготавливать для торговых сетей «Слата» и «ХлебСоль» товар по спецзаказу.

«Не наступайте на наши грабли»



Есть мнение, что делиться можно только позитивным опытом, но организаторы конференции «Развиваем родное дело» решили разрушить этот стереотип. Не совсем успешным кейсом поделилась с собравшимися собственник семейной компании «Квашенок» Мария Соколова из Омска.

– Все мы любим истории со счастливым концом. Но мы растаем, и с нами происходит жизнь. Когда амбиции предпринимателя разбиваются о реальность, хэппи-энда может не быть. Хочу поделиться нашими ошибками, чтобы вы не наступали на те же грабли.

12 лет мы продвигаем семейный бизнес. Производим домашний квас натурального брожения и соления (капуста, морковь по-корейски и другие разносолы). В 2019 году только за летний период продали миллион бутылок кваса. И на этих амбициях решили покорить Сибирь, а далее – выйти на федеральный уровень. Наш выбор пал на Иркутск. В 2020 году мы открыли здесь свой филиал. Производство разместили в Ангарске. Вот наши «вредные» советы.

Первый – о месте производства. Открывать его далеко от Иркутска было ошибкой. Срок годности нашего продукта короткий. Мы открыли свой склад холодного хранения в Иркутске. Распространяли продукцию, в основном, в Иркутске. И переезды из Ангарска в Иркутск добавляли проблем.

«Вредный» совет №2: опирайтесь на свой прежний опыт, не замечая особенностей местного рынка. В Омске мы раскатали рынок. Образно говоря, создали «голубой океан». Конечно, не сразу мы продали свой миллион. Мы, уверенные в своих знаниях, зашли на иркутский рынок, а здесь – свои особенности, свои критерии успеха.

Совет №3: не отслеживайте остатки продукции в каждом из магазинов. Квас – продукт специфический. Продажи зависят от погоды. Когда мы зашли в «Слату», нам прилетела заявка, и мы просто отгрузили необходимое количество товара в магазин. Но потом мы все же внедрили мерчендайзеров. Обзванивали каждый магазин, чтобы выяснить – сколько в наличии нашего кваса.

Совет №4: держитесь своего плана, эксперименты не для вас. «Слата» открыта к экспериментам. Мы в свою очередь проводили бесплатные дегустации, промо-акции, конкурсы. Но наша ошибка была в том, что мы в какой-то момент не настояли на своих идеях. А это необходимо. Пришла идея – надо звонить и договариваться. В этом смысле здорово, когда есть контакт с менеджерами компании «Слата». Это позволяет быстрее протестировать идею и внедрить ее.

Совет №5: конкуренты не стоят вашего внимания. В нашей категории на полках «Слаты» был только один конкурент. Не стоит бороться с ним и выживать его из магазина. Важнее, чтобы покупатель выбрал ваш именно продукт.

Совет №6: никогда не занимайтесь маркетингом. Все мы должны делать логотип, выбирать цвет, продумывать упаковку. Это очень важно.

Совет №7: делайте все в одиночку. Отгружайте сами, печатайте документы сами, производите сами и т.д. На первоначальном этапе, когда вы только придумали бизнес-идею, делать все самим – это нормально. Но когда вы развиваетесь и понимаете, что вам не хватает 24 часов, нужно набирать команду.

Совет №8: не работайте над своим личностным развитием. Все остальные пункты – внешние. Но мы редко задумываемся над тем, что сам собственник – это центр всей бизнес-истории. И ему самому важно расти и развиваться.

Анализ наших ошибок помог еще лучше понять – что мы сделали не так, обо что загнулись. Именно приглашение ТС «Слата» выступить на конференции, несмотря на то, что мы перестали сотрудничать, позволило нам вместе еще глубже и точнее проанализировать причины и понять, почему не получилось, это стало наглядным уроком не только для нас, но и для других предпринимателей. Сила бизнесмена – и в том, чтобы суметь посмотреть на себя со стороны, увидеть слабые стороны, исправить и пойти дальше.

«Товарооборот вырос на 230%»

В основном местные товаропроизводители поставляют в «Слату» продукты питания, но ритейлер готов к сотрудничеству и с nonfood-компаниями. Новосибирский завод «Профлайн», например, поставляет в торговую сеть стиральные порошки и чистящие средства. Артем Бойченко, региональный представитель завода, рассказал, как сибирскому производителю удается конкурировать с известными брендами.

– Наше производство относительно молодое, стартовали шесть лет назад. Мы занимаемся производством моющих, стирающих, чистящих средств. Это порошки, гели, присыпки, кондиционеры. У нас есть собственные линейки, которые мы вывели на рынок. Много новинок, появившихся в этом году. Есть свои бренды чистящих средств для коммерческого использования. Например, Wellweek – чистящие, моющие средства для дома.

Казан – это новинка с сертификатом «халяль», которая набирает сейчас популярность. Крем-мыло Кремена. Детский порошок Vimbo, порошок Lotos и линейка Topi – это стиральные порошки и средства для мытья посуды. Помимо маленьких



объемов, у нас есть линейка кондиционеров и гелей в канистрах. Они подходят для производства, удобны и экономичны для больших объемов стирки.

Наш путь в торговые сети был непростым. Чтобы нас заметили, чтобы захотели видеть наши товары на полке, мы стали сотрудничать с менеджерами отдела по работе с местными производителями ТС «Слата». Они помогли на тестовый период попасть в сеть «ХлебСоль». А потом мы зашли и в «Слату», что повысило

узнаваемость нашего бренда в Иркутской области. Первые успешные продажи начались в августе, когда мы реализовали 8000 единиц товара. А в октябре вышли на 26500 штук. В целом товарооборот в деньгах вырос на 230%. Прибыль приросла на 233%.

В планах – видеть в «Слате» еще больше нашей продукции, чтобы мы могли здесь, в Сибири, закрывать потребности в стирающих средствах наших покупателей. Причем потребности на любой кошелек: эконом, средний, высокий сегмент, для производства.

Также мы производим собственные торговые марки под наших клиентов: под сети, под дистрибьютеров.

На данный момент мы производим 48 тысяч тонн продукции в год. Расширяем предприятие, обновляем оборудование. Если в Иркутской области будет большой спрос на нашу продукцию, то, вполне возможно, откроем завод здесь. Сегодня, с уходом импортных брендов, у нас «расправились крылья».

Мы почувствовали уверенность, драйв, желание развиваться. Наши потребители начали доверять нам свою одежду, доверять свою семью.

«Стремимся к высоким стандартам качества»



Компания «Русские традиции» основана в 2009 году, производственная база располагается в центре Иркутска. Начав с производства замороженного слоеного теста, сегодня компания предлагает и другие полуфабрикаты.

По словам генерального директора Марины Охота, сотрудничество с ТС «Слата» помогло масштабировать бизнес.

– С мая 2022 года мы стали сотрудничать со «Слатой». Шли к этому давно, вели переговоры, анализировали рынок. 72 торговые точки мы смогли покрыть на старте, а в ноябре мы отгрузили свою продукцию уже на 285 торговых точек в дискаунтерах «ХлебСоль». Это привело к увеличению товарооборота на 400%, что не могло не отразиться на бизнесе в целом.

Теперь расскажу о проблемах. Наши поставщики не справились с объемами, так как выяснилось, что некоторые ингредиенты привозились только под нас. А так как наши потребности выросли в четыре раза, они просто не смогли перестроиться и идти с нами нога в ногу. Поэтому в этот период нам пришлось работать с другим сырьем.

Наш технологический процесс не позволял протестировать его быстро. Возникли проблемы и с производством из-за выросших объемов.

И в этот момент нас выручили менеджеры компании «Слата». Они создали для нас гибкий график, чтобы не задавить нас объемами. В итоге тестовый период мы прошли довольно комфортно. Хочу отметить отношение «Слаты» к качеству.

Мы успешно прошли аудит. Попали в категорию А. Это стимулирует нас поддерживать высокие стандарты качества. Мы чувствуем солидарную ответственность за качество продукции вместе с компанией «Слата».

Хотелось бы расширить производство, купить новое оборудование, которое позволит увеличить объемы производства, уйти от ручного труда. Надеюсь, что все задуманное исполнится.

Елена Белова

«Год был успешным, но сложным»

Наталья Баркова, Россельхозбанк, – об итогах 2022 года

«Неожиданные события 2022 года привели к неожиданным результатам: еще весной и бизнес, и банки готовились к худшему, а в итоге заработали существенно больше, чем в 2021-м», – отметила в интервью Газете Дело директор Иркутского регионального филиала АО «Россельхозбанк» Наталья Баркова. Нашему изданию она рассказала, что отношение к сельскому хозяйству принципиально изменилось за последние годы, сейчас это успешный бизнес, если вести его качественно и грамотно. Образ «рабочего в телогрейке» давно ушёл и сменился на образ успешного бизнесмена. О том, как небанковские продукты РСХБ помогают развивать в Иркутской области успешное фермерское движение, влияют на создание оригинальных проектов в сельских территориях, в образовании и агротуризме – читайте в нашем материале.

РОСТ ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ

Наталья Викторовна, каким был для вас 2022 год в профессиональном плане?

– Последние пять лет мы живём в таких условиях, что внутренне – особенно на уровне руководителей – у нас уже выработалась готовность к постоянным изменениям. 2022-й год не стал исключением в этом смысле. Жёсткие условия, которые диктовали внешние обстоятельства, способствовали тому, что мы постоянно менялись, искали новые подходы в работе, поскольку понимали, что успехи, которые были достигнуты определёнными инструментами вчера, сегодня уже не работают. Практически каждый день, особенно в марте, поступали ежечасно новые вводные, и это требовало от нас очень оперативной мобилизации всех наших компетенций. Лично для меня 2022 год был особенно нестандартным, для банковской системы в целом и для иркутского филиала РСХБ – тоже.

И как вы оцениваете итоги работы Иркутского регионального филиала Россельхозбанка в таких жёстких обстоятельствах?

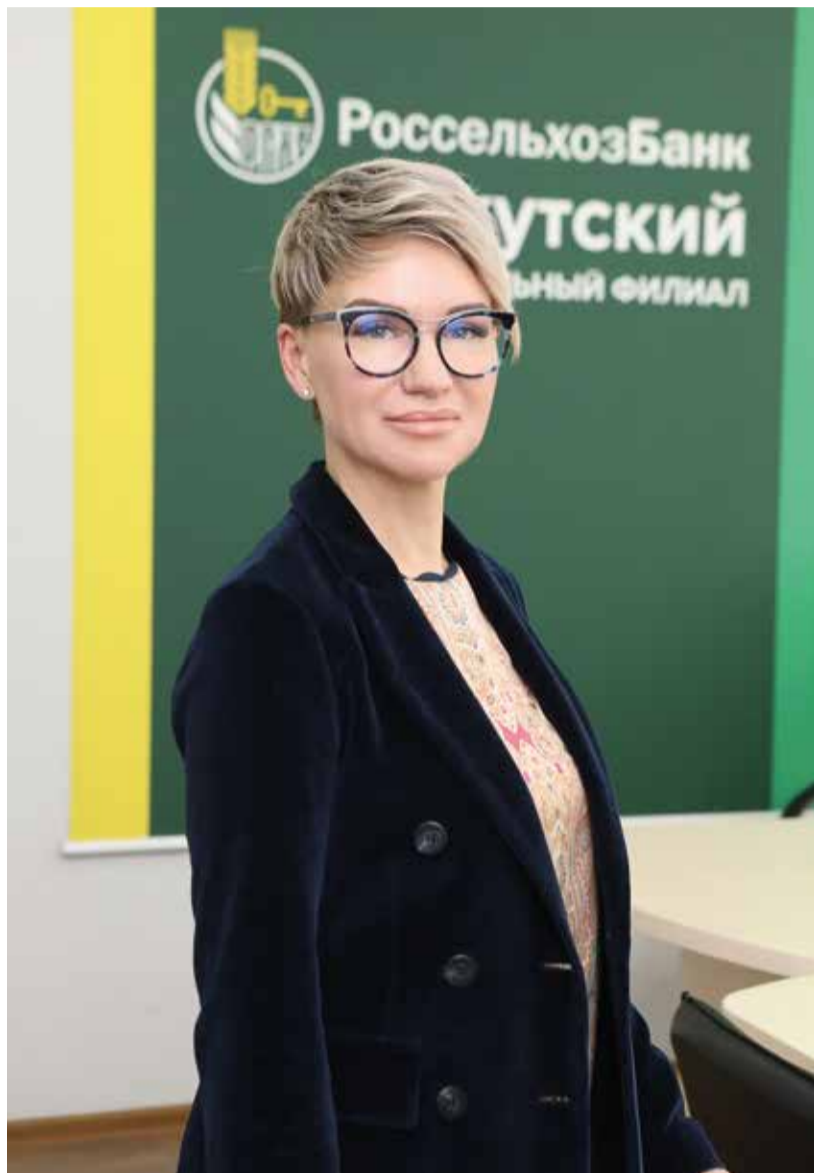
– Наш филиал продемонстрировал положительный тренд по всем показателям. В 2022 году по сравнению с 2021-м мы на 21% увеличили финансирование агропромышленного комплекса: на кредиты именно нашему ключевому сектору мы выдали более шести миллиардов рублей. Если говорить о цифрах Россельхозбанка в целом, то это – более 600 миллиардов рублей. Так что наша доля в этом финансировании достаточно заметная. Можно смело говорить о том, что прошедший год был успешным для Иркутского регионального филиала РСХБ, хотя, безусловно, он был очень сложным.

Этот успех стал для вас неожиданным? Или всё-таки ожидаемо-предсказуемым?

– Да, на самом деле, неожиданные события отразились в неожиданных результатах: все ждали, что будет плохо, что все показатели по бизнесу резко пойдут вниз, и мы, как банкиры, тоже ожидали ухудшения показателей бизнеса. Но уже по итогам первого полугодия заработали доходов существенно больше, чем в 2021 году. И как раз то, что резкое ухудшение ситуации привело вдруг к резкому улучшению показателей, было неожиданно. Хотя в принципе, всё закономерно: изменение внешних обстоятельств в худшую сторону всегда, как ни странно, приводит к резкому росту торгового оборота, особенно – в первые месяцы. И в 2022-м в этот период большинство компаний, кроме экспортноориентированных, продемонстрировали положительную динамику.

А сельскохозяйственная отрасль какие результаты показала?

– Поскольку этот сектор российской экономики обеспечивает продовольственную безопасность страны, то со стороны государства ему, конечно же, уделялось большое внимание. И именно работа в общей связке – правительственные меры поддержки, льготное кредитование от нашего банка, желание фермеров оперативно перестроить свой бизнес – при-



Наталья Баркова, директор Иркутского регионального филиала АО «Россельхозбанк»

Фото А. Федорова

вела к тому, что год был успешным и для аграриев в том числе. Судя по цифрам, опубликованным на сайте регионального министерства сельского хозяйства, рост наблюдался по всем направлениям. Так, в 2022 году в Приангарье собрали в 1,5 раза больше картофеля, чем в 2021-м, а урожай зерновых превысил рекордные значения за последние 30 лет.

ШКОЛА ДЛЯ УСПЕШНЫХ ФЕРМЕРОВ

Кроме чисто финансовой деятельности, Россельхозбанк реализует проекты, которые в какой-то мере можно назвать социальными. Один из них – «Школа фермера». Каковы его итоги?

– Да, «Школа фермера» – это не совсем социальный проект, потому что в конечном итоге приводит к появлению стабильных и успешных фермеров. В 2022 году обучение в Школе проходило в Иркутской области второй раз, и оно отличалось от первого в 2021-м, поскольку сами слушатели были другие. В первом потоке в основном были действующие фермеры, нацеленные на повышение своего профессионального уровня. А второй поток собрал людей, не связанных с сельским хозяйством, но амбициозных, и с хорошими компетенциями предпринимателей. После обучения наши слушатели защищают бизнес-проекты. Интересно, что, пока они обучаются, у некоторых происходит

смена целей – например, приходят с тем, что хотят заниматься растениеводством, а уходят с намерением заняться животноводством, потому что, изучив технологические особенности, оценив рентабельность бизнеса, меняют свои ориентиры. И, как показывает наш опыт, – в этом случае получаются более продуманные проекты, а успешные фермеры даже из госслужащих получают. Очень многие сейчас повернулись в сторону сельского хозяйства, поняв, что это – достойный бизнес, если вести его качественно и грамотно. Образ «мужика в телогрейке» сменил образ успешного бизнесмена, и мы это видим по участникам «Школы».

Будет ли проект развиваться дальше?

– Да, мы планируем его продолжать, так как он демонстрирует, что у нас очень большой кадровый потенциал, но для его развития требуется время. В первом потоке мы выпустили 25 слушателей, в прошлом году – 30. И каждый поток мы перестраиваем учебно-производственный план с учётом обратной связи, что было бы интересно нашим слушателям. Например, в прошлом году привлекли больше институтов господдержки – специалистов министерства сельского хозяйства области, Центра «Мой бизнес», Фонда микрокредитования и др., чтобы они более подробно рассказали о льготных программах для сельхозтоваропроизводителей, поскольку начинающему фермеру сложно разобраться во всём многообразии мер поддержки, которое предлагается государством.

«СВОЁ» – ЦИФРОВОЙ БРЕНД РСХБ

Насколько успешно банк развивает цифровую экосистему «Своё»? Сервис существует два года, чего достигли за это время?

– Экосистема активно развивается, наполняется новыми площадками, которые полезны для любого – как начинающего, так и действующего фермера. Например, на платформе «Своё.Родное», которую можно назвать витриной фермерской продукции, в Иркутской области зарегистрировано 80 фермеров и представлено более 700 товаров. Она помогает решать проблемы логистики и доставки продукции до потребителя, и её развитию, на мой взгляд, способствует новый уникальный проект «Вкусная пятница». Активно развивается платформа «Своё.Фермерство», где в формате B2B и B2C фермеры и население могут найти продавца/покупателя товаров, связанных с ведением агробизнеса. В прошлом году в экосистеме «Своё» появилась новая площадка «Я в агро». Она предоставляет возможность пройти обучение на различных учебных курсах в сфере АПК и получить информацию о вакансиях. Сейчас здесь уже более 13 тысяч вакансий и более двух тысяч работодателей в целом по России. Сейчас между регионами очень активная ротация, интерес к нашему региону проявляют люди из разных территорий, и уже есть примеры, когда жители Алтайского края нашли работу в Иркутской области. Мы нацеливаем всех наших сельхозтоваропроизводителей на то, чтобы они активно пользовались данным ресурсом.

Расскажите подробнее о проекте «Вкусная пятница»: в чём его суть? Это наш местный продукт?

– Проект придуман на уровне федерального РСХБ, а в субъектах его реализуют региональные филиалы. Смысл проекта – в продвижении фермерской продукции, в расширении клиентской базы. В прошлом году мы проводили «Вкусные пятницы» в нашем офисе, и популярность у них была очень большая, потому что на эти мероприятия фермер везёт исключительно свежайшую продукцию. В этом году мы меняем формат и будем проводить своеобразные мини-ярмарки на территории крупных компаний – партнёров банка, чтобы их сотрудники могли приобрести фермерскую продукцию высокого качества.

В экосистеме банка также есть платформы «Своё.Жильё», где подаются заявки на ипотеку, можно посмотреть типовые проекты домов, другую актуальную информацию, и «Своё.Село», нацеленная на позиционирование жизни на селе. В этой связи вопрос: как обстоят дела с программой сельской ипотеки?

– Ипотека работает, и мы начали принимать заявки на 2023 год. В дополнение к этой программе появился новый продукт: сейчас можно получить до 500 тысяч рублей по льготной ставке 3,25% годовых на газификацию/электроснабжение/водоотведение уже готового дома. И мы этот продукт тоже будем активно развивать.

АГРОТУРИЗМ НА БАНКОВСКОЙ ПЛАТФОРМЕ

Ещё одна, казалось бы, не банковская тема – развитие сельского туризма. Видит ли РСХБ такую потребность на рынке, в том числе в нашем регионе?

– Задачу развивать сельский туризм поставило государство, поэтому её решением занимаются различные институты, в том числе банки. Наше направление – агротуризм, то есть развитие турпродуктов на базе действующих фермерских хозяйств, когда фермер выделяет для этой деятельности территорию, строит гостевые домики и максимально демонстрирует сельский труд, предоставляя гостям возможность поучаствовать в нём. Изучая эту тему, мы обнаружили, что в нашем регионе есть много красивых мест, где даже обеспечена современная инфраструктура, а не просто хижинки без отопления, куда можно организовывать интересные агротуры. Но о них практически нигде нет информации, несмотря на то, что мы живём в век информации. И наша идея заключается в создании единой площадки на платформе «Своё», на которой были бы собраны и систематизированы все агро- и сельские туры, а также туроператоры. Сейчас мы как раз формируем пул наших клиентов, соответствующих критериям агротуризма.

Вы можете привести примеры, на которые уже можно равняться?

– Один из таких примеров – семейная ферма «Милаша» в Хомутово, создатель которой Никита Россов в летний период организует туры на козью ферму, а зимой проводит очень творческие дегустации своих сыров. Никита, кстати, в прошлом году закончил нашу «Школу фермера», что позволило ему скорректировать свои планы и наладить успешный бизнес. И ещё одно интересное место в Зиминском районе – это ферма «Отрадное», где разводят не только привычных нам сельскохозяйственных животных, но даже страусов. Там есть благоустроенные гостевые домики и ресторан с необычной кухней.

Кстати, одно из направлений агротуризма – гастрономия, которое мы тоже будем развивать, в первую очередь решая проблему коммуникации между фермерами и рестораторами, так как на данный момент взаимосвязь между ними практически отсутствует.

Понятно, что в современных реалиях трудно что-то планировать на долгосрочный период, но тем не менее, какие ещё задачи на 2023 год вы перед собой ставите?

– Наша задача – это оказание максимальной поддержки нашим клиентам – аграриям. Мы продолжим работу по финансированию сезонно-полевых работ, приобретению техники, оборудования, то есть приложим все усилия для реализации планов прежде всего нашими сельхозтоваропроизводителями. Безусловно, продолжим развитие и поддержку социальных проектов, в том числе в части продвижения и позиционирования работы на селе как значимой и перспективной для молодежи.

Наталья Горбань

«Дома – готовые, цены – конкурентные»

Дмитрий Кузнецов – о предложениях MetaEstate на Байкальском тракте

В 2023 году девелоперская компания MetaEstate завершает загородный проект «Патроны Парк» – сейчас в продаже есть готовые дома и несколько земельных участков. Также девелопер открыл продажи барнхаусов в новом поселке «Кандинский» – стоимость квадратного метра на старте проекта составляет всего 57 тысяч рублей.



Сейчас в поселке «Патроны Парк» можно приобрести уже готовые дома по конкурентной стоимости за квадратный метр. К примеру, в доме общей площадью 180 кв. м цена одного «квадрата» в черновой отделке составляет 85 тысяч рублей. А в доме площадью 140 кв. м, с учётом белой отделки, – 105 000 рублей.

– Это очень привлекательная цена для загородного посёлка такого уровня, как «Патроны Парк», где построена сеть внутренних асфальтированных дорог, есть современная централи-

зованная система инженерных коммуникаций, а также управляющая компания, – прокомментировал руководитель проекта Дмитрий Кузнецов. – Плюс к этому такой бонус, как великолепная первозданная природа и благоустроенные общественные пространства.

Кроме того, в «Патроны Парке» есть ещё несколько свободных участков, где можно построить дома, которые спроектируют архитекторы MetaEstate по индивидуальному запросу клиента. Стоимость одной сотки земли в посёлке составляет 550 тыс. рублей.

Ещё один интересный проект, к реализации которого компания приступила в прошлом году, – загородный посёлок с современной архитектурой «Кандинский» на 34 км Байкальского тракта. В настоящее время здесь идёт строительство первой улицы-галереи.

Один из проектов оригинального загородного дома, реализуемый компанией в «Кандинском», – барнхаус с антресолью. Это современное направление в архитектуре частного домостроения, совмещающее в себе стили лофт и минимализм, становится всё более популярным в России. Сейчас в «Кандинском» на покупку такого дома общей площадью 150 кв. м (включая антресоль 50 кв. м) действует специальное предложение – 57 тысяч рублей за «квадрат». Такая «лояльная» цена складывается за счёт того, что себестоимость строительства антресоли на 50% ниже общей. Земельный участок (15-20 соток) оплачивается отдельно, от 230 тыс. руб. за сотку.

Также в новом посёлке можно приобрести дома общей площадью от 90 кв. м. Здесь самая минимальная цена за «квадрат» – 68 тыс. руб.

в двухэтажном доме и 75 тыс. руб. – в одноэтажном. Узнать более подробную информацию о стоимости недвижимости в «Кандинском», а также познакомиться с проектами можно на сайте компании.

Как отмечает Дмитрий Кузнецов, цены на недвижимость в «Патроны Парке» и «Кандинском» планомерно повышаются, поэтому не стоит ждать лучшего момента на рынке. К тому же, дома в этих загородных посёлках можно приобрести по ипотеке – компания аккредитована в четырёх банках.



Готовые дома в «Патроны Парке»

Дом 180 кв. м на участке 4 сотки, с гаражом на 2 а/м: 19 170 000 руб.



Цена за кв. м: 85 000 руб.
Участок: 2 000 000 руб.
Гараж: 1 870 000 руб.

Дом 140 кв. м в «белой» отделке на участке 4 сотки: 16 700 000 руб.



Цена за кв. м: 105 000 руб.
(с учётом белой отделки)
Участок: 2 000 000 руб.

Дом 228,8 кв. м на участке 10 соток, с гаражом на 2 а/м – 28 500 000 руб.



Цена за кв. м: 88 000 руб.
Участок: 5 500 000 руб.
Гараж: 3 000 000 руб.

Барнхаус в «Кандинском»

Дом 150 кв. м (вкл. антресоль 50 кв. м) – 8 550 000 руб. (без стоимости участка)



Цена за кв. м: 57 000 руб.
Участок: от 230 тыс. руб. за сотку.

Объектом рекламы являются подрядные работы на строительство домов

ЕФС-1: на какие важные моменты обратить внимание бухгалтеру и кадровику

Отчетность по персонализированному учету и взносам на травматизм объединит сведения из СЗВ-ТД, СЗВ-СТАЖ, 4-ФСС и ДСВ-3. Подать форму ЕФС-1 надо в объединенный фонд уже со следующего года. Рассмотрим основные важные моменты.

Состав формы

Отчет ЕФС-1 состоит из титульного листа и 2 разделов с подразделами. В них отражаются сведения, например:
- о страхователе (титульный лист формы);
- о трудовой деятельности (подразд. 1.1 подразд. 1 разд. 1 формы);
- о страховом стаже (подразд. 1.2 подразд. 1 разд. 1 формы);
- о зарплате работников бюджетной сферы (подразд. 1.3 подразд. 1 разд. 1 формы);
- об основаниях для отражения данных о периодах работы в условиях, которые дают право для досрочной пенсии (подразд. 2 разд. 1 формы);
- о застрахованных, за которых перечисляли дополнительные взносы на накопительную пенсию (подразд. 3 разд. 1 формы);
- о взносах на травматизм (подразд. 2.1 и 2.2 разд. 2 формы);
- о результатах обязательных медосмотров и спецоценке (подразд. 2.3 разд. 2 формы).

Заполнять подразд. 1 разд. 1 надо при сдаче подразд. 1.1, 1.2, 1.3. Подразделы 2.1 и 2.3 разд. 2 заполняют все страхователи. Подразделы 2.1.1 и 2.2 разд. 2 оформляют, только если есть показатели. Титульный лист входит в состав отчета всегда.

Перенос сведений из старых форм в новую

Подраздел 1.1 подразд. 1 разд. 1 ЕФС-1 станет аналогом СЗВ-ТД, а подразд. 1.2 подразд. 1 разд. 1 ЕФС-1 – СЗВ-СТАЖ. В подразд. 3 разд. 1 новой формы перенесли сведения из ДСВ-3. Раздел 2 ЕФС-1 заменит 4-ФСС.

Сроки сдачи

ЕФС-1 с подразд. 1.2 подразд. 1 разд. 1 подают раз в год. Впервые это нужно сделать не позднее 25 января 2024 года за 2023 год.

Форму с разд. 2 представляют ежеквартально – не позднее 25-го числа месяца, следующего за отчетным кварталом.

ЕФС-1 с подразд. 1.1 подразд. 1 разд. 1 надо сдать при приеме, увольнении, переводе и иных кадровых изменениях с 1 января 2023 года в такие сроки:

- при приеме на работу или увольнении – не позднее следующего рабочего дня после издания приказа;
- при заключении и прекращении договора ГПХ – не позднее следующего рабочего дня после заключения или прекращения договора;
- в случае иного кадрового мероприятия (перевод, переход на электронную трудовую книжку и т.п.) – не позднее 25-го числа следующего месяца.

Нюансы заполнения формы для всех страхователей

В подразделе 1 раздела 1 в поле «Статус ЗЛ» надо указать статус зарегистрированного лица, например: ГРФ – граждане РФ, ПЖИГ – иностранцы или лица без гражданства, постоянно проживающие в России.

В подразделе 1.1 подраздела 1 раздела 1 отражают сведения о трудовой деятельности. Они схожи с теми, что были в СЗВ-ТД. Отличие: теперь нужно отражать еще и сведения по договорам ГПХ.

В гр. 7 указывают причину увольнения и код. Последний берут из классификатора к порядку заполнения. Например, при увольнении по собственному желанию – п3ч1с77тк. Сейчас в СЗВ-ТД код не указывают. Если в гр. 7 поставили код «иное», то надо отразить норму нормативно-правового акта, по кото-

рому уволили работника. При прекращении договора ГПХ графу не заполняют.

В подразделе 1.2 подраздела 1 раздела 1 по сравнению с отчетом СЗВ-СТАЖ добавили графы, например:

- 5 – районный коэффициент;
- 11 – индивидуальный номер рабочего места;
- 12 – класс (подкласс) условий труда.

Убрали гр. 14 «Сведения об увольнении застрахованного лица/сведения о периодах, засчитываемых в страховой стаж безработным».

Теперь в разделе отражают сведения только по отдельным категориям работников, например: «вредникам», с чернобыльскими льготами, работающим на госдолжностях, находившимся в отпуске до 3 лет или без сохранения зарплаты.

В подразделе 2 раздела 1 указывают сведения по страхователю. Его подают вместе с подразд. 1.2 подразд. 1. Поле «Отчетный период» должно иметь значение, равное или больше «2023».

В подразделе 3 раздела 1 в таблице отражают те же показатели, что сейчас в отчете ДСВ-3.

В подразделе 2.1 раздела 1 вносят показатели, аналогичные показателям в табл. 1 отчета 4-ФСС. В новый отчет добавили гр. 4 «На начало отчетного периода».

В подразделе 2.1.1 подраздела 2.1, подразделе 2.2, подразделе 2.3 раздела 2 указывают ту же информацию, что сейчас в табл. 1.1, табл. 2 и табл. 4 4-ФСС.

Подраздел 2.1.1 заполняют:

- страхователи, которые выделили подразделения в самостоятельные классификационные единицы (СКЕ);
- страхователи – учреждения, часть деятельности которых финансируют из бюджетов всех уровней и приравненных к ним источников;
- страхователи – физлица, которые исключают взносы по нескольким основаниям.

Сейчас табл. 1.1 отчета 4-ФСС заполняют только страхователи с подразделениями, выделенными в СКЕ.

Форма 4-ФСС также включает табл. 3, но в ЕФС-1 аналогичного раздела нет.

Тел.: (3952) 22-33-33, 53-28-53.

E-mail: info@irkcons.ru.

Saim: www.irkcons.ru.

Присоединяйтесь! Новости, анонсы, обзоры от КонсультантПлюс. Сообщество в Viber



КонсультантПлюс в Иркутске
115 лет
(3952) 22-33-33, 53-28-53
000 "КонсультантПлюс в Иркутске"
Иркутск, ул. Киренскийский, д. 33/1,
1 этаж, 7 этаж
info@irkcons.ru, www.irkcons.ru

Ставка на нон-фуд: дискаунтер «ХлебСоль» объявил о планах на 2023 год

Сеть дискаунтеров «ХлебСоль» намерена в 2023 году существенно увеличить долю непродовольственных товаров в своих магазинах. Всего в ассортименте представлено около 1500 товаров, из них категория нон-фуд* занимает пока около 3,5%. В основном это товары повседневного потребления – для дома, кухни, ванной.

– Ключевая цель на 2023 год – это увеличение доли продаж нон-фуд в два раза за счет расширения ассортимента, увеличения дополнительных мест продаж, ввода новых категорий и усиления работы с региональным ассортиментом, – поделилась планами коммерческий директор сети дискаунтеров «ХлебСоль» Ирина Берсенева.

В тестовом режиме на 150 торговых точках установили стойки с размещением мелкоштучного товара: кухонных принадлежностей, автотоваров, фитнес-инвентаря, аксессуаров для волос, маникюра и др. Также появились трендовая стойка Тик-ток с косметикой, которая пользуется большим спросом у подростков, а также медицинские товары.

Каждые две недели на полках «ХлебСоли» появляются новинки. Чаще всего они привязаны к праздникам, к летнему отдыху. В 2022 году в тестовом режиме были привезены подушки/одеяла, хозяйственные товары для приготовления пищи; одежда, халаты, тельняшки, носки из верблюжьей шерсти и др.

В январе 2023 года в сеть поступили товары для выращивания растений – фитолампы и подставки для них. В марте впервые будет выделен ассортимент детских товаров – поильники, непроливайки, посуда и другое. Особое внимание уделяется ассортименту магазинов в периферийных малых поселениях – спецодежде, инструментам, маслам для бензопил, товарам для хобби, вязания, вышивки; товарам из пластика – канистрам, ковшам, ведрам; технике для дома; крупногабаритным товарам – велосипедам. Кроме того, в этом году в тестовом режиме в продаже появятся рассада и саженцы кустарников.

В приоритетные задачи компании на 2023 год входит дальнейшее улучшение покупательского опыта: атмосферы в магазинах, фокуса на ультрасвежую продукцию и выпечку, запуск ас-

сортимента товаров других стран и локальных производителей, активной коммуникации с аудиторией.

Non-food* (рус. нон-фуд) – дословно в переводе с англ. «непродовольственная розничная торговля» – это продажа конечному потребителю непродовольственных товаров.

ГК «Слата» управляет магазинами «Слата» и «ХлебСоль» в Иркутской области, Бурятии и Забайкальском крае. Первый супермаркет сети открылся в 2002 году, сегодня в нее входит 80 магазинов в Иркутске, Ангарске, Шелехове, Братске и Саянске с широким выбором качественных продуктов питания и сопутствующих непродовольственных товаров. С 2014 года ГК «Слата» развивает сеть дискаунтеров «ХлебСоль», которая сегодня насчитывает 282 универсама, расположенных в Иркутской области и Забайкальском крае. В 2020 году «Слатой» были открыты два распределительных центра – в Чите (Забайкальский край) и Братске (Иркутская область), с учетом Иркутска, общая площадь складов достигает 32 тысячи квадратных метров. С октября 2022 года сеть вошла в стратегический альянс с ведущей российской продуктовой розничной компанией X5 Group.



ИНК получила награды за вклад в социально-экономическое развитие Иркутской области

Дочерние компании Иркутской нефтяной компании (ИНК) ООО «Тихоокеанский терминал» и ООО «ИНК-НефтеГазГеология» были отмечены дипломами за вклад в социально-экономическое развитие Иркутской области.



Победители рейтинга хозяйствующих субъектов были определены по итогам 2021 года. Церемония награждения состоялась в региональном правительстве, призеров поздравил по видеосвязи губернатор Иркутской области Игорь Кобзев. Награды вручил председатель правительства региона Константин Зайцев.

– Предприятия – призеры рейтинга вносят значительный вклад в улучшение социально-экономического положения региона и, как итог, в повышение уровня жизни населения. Благодаря этой работе Иркутская область традиционно занимает лидирующие позиции в Сибири по экономическим показателям. Рейтинг – это не просто отбор лучших. Показатели, которые учитываются при отборе, прописаны в стратегии социально-экономического развития региона и являются точками роста для наших компаний. Таким образом, мы

объединяем цели бизнеса и власти, чтобы вести единую социально-экономическую политику, – подчеркнул Игорь Кобзев.

Генеральный директор, председатель Правления ИНК Яков Гинзбург напомнил, что сейчас в группе компаний работает 14 тысяч человек, каждый сотрудник вносит свой вклад в развитие компании и региона в целом.

– ИНК является индустриальным оплотом Иркутской области и продолжает реализовывать крупные проекты – в области газопереработки, нефтедобычи, неорганической химии. У нас абсолютно точно есть потенциал для серьезного роста валового регионального продукта Иркутской области, для дополнительного привлечения местных кадров. Безусловно, все это влияет на социально-экономическое благополучие региона и его жителей, – отметил глава ИНК.

Эн+ инвестировала в 46 инициативных проектов в Иркутской области

Идеи проектов поступили от сотрудников компании, а их актуальность подтверждена опросом среди населения.



Российский энергохолдинг Эн+, софинансировал 46 инициативных проектов, направленных на развитие и благоустройство 10 городов Иркутской области, среди которых – Иркутск, Братск, Ангарск, Тайшет, Усть-Илимск и другие.

Инвестиции Эн+ будут направлены на строительство более 25 остановочных пунктов, благоустройство 20 общественных пространств, проведение ремонта дорожных участков с пешеходными пространствами и системами освещения, а также на материально-техническое оснащение социальных учреждений. Так, в Иркутске благодаря компании откроется новый скейт-парк, будут обустроены спортивные и тренажерные площадки и обновлена архитектурная подсветка общественных пространств. В Ангарске, среди прочего, будет создан центр инклюзии, а в Братске – экотропа и центр инженерных компетенций.

Все инициативные проекты разработаны на основе государственно-частного партнерства

и планируются к реализации в 2023 году. Идеи проектов подали рабочие и молодежные советы Эн+. Их актуальность была подтверждена опросом среди населения и фокус-групп. Такой подход позволяет выявить реальные потребности каждого города и решить широкий спектр инфраструктурных задач.

Совокупные инвестиции из бюджетов всех уровней составляют порядка 110 млн рублей, объем софинансирования со стороны Эн+ – порядка 15%. Инициативные проекты являются только частью масштабных инвестиционных программ, которые ведутся на протяжении нескольких лет по инициативе основателя Эн+ Олега Дерипаски. Предприниматель неоднократно подчеркивал важность развития сибирских городов и создания комфортных условий для жизни и развития горожан.

Михаил Хардинов, руководитель энергетического бизнеса Эн+: «Проекты развития регионов для Компании являются максимально приоритетными, комфорт и уровень жизни в городах присутствия Компании является важнейшим для стабильной работы всех предприятий городов, привлечения и удержания профессиональных работников для промышленности городов. Реализация проектов ведется в тесном взаимодействии с органами власти, совместная работа означает максимальный эффект для региона. При улучшении региональной инфраструктуры важно мнение наших сотрудников и жителей, именно поэтому идеи предложены непосредственно нашими рабочими и молодежными советами. Такого рода проекты дают возможность региону воспользоваться компетенциями компании по ведению социальных программ, так как мы регулярно инвестируем в развитие общественных пространств, образовательных и медицинских учреждений, спортивных объектов и жилых комплексов».

Более 44 тысяч жителей Иркутской области выбрали перечисление зарплаты на карту ВТБ

По итогам 2022 года более 44 тысяч сотрудников организаций и предприятий Иркутской области выбрали ВТБ для перечисления заработной платы. Всего в регионе 187 тысяч сотрудников компаний получают регулярные выплаты на карты ВТБ.

Начисление заработной платы на банковскую карту сегодня дает возможность доступа к широкому спектру возможностей: выпуск дополнительных пластиковых и цифровых карт, в том числе для ребенка в возрасте от 6 лет, льготные условия по ипотеке и потребительским кредитам, специальные ставки по вкладам, снятие наличных без комиссии в банкоматах любых банков, участие в программе лояльности с возможностью получать кешбэк и бонусы за оплату товаров и услуг или переводить их в рублях на свой счет.

Сервисы банка упрощают сотрудникам заказ карты, а бухгалтерии – начисление заработной платы. Развитие дистанционных сервисов существенно облегчает для работодателей начисление регулярных выплат своим сотрудникам. Подключить зарплатный проект можно через интернет-банк для бизнеса за сутки, не посещая

офис банка. Все необходимые операции по начислению зарплат можно проводить в мобильном приложении на ОС Android.

«Выбирая банк для зачисления заработной платы, жители Иркутской области тщательно оценивают возможности, которые будут доступны. Доступ к полноценному обслуживанию в онлайн, специальные условия по кредитным продуктам, снятие наличных в банкоматах других банков без комиссии, бонусы по программе лояльности – это основные критерии, которые востребованы у пользователей карт ВТБ. Многие пользуются возможностью бескомиссионной оплаты услуг, поэтому в прошлом году мы реализовали возможность вносить родительскую плату за детские сады и существенно расширили список поставщиков услуг», – отметила управляющий ВТБ в Иркутской области, вице-президент Александра Макарова.



В Иркутске пройдет конференция, посвященная развитию экспортной деятельности в регионе

21 февраля 2023 года в Иркутске состоится региональная конференция «Внешнеэкономическая деятельность: вызовы и тренды», которая пройдет в рамках реализации национального проекта «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства».

Цель мероприятия – информирование и вовлечение в экспорт малого и среднего бизнеса Иркутской области.

Представители малого и среднего бизнеса, эксперты международного уровня, бизнес-тренеры, представители экспортного направления в регионе встретятся и обсудят вопросы, возникающие при выходе на экспорт, рассмотрят тренды в экспорте для Иркутского региона и другие важные аспекты.

Главными темами обсуждения станут:

- эффективные способы и меры поддержки бизнеса при выходе на экспорт;
- востребованные торговые площадки для экспорта;
- разрешительные документы, необходимые для выхода на экспорт;
- опыт выхода на экспорт из первых уст;
- современные возможности развития экспорта.

За круглым столом спикеры расскажут о своем опыте выхода на экспорт, об ошибках и первых неудачах, о победах и историях успеха.

В рамках следующей площадки узнаем, есть ли экспортный потенциал у компании, с какими сложностями и нюансами сталкиваются при выходе на экспорт.

Организаторами конференции выступают Центр поддержки экспорта, Фонд поддержки и развития предпринимательства Центр «Мой бизнес» Иркутской области.

Дата и время: 21 февраля 2023 г. с 11:00 до 17:00.

Формат проведения: очно.

Место проведения: г. Иркутск, ул. Рабочая 2А/4, Центр «Мой бизнес».

По вопросам участия обращаться: Ольга Коробова – куратор проекта, телефон: +7 919-855-94-43.

Сбер признан лучшим работодателем России

Сбер вновь признан лучшим работодателем России по версии HeadHunter. В 2022 году Сбер справился с беспрецедентными трудностями, увеличил число клиентов и продолжил своё развитие как инновационная технологическая компания. Команда Сбера внесла весомый вклад в сохранение спокойствия, стабильности и безопасности банковского обслуживания.



своём месте. Требуется высочайшая слаженность и вовлечённость. Настройка команды – это увлекательная задача, мы работаем над ней ежедневно. Сбер – это место, где люди имеют значение. Каждый человек для нас важен и ценен. Я благодарю всю нашу большую команду за вклад в этот успех бренда Сбера».

Вызовы, стоящие перед Сбером, потребовали от всех членов команды огромной вовлечённости и отдачи. Для HR в этот период жизненно важным было поддержать своих сотрудников и сохранить команду. Чтобы сохранить ключевых сотрудников, банк развивает систему преемственности. Сегодня у всех руководителей Сбера есть преемники.

Программа долгосрочного вознаграждения (LTI) помогла банку замотивировать больше тысячи ключевых сотрудников Сбера. И Сбер не теряет связи с бывшими сотрудниками, объединяет людей с ДНК Сбера в сообщество Sber Alumni.

Открытые форматы общения внутри команды укрепляют взаимное доверие, повышают вовлечённость и дают людям уверенность. Знаковым событием стал запуск IT-хабов в Казани и Екатеринбурге, который показал, что банк смотрит в будущее, улучшает условия труда и создаёт новые возможности и в Москве, и в регионах.

В 2023 году банк продолжит поддерживать и создавать условия для развития сотрудников. В фокусе внимания – предотвращение эмоционального выгорания, развитие преемственности и лидерства. Всё это поможет команде Сбера сосредоточиться на создании лучших продуктов и услуг для клиентов.

Рейтинг работодателей России HeadHunter – самый масштабный в стране по количеству компаний-участниц и объёму исследования. В 2022 году в нём участвовало две тысячи компаний.

Свыше 100 млн частных и корпоративных клиентов на себе ощутили, что Сбер является оплотом финансовой системы страны. Даже в условиях санкций Сбер продолжает создавать новые сервисы на основе отечественных технологий, что гарантирует банку технологический суверенитет, а его клиентам – удобный клиентский опыт.

Наталья Дудина, старший вице-президент, руководитель HR Сбербанка: «Сбер – огромный организм, он оказывает влияние на миллионы людей, ассоциируясь с технологическим прогрессом и новыми сервисами, он стремится улучшать качество жизни во многих сферах. Сам Сбер тоже состоит из людей. У нас большой коллектив. Все члены команды выполняют свою работу каждый на

Пульмонолог и гинеколог-эндокринолог приехали в Братск по приглашению «РУСАЛ Медцентр»

Доктора в течение месяца будут принимать работников БрАЗа и членов их семей. Об этом сообщает «Братская студия телевидения».



Алексей Овчинников впервые прибыл в Братск из Владивостока. Он работает пульмонологом почти 15 лет. А последние годы консультирует в регионах сотрудников промышленных предприятий. В поликлинике «РУСАЛ Медцентр» для приёма заводчан выделили отдельный кабинет. В нём есть необходимое оборудование для проведения спирографии, пикфлоуметрии, снятия электрокардиограммы. Также пациенты проходят компьютерную томографию и тесты с бронхолитиками.

«Пациентов пульмонологических здесь очень много. Они необследованные, не получают адекватного лечения. Заниматься ими нужно. Здесь хороший медицинский центр. Для поликлиники здесь всё есть, условия хорошие», – говорит врач-пульмонолог Алексей Овчинников.

В течение января можно также получить консультацию гинеколога-эндокринолога. Обоих специалистов пригласили по корпоративной программе РУСАЛа, которая началась в июне

2022 года. За эти месяцы заводчане и члены их семей смогли обследоваться и получить рекомендации кардиолога, офтальмолога, лора, гастроэнтеролога, эндокринолога, ревматолога.

Как отметил управляющий директор БрАЗа Евгений Зенкин, компания продолжит привлекать медиков из других городов.

Социальная стратегия РУСАЛа, заложенная его основателем Олегом Дерипаской, – это комплексное улучшение условий не только труда, но и жизни в городах ответственности компании. В социальный пакет сотрудника БрАЗа входят бесплатный проезд к месту работы, раз в два года – компенсация проезда в отпуск и обратно, санаторно-курортное лечение, ежемесячная дотация на питание. Иногородним компенсируют аренду квартир. С прошлого года для семей с детьми с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены ежемесячные выплаты. Кроме того, по «Жилищной программе» в Братске планируют построить комплекс «РУСАЛ-квартал».



30 МАРТА | ИРКУТСК

МАКСИМ БАТЫРЕВ

МЕНЕДЖЕР И КОМАНДА

Как создать Команду Мечты, способную достигать сверхрезультатов!



Единственный мастер-класс Максима Батырева в 2023 году в Иркутске!



РАБОТАЕМ ДЛЯ ВАС С 2007 ГОДА
БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИИ
ОБУЧЕНИЕ И КОНСАЛТИНГ



ИНВЕСТИРУЙТЕ В ЗНАНИЯ — ЭТО
ОЧЕНЬ БЫСТРО ОКУПАЕТСЯ!
Организатор Компания «Бизнес-Технологии»
bt-seminar.ru 8 (3952) 651-961

Вперед в прошлое?

Иркутские эксперты – о предложении открывать киоски у входов в ТЦ

Киоски и торговые палатки у входов в торговые центры и магазины предложил открывать глава Минпромторга РФ Денис Мантуров. По мнению вице-преьера, это поможет «создать условия для сбыта продукции отечественных производителей и фермеров». Предложение уже направлено главам регионов и пока носит рекомендательный характер. Впрочем, уже к 1 июля губернаторы должны предоставить в Минпромторг доклад с приложением фотоотчетов. Газета Дело обсудила инициативу с экспертами и участниками рынка. В опросе приняли участие владелец сыроварни, Россельхозбанк, торговая сеть «Слата» и «ХлебСоль», ТРЦ «Модный квартал» и «ЯркоМолл». Мнения – неоднозначные.



Фото А. Федорова

«СПРОС БУДЕТ»

Наталья Баркова, директор Иркутского регионального филиала АО «Россельхозбанк», не понаслышке знает специфику работы местных фермеров и нюансы выхода их в торговые сети. Она уверена, что спрос на новые форматы будет – как со стороны покупателей, так и со стороны фермеров. В предложении правительства она видит больше плюсов, а минусы при грамотном подходе, считает, можно избежать.

– Поскольку в регионе сохраняется проблема сбыта фермерской продукции, для наших фермеров любые возможности по реализации продуктов собственного производства – это уже плюс. Спрос на это новшество и со стороны покупателей, и со стороны фермеров будет. Мы убедились в этом на практике. Весь прошлый год наш банк проводил тематическое мероприятие «Вкусная пятница» на территории банка и наших бизнес-партнёров, где местные фермеры представляли на дегустацию и последующую реализацию свою продукцию.

Основной риск инициативы, которого, по мнению Натальи Барковой, можно избежать при комплексном подходе, – это внешняя эстетика и соблюдение единых стандартов торговли.

– Необходим постоянный контроль, разработка торговых рядов в единой концепции, причем с учетом торговли в зимнее время, возможности подключения дополнительного оборудования (холодильники, весы, кассы и т.д.), четкие условия по оформлению, выкладке продукции, внешнему виду продукции и продавцов, не только соблюдение всех норм торговли продуктами питания, но и сохранение внешнего вида этого процесса.

Наталья не думает, что киоски фермеров на входе могут составить конкуренцию продуктовым магазинам внутри ТЦ.

– В торговых центрах, как правило, размещаются магазины, которые представляют широкий спектр продукции, включая продукты, предметы быта, а фермерская продукция – товар штучный, не потоковый. Как правило, ассортимент такой

продукции ограничен, это продиктовано самим принципом фермерского производства. Такой продуктовый сегмент не сможет конкурировать с широкой торговой сетью.

«ВРЕМЯ НЕОРГАНИЗОВАННОЙ ТОРГОВЛИ ДАВНО ПРОШЛО»

Юлия Климова, директор по развитию продаж торговой сети «Слата», куратор проекта «Местные производители», признается, что у нее идея с киосками на улице вызывает немало вопросов.

Напомним, собственный проект по работе с местными производителями торговая сеть «Слата» запустила в 2020 году. Тогда компания решила принципиально изменить подход: вход в сеть был максимально облегчен, «Слата» перестала предъявлять фермерам жесткие требования по объемам, проявила готовность помочь с сертификацией, продвижением и проверкой качества товара.

Результаты не заставили себя ждать. По словам Юлии Климовой, сейчас на полках «Слаты» представлена продукция от 72 местных производителей. Прирост товарооборота 2022 года относительно 2021-го составил 122%. Возникает вопрос: зачем киоски около ТЦ и супермаркетов, если сети «Слата» и «ХлебСоль» готовы к взаимодействию, более того – знают как и умеют с этим работать?

– Время неорганизованной торговли давно прошло. Киоски, палатки на улице – это возврат в прошлое. Кто будет гарантировать потребителям качество продукции? Соблюдение санитарных норм, стабильность поставок и продаж? Какая будет предусмотрена форма организации предприятия, осуществляющего торговлю? Как будет осуществляться налогообложение от такой формы торговли? И что получит наш регион? К тому же будет страдать эстетика объекта, сокращаться площадь парковки.

Она считает ошибочным мнение, что у крестьянско-фермерских хозяйств, ИП и ООО

есть барьеры по входу в торговые сети.

– Это неправда. По крайней мере, в региональные сети, такие как «Слата», зайти легко. У нас есть целый отдел, который готов работать с местными производителями, и сайт в помощь mestnye.slata.com. Также заметим, что мы готовы рассматривать любые форматы сотрудничества, в том числе формат shop-in-shop (когда торговая сеть предоставляет в аренду прилавок, а производитель организует торговый процесс). В итоге и этот опыт показал, что фермеры не способны справиться с таким форматом торговли. Так как нужно уметь поддерживать постоянное присутствие товаров, организовать постоянного продавца, поддерживать стабильное качество, – все эти задачи не позволяют фермерам организовывать места продаж. Возникает вопрос – чем новое предложение будет отличаться от тех, которые я озвучила?

На текущий момент есть хорошая инициатива Корпорации МСП, которая прорабатывается вместе с Минсельхозом, Центром «Мой бизнес» – по созданию в торговых залах фермерских островков, где будет собран пул фермеров. ТС «Слата» поддерживает эту инициативу и готова предоставить места под островки.

Есть, правда, одна проблема. Многие фермеры не желают выходить из тени. Если бы это случилось, мы давно увидели бы их на полках магазинов, а наш проект «Местные производители» был бы более масштабным.

«СНАЧАЛА ПОСНОСИЛИ ПАВИЛЬОНЫ, А ТЕПЕРЬ ПО-НОВОМУ РОЖАЮТ»

Сергей Перевозников, владелец Первой Иркутской сыроварни, отмечает, что киоски в Иркутске стоят на входе в «Новую дачу», на площади перед «Цветным парком» и «Слатами», например, в Солнечном.

– В открытые ворота ломаются по ряду причин. Начиная с того, что сначала поносили «нестаци-

онарные» павильоны, а теперь их по-новому рожают, наплевав на запреты и архитектуру, и заканчивая тем, что ни среднему бизнесу, ни фермерам это почти не интересно.

«ВХОД В ТЦ – НЕ САМОЕ КОМФОРТНОЕ МЕСТО»

Идея размещения товаров фермеров в торговых центрах не нова, во многих ТЦ уже организованы специализированные ярмарки, говорит Михаил Сафонов, директор по развитию NF Property Management, под управлением которой в Иркутской области находится четыре ТЦ: «Модный квартал» и «ЯркоМолл» в Иркутске, «Фестиваль» и «Щастье!» в Ангарске.

– Я и сам как посетитель не раз покупал продукцию фермеров в московских ТЦ. Там представлены как продукты – мясные продукты, сыры, так и продукция народного творчества – бижутерия, вязаные вещи, одежда, достаточно современная, несмотря на свою аутентичность. И эта продукция пользуется хорошим спросом.

Для ярмарок, как правило, в торговых центрах выделяют общие зоны – широкую торговую галерею или зал на внутренней центральной площади объекта.

Предложение правительства связано с желанием поддержать фермеров. Я, правда, не уверен, что именно такая поддержка им нужна. Вопросы вызывают планы размещать киоски на входе. Видимо, предполагается, что это самое проходимое место. Но вход в ТЦ – не самая комфортная локация, там постоянные сквозняки, кроме того, не следует создавать препятствия для прохода посетителей с точки зрения безопасности.

Гораздо эффективнее размещать фермеров внутри ТЦ, на центральной площади, где пересекаются потоки посетителей, чтобы торговля была комфортна как для покупателей, так и для фермеров, не нарушая концепции торгового центра.

– И таких примеров мы видим множество, – говорит Михаил. – Обратите внимание, что по всей стране, несмотря на недавние жесткие пандемийные ограничения, идет волна обновления старых рынков, создания в торговых центрах фуд-холлов, органично вписывающихся в современные ТРЦ, где размещаются не сетевые, местные предприятия питания и фермерские рынки. Принцип «поставить побольше и на самом видном месте» остался в 90-х. Сейчас мы всё больше думаем о комфорте, удобстве и безопасности.

О чём важно ещё подумать, так это об оформлении ярмарки в единой, презентабельной и практичной концепции.

– Расходы на обустройство обычно несет арендатор, что требует от фермера существенных инвестиций на старте и, соответственно, является препятствием, – поясняет Михаил. – Переложить эти расходы на торговые центры, учитывая, что значительное количество ТЦ в стране после пандемии и других потрясений, находятся на грани банкротства, тоже не вариант. Действенной поддержкой, на мой взгляд, может быть субсидирование фермеров в части аренды и покупки торгового оборудования. А с местом размещения предприниматели и ТЦ точно сами разберутся, поскольку они заинтересованы друг в друге.

Елена Демидова

В ЦИФРАХ

Средняя стоимость вторичного жилья в Иркутске на 03.02.2023 г. (тыс. руб./кв. м)

| Тип | Кировский район | Октябрьский район | Свердловский район | Куйбышевский район | Ленинский район |
|-------------------|-----------------|-------------------|--------------------|--------------------|-----------------|
| 1 комн. кирпич | 148,35 | 129,3 | 114,1 | 110,73 | 85,58 |
| 1 комн. панель | 128,57 | 122,32 | 108,35 | 104,21 | 95,14 |
| 2 комн. кирпич | 137,94 | 115,79 | 102,36 | 105,67 | 83,65 |
| 2 комн. панель | 117,27 | 113,8 | 98,7 | 94,87 | 85,51 |
| 3 комн. кирпич | 112,47 | 110,51 | 98,1 | 102,94 | 85,17 |
| 3 комн. панель | - | 109,72 | 94,12 | 98,23 | 80,28 |
| Средняя стоимость | 129,61 | 123,08 | 106,07 | 108,18 | 87,02 |

Средняя стоимость коммерческой недвижимости в Иркутске на 03.02.2023 г. (тыс. руб./кв. м)

| Назначение | Кировский район | Октябрьский район | Свердловский район | Куйбышевский район | Ленинский район |
|-------------------|-----------------|-------------------|--------------------|--------------------|-----------------|
| склад (продажа) | 36,67 | - | 44,55 | 36 | 45 |
| склад (аренда) | - | 0,56 | 0,28 | - | 0,28 |
| магазин (продажа) | 98,22 | 78,99 | 63,37 | 36,95 | 48,95 |
| магазин (аренда) | 0,9 | 0,76 | 0,67 | 0,68 | 0,75 |
| офис (продажа) | 85,07 | 77,35 | 63,34 | 46,41 | 49,39 |
| офис (аренда) | 0,86 | 0,77 | 0,64 | 0,63 | 0,7 |

Средняя стоимость строящегося жилья в Иркутске на 03.02.2023 г. (тыс. руб./кв. м)

| Срок сдачи | Кировский район | Октябрьский район | Свердловский район | Куйбышевский район | Ленинский район |
|------------------------------------|-----------------|-------------------|--------------------|--------------------|-----------------|
| Готовое | 102,43 | 153,66 | 130,39 | 129,52 | 92,45 |
| Срок сдачи - 1 полугодие 2023 года | - | 161,43 | 103,91 | - | 91,36 |
| Срок сдачи - 2 полугодие 2023 года | - | - | 119,71 | 120,81 | 96,02 |
| 2024 год и позже | - | 129,1 | 123,59 | - | 85,24 |
| Средняя стоимость | 102,43 | 149,42 | 120,62 | 124,08 | 96,86 |

По данным REALTY.IRK.RU. По вопросам подписки на бюллетень «Рынок недвижимости» обращайтесь: тел. 701-303

СНОСИТЬ НЕЛЬЗЯ ОСТАВИТЬ

Как убедить государство, что ваш объект не является самовольной постройкой

Тема самовольного строительства не перестает быть актуальной. Как говорит юрист адвокатского бюро «Владимир Рябенко и Партнеры» Полина Спесивая, активность государства в этом направлении сейчас усилилась: это связано с развитием механизма комплексного развития территорий. Мы попросили эксперта прокомментировать обзор судебной практики по делам, связанным с самовольным строительством.



самовольной постройки в соответствии с установленными требованиями.

– Исходя из практики применения судами статьи 222 Гражданского кодекса РФ, под ее действие может попасть даже самый «чистый» объект с зарегистрированными правами и долгой историей, – подчеркивает Полина Спесивая.

Какую постройку могут признать самовольной?

Суд квалифицирует постройку в качестве самовольной при наличии одного из указанных признаков:

- земельный участок не предоставлялся для строительства спорного объекта либо его разрешенное использование не допускает строительства;
- объект построен или реконструирован без разрешительной документации;
- нарушены градостроительные и строительные нормы и правила;
- самовольная постройка подлежит сносу или приведению в соответствие установленным требованиям.

Как могут установить нарушения?

Нарушение градостроительных и строительных норм и правил может быть установлено только в результате проведения судебной строительно-технической экспертизы. В рамках экспертизы в обязательном порядке также выносятся вопросы о наличии или отсутствии угрозы жизни и здоровью,

так как самовольная постройка может быть сохранена исключительно при отсутствии такой угрозы.

Какие вопросы задать эксперту?

Не стоит пренебрегать правильностью и четкостью постановки вопросов перед экспертом. Помимо вопроса о соответствии постройки градостроительным и строительным требованиям, перед экспертом необходимо ставить вопрос, оцениваются ли выявленные нарушения как значительные и можно ли их устранить. Также не лишним будет вопрос о применении срока давности по предъявлению требований со стороны уполномоченного органа. К требованию о сносе самовольной постройки, не создающей угрозу жизни и здоровью граждан, но возведенной без необходимых согласований, применяется общий срок исковой давности.

Как выстроить стратегию защиты?

Стратегия защиты основывается на доказывании двух ключевых моментов:

- отсутствие угрозы для жизни и здоровья граждан;
- пропуск уполномоченным органом срока исковой давности.

Учитывая принципиально важные позиции Верховного суда в части возможности сохранения проблемного объекта собственнику следует опираться на следующее:

- Во-первых, снос объекта самовольного строительства – крайняя мера гражданско-пра-

вовой ответственности. С учетом конкретных обстоятельств дела допущенное при возведении строения нарушение градостроительных и строительных норм и правил, не создающее угрозу жизни и здоровью граждан и не нарушающее права и интересы третьих лиц, может быть признано судом незначительным и не препятствующим возможности сохранения самовольной постройки (п. 7 обзора).

- Во-вторых, в случае, если суд придет к выводу об устранимости допущенных при возведении объекта нарушений, в резолютивной части решения указываются оба возможных способа его исполнения: снос самовольной постройки или ее приведение в соответствие установленным требованиям (п. 8 обзора).

Учитывая позицию Верховного суда о сносе объекта самовольного строительства, как о крайней мере гражданско-правовой ответственности, следует максимально убедить суд в безопасности эксплуатации и устранимости допущенных нарушений.

В. ВЛАДИМИР РЯБЕНКО
АВКАТЫ-ПАРТНЕРЫ

Иркутск, мкр. Ершовский, 26А, оф. 402
8 (3952) 550-666



riabenko.ru

У НАС ЕСТЬ
Арендатор/Покупатель
на вашу коммерческую
недвижимость!

РБН
Регион Бизнес
Недвижимость

**Продадим/Сдадим ваш объект
по максимальной рыночной цене**

688-174
www.rbnpro.ru

Апартаменты для отдыха в Листвянке!
ул. Горная, д. 21

Продаем 1-комн. квартиру в элитном ЖК «BAIKAL HILL RESIDENCE» с видом на Байкал! Площадь 40 кв. м, 1/3 эт, панорамные окна, потолок 2,80 м, черн. отделка. Долгов, обременений нет.

Собственник ООО «СФП». Продажа через аукцион в электронной форме. Лот № COM27012300021. Начальная цена: 4 168 000 руб., шаг аукциона от 0,5 до 5%, аукцион на повышение. Эл. площадка АО «ЕЭТП». Начало подачи заявок: 27.01.2023 10-00 (МСК). Окончание подачи заявок: 27.02.2023 11-00 (МСК). Дата торгов: 03.03.2023 11-00 (МСК). Ссылка: www.roseltorg.ru/procedureCOM27012300021.

Телефон для справок: 8-921-655-86-20

ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»
РЕАЛИЗУЕТ НЕДВИЖИМОСТЬ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРОДАЖА

г. Иркутск
мкр. Университетский, 54а
НЕЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ
АТС – 36, 2-этажное панельно-кирпичное с подвалом, площадью 1710,7 кв. м. с земельным участком площадью 2707 кв. м.
44 819 000 руб.

п. Михайловка
3 квартал, 1
ИМУЩЕСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС
Трехэтажное нежилое кирпичное здание 1319,9 кв. м, здание гаража 305,9 кв. м, земельный участок 2913,14 кв. м.
3 961 000 руб.

г. Ангарск
92 квартал, д. 16
НЕЖИЛОЕ ЗДАНИЕ
Общая площадь 514,2 кв. м на 1 эт., в подвале одноэтажного здания, и склад площадью 46,2 кв. м. Участок 891 кв. м в долгосрочной аренде.
8 500 000 руб.

г. Усолье-Сибирское
пр-т Комсомольский, 128
НЕЖИЛОЕ ЗДАНИЕ
Общая площадь 2681,93 кв. м в подвале, 1, 2, 3 этажах с земельным участком площадью 921 кв. м.
16 829 150 руб.

АРЕНДА

г. Ангарск
85 квартал, д. 8
ОФИСНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ
Помещения площадью от 20 до 60 кв. м, расположенные на 2, 3, 4 этажах здания.
Арендная плата: 550 руб./кв. м с НДС. тел. 89501076691

Справки по телефонам:
(3952) 200-355, (3952) 203-501
Адрес: г. Иркутск, ул. Пролетарская, 12, каб. 307, отдел имущественных прав

иркутский деловой портал

SIA.RU

Размещение новостей на SIA.RU и в Газете Дело

(3952) 701-300, 701-302, 701-303, 701-304

Kandinsky

КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК

Ваш загородный дом



Барнхаус 150 м² – 8 550 000 руб.

Включая антресоль 50 м²

Цена за 1 кв. м площади – 57 000 руб.



Участки 15-20 соток, от 230 000 руб./сотка
в зависимости от удаленности от залива



MetaEstate

От девелопера «Патроны Парк»
www.metaestate.ru

72-01-01

Байкальский тракт, 34 км
Закрытый поселок
Современная архитектура
На берегу залива