

газета

дело

МАРТ, 2024 | № 2(140)

**бизнес |**

Татьяна Бакальчук,
Wildberries:
«Нас всех ждет новая
экономика»

8

событие |

«Новый босс»:
меняться –
значит идти вперед

11-13

проект |

Иван Дёмин, RODINA
Grand Hotel&SPA
Irkutsk, – о городе,
туризме и HoReCa-
сервисе

15



**«2024 год будет
для нас самым
МОЩНЫМ
по развитию»**

**Антон Гарбарчук**

Генеральный директор сети клиник
и оптик «Центр Зрения» и бутик
оптики Ocularia

| 2

«2024 год будет для нас самым мощным по развитию»

Антон Гарбарчук, «Центр Зрения», – об экспертности, собственном бренде и расширении сети

Сеть офтальмологических клиник «Центр Зрения» в 2024 году отмечает своё десятилетие. Все эти годы медучреждение находится в постоянном движении: открывает новые филиалы, обновляет оборудование, внедряет новые технологии и стало одним из самых востребованных в Иркутской области: полную диагностику зрения здесь прошли более 100 тысяч человек. Планы на будущее не менее грандиозны: открытие Дома зрения в центре Иркутска, старт производства собственного бренда очков, расширение сети. Об этом и многом другом Газете Дело рассказал генеральный директор «Центра Зрения» и бутик оптики Ocularia Антон Гарбарчук.

«С ПОЛПУТИ НЕ СВРАЧИВАЕМ»

Антон, все десять лет ваша компания развивалась очень стремительно – практически каждые полтора-два года открывались новые клиники «Центр Зрения», расширялись уже существующие, к ним добавлялись оптики. Сейчас темпы остаются такими же динамичными?

– Моя любимая фраза – «Если ты не двигаешься вперёд, ты двигаешься назад», поэтому мы действительно всё время находимся в развитии. Это не означает, что мы одержимы каким-то достигаторством или нам не хватает амбиций. Просто я убеждён, что другого пути не существует. Мы живём в эпоху перемен, когда они настолько управляют миром, людьми, любым видом деятельности, что стоять на месте совершенно точно нельзя. Поэтому мы нацелены идти только вперёд, развиваться по всем фронтам наших компетенций, масштабироваться для того, чтобы помогать людям решать проблемы со зрением в соответствии со всеми современными тенденциями и технологиями.

Период становления – всегда один из самых сложных для любой компании, а минувшее десятилетие к тому же отличалось и очень непростыми внешними обстоятельствами – как в российской, так и в мировой экономике. Что способствовало вашему развитию в эти годы?

– Дело в том, что мы не боимся трудностей. Действительно, все этапы нашего развития приходились на кризисные ситуации в экономике – они нас настигали либо когда уже был сделан первый шаг, либо где-то на полпути к поставленной цели. А мы с полпути не сворачиваем – если сделали первый шаг, то делаем второй. По прошествии времени я понимаю: это правильная тактика, потому что кризисы только закаляют. В такие периоды мозг начинает работать совсем по-другому: ты ищешь не одно-единственное решение задачи, а рассматриваешь все возможные варианты. Конечно, это не просто, но, повторюсь, самое главное – не останавливаться. При этом нужно реально оценивать свои силы и возможности: как говорится, бери ношу по себе, чтобы не падать при ходьбе.

Судя по всему, у вас получается находить этот баланс и правильно расставлять приоритеты?

– Если говорить о клинике «Центр Зрения», то первое, на что мы делаем акцент, – это полная диагностика зрения. Это так называемая услуга-локомотив, которая генерирует поток пациентов и даёт понимание, чем мы можем быть полезны людям в лечении тех или иных глазных патологий. Здесь мы развиваем два направления: первое – для пациентов более старшего возраста – катарактальная хирургия, где нам сегодня доступны все самые современные технологии, при которых увеличивается скорость операции, а глаз получает минимальную операционную травму. Если 20 лет



Антон Гарбарчук, генеральный директор «Центра Зрения» и бутик-оптики Ocularia

Фото А. Федорова

назад пациенту при такой операции нужно было какое-то время находиться под наблюдением в стационаре, то сейчас мировой стандарт – хирургия одного дня без госпитализации, потому что на глаз оказывается не такое серьёзное воздействие, как раньше.

Второе направление – лазерная коррекция зрения, когда мы помогаем пациентам избавиться от очков и контактных линз самым современным методом, существующим сегодня в мировой офтальмологии. Это запатентованная немецкая технология, которая применяется в России с 2011 года. Иркутск был один из первых городов, где её начали развивать благодаря доктору медицинских наук Олеся Валерьевне Писаревской – она оперирует и в нашей клинике тоже. Операции проводятся на уникальном лазере производства немецкой компании Carl Zeiss. В России таких аппаратов буквально три десятка и всего в 14 регионах.

Отмечу также, что у компании Carl Zeiss очень серьёзный подход к работе на их оборудовании, полезный в первую очередь для пациента.

В чём это выражается?

– Во-первых, на каждую операцию клиника покупает лицензию, во-вторых, хирург должен иметь международный сертификат, быть аттестованным и иметь уникальный ID, который вводится в лазер. Без этих факторов провести операцию просто невозможно, так как оборудование не будет работать. И это – лучшая гарантия качества, равносильная той, что дают известные европейские клиники. Но у нас это более доступная хирургическая манипуляция, чем, например, в Германии.

Развиваете ли вы детскую офтальмологию?

– Да, с 2021 года у нас существует направление, которое включает полную диагностику нарушений зрения у детей и коррекцию визуальных

функций. Сейчас мы много внимания уделяем такому нехирургическому методу коррекции зрения, как специальные «ночные» контактные линзы, которые изменяют оптическую силу роговицы (ортокератология). Этот процесс происходит во сне: ребёнок надевает линзы только перед сном, а утром, после пробуждения, снимает их и отлично видит целый день без очков и линз. Метод прошёл длительные клинические наблюдения и был сертифицирован в США и странах объединённой Европы как эффективный и безопасный для детей с 6-летнего возраста. В России внесён в «Федеральные клинические рекомендации по диагностике и лечению близорукости у детей». В этом году мы планируем провести конференцию «Практическое применение ночных линз при миопии у детей и взрослых» с участием коллег из Москвы.

Есть ли что-то, чего вам не удалось воплотить в жизнь за эти десять лет?

– Трудно сказать, потому что я стараюсь никогда ни о чём не жалеть, не жить прошлым, а смотреть только вперёд, в будущее. Скорее, мне не хватало темпов роста, скорости развития. Хотя последние годы мы не могли на это влиять. Сначала была пандемия, и определённый период времени мы были вынуждены не работать. С другой стороны, нас тормозили сложные экономические и финансовые условия, с которыми столкнулись не только мы, но и весь российский бизнес.

«НАМ ЕСТЬ КУДА РАСТИ»

Сейчас «Центр Зрения» присутствует в трёх городах региона: Иркутске, Ангарске и Усолье-Сибир-

ском. Будете ли вы расширяться географически?

– Наша тактика сейчас заключается в том, чтобы в этих трёх городах довести свои проекты до концепций, в которых они были задуманы. Например, в Усолье-Сибирском уже пять лет работает наш диагностический кабинет, и это, пожалуй, единственное частное учреждение в городе, где полную диагностику зрения можно пройти на высоком технологичном уровне. За минувшие годы несколько тысяч пациентов воспользовались услугами кабинета, и теперь перед нами стоит задача предоставить горожанам новые возможности в офтальмологии. Мы открываем в Усолье-Сибирском оптику, подобной которой там никогда не было в плане качества. Речь не только об оправках и линзах, но и об изготовлении очков, потому что с этим в городе большие проблемы.

У вас есть уникальное торговое предложение?

– Мы стремимся к тому, чтобы очки были как можно более доступны для всех категорий граждан, и на сегодняшний день имеем, пожалуй, одно из лучших предложений на иркутском рынке в категории «очки под ключ». Оно включает в себя проверку зрения, оправку и немецкие линзы, а также изготовление очков по очень бюджетной цене 2470 рублей. При этом мы гарантируем качество нашего продукта.

Кроме того, мы открываем в Усолье-Сибирском кабинет аппаратного лечения глазных заболеваний. Сейчас для этого нужно ехать в Ангарск, и, к сожалению, по разным причинам далеко не все пациенты туда доезжают. Лично для меня это важный проект, больше даже социальный, чем бизнесовый, потому что Усолье – город, где я родился, где мои корни, и я хочу, чтобы у него всё было хорошо, в том числе, в офтальмологии.

Конечно, нам есть куда расти и в Ангарске, где в сегменте негосударственной медицины мы тоже занимаем лидирующие позиции в офтальмологии.

А в Иркутске какие перспективы?

– 2024 год будет для нас самым мощным по развитию за все десять лет истории компании. Так, в ближайшем времени мы откроем в центре города – пока оставлю в секрете, где именно, – отдельное здание площадью 500 кв. м, в несколько этажей, которое получит название «Дом зрения». Это будет мощный микс всех наших направлений: клиники «Центр Зрения» с диагностическим кабинетом, детского центра зрения, а также оптики «Центр Зрения» и бутик оптики Ocularia. Придя в одно место, человек сможет закрыть сразу все свои потребности, связанные со зрением.

Два премиальных бутика оптики – это не много для нашего города?

– Сейчас в бутик оптики Ocularia на Ядринцева, 92 у нас представлены очки в сегментах средней и премиум. В Доме зрения мы хотим организовать бутик несколько иначе – развивать направление лайт, чтобы предоставить нашим клиентам широкий выбор оправ и солнцезащитных очков топовых мировых брендов в более доступной ценовой категории, но с неизменно высоким качеством.

«ПРЕДЛОЖИМ ОЧКИ ПОД СВОИМ БРЕНДОМ»

Антон, вы сказали, что этот год станет для компании самым мощным по развитию. Значит, будут ещё какие-то «громкие» проекты?

– Да. Сейчас мы работаем над производством собственного бренда очков. На сегодняшний день этот проект реализован уже на 70%. Для нас он очень значим, потому что это – российское производство, правда, пока не в Иркутске.

Это будут оправы и линзы?

– Пока только оправы, для производства которых мы используем высококачественный итальянский материал – ацетат Мацукелли: из этого пластика делают оправы практически все мировые бренды очков. Линзы – это более сложное производство, которое требует длительного и тщательного изучения.

В свои оправы мы будем вставлять готовые качественные солнцезащитные линзы, и эти очки будут представлены под брендом «Окулария» – именно в русской транскрипции. Сейчас мы занимаемся его юридическим оформлением. Можно сказать, что в этом смысле мы «рвём» шаблоны, потому что не нашли ни одной российской марки очков, которая бы писалась по-русски.

Кроме того, по задумке, наша первая коллекция будет посвящена Иркутску: её философия заключается в том, что мы любим свой город, гордимся им, прославляем его, так как это наша история, наша родина, и нужно делать её лучше, а не уезжать куда-то.

Когда планируете презентацию?

– Уже скоро – в начале весны.
Что стало решающим фактором для открытия своего производства? Санкции и тренд на импортозамещение, изменившаяся логистика и сложности с параллельным импортом, новые возможности для бизнеса в России или другие причины?

– Всё в совокупности. Но в большей степени то, что я отношу себя к людям, которые хотят что-то сделать для того места, где они живут. Очень часто приходится слышать, что у нас здесь всё не так, многие стремятся уехать из Иркутска в другой город или за границу. Мне непонятна такая позиция. Лично я хочу быть полезным людям и менять жизнь именно здесь, на родной земле. Поэтому мы выпускаем свой бренд очков, позиционируем его как иркутский, и поэтому он будет на русском языке.

Кто создаёт оправы для бренда «Окулария»?

– Наши оправы – эксклюзивные дизайнерские разработки. Мы внимательно изучали рынок оптики как стилисты, но пока ещё не можем сказать, что достаточно экспертно в этом вопросе. Будем ждать обратной связи от наших покупателей, их мнений.

Уже можно сказать, сколько будут стоить такие очки?

– У нас будут разные коллекции в сегменте от семи до десяти тысяч рублей, то есть достаточно бюджетные. Опускаться ниже нет смысла – это будет потеря качества, а один из принципов нашей работы – только качественная продукция.

«ОЧКИ – БОЛЬШЕ, ЧЕМ АКСЕССУАР»

Чувствуете ли вы, что за время существования клиники «Центр Зрения» изменилось отношение людей к своему здоровью, что они стали более ответственно относиться к зрению?

– Конечно. Мы видим, что сейчас очень много людей не только следят за своим внешним видом, питанием, занимаются фитнесом, йогой, но и уделяют большое внимание своему зрению. Кстати, я тоже попал под этот тренд – имея идеальное зрение, начал носить очки. Не для красоты, а именно для защиты глаз от вредного воздействия света гаджетов, экранов компьютеров, телевизоров, автомобильных фар и так далее. Этот тренд появился в офтальмологии примерно в 2022 году и становится всё более популярным у мировых

производителей оптики, которые разрабатывают высокотехнологичные линзы. Например, в моих очках стоят умные фотохромные линзы, которые реагируют на ультрафиолетовые лучи и темнеют только на улице, а в помещении остаются светлыми. И по своему опыту могу сказать, что теперь у меня меньше устают глаза, я стал более работоспособным, снизился уровень стресса. И это не только моё мнение, которое может восприниматься как субъективное. Я получаю аналогичные отклики от пациентов нашей клиники, от покупателей оптики «Центра Зрения» и оптики Ocularia, а также в социальных сетях.

А какие тренды в принципе характерны для современной оптики? Куда движется это направление сегодня?

– Сейчас очень много внимания уделяется экологичности материалов и технологии производства оправ. В частности, в прошлом году мы стали эксклюзивными представителями компании из Красноярска, которая производит оправы из различных пород деревьев под брендом Vreyno: очень лёгкие, удобные, стильные. Кстати, я знаю, что красноярский бренд презентовали президенту России, и у нас даже есть модель, которую он примерял.

В оптике «Центр Зрения» представлен ещё один российский бренд, уже завоевавший популярность на мировом рынке, – Gresso, который делает очки из другого экологичного материала – титана.

Мы сейчас в принципе взяли активный курс на перспективные российские бренды. В частности, на Московской международной оптической выставке, которая объединяет на своей площадке дистрибьюторов мировых оптических брендов с представителями оптовой и розничной торговли, я общался ещё с одним новым поставщиком – московской компанией, которая представляет очень интересный продукт в ценовой категории 5-7 тысяч рублей.

Какие еще инновации в мире очков вы можете отметить?

– Современным трендом является то, что очки сегодня – это больше, чем просто аксессуар, необходимый для коррекции зрения. Для многих людей они меняют жизнь на ментальном уровне. Не так давно мы презентовали иркутянам очки топового немецкого бренда Eigengrau: его создательница Россана Подлесецкая была у нас в гостях и рассказала, что философия бренда связана с квантовой механикой, в том числе с теорией вибраций. При создании каждой модели разработчики



Фото из архива компании

учитывают частотные вибрации, создающие определённый посыл – аффирмацию, – который со временем помогает владельцам очков настраиваться на положительные эмоции: любовь, доверие, благодарность к миру. Кстати, в линейке солнцезащитных очков Eigengrau самая топовая модель – 528 Гц в зеленом цвете. Она, по словам Россаны, помогает достичь их обладателю гармонии с миром. У нас эта модель уже продана, но мы ждём новые поставки.

Вы много внимания уделяете солнцезащитной оптике. С чем это связано?

– Своевременный вопрос! Мы живём в замечательном регионе, где очень много солнца, и сейчас его с каждым днём становится всё больше. Но при этом важно понимать, что оно наносит ущерб глазам, в том числе, сетчатке, их нужно защищать. К сожалению, мы часто сталкиваемся с тем, что в погоне за какой-то сиюминутной fashion-историей люди покупают красивые подделки известных брендов, не задумываясь о том, что самое главное в солнцезащитных очках – это качество линз. И наша миссия, как представителей медицинской организации, – просвещать и предупреждать, что некачественные линзы портят зрение. Можно, к примеру, навредить той же сетчатке, если в стёклах нет защиты от ультрафиолета.

Ваши рекомендации?

– Не нужно экономить на солнцезащитных очках, и тогда вам не придётся лишний раз тратить деньги на диагностику или проводить операцию на сетчатке. При этом мы не призываем покупать супердорогие модели, каждый выбирает то, что ему по душе, но можем закрыть потребности в качественных очках для всех категорий граждан – от более доступных моделей до абсолютно эксклюзивных.

«НАША СТРАТЕГИЯ – РАЗВИВАТЬ ЭКСПЕРТНОСТЬ»

Не планируете ли вы диверсифицировать бизнес, «прирасти» другими направлениями: компьютерной диагностики, лабораторными исследованиями, косметологией?

– У известного датского физика Нильса Бора есть хорошая фраза: «Эксперт – это человек, который совершил максимальное количество ошибок в очень узкой специальности». Поэтому наша стратегия – позиционироваться и развиваться в том, в чём мы чувствуем свою экспертность. Это управление медицинской клиникой «Центр Зрения», где я имею десятилетний опыт работы,

и направление оптики, в котором мы работаем четвёртый год, начинаем получать опыт и понимание, куда нам нужно расти и в чём развиваться. Здесь у нас ещё очень большой потенциал.

Сейчас в бизнес-сообществе существует два мнения относительно горизонта планирования: одни считают – не больше года, другие – 10-15 лет. А вы какую планку для себя ставите? Какова ваша стратегия?

– Я считаю, что бизнес-процессы всегда нужно рассматривать в трёх категориях. Во-первых, должно быть краткосрочное планирование: квартальное, полугодовое, годовое. Во-вторых, среднесрочное планирование, то есть на ближайшие год-два. И, в-третьих, стратегическое – на срок 5-10 лет, дающее понимание, к каким результатам в бизнесе ты хочешь прийти в конечном итоге – в плане объёмов помещений, оборудования, оказываемых услуг, присутствия на рынке. Как показывает мой личный опыт, без такого подхода можно легко потерять свои даже, казалось бы, крепкие позиции. Особенно сегодня. И именно благодаря такой стратегии за прошедшие десять лет сеть клиник «Центр Зрения» приобрела известность на российском рынке офтальмологических услуг, а наши оптики входят в топ оптик по России и ценятся в оптической индустрии.

Наталья Горбань



Фото из архива компании

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

«В 2023 году Россия выросла быстрее, чем мир, а 2024-й год будет еще лучше»

За последние 24 года мировая экономика выросла на 86%, а экономика России – на 68%. 2023 год – первый, когда эта ситуация была сломлена: мы выросли быстрее, чем мир. По оценкам АРБ ПРО, сложности ожидают российскую экономику, начиная со второго полугодия 2025 года, но 2024 год будет идти с еще большим ускорением роста, чем предыдущий. На чем сфокусироваться, чтобы заработать? Кому рынок простит наценку? И как быть с дефицитом персонала? Самые актуальные для бизнеса темы эксперты АРБ ПРО Сергей Макшанов и Зоя Стрелкова обсудили с иркутскими бизнесменами на традиционных «Базовых стратегиях»*. Несколько важных тезисов – в нашем материале.



Сергей Макшанов, Зоя Стрелкова

Фото А. Федорова

«СПРОС ЕЩЕ НЕ НАСЫЩЕН»

Сергей Макшанов:

– На чем будем расти в 2024 году? Первый фактор – бюджетные расходы. Выплаты населению, субсидирование производителей еды, рост зарплат в оборонной отрасли, близкий к кратному. В какой-то момент это закончится, но еще года три этот фактор можно рассматривать. Второе – санкции: освободились огромные объемы спроса из-за ухода с российского рынка иностранных компаний, и этот спрос еще не насыщен. Да, санкции – это плохо. Но, если бы их не было, мы бы ничего и не начали делать в силу отсутствия смысла.

«СТАНЬТЕ № 1»

Сергей Макшанов:

– Многие годы лучшие по качеству сервисы и услуги были только за границей. Мы пока еще не переломили эту ситуацию, поэтому посмотрите на то, что вы делаете, и поставьте бескомпромиссную планку – перестаньте делать «так себе». Станьте № 1, делайте лучшее в мире в своих ценовых сегментах! Эта стратегия позволяет заработать «выше рынка». Что особенно востребованно? Логистика, отели, вообще сфера гостеприимства. Ключевой фактор успеха здесь – не технологии, а решения. Вы наверняка слышали, что людям не нужна дрель – им нужны дырка. Так вот им и дырка не нужна. Нужно, чтобы была красивая картина на стене. А как это будет сделано – второй вопрос. И тот, кто предложит решение, – победит. Потому что предложит максимальный уровень пользы.

«ЕСЛИ У ВАС ЕСТЬ ДОКАЗАТЕЛЬНЫЙ ПРЕМИУМ, РЫНОК ПРОСТИТ ВАМ НАЦЕНКУ»

Зоя Стрелкова:

– Если ваша компания ни в чем не №1, если ваши товары и услуги есть с чем сравнивать, то рынок все время будет давить на вас. Один из способов стать №1 – создать доказательный премиум, то есть измеримый, осязаемый результат или прочувствованный пользователем эффект. Это, например, достойные тапочки с толщиной подметки полтора сантиметра из отеля Лотте. Когда берешь и чувствуешь – премиум.

Это возможно и в потребительском секторе, и в производстве. В производстве даже интереснее. Там вы можете делать что-то точно в срок, точно в размер, точно по составу, точно без брака, и это будет доказательный премиум. За него готовы платить, рынок простит вам наценку.

«КОМПАНИЯ ДОЛЖНА РАСТИ НЕ МЕНЬШЕ, ЧЕМ НА 15%. ЭТО – ГИГИЕНИЧЕСКИЙ МИНИМУМ»

Сергей Макшанов:

– Российская экономика – инфляционная, и она таковой будет. Официальный уровень инфляции – 7,2%. По нашим оценкам, – 11,49%, поскольку не бывает такого, чтобы инфляция

была ниже динамики цен на ГСМ. У вас есть результаты 2023 года. Если рост вашего бизнеса меньше 11%, а затраты на персонал (и это не только ФОТ) – под 28% – включайте сирену. Что будет с инфляцией в 2024 году? Ее тормозят, но это не является экономически интересным. Возьмите себе за ориентир, что 15% роста – это гигиенический уровень.

«ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ: ПОРА ТАЩИТЬ СЮДА ИНВЕСТОРОВ»

Сергей Макшанов:

– Иркутская область входит в топ-20 агломераций в том числе с точки зрения экономического интереса. Здесь гигантские перспективы: логистические, сырьевые, агропром... Пора уже сюда тащить инвесторов, как это делают предприниматели в Татарстане.

«СМОТРИТЕ НА ДРУГИЕ РЕГИОНЫ СТРАНЫ»

Сергей Макшанов:

– При всем позитивном отношении к своему региону, имеет смысл посмотреть в сторону Самары, Тольятти, Екатеринбурга, Новосибирска. Я не к тому, чтобы рвануть туда, но, если вы там не генерируете выручку, значит, ее там генерирует кто-то другой. Чем это закончится? Разными позициями на рынке труда. Ведь тот, кто осваивает больший спрос, у того больше свободы. Он может более эффективно работать и вкладываться в своих людей. Один и тот же Петр Петрович, работая на рынке Самары, принесет вам в

единицу времени в пять раз больше, чем Петр Петрович, работающий на рынке Читы. Только потому, что там – совершенно иные параметры бизнеса. Именно на это надо обратить внимание.

«БИЗНЕС ПЕРЕХОДИТ ОТ АНАЛОГОВОГО МЫШЛЕНИЯ К ЦИФРОВОМУ»

Зоя Стрелкова:

– Внедрять ИИ уже можно, уже есть на рынке решения, которые окупаются. Бизнес потихоньку переходит от аналогового мышления к цифровому. Аналоговое – это когда мы все переводим в прямые трудозатраты: больше план – надо больше людей. А на самом деле, отдав часть рутины вполне годным чат-ботам, можно было бы получать больше на том же штате, и не потому, что все умерли от усталости, а потому, что вы забрали у продавцов то, что к продажам не относится.

«ПРЕЖДЕ ЧЕМ ПОКУПАТЬ ПО, НАДО ВСЕ ОТЛАДИТЬ В ЭКСЕЛЕ С КАРАНДАШОМ»

Зоя Стрелкова:

– Мы не успеем быстро решить проблему с демографией. А «бесчеловечные» решения не спят, в декрет не уходят и прочее. Они дают возможность людям избавиться от тупой однообразной работы и заняться тем, что их сильно воодушевляет. Но с цифровизацией не все так просто, как хотелось бы. Компания Gartner провела исследование и выяснила, что лишь 3% инициатив в мире завершаются успешно. 3%! Потратили триллион – убили комара.

Что видим мы, общаясь с клиентами и разрабатывая стратегии? Аналоговое мышление несет немного мистики, что вот мы купим пакет, внедрим, и будет счастье. Нормальная же работа – это когда вы все отладили в экселе с карандашом, мучительно, больно, на силе воли. И только после этого пошли на рынок выбирать ПО.

«МАТЕРИАЛОЕМКИМ ПРОИЗВОДСТВАМ ПОРА СОЗДАВАТЬ ВОРОНКУ ЗАКУПОК»

Зоя Стрелкова:

– Рост материальных затрат – это данность, и надолго. Если вы вертикально интегрированы и у вас «все свое», вам не страшно. Если «своей коровы нет», а ваш бизнес материалоемкий, у вас торговля или строительство, – вам нужна воронка в закупках. Это первое, что стоит создавать при подорожании ресурсов. Для начала – выделить одно рабочее место для человека, который осмысленно и системно будет искать альтернативных поставщиков ресурсов в разных регионах России и за ее пределами. Затем вам понадобится тот, кто найденные иранские, малайзийские и прочие штуки будет прикладывать к вашим бизнес-процессам. У вас должен быть постоянно действующий процесс пробных закупок. В электронике это называется отладочным производством. На эту отладку тоже нужно иметь ресурс. И, если вы все это проделали, у вас появится повод либо поменять поставщика, либо «с оружием в руках», с доказательной базой прийти к нему на переговоры.

«КОГДА ВСЕ ДОРОЖАЕТ, НАДО УБРАТЬ ИЗЛИШНЕЕ РАЗНООБРАЗИЕ»

Зоя Стрелкова:

– Разнообразие деятельности – это фактор затрат. Когда одна и та же команда делает мно-

жество разных вещей, поддерживает огромный ассортимент, это менее эффективно, чем если бы вы сконцентрировались и делали что-то одно. Как раз сейчас, когда все дорожает, излишнее разнообразие стоит убрать.

От чего отказываться? От того, где вы не №1, где вы не зарабатываете, не можете ни поднять цену, ни сдержать затраты, проверьте, помогает ли этот продукт получить кумулятивную маржу. Например, автодилер не заработает на «Фольксвагене», но заработает на страховке, на ковриках, сервисе, и кумулятивная маржа сложится. Если не складывается – убирайте.

«НЕ ГОНИТЕСЬ ЗА ОБОРОТАМИ – УВЕЛИЧИВАЙТЕ ПРИБЫЛЬ»

Зоя Стрелкова:

– Если у вас нет крутой прорывной идеи, то поставьте цель сохранить массу прибыли. Пусть даже в ущерб оборотам. Поднимите цену, скорректируйте план продаж вниз, потому что клиенты из-за цены будут отказываться, и выравняйте, сохраняйте или даже увеличивайте денежный поток и сумму прибыли. Но точно не стоит сейчас завешать торговый план, на этом можно выжечь торговые силы. Не волнуйтесь – выживете и успеете вернуть свою долю рынка.

«ПРИВЫКАЙТЕ К САМОЗАНЯТЫМ»

Зоя Стрелкова:

– Если кто-то думает, что у рынка труда появятся шансы на улучшение – увы. Прогнозы по демографии не оптимистичны. Скорее всего, к 2030 году будет меньше не только населения, но и людей самого работоспособного возраста – 30-40-летних. Больше будет молодежи 25+ и пожилых людей. Все это надо учитывать в стратегии. Как быть? Привыкайте к самозанятым. Желание работать на себя и в проектном режиме нарастает. Ищите, как встраивать таких людей в ваш бизнес-процесс.

«ОСВАИВАЙТЕ ПРОЕКТНЫЙ НАЙМ»

Зоя Стрелкова:

– Чем хорош проектный найм при всех его минусах? Если у вас есть цели и сверхзадача, которую вы никогда не решали, например, вы никогда не покупали бывшие заводы Хейнеке-на, то вместо того, чтобы посылать туда кого не жалко, возможно, лучше взять на проект человека, который уже это где-то делал. Он сможет составить план, по которому стоит идти, сэкономит время. Да, вы переплатите в моменте, зарплата такого сотрудника будет выше, чем «своего», но на перспективу это выгоднее. И эти затраты вам будут понятны.

Другой случай. Если вы столкнулись с новой задачей и не знаете как ее решать – нанимайте на проект. Два года вы будете платить дорого, но получите результат, который можно будет передать в операционное обслуживание.

Ну и наконец, если вы хотите повысить уровень на текущих задачах, тоже присмотритесь к проектному найму. Проектность дает то, чего не дает штатная структура: там получают другие рамки, и это оказывается очень полезным, если научиться с этим работать.

«ДЕФИЦИТА В ЛЮДЯХ НЕТ У ТОГО, У КОГО МНОГО ИНТЕРЕСНЫХ ПРОЕКТОВ»

Сергей Макшанов:

– Вы удивитесь, но есть компании, которые сейчас не испытывают дефицита людей, причем достаточно крутых. Знаете, что их отличает? У них много интересных проектов. И дельные люди туда идут.

Людьми в российских компаниях мало кто занимается в силу разных причин. Надо как-то этот тумблер в голове перецелкнуть. Мы не за то, чтобы выгнать людям носы, ни в коем случае. Мы за то, чтобы ваши сотрудники стали самыми крутыми профессионалами в мире. Самое лучшее, что вы можете для них сделать, – это научить их работать с будущим. У большинства россиян горизонт планирования – выходные. А надо, чтобы

было на 10-15 лет. Те, у кого есть длинные цели – многого хотят, с ними вместе хочется быть. Но в этом людям надо помогать.

«БОРИТЕСЬ С ТИХИМ УВОЛЬНЕНИЕМ, РАЗБИРАЙТЕСЬ С ГРОМКИМ»

Зоя Стрелкова:

– Громкое увольнение – это когда сотрудник работает, но ходит и всем рассказывает, как все плохо. Важно понять: жалобы – это стержневость характера или у человека есть профессиональная боль, когда из-за косяка в бизнес-процессе он не может делать свою работу нормально? Профессиональная боль опасна тем, что грозит выгоранием и уходом из компании дельных людей, но она может также дать вам информацию о том, как можно повысить эффективность бизнеса.

Еще одно значимое явление на рынке труда – «тихое увольнение». Оно появилось в пандемию, когда все работали из дома. Тихо уволившийся сотрудник, по сути, уже не работает, только получает зарплату. Если в вашей компании нет прозрачного процесса и способов оценки результата от рабочих мест, у вас точно есть те, кто тихо уволился. Явление значимое, поэтому нам нужны инструменты управления задачами – Jira, Битрикс... Тогда вы будете понимать, за что платите деньги, и таких историй у вас будет меньше.

«СОСТАВЬТЕ СПИСОК ДЕЛ, КОТОРЫЕ ВЫ БЫ УЖЕ ХОТЕЛИ КОМУ-НИБУДЬ ОТДАТЬ»

Зоя Стрелкова:

– У каждого дельного человека в компании должен быть второй пилот. Не только потому, что мы все умрем. Но и потому, что сколько можно самому подписывать платежки? Если вы еще всерьез не занялись созданием кадрового резерва, в течение пары недель составьте список дел, которые вы бы уже хотели кому-нибудь отдать. К этому списку второй колонкой – а кому бы это отдать? И там, где получится, что многое уже бы

вы отдали Марии, Анне, Николаю, вот там вырисовывается ваш второй пилот.

Затем можно ставить план передачи вашей рутины, то есть задач, которые понятно как решать, но вам уже не интересно. У вас появится время для серьезных задач и вызовов, а у человека появятся прогресс, мотивация, смысл, достижения, успех и все, что нужно работодателю. Потому что если хороший человек буксует, он выгорает и начинает искать счастья на стороне. Конечно, с кадровым резервом надо работать системно, но начать можно с этого.

«НЕ ЗАБЫВАЙТЕ ПРО ДАЛЕКИЕ ЦЕЛИ»

Сергей Макшанов:

– Акценты 2024 года – клиентоцентричность, удорожание ресурсов, гибкий график, цифровизация. Но не забывайте при этом о своих далеких целях. Многие руководители постоянно заняты «уборкой ветоши». Это понятно: если не реагировать на ситуацию, тут же получишь затрепину. И тем не менее, ситуация не отменяет необходимости продолжать развитие и следовать выработанной стратегии. Среди «вечных» целей: создание глобально конкурентоспособного продукта, который лучше по своим характеристикам и не дороже аналогов, привлечение в компанию глубоких экспертов, укрепление позитивных ассоциаций с продуктом, созданным в России. Делать это нужно, а мы подсветим, как решать сегодня эти задачи.

Наталья Понамарева

СПРАВКА

* Базовые стратегии – ежегодная бизнес-конференция по стратегическому планированию для владельцев бизнеса, топ-менеджеров и управленческих команд от Группы компаний «Институт Тренинга – АРБ Про» (arb-pro.ru). Авторы и ведущие семинаров для владельцев бизнеса и топ-менеджеров: Сергей Макшанов, управляющий ГК «Институт Тренинга – АРБ Про», Зоя Стрелкова, руководитель направления «Экономика компании» ГК «Институт Тренинга – АРБ Про». Организатор мероприятия – школа бизнеса «Clevant», clevent.ru, тел. 50-03-04

ТАНК 500
ВЕДИ ЗА СОБОЙ

TANK

TANK = ТЭНК

ЛЦ-ИРКУТСК | Ширямова, 32/5 | + 7(3952) 78-91-45

Ингосстрах Банк усиливает позиции в Иркутске

Ингосстрах Банк сообщил о кадровом назначении в Иркутске: новым управляющим филиалом банка в регионе назначена Елена Пластинина.



Назначение

Г-жа Пластинина займется развитием бизнеса банка в регионе, продвижением наиболее востребованных корпоративных продуктов (Банк входит в топ-10 факторинговых операторов России и является одним из лидеров в банковских гарантиях, РКО и сопровождении ВЭД) для клиентов Иркутской области. Розничные отделения Ингосстрах Банка в городах Иркутске и Братске сконцентрируются на популяризации экосистемы Инго, лауреата конкурса TheGlobalLoyalty&CXAwards 2023, развитии потребительского и автокредитования.

«Присоединиться к команде Ингосстрах Банка – одновременно и честь, и сложный профессиональный вызов. Банк меняется и развивается, а стоять у истоков чего-то нового и быть частью изменений – предмет особой гордости.

Залогом успеха любой компании является команда. Уверена, что совместно с коллегами иркутского филиала мы добьемся отличных результатов!» – прокомментировала Елена Пластинина.

Как сообщает пресс-служба банка, Елена Пластинина окончила Финансово-экономический факультет Байкальского государственного университета экономики и права по специальности «Финансы и кредит».

Елена обладает опытом работы в банковской сфере более 20 лет. Работала в Банке ВТБ, Сбербанке, Россельхозбанке. Прошла путь от операциониста до Управляющего. С ноября 2023 года является Управляющим филиалом в г. Иркутске АО Ингосстрах Банк.

АО Ингосстрах Банк (ранее Банк СОЮЗ (АО)) был основан в 1993 году. Основной акционер – СПАО «Ингосстрах» (99,99% акций).

Федеральная сеть отделений Банка насчитывает точки продаж в основных промышленных и культурных центрах России.

Рейтинговое агентство АКРА присвоило кредитный рейтинг АО Ингосстрах Банк на уровне «А- (RU)». Прогноз по рейтингу – «Стабильный».

Рейтинговое агентство «Эксперт РА» присвоило кредитный рейтинг АО Ингосстрах Банк на уровне «ггА-». Прогноз по рейтингу – «Стабильный».

НРА присвоило кредитный рейтинг АО Ингосстрах Банк на уровне «А-|гг|» по национальной рейтинговой шкале, прогноз «Стабильный».

Основными направлениями деятельности являются розничный, корпоративный, инвестиционно-банковский бизнес, а также работа с состоятельными частными клиентами.

Среди клиентов Банка крупнейшие российские компании различных отраслей: горнодобывающей и лесной промышленности, машиностроения и автомобилестроения, строительства, сельского хозяйства, текстильной промышленности и страхования.



Численность сотрудников на Иркутском авиазаводе в ближайшие два года увеличится на 3000 человек

Обеспечение транспортной доступности, строительство жилья для сотрудников Иркутского авиационного завода, создание социальной инфраструктуры во Втором Иркутске обсудили на совещании с участием губернатора Иркутской области Игоря Кобзева.



Авиационный завод

– В течение ближайших двух лет численность сотрудников Иркутского авиазавода должна вырасти на три тысячи человек. Сегодня на совещании вместе с Игорем Ивановичем прошли по поручениям, которые были даны ранее и касаются транспортной составляющей, жилья, образования, сферы ЖКХ. Совещание прошло продуктивно, – рассказал генеральный директор ПАО «ОАК» Юрий Слюсарь.

На совещании было озвучено, что совместно с администрацией города решается вопрос транспортной доступности для работников авиазавода. С 1 января 2024 года по маршруту «Ц. Рынок – Авиазаовд» увеличено на две единицы количество автобусов большей вместимости, также по маршруту «Авиазаовд – Областная

больница» внесены изменения в расписание.

Правительством региона и городской администрацией рассматриваются несколько вариантов по развитию жилищного строительства в микрорайоне. Прорабатывается возможность строительства детского сада на улице Авиастроителей на 110 мест, что позволит обеспечить места детей с учетом ввода новых жилых комплексов.

Кроме того, правительство региона совместно с администрацией города Иркутска ведет работу по включению школ, расположенных во Втором Иркутске, в дополнительную заявку для участия в федеральной программе модернизации школ в 2025 году: это гимназия №3 и школа-интернат №13.

ИНК приняла на работу почти 3000 человек в 2023 году

По итогам 2023 г. штат Иркутской нефтяной компании (ИНК) увеличился почти на 3000 человек. Это в том числе сотрудники Иркутского завода полимеров, который ИНК строит в Усть-Куте.

ИНК в 2023 г. приняла на работу 2843 человека, сейчас штат компании превышает 16 тысяч специалистов. ИНК создает рабочие места во всех регионах присутствия – Иркутской области, Красноярском крае, Республике Саха (Якутия). Местные жители составляют 70% от общего числа сотрудников.

Почти половину принятого в 2023 г. штата составляют сотрудники Иркутского завода полимеров, который планируется запустить в конце 2024 г. Уже сегодня предприятию требуются инженеры-технологи, машинисты компрессорных установок, операторы и аппаратчики. После ввода в эксплуатацию на предприятии будут работать 1600 специалистов.

С целью подготовки будущих кадров Иркутский завод полимеров запускает программу «Преем-

ник», адресованную жителям Усть-Кута. Участники программы пройдут обучение на заводе под руководством опытных наставников, а затем приступят к самостоятельной работе. Программа предусматривает официальное трудоустройство с первого дня обучения и обучение за счет компании, профильное образование для участия не требуется.

ИНК готовит и привлекает специалистов со школьной скамьи. Программа «Школа-Вуз-ИНК» действует с 2018 г. и включает в себя ИНК-Классы в Усть-Куте, а также ряд программ для студентов. В частности, корпоративные группы, подготовка по системе «Вуз-ИНК», практика на месторождениях и стажировки в офисе. Молодым специалистам адресованы программы адаптации и поддержка наставников на рабочих местах.



Кадры

Банк ВТБ объявил ключевые цели и приоритеты на 2024 – 2026 годы

Благосостояние российских семей, структурные преобразования экономики, передовые технологические решения и финансовая система дружественного мира – таковы главные ориентиры ВТБ на следующие три года.

Работа по этим направлениям позволит банку достичь конкретных целевых значений, включая ежегодный рост чистой прибыли.

«Человек, семья, страна – наша стратегия сохраняет преемственность, мы универсальный системообразующий банк. Но изменения минувших лет формируют новые возможности, а значит, новые ориентиры для команды ВТБ. Мы намерены существенно усилить наши позиции в регионах, сделать банк доступным для 100 млн жителей России, поддержать значительный инвестиционный спрос экономики на локализацию производств, перестройку логистики и развитие инфраструктуры, а также обеспечить надежное сопровождение внешнеэкономической деятельности. По итогам 2026 года чистая прибыль ВТБ составит около 650 млрд рублей», – сообщил президент – председатель правления банка ВТБ Андрей Костин, представляя Стратегию развития ВТБ на 2024 – 2026 годы.

Особое значение для решения поставленной задачи, по его словам, имеет усиление позиций ВТБ в регионах. Повышение доступности услуг, расширение и обновление сети отделений, консультирование всех категорий клиентов на основе передовых технологических решений, фокус на развитии семейного банковского обслуживания – все эти шаги позволят ВТБ увеличить количество клиентов-физических лиц, активно пользующихся финансовыми услугами ВТБ, до 35 млн человек.

Финансовое сопровождение структурных преобразований в российской экономике – работа корпоративно-инвестиционного блока и блока СМБ. ВТБ продолжит поддержку и финансирование крупных инвестиционных проектов – в этом команда банка обладает сильнейшей экспертизой. Внимание будет сконцентрировано, в том числе на импортзамещающих проектах с высокой степенью локализации, сообщил глава ВТБ. Кли-



Стратегия

ентская база среднего и малого бизнеса уже превысила 1 млн, внедрены качественные продукты и сервисы, ВТБ продолжает развивать это направление, делая на него особую ставку.

Рост объемов расчетов в национальных валютах с дружественными странами и развитие финансовой системы «глобального Юга» – вопрос «здоровья» российской экономики в целом. ВТБ как банк с самой широкой среди всех российских финансовых институтов международной сетью будет принимать участие в развитии и продвижении основанной на собственных технологических решениях защищенной инфраструктуры расчетов со странами своего присутствия.

Наконец, приоритет ВТБ – развитие технологической платформы как одного из элементов технологического суверенитета страны. Ключевые направления действий здесь – переход на отечественное программное обеспечение и внедрение решений на основе искусственного интеллекта.

О первом этапе строительства тепломагистрали по ул. Баррикад рассказали в Эн+

12 февраля во время выездного совещания мэр Иркутска Руслан Болотов и гендиректор входящей в Эн+ Байкальской энергетической компании Олег Причко побывали на строительной площадке теплового луча, который возводит российский энергохолдинг.

Ключевой участок тепломагистрали – крупнейшего инфраструктурного проекта за 50 лет – проходит по улице Баррикад, где работы параллельно ведутся сразу на трех отрезках общей протяженностью свыше 1,7 километра. Первый этап строительства, это свыше 900 метров тепломагистрали от Маратовского кольца до улицы Фучика, завершен более чем на половину. В каналы укладывается труба диаметром 600 миллиметров с уже нанесенной современной пенополимерминеральной изоляцией, на месте выполняются работы по заделке стыков, далее тепловую сеть закрывают железобетонной плитой, изолируют канал и засыпают грунтом. Полностью завершить первый этап строительства по улице Баррикад Эн+ планирует к концу 2024 года.

– По улице Баррикад мы работаем на трех участках: в районе Доренберга, от Ленской до Зимней и от Ушаковской до Ленской. Уже смонтировали около 700 метров трубопровода и тепловую камеру. Продолжается строительство и на другом берегу реки Ушаковки – в районе Ипподромной, Кул-

тукской и Лызина, всего задействовано свыше 100 специалистов. Все работы идут по плану, вместо нормативных 45 месяцев мы взяли на себя обязательства уложиться в 28, на некоторых участках уже в мае этого года приступим к благоустройству, – говорит Олег Причко.

Всего по проекту теплового луча в Иркутске запланировано строительство свыше 5 километров новых тепловых сетей, в том числе 29 тепловых камер, 2 насосные станции и 7 центральных тепловых пунктов взамен мазутных и угольных котельных в Рабочем, что положительно скажется на экологии. Сеть позволит обеспечить теплом и горячей водой предместье, возвести свыше миллиона квадратных метров жилья и не менее 10 социальных объектов. Тепловой луч – крупнейший инфраструктурный проект Иркутска за последние 50 лет, который осуществляется энергохолдингом Эн+ в рамках федерального проекта «Инфраструктурное меню». Иркутская область стала одним из первых регионов России, где воспользовались возможностью получить федеральные средства.



Тепловой луч

Сеть супермаркетов «Слата» запустила проект «Вкусы Азии»

Предложение было с интересом воспринято покупателями, а новые вкусы и бренды начали с легкостью конкурировать с известными.

Поэтому уже с нового года в 45 супермаркетах «Слаты» увеличили ассортимент азиатских предложений в два раза. О том, какие новинки появились в магазинах и что пользуется особой покупательской любовью, рассказала коммерческий директор торговой сети «Слата» Ирина Береснева.

В чем особенность ассортимента «Вкусы Азии» и откуда идут эти товары?

– Осенью мы запустили пилотное предложение и выделили под это отдельный стеллаж, ярко оформили для привлечения внимания и назвали «Вкусы Азии». Стоит отметить, что мы заинтересованы в эксклюзивных товарах и брендах, представленных только у нас в сети, поэтому основной целью на текущий год является развитие прямого импорта. Мы расширили ассортимент в два раза в таких товарных группах, как овощная консервация, соусы, напитки, привезли новые снеки, добавили кондитерку. Вся продукция в основном из Китая, но отдельно работаем с Вьетнамом, Индонезией и Коре-

ей. Уникальность «Вкусов Азии» в том, что мы не везем товар, который произведен в других странах специально для России. Нашим покупателям хочется приобретать оригинальные китайские бренды и продукцию.

Если говорить про цену, то в каком она диапазоне на эти продукты?

– Наш основной фокус – это средняя цена. Мы не завозим товары в высоко ценовом сегменте, потому что понимаем, что клиент не всегда готов попробовать тот или иной продукт за очень большие деньги, опасаясь, что он может быть ему не по вкусу. Поэтому выбрали для себя одну ценовую стратегию – «средний» и «средний +».

Сейчас, когда вы уже получили первые результаты, могли бы выделить топ товаров, которые сильно полюбились покупателям?

– Для нас стало большой неожиданностью, что чипсы из ямса в первый месяц вышли на тот же уровень продаж, что и лидер российского рынка. Этот тренд держался примерно три месяца. Затем к этой группе мы стали добавлять больше снеков и перекусов. Высокие показатели продаж у традиционных азиатских продуктов – чуки и кимчи. Это те товары, за которыми конкретно идут покупатели в наши супермаркеты. Продажи по ним стабильно высокие. Пока еще ни у одного из наших конкурентов нет именно традиционных продуктов, в основном только аналоги. Лидером же рынка, как и обычно, в 2023 году была лапша быстрого приготовления.

Какие новые продукты появятся на полках «Вкусы Азии»?

– Это кондитерский ассортимент как мелкочтуточные предложения в ценовой категории около 50 рублей, которые больше востребованы поколением «зумеров», так и семейные упаковки. Будут новые напитки – аналоги уже популярных Coca-Cola, Sprite и Fanta. Расширено и предложение снеков, которые не представлены на традиционной полке, – это рисовые и кукурузные чипсы или чипсы из картофеля, но с необычными вкусами.



Продукты из Азии

РУСАЛ и MASS GROUP построят экспериментальную взлетно-посадочную полосу из алюминия

РУСАЛ, инвестиционная компания MASS GROUP и ГК «Сиал» построят первую в России взлетно-посадочную полосу из алюминия. Перспективное решение рассчитано на развитие аэродромной инфраструктуры для малой авиации и повышение транспортной доступности в том числе удаленных и труднодоступных районов.



Новые решения

РУСАЛ и MASS GROUP подписали соглашение о взаимодействии в проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и строительстве экспериментальной взлетно-посадочной полосы из алюминия. С помощью экспериментов, проведенных при участии ведущих профильных институтов, планируется устранить нормативные ограничения на применение алюминиевых решений в строительстве ВПП. Это будет первый подобный объект в России.

Длина экспериментальной алюминиевой ВПП составит до 600 м, на ее создание уйдет примерно 300 тонн упрочненного алюминиевого сплава. В качестве возможных вариантов ее локации рассматриваются несколько действующих аэродромов.

«Мы рассчитываем, что алюминиевые ВПП станут очень эффективным и экологичным решением для инфраструктуры гражданской авиации, особенно на отдаленных и труднодоступных территориях. Благодаря прочности и антикоррозийной стойкости алюминий может заменить традиционный бетон, а благодаря его легкости в разы сократятся расходы на доставку и строительство. По нашим оценкам, стоимость полноценной алюминиевой ВПП с учетом логистики, монтажных и

эксплуатационных затрат будет на 15-20 процентов дешевле, чем бетонной», – рассказал директор по развитию рынка Дирекции по сбыту РУСАЛа Евгений Васильев.

«Успешная эксплуатация алюминиевых покрытий в качестве посадочных площадок для вертолетов повлияли на принятие решения о разработке взлетно-посадочной полосы из алюминия. Это серьезный вызов для нас, но мы верим в успех алюминиевых решений, совместно с разработчиком алюминиевых аэродромных панелей ГК «Сиал» и при поддержке РУСАЛа планируем решить все технические задачи, что станет настоящим прорывом для инфраструктуры гражданской авиации», – рассказал генеральный директор АО «МАСС ГРУПП» (MASS GROUP) Александр Соболев.

Алюминиевые ВПП рассчитаны на малую авиацию, в том числе на активно эксплуатируемые в Сибири и на Дальнем Востоке самолеты Ан-2, а также на разрабатываемый в России перспективный самолет «Байкал». Малая авиация для значительной части территорий Сибирского и Дальневосточного федеральных округов является безальтернативным видом транспорта.

Более 8 000 сотрудников организаций в регионах Байкала пользуются СберЗдоровьем

Более 8000 сотрудников организаций – клиентов Байкальского банка – пользуются сервисом от медицинской компании СберЗдоровье.



Технологии

Услуги СберЗдоровья для компаний позволяют решать медицинские вопросы сотрудников, а также создавать как персональные карты здоровья с индивидуальными рекомендациями, так и карту здоровья компании для улучшения условий труда и снижения количества больничных. Это позволяет положительно влиять на производительность организации.

Кроме того, специалисты СберЗдоровья разработали комплекс медицинских услуг, которые полностью закрывают задачи, связанные с Social-составляющей принципов ESG.

В СберЗдоровье можно проконсультироваться онлайн со специалистами более 25 направлений, записаться на очный прием к врачу, расшифровать медицинские анализы, пройти 63 вида лабораторных анализов и 29 инструментальных диагностик, таких как КТ, МРТ, УЗИ и сделать прочие обследования. Компания сотрудничает с большим количе-

ством медицинских учреждений и врачей по всей России, что позволяет пользователям выбирать наиболее подходящего специалиста и удобное время для посещения и консультаций.

«Клиенты Байкальского банка – пользователи СберЗдоровья – оценили наш цифровой сервис, который удобен для сотрудников предприятий и организаций. Например, работникам не нужно отпрашиваться с работы для визита к врачу, поскольку большую часть вопросов можно решить в режиме онлайн с врачами телемедицины. Наличие этого медицинского сервиса в соцпакете повышает лояльность сотрудников к работодателю», – рассказал Александр Абрамкин, председатель Байкальского банка Сбербанка.

Подключить сервис «СберЗдоровье» можно на сайте или обратиться к менеджеру Сбера.



«Нас всех ждёт новая экономика»

О чем глава Wildberries Татьяна Бакальчук говорила с иркутскими предпринимателями

«Нас всех ждёт новая – платформенная – экономика», – убеждена генеральный директор компании Wildberries Татьяна Бакальчук. По ее словам, вокруг WB за последние несколько лет образовалось огромное комьюнити – очень важно общаться с людьми по всей стране, устраивать нетворкинг в масштабе России. В феврале Татьяна встретила с иркутскими предпринимателями в формате Open Talk в Центре «Мой бизнес». Инициатором встречи выступило правительство Иркутской области, организатором – Центр «Мой Бизнес», действующий в рамках нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство». О чем спрашивали участники одну из самых успешных бизнесвумен страны? Газета Дело записала наиболее интересные вопросы и ответы.

О предпринимательстве: «Это не про специальность, это про заряд»

Как вам, будучи по специальности учителем английского языка – не математиком, не экономистом, мамой семерых детей, удалось построить огромную компанию, управлять ею и оставаться тренде?

– Как удалось? Шаг за шагом. Мне кажется, что неважно, какая у тебя специализация. Я, на самом деле, не хотела становиться педагогом – хотела быть журналистом, мечтала о журфаке МГУ, о большом городе. Но мама в Москву не пустила, сказала: «Выбирай из того, что есть в городе рядом – либо медицинский, либо педагогический». Я выбрала педагогический, самый сложный факультет – иностранных языков.

Школьные годы я провела в поселке с населением 1500 человек. А что такое сельская школа? К тебе каждый год приходит новый учитель английского – потому что это не самый важный предмет – и каждый раз ты 1 сентября начинаешь изучать алфавит. Но я поставила себе цель и за год подготовилась так, что поступила. Сначала была самой отстающей на курсе, а потом в первую сессию написала контрольную лучше всех. После этого я поняла, что смогу всё.

Мне кажется, что предпринимательство – это не про специальность, это больше про заряд. Про то, что ты хочешь сделать для этого мира.

О старте: «Расти в экосистеме безопаснее»

Как развить взгляд предпринимателя, как научиться видеть идеи, которые можно адаптировать под себя и реализовывать как успешный бизнес?

– Для себя я приняла, что предпринимателям нужно родиться. Хотя с появлением платформенной экономики начать, развить дело стало гораздо легче. Расти в экосистеме уже существующей огромной компании более безопасно, более предсказуемо. Конечно, определенные риски останутся, никто тебе не гарантирует на 100%,

“
За последние несколько лет вокруг нас образовалось комьюнити — огромное количество предпринимателей, которые оказывают услуги нашим продавцам. И мы поставили перед собой грандиозную цель – устроить нетворкинг в масштабе страны

что у тебя всё получится, но многие вещи платформа берёт на себя. И если обычно их всех стартапов выживает менее 30%, то с платформой – я говорю о Wildberries – больше 60% и даже 70%, в зависимости от выбранной ниши. Я и моя команда гордимся тем, что создали большое количество предпринимателей в России и других странах, где мы работаем.

Но, даже если рядом такая компания, как Wildberries, нужно развиваться самому. Читать, общаться, делать, ошибаться, потому что ошибки – это опыт, который не купить ни за какие



Фото А.Федорова

денеги. Если ты прошел весь цикл от зарождения идеи и до точки, когда понятно, что бизнес не взлетел, проанализировал, что было не так, и у тебя хватает сил и желания вступить на этот путь второй раз, значит, ты точно предприниматель. У меня два Wildberries было два маленьких бизнеса, которые не взлетели. Поэтому я считаю, что надо уметь возрождаться, как птица Феникс.

Об управлении: «Чтобы расти, нужно быть в теме»

Существует мнение, что успешный бизнес – это бизнес, который может работать на тебя и без тебя. У вас это так?

– Когда я начала свое дело, я была и продуктовым, и сама общалась с единственным разработчиком, который мне сайт делал, и дизайнером, и маркетологом. Была курьером – сама доставляла заказы: где-то пешком, где-то на автобусе. На этой стадии ты и есть бизнес – это нормально.

Когда увеличивается количество заказов, ты начинаешь нанимать людей, и по логике история должна развиваться так, что ты постепенно отходишь от управления бизнесом, и он сам на тебя работает. Но компания очень интенсивно растет, плюс отрасль достаточно молодая и агрессивная. В России ситуация на рынке e-commerce нестандартная: в других странах обычно есть один националь-

ный чемпион, который поддерживается на государственном уровне, как, например, Amazon. А у нас несколько крупных игроков, серьезная конкуренция. Поэтому, чтобы расти и развиваться, опережать соперников, мне нужно постоянно быть в теме.

Другое дело, что уровень управления, конечно, должен меняться. Нельзя становиться пресловутым узким горлышком и мешать развитию компании. Я часто рассказываю о том, как люблю читать – так вот, есть книжка про пять уровней руководителя. Пятый уровень управления – это когда твоя воля не ощущается, но при этом все делают ровно то, что ты хочешь.

О коммуникациях: «Наша цель – нетворкинг в масштабе страны»

Вы лично встречаетесь с предпринимателями. Зачем это нужно основателю компании, ведь теоретически на вопросы бизнеса могут ответить и менеджеры?

– В прошлом году мы первый раз провели в Сколково Wildberriesday. И осознали, что нам надо больше общаться с людьми по всей стране, потому что, оказывается, за последние несколько лет вокруг нас образовалось огромное комьюнити. И это не всегда продавцы, которые работают на нашей площадке. Это огромное количество предпринимателей, которые оказывают услуги нашим продавцам.

Мы поставили перед собой грандиозную цель – устроить нетворкинг в масштабе страны. Ведь, с одной стороны, есть, условно, ханты-мансийский предприниматель, который шьет потрясающую одежду, но не знает, как

раскачать свой бренд, а, например, в Саратове есть компания, которая специализируется на упаковке бренда «под ключ». Или в Ярославле есть замечательные люди, которые делают майолику, но не продают ее на электронных площадках, потому что не знают, как это всё в целости доставить куда-нибудь во Владивосток или в Узбекистан, а в другом городе работает компания, которая производит упаковку из пенопласта, позволяющую ту же майолику безопасно и удобно довести в любую точку. К этой задаче мы подошли в конце прошлого года и будем её реализовывать на нашей площадке.

О трендах: «Нас ждёт платформенная экономика»

Wildberries сегодня – это уже не просто онлайн-магазин, это технологичная площадка, вокруг которой сосредоточено огромное количество предпринимателей. Что такое Wildberries завтра? Что нас ждёт в будущем?

– Я считаю, что нас всех ждёт новая экономика. Ее называют по-разному: клиентоориентированная, когда все строится вокруг человека, клиента; экономика потребления, потому что создаётся всё больше разных вещей и услуг, генерирующих спрос. Мы это называем платформенной экономикой, потому что каждый из нас значительную часть своего времени проводит онлайн и пользуется разными онлайн-сервисами: такси, заказ еды, покупки, госуслуги. Это всё платформы. Их будет становиться все больше, они будут совершенствоваться. Рука об руку с платформенной экономи-

кой идут Big data, вся информация, которая аккумулируется, о людях, действиях, покупках, наверное, даже мыслях. Это – золото следующих поколений. Будут приходить новые информационные технологии, которые, с одной стороны, облегчат нашу жизнь, а с другой – получат над нами власть. И здесь очень важно соблюсти баланс, чтобы не навредить.

Еще один тренд – люди становятся очень ценным ресурсом. Несмотря на то, что население планеты все еще растет, в странах с развитыми экономиками, в том числе у нас, человеческих ресурсов уже не хватает. Это подталкивает к тому, чтобы автоматизировать, алгоритмизировать специальности, которые можно заменить машинным трудом. Для нашей компании это уже реальность – например, автоматизация складских комплексов. С одной стороны, такой тренд позволяет компенсировать нехватку рабочих рук, а с другой, платформа даёт вам определенную свободу, возможность самому определять, чем заниматься, сколько времени и по какой цене. При этом не надо быть профессором или айтишником, чтобы подключиться к платформе и зарабатывать деньги.

И еще – любая платформа предполагает наличие баланса спроса и предложения. Это мне нравится особо, это классика рыночных отношений. У нас это выливается в доход сотрудника, который на 30% выше, чем средний по региону.

О рынке e-commerce: «Не все еще встали на платформенные рельсы»

Как вы считаете, возможно ли

Татьяна Бакальчук, Wildberries

Вы сами что-то заказываете с Wildberries?

– Постоянно, по пять-шесть раз на дню – вспомнила-купила, вспомнила-купила. У меня, наверное, самая долгая история покупок и самый большой объем выкупа. И когда что-то идёт не так: например, почему-то не оформился заказ или оплата не списалась, я сразу начинаю спрашивать, что происходит. Это очень быстрая обратная связь.

Что позволяет вам восстанавливаться и быть продуктивной в предпринимательстве?

– Дети. Я недавно шутила: у меня так много детей, потому что в каждый кризис у нас рождалось по ребенку. Мне кажется, что женская энергия связана с энергией материнства. Но это лично мои ощущения, не лайфхак. Собственно, сама компания появилась, потому что я родила первого ребёнка и проходила через сложный послеродовой период, через который проходят многие женщины.

Помогает, конечно, и спорт. У меня по пять-шесть разных тренировок в неделю. Очень нравится бегать, потому что у меня процесс мышления каким-то образом связан с движением. После второго километра мысли начинают структурироваться, думается лучше. Помогают книги, а недавно я начала постоянно слушать музыку.

Какие у вас хобби?

– Книги, музыка, спорт, рисование, живопись.

Что сейчас читаете?

– «Камеру обскура» В. Набокова, «Тень внуха» Ж. Кабре, рассказы Б. Шлинка. Вечерами слушаю Франсуазу Саган. В среднем читаю по 10-15 книг в месяц.

появление новых маркетплейсов, подобных WB, на рынке? Какие предпосылки для этого нужны? Каких сервисов, на ваш взгляд, сейчас не хватает?

– Мне кажется, что рынок у нас уже достаточно насыщен. Не сказать, чтобы совсем «красный», но всё-таки это не те условия, которые застали на старте мы, когда онлайн-продаж в стране почти не было. Скорее, я верю в историю, что кто-то из других секторов экономики может заинтересоваться e-commerce. То есть вряд ли появится конкурент, который займёт нашу нишу, или Ozon’а, или Яндекс. Это должно быть что-то другое: ус-

ловно, «голубой океан» внутри «красного».

Далеко не все направления экономики встали на платформенные рейсы. Это может быть сельское хозяйство. Может появиться платформа в сфере услуг. Если вы будете специализироваться на том, чего у нас нет, найдете свою фишку, изучив при этом наши сильные и слабые стороны, вы сможете вырасти. Да, у вас может не быть триллионных оборотов, но занять достойное место в своей нише вы сможете. Хотя, когда мы начинали работать и даже когда мы уже знали, что станем лидером рынка, мы тоже про триллионы не думали.

О курсе на восток: «Не можем не смотреть на Китай»

Насколько активно идёт сотрудничество с Китаем? В чем оно заключается?

– Китай – огромная страна, стратегический партнёр России. Естественно, мы не можем туда не смотреть. Но у нас пока только строится понимание, чего мы хотим от этого сотрудничества. У нас есть команда, которая занимается китайским направлением. Но сейчас это работа, скажем так, первого приближения. Мы не ожидаем большой отда-

чи от этой программы в 2024 году, мы хотим, чтобы она заработала в принципе. Мы начали работать с китайскими производителями, но, превосходящая вопрос, для нас все равно в приоритете остается российский бизнес.

О будущем: «Нужно избавиться от “наносов”»

Чего вы в целом ждете от 2024 года? Какие цели ставите перед компанией?

– Нашей компании в этом году исполнится 20 лет. И, скорее всего, нам нужно будет провести большую внутреннюю работу. Я это ощущала

еще осенью прошлого года. Когда ты несешься на огромной скорости, рано или поздно у тебя начинают копиться «поломки», и через какое-то время их количество становится критическим.

Это можно сравнить с потоком воды, который постепенно наносит мусор, песок, и все это в какой-то момент начинает мешать воде правильно проходить. У компаний периодически возникают такие же «наносы», которые мешают ей развиваться в прежнем темпе. Их важно вовремя отслеживать и периодически подчищать, чтобы двигаться дальше.

Елена Демидова

Основа для «второго слоя» бизнеса

Wildberries построит логистический центр в Иркутске

Компания Wildberries подтвердила планы строительства в Иркутской области логистического комплекса. По словам генерального директора компании Татьяны Бакальчук, строительство начнется, как только будет подобрана подходящая площадка.

Иркутск логистически удобен

Планируемая площадь комплекса – порядка 150 м². Wildberries вложит в стройку примерно 9 миллиардов рублей, комплекс обеспечит 7 тысяч рабочих мест.

По словам Татьяны Бакальчук, Иркутская область – важный для компании регион: он логистически удобен. А сам комплекс будет рассчитан на внутренние потребности сети.

– Мы ищем – уже года два, наверное, – подходящий земельный участок. Это не так просто: скажем, лишние 5-10 километров перепроба фуры – казалось бы, немного, но в итоге это выливается в миллионы рублей затрат. Как только найдем, сразу начнем заниматься изыскани-

ями, проектированием. Строим мы быстро – в среднем, к этапу внутреннего обустройства выходим за год, – уточнила она.

Строить – выгоднее, чем арендовать

Гендиректор Wildberries пояснила, что компания предпочитает именно строить, а не арендовать, так как, во-первых, не видит на региональном рынке площадей, которые соответствовали бы корпоративным нормам, а во-вторых, считает, что строительство выгоднее аренды.

– Мы используем нестандартные решения в конструкции складов, в частности, многоярусные мезонины. Не все складские помещения ими оборудованы. А строить самим и потом разбирать [если договор аренды закончился] – это дорого,

второй раз их не соберешь, мезонины превращаются просто в груды металлолома. Так что это изначально экономическая история, – отметила Бакальчук.

ВРП – в плюс, образование – в фокусе

В целом, по наблюдениям руководства Wildberries, ВРП региона на второй год после открытия логистических центров компании вырастает на 3-4 процента. Этот эффект получается за счет создания «второго слоя» предпринимательства, когда люди, которые зарабатывают деньги вместе с маркетплейсом, реинвестируют их в экономику региона. Не только сельеры, но и платформенные занятые, получая зарплату на 30% выше средней в регионе, могут себе позволить на 30% больше потреблять услуг, де-

лать покупок. А это, в свою очередь, стимулирует местный бизнес: кофейни, парикмахерские, частные детские сады.

– Мы пытаемся понять, чем ещё мы можем быть полезными, помимо того, что предоставляем рабочие места и растим ВРП. Например, в Иркутске у нас будет трек по образованию, мы планируем сотрудничать с вузами. Это будут и стажировки, и лаборатории. Такое сотрудничество – это ситуация win-win, потому что нам нужны умные люди. Например, если два-три года назад все дружно искали только айтишников, то мы поняли, что нам нужны аналитики. А сейчас, в связи с тем, что мы берём курс на автоматизацию наших складов из всех логистических цепочек, нам нужны ещё и инженеры, – пояснила генеральный директор компании.

Растет Wildberries – растут предприниматели

Татьяна Бакальчук подчеркнула, что рост оборотов компании – это прежде всего рост оборотов предпринимателей, который сотрудничает с платформой. Причём более 80% партнёров WB – это малый и средний бизнес. А более 50% продаваемых на маркетплейсе товаров производится в России.

– Сначала ты покупаешь-перепродаёшь, потом покупаешь – что-то доделываешь, создаешь дополнительную стоимость – перепродаёшь, а в какой-то момент задумываешься о том, почему бы тебе самому не начать производить. Эти идеи приходят в голову не только предпринимателям, но и руководителям регионов. Это тоже развивает экономику, и это наша следующая цель, – сообщила Татьяна Бакальчук.

02 АПРЕЛЯ 2024 | ИРКУТСК



Премьера нового мастер-класса
ИГОРЯ МАННА

ГРОУИНГ

МАРКЕТИНГ,
УВЕЛИЧИВАЮЩИЙ ПРОДАЖИ

- Как правильно увеличить продажи – быстро (меньше, чем за месяц) – с помощью всего 22 маркетинговых действий
- Разбор самых успешных кейсов и трендов
- 8 часов плотного и исключительно полезного контента
- Подходит для компаний на рынке B2B, B2C, и даже B2G, работающих офлайн или онлайн



12+

25 АПРЕЛЯ 2024 | ИРКУТСК



Тренинг-бестселлер
ИГОРЯ РЫЗОВА

МАСТЕР ПЕРЕГОВОРОВ

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА

«Вы живете именно так, как умеете вести переговоры»

НАУЧИТЕСЬ ДОГОВАРИВАТЬСЯ
О ЧЕМ УГОДНО И С КЕМ УГОДНО

Узнайте главные секреты успешных переговоров, получите не только теоретические знания, но и на практике отработайте техники переговоров



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

Россельхозбанк рассказал об условиях поддержки АПК в 2024 году на коллегии Минсельхоза Иркутской области

Директор Иркутского регионального филиала Россельхозбанка Наталья Баркова рассказала об условиях и объемах поддержки агропромышленного комплекса в 2024 году на заседании расширенной коллегии Министерства сельского хозяйства Иркутской области под председательством заместителя председателя правительства Иркутской области Владимира Читоркина.



Фото из архива компании

Заседание было посвящено развитию малых форм хозяйствования, реализации мероприятий, направленных на поддержку сельскохозяйственных товаропроизводителей в области растениеводства и животноводства, а

также подготовке к проведению весенних полевых работ.

Наталья Баркова отметила, что для сохранения доступности льготного кредитования Минсельхоз России внес изменения в механизмы гос-

поддержки АПК. Основные из них связаны с разделением ставки на два направления: «приоритетные» и «неприоритетные».

«Для «приоритетных» направлений при ключевой ставке в 16% льготный

кредит можно будет получить по максимальной ставке 6,8% годовых. По предварительной информации к ним будут отнесены: селекция и генетика, сады, молочное скотоводство и переработка молока, птицеводство,

яйца, малые формы хозяйствования, производство хлеба и муки, первичная переработка животноводства. Для остальных направлений максимальная ставка составит 10% годовых», – рассказала Наталья Баркова.

Директор филиала также обратила внимание, что приоритетные условия кредитования определяются Минсельхозом России индивидуально для каждого субъекта РФ. В ближайшее время нормативные документы будут доведены до регионов.

Еще одно ключевое изменение – льготные кредиты аграриям теперь будут выдавать по плавающей ставке – в зависимости от ставки ЦБ. Говоря о лимитах субсидий, директор филиала отметила, что мерами господдержки будут обеспечены все предприятия малых форм хозяйствования.

«Банк готов обеспечить комплексную поддержку аграриев региона и в полном объеме удовлетворить потребности сельхозпроизводителей в финансировании. В кредитных продуктах заложен целый ряд условий, позволяющих обеспечить высокую оперативность принятия решений. Для крупных аграриев установлены индивидуальные лимиты и условия кредитования в соответствии с характером и видом их деятельности. Для малых форм хозяйствования действуют механизмы упрощенного порядка рассмотрения кредитных заявок с предоставлением минимального пакета документов», – резюмировала Наталья Баркова.

CLEVENT

УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ clevent.ru
8 800 600 62 80



4 АПРЕЛЯ
Иркутск

ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРЬ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Участники получают рабочие инструменты предотвращения потерь, научатся видеть изъяны в людях и торговых процессах и будут правильно применять инструменты контроля. По итогам семинара Вы получите новейшие методы предотвращения потерь



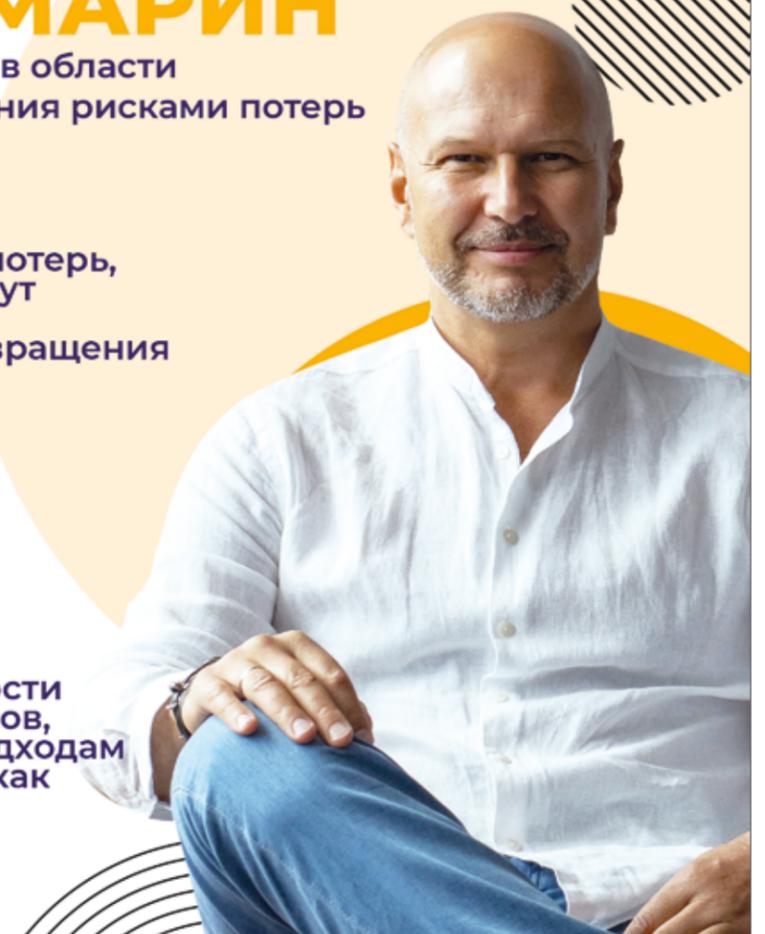
5 АПРЕЛЯ
Иркутск

ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРЬ НА СКЛАДАХ И РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ

Основной акцент делается на безубыточности и эффективности технологических, кадровых, контрольных и учётных процессов, а не на борьбе с кражами. Семинар не имеет аналогов по подходам и предлагаемым инструментам, будет интересен и полезен как для торговых сетей, имеющих свои склады и РЦ, так и для логистических операторов, оказывающих складские услуги

**Игорь
ЧУМАРИН**

Эксперт в области
управления рисками потерь



Семинары про то, как зарабатывать, теряя меньше

12+

«НОВЫЙ БОСС»: МЕНЯТЬСЯ – ЗНАЧИТ ИДТИ ВПЕРЁД



Зачем совершать ошибки, если их уже сделали другие? Нет ничего ценнее чужого опыта, реально полученного на практике, утверждает предприниматель Олеся Семёнова, руководитель консалтинговой компании «Бизнес-партнер», директор и основатель клиники эстетической медицины «Ламарэ». Один из последних ее удачных проектов – бизнес-интенсив «Новый босс», который прошел в Иркутске 20 февраля уже в третий раз. Главная идея форума и состоит в том, чтобы успешные предприниматели делились своим опытом с теми, кто находится в активном поиске новых идей, новых возможностей для своего бизнеса или же горит желанием открыть еще один. На этот раз спикеры бизнес-интенсива сконцентрировались на теме «Фокус на развитие и рост».





Олеся Семёнова, организатор бизнес-интенсива «Новый босс»

Фото: Любовь Шаханова

Меняться – значит идти вперёд

7 лайфхаков от Олеси Семёновой, организатора бизнес-интенсива «Новый босс»

Зачем совершать ошибки, если их уже сделали другие? Нет ничего ценнее чужого опыта, реально полученного на практике, утверждает предприниматель Олеся Семёнова, руководитель консалтинговой компании «Бизнес-партнер», директор и основатель клиники эстетической медицины «Ламарэ». Один из последних её удачных проектов – бизнес-интенсив «Новый босс», который прошел в Иркутске 20 февраля уже в третий раз. Главная идея форума и состоит в том, чтобы успешные предприниматели делились своим опытом с теми, кто находится в активном поиске новых идей, новых возможностей для своего бизнеса или же горит желанием открыть еще один. На этот раз спикеры бизнес-интенсива сконцентрировались на теме «Фокус на развитие и рост».

1. «Время реакции на изменения – ваше конкурентное преимущество»

– Сейчас такие времена, когда мы должны меняться каждую минуту. Время реакции на изменения – это и есть ваше ключевое конкурентное преимущество. На мой взгляд, быстро перестраиваться – значит выживать и быть готовым к сложным вызовам. Вспомните 2020 год, когда начался ковид. У нашей консалтинговой компании тогда было более 750 предпринимателей на постоянном обслуживании. В пандемию наша клиентская база «сдулась» до 450. Остальные закрылись буквально за один месяц. Для нашего бизнеса это означало практически крах. Но мы не только выжили, но и открыли новые направления.

2. «Страх – самый сильный источник вдохновения»

– Для меня самый сильный источник вдохновения – это, как ни странно, страх. Ничто, кроме сильного страха, не заставляет вас идти вперед. Вы просто вынуждены выживать. Что мы сделали в кризис? Сказали «да» всему, что нас усиливает, и «нет» – всему, что ослабляет. Это мудрые слова Ницше. Мы исключили из своего круга всех сомневающихся, всех, кто думал, что принятые нами решения могут потерпеть неудачу.

3. «Не нужно класть все яйца в одну корзину»

– Мы поняли, что опасно хранить яйца в одной корзине. В 2020 году такой «корзиной» оказалась наша консалтинговая компания. Нужно было искать альтернативные источники дохода, пробовать другие ниши. Первое, на что мы обратили внимание, – это внутренний туризм, который должен был выстрелить при закрытии границ. Второе – медицинское направление. Так, в разгар пандемии была создана клиника «Ламарэ». Представляете, какие изменения? Мы, бухгалтеры и юристы, открываем клинику медицинской косметологии с бюджетом, превышающим сегодня сотни миллионов! Да, это был огромный риск. Но мы сделали это: наняли ключевых сотрудников – профессиональных врачей – и справились. Оно того стоило.

4. «Все изменения начинаются с мышления собственника»

– На мой взгляд, все изменения в компании начинаются с мышления собственника. Как только вы начинаете меняться сами, меняется и все вокруг. Например, я в 2020 году отказалась от шикарного кабинета, разместив в нем свою команду. Получилось как с фитнес-тренером – я показывала своему персоналу, как добиваться результата, как общаюсь с клиентами. Думаю, наша компания – яркий пример кардинальных изменений, которые начались как раз с мышления собственника. В итоге наша жизнь изменилась, мы стали более твердо стоять на ногах. Сегодня у нас уже группа компаний: более 550 организаций и предпринимателей на постоянном обслуживании, клиника «Ламарэ» и бизнес-интенсив «Новый босс», инициаторами которого мы стали. Лично я считаю, что нет ничего ценнее реального опыта тех, кто приобрел его на практике. Чужой опыт – это готовые инструменты и пошаговые инструкции, это инсайты и идеи, это единомышленники и партнеры.

5. «Рядом должен быть человек, который в вас верит»

– Когда ты опытный предприниматель, очень важно бороться со скепсисом – внешним и внутренним, быть открытым новому. А еще рядом с вами всегда должен быть человек, который будет верить в вас, в ваш талант. Недавно меня спросили в интервью, почему у меня всё в жизни всегда получается. Я ответила, что это происходит благодаря моей подруге: она поддерживает меня во всех начинаниях.

6. «Боритесь с убаюкивающей уверенностью в завтрашнем дне»

– Сегодня самая трудная задача собственника – мотивировать себя и своих сотрудников бороться с убаюкивающей уверенностью в завтрашнем дне. Нет у нас с вами никакой уверенности и быть не может. Вот пример из моей практики: когда мы открывали клинику, у меня была разработана маркетинговая стратегия по ее раскрутке. Но одну из социальных сетей заблокировали – и вся моя стратегия рухнула в одночасье. Поэтому всегда нужно быть в тонусе, не расслабляться.

7. «Важно не только заработать, но и сделать мир лучше»

– Есть четыре категории собственников. Первая – когда владелец компании не хочет ничего менять, поскольку убежден, что работает в нише, которая всегда будет востребована. Я тоже так считала: консалтинговая компания приносила хороший доход, меня все устраивало. Но началась пандемия, и я перешла во вторую категорию – начала активно искать новые инструменты и возможности. Третья категория собственников – это те люди, которые создают свои инструменты. А четвертая, к которой мы все должны прийти, – это предприниматели, думающие не только о том, как заработать больше, но и о том, как сделать этот мир лучше. Именно к этому я стремлюсь.

«Новый босс»: как бизнесу расти в эпоху перемен

О чем говорили спикеры бизнес-интенсива в Иркутске

Бизнес-интенсив «Новый босс» прошел 20 февраля в Иркутске. Федеральные и региональные спикеры поделились своим опытом и бизнес-инсайтами с иркутскими предпринимателями. Говорили о разном: о важности развития собственника компании, брендах «не как у всех», опасностях жесткой конкуренции, финансовой мотивации сотрудников и борьбе со скептическим «У вас ничего не получится». Газета Дело записала основные тезисы спикеров.

«Чтобы развивался бизнес, должен развиваться его собственник»

Диляра Окладникова

Управленческие компетенции, знание «финансового ландшафта», умение внедрять новые технологии и, конечно, готовность к постоянным изменениям – без всего этого рост бизнеса практически невозможен, считает Диляра Окладникова, директор Фонда поддержки и развития предпринимательства Иркутской области Центр «Мой бизнес».

– На примере Центра «Мой бизнес» могу сказать, что на определенном этапе расти дальше без автоматизации процессов не получится. За первые три года работы к нам поступило 72 тысячи обращений. А только за



прошлый год – 42 тысячи. Сотрудники уже не успевают обрабатывать такой объем, поэтому мы сейчас активно внедряем цифровые технологии, искусственный интеллект для обработки и анализа поступающей информации.

По словам Диляры, финансовая грамотность, знание актуальных программ господдержки открывают доступ к относительно дешевым средствам на развитие компании. Можно оформить кредит под 24% годовых в одном из топ-банков, а можно обратиться в Фонд микрокредитования и получить деньги по ставке 5%. А если бизнес работает в сфере образования – то и под 2,5%.

«Нам говорили: “Ничего у вас не получится”»

Игорь Левандовский

Не обращать внимание на скептиков – еще один совет предпринимателям. Создание отелей «Вилла малина» – это история про «Ничего у вас не получится», поделился Игорь Левандовский, CEO отеля Villa Malina Olkhon Baikal. На самом деле, все получается, если четко сформулировать, что именно ты хочешь предложить рынку, правильно определить преимущества своего предложения и делать все с душой. Тогда из небольшого гостевого дома может вырасти франшиза отелей премиум-класса.

– Несколько лет назад я вернулся в Иркутск после службы в спецназе ГРУ на Северном Кавказе и операции в Сирии. Решил заняться собственным отельным бизнесом. Начал с партнерами с небольшого гостевого



дома. Потом купили морские контейнеры и начали строить из них отель на острове Ольхон. Все говорили: «Это какие-то сараи, там никто не будет жить, кому это надо». А вырос из этого большой отель на Ольхоне – пока трехзвездочный, – в котором 50 номеров разных категорий.

В мае 2024 года открывается второй отель – в поселке Аршан в Бурятии. Кстати, при строительстве этого комплекса не пострадало ни одно дерево. Здание вписали в существующий ландшафт, так что прямо из окон можно потрогать ветки. Сегодня партнеры оформляют франшизу. Ее главным и неотъемлемым условием называют, во-первых, людей, во-вторых, топовые локация. А главное – построение бизнеса с пониманием, что нужно гостям, с «человеческим подходом».

«Не будьте в тренде, не будьте как все!»

Гомбо Зориктуев

Дизайнер, специалист по брендингу Гомбо Зориктуев на бизнес-интенсиве «Новый босс» говорил о важности бренда. По словам эксперта, бизнес – это, в первую очередь, способ заработать, а значит бренд должен помогать в достижении этой цели, повышать КПД компании. При этом нет смысла смотреть на тренды в нейминге и айдентике, это всегда личная история.

– Тренд длится год-полтора, максимум, три. Бизнес живет гораздо дольше. Поэтому я всегда советую заказчикам: не будьте в тренде, не будьте как все, будьте личностями в бизнесе! Если вы станете в один ряд



с другими компаниями, потом придется больше вкладываться, чтобы вас в этом ряду заметили. Тратить на маркетинг, рекламу больше денег, времени. Лет 20 назад я придумал для себя слоган «Все не как у людей» и продолжаю им руководствоваться.

Например, сегодня считается неактуальным использовать латинские шрифты, английский язык в логотипах. Но если это уместно – например, для франшизы по аренде экспедиционных машин Jeep Wrangler – то почему нет? Напротив, для производителя, подчеркивающего отечественное происхождение продукции, название, начертание обязательно будут русскими.

«Удаляйте контекст конфликта из своей головы»

Максим Белоусов

Максим Белоусов, звездный ТОП-маркетолог, коуч, бизнес-консультант, считает, что препятствием для развития бизнеса может быть и стремление жестко конкурировать. Парадоксально, но это снижает эффективность бизнеса, а иногда ставит под вопрос само его существование, говорит эксперт.

– Удаляйте контекст конфликта из своей головы – он мешает развиваться. Правда в том, что конкуренции не существует. На каждого найдется спрос. Все люди разные: кому-то понравился мой подход, творческий, а кому-то нужен системный, все по полочкам. Более того, наши успешные конкуренты на самом деле расширя-



ют поле для остальных. Еще 3-5 лет назад никто бы не поверил, что коучинг может стоить миллионы рублей. А сейчас это факт: лидеры рынка создали новую реальность, научили людей покупать подобные услуги дорого.

Максим привел в пример показательный кейс: двое собственников пришли за разбором, почему бизнес «не летит». Быстро выяснилось, что они строили взаимодействие друг с другом и с остальными в контексте постоянного соперничества. Даже цели ставили в духе «Надо “замочить” вон того конкурента». А поскольку лидер – это человек, который вовлекает в контекст всю команду, то и отношения в коллективе строились по принципу войны всех со всеми.

«Сообщества – инструмент для достижения бизнес-целей»

Виталий Макаров

Предпринимателям для развития – собственного и своего бизнеса – необходимо общаться с «коллегам по цеху», убежден Виталий Макаров, вице-председатель Иркутского РО «ОПОРА РОССИИ». Только так можно получить более широкий взгляд на ту или иную проблему, подтвердить свою экспертность, добиться того, что в одиночку сделать не под силу.

– Каков наш повседневный круг профессионального общения? На работе – с партнером, сотрудниками, клиентами. Можно оценить, как продвигают себя конкуренты. Проще говоря, мы общаемся с людьми, которые так или иначе формируют наш



бизнес. Но для развития, для роста предпринимательской компетенции этого мало. Чем шире круг контактов, тем лучше и качественнее будет общение, тем заметнее рост.

К сообществам как к инструменту достижения своих целей мы прибегаем в самых разных сферах. Родительские, домовые чаты, форумы дольщиков – примеры такого взаимодействия. Бизнес не исключение. Предпринимательские сообщества позволяют в том числе выстраивать качественный диалог с властью. Обозначить позицию, вступить в дискуссию и добиться важных решений. Как показывает опыт «ОПОРЫ РОССИИ», бизнес-объединениям удается добиваться очень много. В кооперации – сила.

«“Цифра” помогает расти быстрее конкурентов»

Илья Трофимов

Компании, прошедшие цифровую трансформацию, растут быстрее своих конкурентов, которые не планируют внедрение цифровых технологий, уверен Илья Трофимов, руководитель по внедрению проектов цифровой трансформации Сбера. Он привел статистику от Strategy Partners Group (входит в экосистему Сбер).

– Примерно каждый третий опрошенный респондент уже занимается цифровой трансформацией. Однако еще треть – не планируют внедрять цифровые технологии. Судя по аналитике, их выручка вдвое меньше, чем у тех, кто уже приступил к внедрению новых решений. При этом потенциал «цифры» признан от 70 до 100% опрошенных представителей бизнеса из числа клиентов банка – в зависимости от отрасли.

Наибольшие перспективы у «цифры», по мнению предпринимателей,



– в процессах взаимодействия компаний с покупателями и поставщиками: электронный документооборот, различные crm-системы, платформенные решения. 60% клиентов Сбера также рассматривают применение Cloud-решений: виртуальные рабочие места, различные системы для разработчиков, в том числе для ИИ и машинного обучения. 10% планируют внедрение ERP-систем, которые позволяют оптимизировать производство, логистику, складское хранение.

Еще 10% внедряют решения на базе ИИ и больших данных – в том числе, в системах распознавания, видеоаналитики. Один из новых продуктов в этой области – система видеоанализа, которую можно подключить к камерам видеонаблюдения и фиксировать возгорания на раннем этапе, – показала эффективность на порядок выше, чем другие системы датчиков обнаружения.

“ Самая страшная фраза для бизнеса: «Для чего мне деньги?» ”



Маргарита Черняк:

Для развития бизнеса важна и финансовая мотивация сотрудников. Она начинается с осознания ими, чего можно достичь, имея определенную сумму денег, и чего – имея больше. Отсутствие реальных личных целей на ближайший год и на перспективу расхолаживает персонал компании, а владельцы удерживают от развития бизнеса, говорит Маргарита Черняк, международный лектор, бизнес-тренер, практик beauty-бизнеса.

– Самая страшная фраза для бизнеса: «Для чего мне деньги / больше денег? Мне и так нормально». Увы, это частая история для региональных компаний. Каждый точно знает, что его раздражает, чего он хочет в этой жизни избежать. Но если зайти в любой региональный салон и попросить за 2 минуты назвать 20 главных целей на ближайший год: что вы хотите приобрести, куда поехать – и сколько денег на это надо, большинство людей начинают паниковать. Начинают думать, зачем им зарплата в два, три раза больше.

К сожалению, не каждый сможет четко определить, чего он на самом деле хочет. Это снижает мотивацию сотрудника компании, даже если доход не фиксированный и зависит от продаж.

«Дать покупателю больше, чем он ожидает»

2023 год для розничной торговли оказался неоднозначным: одни компании уверенно росли, другие – не могли поймать меняющиеся тренды. «Важно на любом рынке искать хорошие идеи и не бояться меняться», – убежден директор проекта координации активов «ИКС5-Восточная Сибирь» Ярослав Шиллер. «Не нужно сидеть на старых портфелях – тогда можно показывать хорошие результаты», – считает управляющий директор торговых сетей «Слата» и «Хлеб-Соль» Дмитрий Ишевский. О том, почему региональный ритейлер не боится маркетплейсов, как собирается работать с Китаем, зачем будет выпускать своего производства и когда построит новый склад, – в нашем материале.

Итоги-2023: феноменальный результат

Неоднозначным стал 2023 год для розничной торговли в России: часть компаний, в том числе большинство дискаунтеров, продемонстрировали хороший рост, у других это не получилось. По словам Дмитрия Ишевского, с отрицательной EBITDA год завершили те, кто не сумел вовремя поймать меняющиеся тренды и пойти по пути перемен.

Дмитрий Ишевский: Мы сконцентрировались на затратах, работе с потерями, на правильном ценообразовании, ассортименте, на развитии СТМ и прямого импорта. Образно говоря, не сидели на старом портфеле, ничего не делаем, и это помогло показать хорошие результаты и по дискаунтерам, и по супермаркетам. Для формата супермаркетов «Слата» 2023 год стал лучшим за всю 20-летнюю историю.

Как рассказал управляющий директор «Слаты», темпы роста LFL-величин сетей (сопоставимых продаж год к году) в 2023 году достигли двузначных значений. Индекс потребительской лояльности «Слаты» показал небывалые 64%.

Дмитрий Ишевский: Мы серьезно увеличили полку фруктов и овощей в супермаркетах – фактически забрали покупателей у небольших ларьков с продукцией из Средней Азии, предложив такой же ассортимент по более низкому цену. Также нарастили долю промо до 26%. Вырос ассортимент и в дискаунтерах «ХлебСоль», за счет установки новых высотных стеллажей увеличилось полноценное пространство в магазинах, что позволило ввести еще 300 новых наименований товаров.

Перспективы: СТМ и прямой импорт

В 2024-м – после бурного роста и небывалых результатов прошлого года – ритейлер ожидает некоторого замедления.

Ярослав Шиллер: Мы наблюдали рост потребления в прошлом году, но теперь надо быть готовыми к замедлению его динамики.

Впрочем, новых вызовов компания не боится. «Не сидеть на старом портфеле», а быстро перестраиваться, адаптироваться к новым условиям, выстраивать новую логистику и экспериментировать с предложением ритейлеру не привыкать: 2020, 2022 годы закалили и научили работать и с покупательским поведением, и с собственной эффективностью.

В условиях возможного замедления еще более важно работать с ассортиментом, развивать направление собственных торговых марок (СТМ), которые помогают поддерживать разнообразие брендов на полках при более низкой цене. В направлении СТМ, по словам управляющего директора сети, «Слата» готова сделать практически революционные шаги.

Дмитрий Ишевский: Мы запускаем новую СТМ «Иркурочкино» – курица и яйца. Она будет представлена как в формате супермаркета, так и в дискаунтере. Контракт с местными производителями уже подписан. Также планируем размещать заказы под своими брендами в Китае, других странах Юго-Восточной Азии.

За последнее время «Слате» удалось хорошо развить направление прямого импорта. Сегодня это позволяет увеличивать ассортимент эксклюзивных товаров и успешно отстраиваться от конкурентов. В прошлом году торговая сеть запустила пилотный проект «Вкусы Азии» – специально выделенные полки с большим выбором продуктов из Китая, Таиланда, Вьетнама. В Сибири и на Дальнем Востоке этот тренд набирает популярность. В этом году «Слата» запускает проект Asia Beauty – полки с уходовой косметикой, а также Asia Home.

Покупатели: дать больше, чем ожидают

В 2024 году «Слата» и «ХлебСоль» делают ставку на рост трафика в магазины сетей.

Дмитрий Ишевский: Мы научились делать акценты на категориях, которые генерируют спрос и трафик. Например, порядка 60% посетителей наших магазинов приходят с детьми – на эту аудиторию мы запускаем вовлекающие акции лояльности. На молодежную аудиторию рассчитана акция «Молодежка» – в торговом зале представлены отдельно выделенные полки с разными снеками, напитками, мелочами, которые сегодня любят подростки. На взрослую – фестивали национальных кухонь.

Так, к примеру, недавно в сети супермаркетов стартовал «Русский фестиваль». В ближайшее время начнется фестиваль Востока, затем – фестиваль Кавказа, фестиваль Средиземноморья. Каждый будет длиться в среднем по два-два с половиной месяца. Все позиции, которые окажутся популярными среди покупателей на временной выкладке, будут вводиться в постоянный ассортимент.



“

Важно на любом рынке искать хорошие идеи

– Ярослав Шиллер, директор проекта координации активов «ИКС5-Восточная Сибирь»



“

Не нужно сидеть на старых портфелях

– Дмитрий Ишевский, управляющий директор торговых сетей «Слата» и «ХлебСоль»

Тренды: не бояться маркетплейсов

Конкурировать за сердце покупателя «Слате» сегодня приходится не только с другими офлайн-ритейлерами, но и с набирающими обороты маркетплейсами. Впрочем, несмотря на бурный рост онлайн-платформ, серьезной угрозы для продуктовой розницы они не представляют, убежден директор проекта координации активов «ИКС5-Восточная Сибирь».

Ярослав Шиллер: Продуктовые магазины подвержены давлению со стороны маркетплейсов меньше. Хотя и здесь неизбежен отток покупок в ряде категорий. Но подчеркнуть – покупок, а не покупателей! Если традиционные магазины будут хорошо работать с категориями Fresh и Ultra Fresh, которые в маркетплейсах не появятся, как минимум, еще несколько лет, если не будут обижать покупателей плохим обслуживанием, плохим состоянием магазинов, отсутствием товаров, то, несмотря на рост маркетплейсов, продуктовая розница сохранит свои позиции и своих покупателей, которые по-прежнему будут заходить в магазин по пути.

Чтобы в этом убедиться, достаточно посмотреть на рынки других стран, где конкуренция между онлайн- и офлайн-продажами началась гораздо раньше. К примеру, сеть Walmart в прошлом году приняла решение сократить инвестиции в онлайн- сектор, поскольку пришла к выводу, что чувствует себя на рынке e-commerce достаточно уверенно. Вместо этого она сосредоточится на развитии традиционных магазинов.

Fresh: от поля – до полки

Fresh, как говорит Ярослав Шиллер, – это расстояние от производителя до потребителя. Чтобы иметь в магазине всегда свежий и качественный товар, необходимо выстраивать хорошие партнерские отношения с локальными производителями. Это еще один долговременный тренд.

Три года назад «Слата» пересмотрела подходы к работе с местными производителями: стала сотрудничать не только с крупными поставщиками, но и с небольшими местными предпринимателями, способными обеспечить своей продукцией лишь несколько магазинов.

Ярослав Шиллер: Мы хотим обеспечить присутствие на наших полках уникального товара, хотим работать с местными предпринимателями, которые понимают рынок так же, как и мы, и хотят его развивать. Безусловно, готовая еда, Fresh – это категории, которые помогают ритейлеру лучше откликаться на потребности покупателей. С другой стороны, важно замечать людей, которые делают хорошие вещи, чтобы дать им возможность выйти на другой уровень.

Компанию не пугает даже сравнительно высокая ротация мелких поставщиков – на сегодня она достигает 20%. Это рассматривается как неизбежный риск на данном этапе. Малый бизнес – прежде всего люди. Для кого-то его дело – это миссия, и он готов упираться, работать 24/7. Для кого-то – только инвестиции капитала. У кого-то в деле занято несколько поколений семьи, кому-то некому передать бизнес. Постепенно уровень ротации снизится, считает Ярослав. Чтобы сформировать более-менее устойчивый пул партнеров, нужен не год, не три и даже не пять.

Кадры: вызов и почва для роста

В фокусе внимания ритейлера остается и кадровый вопрос. Дефицит рабочих рук будет усугубляться в перспективе нескольких лет. В этих условиях «Слата» приняла смелое решение не участвовать в зарплатных гонках, а до 30% кадров привлекать за счет аутсорсинга.

Дмитрий Ишевский: Мы выделили бизнес-процессы, которые можно передать сторонним организациям, и работаем по этим направлениям с 7-8 компаниями. Они обеспечивают нам примерно 300 сотрудников. Сейчас доля аутстаффинга составляет около 22% от штатного расписания. Мой прогноз, что в 2024 году она увеличится до 25%. А в следующем году, возможно, и до 30%.

Кадровая проблема заставляет компании по-другому относиться к технологиям, автоматизации и ИИ. Так, в 2023 году «Слата» решила проблему очередей на кассах: почти во всех магазинах установлено по три-четыре аппарата самообслуживания. Через них рассчитываются от 35% до 50% покупателей торговой сети в зависимости от расположения магазина. Исчезли очереди, выросла лояльность клиентов – и все это без дополнительных затрат на персонал.

Склады: нужен свой распределитель

Тема автоматизации неразрывно связана и со складами. По мнению Дмитрия Ишевского, Сибирь, особенно Восточная Сибирь, по развитию складской недвижимости сегодня серьезно отстает от западных районов страны.

Дмитрий Ишевский: Логистических комплексов класса А в Иркутской области – буквально единицы. В основном – склады класса В-, С. Потенциал роста торговли прежде всего – в развитии мощностей для хранения и распределения товарных потоков. Мы умеем работать практически на любых складах. Но современный комплекс – это совершенно другой уровень производительности, сервиса, сохранности продуктов. Поэтому X5 в 2026 году планирует построить в Иркутске собственный распределитель площадью 44 000 кв. м. Это огромный плюс для региона и точка роста для сети.

Развитие: интеграция и поиск ниш

Ключевой темой для торговых сетей «Слата» и «ХлебСоль» остается процесс интеграции с федеральной сетью X5 Group. Вместе с тем, для регионального розничного рынка, несмотря на все процессы, которые «усиливают сильных», поиск новых ниш и форматов остается актуальной задачей.

Ярослав Шиллер: Не надо думать, что все решено, что рынок поделен. Посмотрите на центральную Европу, на рынках которой, казалось бы, уже давно нет места, давно все сказано. Все равно каждые 3-5 лет появляется новый игрок с новым предложением, который занимает хорошую позицию. На любом рынке всегда может происходить что-то интересное. Важно постоянно искать хорошую идею и не бояться меняться, когда вы вырастаете вместе с ней.



Фото из архива компании

Совершенство – в мелочах

Иван Дёмин, RODINA Grand Hotel & SPA Irkutsk, – о городе, туризме и HoReCa-сервисе

Список отелей Иркутска в ближайшее время увеличится. На Цесовской набережной в восстановленном на средства Эн+ объекте культурного наследия «Бани Курбатова и Русанова» появится RODINA Grand Hotel & SPA Irkutsk. Первые отели российской сети RODINA уже открыты в Сочи и на Дальнем Востоке. Они предлагают высокие стандарты сервиса в категории отелей и курортов пятизвездочного уровня. Запуском проекта в нашем городе занимается генеральный директор отеля Иван Дёмин, специально для этого переехавший в Иркутск из Вашингтона. У него – богатый опыт работы в американском отельном бизнесе, и при этом есть понимание сибирской специфики, поскольку Иван родом из Кемерово. Что даст отель RODINA горожанам и туристам – читайте в нашем материале.



ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ

Иван, как вы восприняли Иркутск, когда впервые оказались в нашем городе?

– Когда я прилетел в Иркутск – а 8 марта исполняется ровно год, как я здесь живу, он показался мне городом контрастов. Во-первых, из-за сочетания солнечной погоды и довольно крепкого сибирского мороза, во-вторых, из-за соседства архитектурных построек XIX века с новостройками, которые стоят буквально рядом. И первое время я просто как турист ходил по городу и фотографировал эти сочетания контрастов. Кроме того, Иркутск сложно воспринимать без понимания, где он находится географически, не видя Байкал, его природу, горы. Поэтому в марте прошлого года я специально совершил тур по зимнему Байкалу, в мае посмотрел, как рушится лёд, а летом съездил на Аршан и Ольхон.

В чём, на ваш взгляд, сильные стороны Иркутска, если абстрагироваться от Байкала и природных ландшафтов?

– Да, Байкала в Иркутске нет, но есть Ангара. И она, в отличие от рек в других сибирских городах, не замерзает зимой. На самом деле, это очень необычно, когда ты даже в мороз смотришь на живую, чистую воду. Меня, например, очень привлекает вода и её движение – будь то море, океан или реки.

И, конечно, сильная сторона города – его история, которая «читается» и в архитектуре, и в рассказах жителей, и в книгах. Но, наверное, эта история не доносится до других людей на том уровне, чтобы они захотели поехать в Иркутск именно по этой причине, а не из-за Байкала. Сделать Иркутск не просто «транзитом» по пути на Байкал – одна из основных задач, которая стоит перед нашим отелем.

А что вы скажете о текущем уровне развития туристического сервиса в регионе с учётом вашего опыта? Насколько заполнена ниша гостиничного бизнеса, ресторанов, кафе? Чего не хватает, что нужно внедрять и развивать?

– На мой взгляд, сфера гостеприимства, которую сейчас часто называют HoReCa-сервис, в Иркутске развивалась по необходимости. То есть не было какого-то постулата, идеи, цели, концепции: зачем это развивать, как, для кого? Если говорить о городской инфраструктуре, то здесь, во-первых, практически нет выбора, а во-вторых, нет наработанной базы опыта. Когда приезжаешь на объект, который занимается туризмом 15-20 лет, ты знаешь, что ему можно доверять, но сейчас открылось очень много новых частных объектов, и у них нет этой наработанной базы. А гость, много путешествующий по миру, всегда на это смотрит.

«ЯКОРЬ» ДЛЯ НАБЕРЕЖНОЙ

Что даст отель RODINA горожанам и туристам?

– В первую очередь, сервис. Бренд RODINA использует особую философию и стандарты обслуживания. Сервис очень приватный, при этом буквально каждая деталь отдыха или деловой поездки подстраивается под гостя.

Во-вторых, инфраструктуру. Это ведь очень серьёзный строительный проект с огромными, но продуманными капитальными вложениями. Его локация – большой плюс для центральной части города, набережной, так как способствует их развитию. К сожалению, здесь сейчас существует некий «провал» между вполне благоустроенными Верхней и Нижней Набережными. И это сразу бросается в глаза туристам.

Но, возможно, кто-то из них скажет: как здорово, что здесь всё естественно?

– Я думаю, что очень много естественного туристы увидят на Байкале, Ольхоне или на Аршане, но в городе людям нужен комфорт и качественный отдых.

Каким должно быть место у реки в городе в соответствии с современными запросами туристов?

– Это должно быть сочетание разных ощущений. Когда ты находишься в здании, в отеле – это комфорт, безопасность, сохранность. Выходя на улицу, ты хочешь видеть то, чем живут люди этого города: магазинчики, красивые прогулочные зоны вдоль реки с дизайнерскими ландшафтными решениями – проработанная городская эстетика привлекает внимание людей.

Когда серьёзный инфраструктурный объект появляется на набережной, он привлекает будущие проекты и деньги: инвесторы видят потенциал развития территории, они понимают, какая там будет целевая аудитория и, соответственно, принимают решение об инвестициях. В этом случае особенно выигрывает малый бизнес, который сможет занять в этой локации свою нишу.

То есть RODINA Grand Hotel & SPA Irkutsk станет «якорем», рядом с которым будут естественно развиваться различные виды услуг?

– Да. В ландшафте развития этой части города он будет, пожалуй, первой стартовой точкой для других проектов, потому что любое развитие происходит поступательно, и оно должно от чего-то отталкиваться.

5 ОТЕЛЕЙ ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ

Что такое отель 5 звёзд, открытия которого мы ждём?

– Говоря о любом отеле, неважно, сколько у него звёзд, я всегда подчёркиваю один основной момент – это качество. Абсолютно всё должно быть продумано, вплоть до малейших деталей. Например, где

в номере будет стоять тумбочка, стул, чайник. Возможно, в рамках всего проекта это кажется незначительной мелочью, но надо понимать, что человек будет проживать в этом номере какую-то часть жизни и точно будет обращать внимание на все эти детали. Лично для меня, как отельера и туриста, это всегда очень важно.

Во-вторых, стоимость проживания в отеле и пользование его сервисом соответствуют качеству предоставляемых услуг. Находясь в исторически знакомом месте со своей атмосферой и невероятными видами, гость будет окружен современными, натуральными материалами. Внутри номеров – высококачественный паркет из дуба, мрамор на центральной лестнице, в помещениях работы художников и скульпторов Сибири, в парных – кедр, липа, лежаки из африканского дерева.

Комфортный отдых гостей обеспечат настоящие специалисты, используя лучшие мировые практики, будь то горничная, массажист или шеф-повар. Сервис должен быть абсолютно качественным, особенно в пятизвездочном отеле.

В чём ещё заключается сервис 5 звёзд?

– Надо проживать ощущения гостя. Например, я хочу приехать в Иркутск в первый раз: я не знаю город, не знаю отель, в котором решил остановиться, и испытываю от этого определённый стресс. А качественный вип-сервис подразумевает, что даже если я заезжаю в отель через месяц или два, в нём уже с сегодняшнего дня начинают обо мне беспокоиться: продумать, надо ли меня встретить, когда я приеду? Или напомнить о чём-то заранее? Возможно, забронировать тур по городу, вечер в ресторане или в театре?

Второй момент – уже когда гость приехал: от момента открывания двери и встречи гостя до его сопровождения в номер. Очень важно, чтобы персонал улыбался, потому что улыбка – наверное, самая сильная часть, особенно в отельном бизнесе. Максимум внимания гостям надо уделять всё время их пребывания в отеле до выезда и даже после: мы же хотим, чтобы они к нам возвращались. Лояльный гость рекомендует отель своим друзьям, родственникам, за счёт чего увеличивается поток и распространяется позитивный маркер отеля в других городах.

Вы ставите перед собой задачу удержать туриста в Иркутске. За счёт чего?

– Конечно, мы не хотели бы «терять» гостя уже на второй день. Поэтому сейчас продумываем с туроператорами маршруты одно-двухдневных вертолётных туров на Байкал или в другие топовые места, после которых туристы будут возвращаться в комфорт и уют нашего отеля.

Кроме того, большой потенциал мы видим сейчас в «ближнем», или соседском туризме: у нас есть впечатляющий СПА-центр с банями и бассейнами. Поэтому для тех, кто хочет провести время в атмосфере релакса, включая и жителей города, и ближайших городов, нам будет, что предложить.

Инфраструктура, созданная внутри отеля, отвечает мировым стандартам и требованиям, или что-то нужно доработать?

– Дорабатывать всегда что-то можно, потому что сколько людей, столько и мнений. Я, к примеру, привык к грандиозным проектам, со 150-метровыми зданиями, огромными территориями и ландшафтами. Но проект RODINA Grand Hotel & SPA Irkutsk поразил меня тем, что сочетает в себе новизну и исторические аспекты, а кроме этого, является очень продуманным архитектурным и дизайнерским проектом с точки зрения различных деталей. Это и разная стилистика не только номерного фонда, но и мест общего пользования, и дизайнерский свет, и тёплые полы, и шумоизоляция, и сложная система кондиционирования. Могу с уверенностью сказать, что гости здесь будут получать сервис, который соответствует уровню люксовых гранд-отелей в других странах.

Что подразумевает разная стилистика, которую вы упомянули?

– В 104 номерах отеля будет пять стилей: классика, модерн, авангард, лофт и скандинавия. И, хотя обычно в подобных дизайнерских отелях места общего пользования выдержаны в единой стилистике, здесь они будут отличаться друг от друга:



Иван Дёмин,
генеральный директор
отеля Rodina Grand
Hotel&SPA Irkutsk

разным светом, покраской стен, полами, дверями, окнами. То есть, по задумке авторов проекта, это как пять разных отелей под одной крышей.

СПА С РУССКИМ «ХАРАКТЕРОМ»

Большая часть отеля, который находится в восстановленном историческом здании Курбатова бань, логично отдана под СПА-комплекс. В чём заключается его концепция?

– Мы очень тщательно продумываем, зачем гость может прийти на весь день в СПА, потому что для его успешного рентабельного функционирования как раз важны комплексные решения. То есть мы исходим из того, что наши программы должны быть нацелены не просто на «попариться-поплавать», а на оздоровление наших гостей – физическое и психологическое. А уже потом комплексные программы можно будет подкорректировать в соответствии с персональным запросом. Мы введём и разовые посещения СПА-комплекса – на целый день – для взрослых и детей, которые популярны в других странах, и выкуп бани под компанию, и различные оздоровительные процедуры.

Поклонники этого вида отдыха, погружённые в тему СПА, заметят разницу между тем, что они видели в других странах и увидят в Иркутске?

– Заметят, потому что каждое СПА уникально и не повторяется. Безусловно, 25-метровый бассейн по конструктиву будет мало отличаться от бассейна в СПА Нью-Йорка, но атмосфера, дизайнерские решения в любом случае будут разные. Кроме того, в нашем СПА-комплексе есть банные съюты, которые не популяризируются в Америке или Европе. Я уже не говорю о парении по-русски, с венником, которое, возможно, станет приятным шоком для иностранных туристов.

Смогут ли иркутяне пользоваться услугами отеля?

– Конечно. В принципе, горожане и должны пользоваться объектами, которые здесь открываются. Они являются главными потребителями услуг, которые предоставляют отели, рестораны при них, кофейни, СПА. Именно местные жители задают тон, атмосферу помещения, наполняют его. Наши двери будут открыты для всех.

На каком этапе сейчас находится восстановление объекта культурного наследия? И самое главное – когда планируется открытие отеля?

– Мы сейчас находимся на финальной стадии подготовки инфраструктуры отеля – идёт очень плотная работа со строителями по согласованию различных моментов плюс процесс приёмки помещений. Выйти на рынок мы предполагаем летом этого года. Кстати, продолжая общаться со своими коллегами из других стран, я очень многих пригласил на открытие. И они уже бронируют места.

Наталья Горбань

КСТАТИ

Активная фаза работ по восстановлению объекта культурного наследия «Бани Курбатова и Русанова» началась в 2020 году. Решение о реализации значимого инфраструктурного проекта было принято основателем компании Эн+ Олегом Дерипаской, как важная часть социальной политики, направленной на развитие сибирских городов. Инвестиции в новый отель составили около 5 млрд руб., в нём будет создано почти двести рабочих мест. Открытие объекта привлечёт в Иркутск туристов, создаст возможности для организации и проведения событийных и деловых мероприятий международного уровня.

К здоровью – через СПА

Эксперты о трендах оздоровительной индустрии

Стремительно ускоряющийся темп жизни, кризисы, стрессы – эти неблагоприятные факторы оказывают ощутимое влияние на состояние человека. В результате сформировался запрос на формат отдыха, в котором совмещаются физическое и ментальное восстановление организма. Такой эффект даёт wellness-индустрия, одним из направлений которой является рынок СПА-услуг. В последние годы эксперты отмечают его бурное развитие, «спровоцированное» пандемией, и прогнозируют двукратный рост в ближайшие пять лет. Газета Дело обсудила с экспертами, какой формат СПА наиболее распространён в России, насколько этот тренд характерен для Иркутска и какие подводные камни есть у растущего бизнеса.



«СПА-ЗОНА – ПРЕИМУЩЕСТВО ДЛЯ ОТЕЛЕЙ»

Большая часть современных СПА-комплексов в России работают на базе различных отелей. Для многих гостиниц это – конкурентное преимущество, а для отелей 5* – и вовсе обязательное требование.

– Особенно это касается загородных средств размещения, где сценарий поведения гостя складывается из наличия и наполнения определенной инфраструктуры, – комментирует **Вадим Каретников**, директор филиала направления «Сибирь и Дальний Восток» компании «Про Отель», член правления комитета по гостиничной недвижимости Российской гильдии управляющих и девелоперов (РГУД). – Но спрос, подкрепленный общим трендом на осознанный и здоровый образ жизни, растёт не только в загородных отелях. СПА-зона в городской гостинице – это отличная возможность для делового человека перезагрузиться в процессе командировок, после длительных перелётов и т.д. Хотя по масштабам такие СПА, конечно, уступают загородным локациям в связи с ограниченными площадями застройки.

Вадим Каретников также отметил, что сейчас проектируется и строится всё больше отелей со СПА-зоной.

– Мы это видим и по своим проектам: несмотря на то, что наша специализация – проектирование и оснащение номерного фонда, заказчики часто просят дать рекомендации, к кому можно обратиться за консалтингом для проектирования СПА. Ведь эта услуга может быть существенной дополнительной статьёй дохода для отеля: в загородных объектах она составляет от 15 до 30% от общей выручки, особенно, когда отель находится недалеко от города и гостями СПА-центра становятся не только проживающие там туристы. Кроме того, это ещё и дополнительная точка притяжения, в том числе способствующая продлению потенциального срока пребы-

вания гостей: когда в отеле есть чем заняться, они платят и за проживание, и за услуги ресторана, и за услуги СПА-центра.

Кстати, по информации Вадима Каретникова, строительство современного полноценного СПА-центра в загородном объекте составляет до 30% от стоимости проекта, в городских объектах эта сумма, как правило, ниже – до 10%.

«ПОПУЛЯРНО И У ГОРОЖАН, И У ТУРИСТОВ»

Wellness-индустрия сейчас успешно наращивает объёмы в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Калининграде, Казани, на Алтае, Минеральных Водах и на других популярных курортных направлениях внутри России. Процентная доля отелей со СПА приближается там к 20% от общего количества гостиничных комплексов.

В частности, как рассказала **Светлана Московченко**, руководитель департамента управления проектами консалтингового центра «Петербургская Недвижимость», в северной столице СПА-отели высокого качества в основном представлены в рекреационных локациях Курортного района (за пределами города), что повышает их привлекательность.

– Подобные объекты, как правило, представлены высокими тарифами, но, несмотря на это, пользуются большой популярностью и у местных жителей, и у туристов – как отдых на выходные дни или на более длительный период, совмещённый с культурной программой. Причём у туристов подобные объекты зачастую являются специальными запросом, так как удалённость от деловой и культурной жизни города – это ограничение для иногородних гостей, которые пытаются совместить несколько мероприятий в Санкт-Петербурге. Для местных же посетителей удалённость от суеты города наоборот более предпочтительна.

Безусловно, качественные СПА-отели представлены и в городе – в центральных локациях, которые в большей степени ориентированы на туристов. В этом случае услуги являются скорее приятным бонусом, так как цели гостей больше связаны с деловой или культурной программой, говорит Светлана.

«ИРКУТСК – В ОБЩЕМ ТRENDE»

Наш регион не относится к курортной зоне, но и здесь активно развивается круглогодичный туризм, в том числе, в формате путешествий «за здоровьем». Поэтому Иркутск не является исключением из общероссийского тренда: wellness-индустрия активно развивается и у нас. Более того, по мнению **Андрея Петрова**, директора по развитию бизнеса архитектурной группы компаний «Семрен и Монссон» в России и СНГ, совмещение СПА с гостиничным форматом кажется здесь особенно очевидным.

– Развитие туристических кластеров у Байкала и тренд на поддержание хорошего самочувствия и оздоровления делает создание отелей со СПА в Иркутске очень логичным. Особенно вопрос актуален для всепогодного туризма – в этом случае после зимних удовольствий или промозглой осенней погоды СПА станет отличным дополнением к отдыху.

К тому же, рост внутреннего туризма – подходящее время, чтобы вывести на региональный рынок гостиничный продукт со СПА, сопоставимый по уровню с азиатскими или ближневосточными аналогами, уверен Андрей Петров.

– И в этом плане очень важен индивидуальный подход к клиенту. Текущий тренд по отношению к здоровью заключается в акценте на профилактику, а не на лечение. В этой парадигме СПА является формальным атрибутом, который может предложить дополнительный сервис с оздоровительными программами,

подобранными для каждого клиента персонально. Этот формат рассчитан как на туристов, так и на горожан, которые могут посещать СПА без проживания в отеле.

«У СПА-БИЗНЕСА ЕСТЬ ПОДВОДНЫЕ КАМНИ»

Участники иркутского рынка СПА-услуг отмечают, что за последние три-четыре года он вырос в два-три раза, и совершенно очевидно, что продолжит расти и дальше, потому что всё больше людей хотят быть здоровыми и хорошо выглядеть. Но вместе с тем эксперты предупреждают: у этого бизнеса есть серьёзные подводные камни.

Так, **Инна Коровина**, управляющая бутик-отелем Sayen, в котором есть СПА-зона, в первую очередь отмечает проблему дефицита квалифицированных специалистов.

– Часто в СПА-салонах работают люди, прошедшие какие-то краткосрочные курсы, получившие «корочки» массажиста, хотя у такого специалиста обязательно должно быть среднее медицинское образование, а затем уже курсы по массажу – причём по разным его видам. Кроме этого, необходимо систематически подтверждать или повышать свою квалификацию. Только в этом случае есть гарантия, что в СПА предоставляются качественные услуги, которые не причинят вред.

Ещё один нюанс, на который обращает внимание Инна Коровина, – переквалификация персонала. По её словам, нужно потратить и время, и средства, чтобы перевести бывшего медсотрудника с уровня «врач-пациент», на уровень «врач-клиент/гость», научить его сервису и понятиям гостеприимства.

– Очень важный момент – это и отсутствие стандартов, которые были бы закреплены в определённых нормативных документах для СПА-услуг. В настоящее время это очень хаотичная история: каждый

салон предлагает свои «уникальные» методы, которые создаются в лучшем случае на основе какого-то опыта. Поэтому высокая цена услуги – не гарантия её высокого качества и безопасности. Кроме этого, надо помнить, что ряд процедур имеют противопоказания, и, прежде чем идти в СПА, надо посоветоваться с врачом.

Третья проблема, по мнению эксперта, – это отсутствие на рынке качественных российских косметических продуктов для СПА-процедур. Особенно в этой ситуации страдает премиум-сегмент, где привыкли работать с импортной косметикой высокого качества и теперь вынуждены покупать её втридорога.

– В частности, мы не смогли найти достойных аналогов российской косметики для своего СПА-центра, – поделилась Инна.

«ЭТО БИЗНЕС БУДУЩЕГО»

По словам экспертов, СПА-услуги – достаточно дорогой бизнес, и объекты, которые их предоставляют, относятся скорее к категории люкс. Кроме этого, в России пока ещё не так много и сетевых отелей, в которых совмещаются комплексные услуги бань и бассейна в одном объекте, поэтому такие бренды, как правило, стоят немалых денег.

При этом, в разных отелях и комплексах к ценообразованию на оздоровительные услуги применяется разный подход. Как отметил Вадим Каретников, СПА – достаточно ёмкое понятие: кто-то под этим словом понимает не только специализированные программы, но и упрощённый доступ к бассейну с сауной и массажем. Соответственно, стоимость может складываться как из входного безлимитного билета, так и из наполнения различными программами. Например, в одном из иркутских бутик-отелей стоимость СПА-программы – в зависимости от наполнения – колеблется от 13 тыс. руб. до 14500 тыс. руб. на одного человека за 2,5 часа (25-28 тыс. руб. на двоих).

Интересно, что по оценке Ассоциации оздоровительного туризма и корпоративного здоровья, средний доход от СПА-услуг на одного гостя в некоторых отелях сопоставим с величиной дохода от проживания одного клиента. И удельный вес таких доходов в выручке будет увеличиваться, отмечают эксперты, так как спрос на отели, поддерживающие философию здорового образа жизни, будет расти и дальше.

– СПА – это бизнес будущего, и он достаточно дорогой, если подходить к нему основательно и серьёзно, – считает Инна Коровина. – Тем не менее, надо развивать ассортимент рынка СПА-услуг за счёт направлений, рассчитанных на разные категории населения: молодёжь, людей старшего возраста, что сделает эти услуги более доступными без потери качества. Ведь СПА – это прекрасная возможность оздоровиться, улучшить своё самочувствие, получить позитивные эмоции, не уезжая далеко из региона, где мы живём.

Наталья Горбань



ПАТРОНЫ ПАРК

Поселок в сосновом лесу

НОВЫЙ ДОМ ОТ METAESTATE



Площадь 228.8 м², 2 этажа, участок 10 соток.
Гараж на 2 машиноместа. В дом подведены:
вода, канализация, электрика, интернет.

Байкальский тракт, 19 км
Закрытый поселок
Единый архитектурный стиль
Индивидуальные проекты домов
Городская канализация
Парк 2 Га

Девелопер

MetaEstate

+7 3952 62 01 01

www.metaestate.ru

«Неудобно для бизнеса, прозрачно – для покупателя»

Эксперт – о маркировке ювелирных изделий

1 марта в России стартовала обязательная маркировка ювелирной продукции. Однако переход может затянуться: как сообщает «Коммерсант», Ассоциация ювелиров попросила премьер-министра РФ Михаила Мишустина перенести маркировку на два года, до 1 сентября 2026-го. В чем причина? Каковы плюсы и минусы маркировки? С какими подводными камнями уже пришлось столкнуться участникам рынка? Об этом Газете Дело рассказала коммерческий директор SHENE ювелир Татьяна Писарева.



«СИСТЕМА «СЫРАЯ»

Тема маркировки ювелирных изделий развивается давно, с 1 января 2021 года, отметила Татьяна Писарева. При этом предельный срок для маркировки уже переносился дважды. Полный переход должен состояться в марте 2024 года.

– Мы сейчас на финишной прямой. Честно скажу, процесс был непростой. На первом этапе мы всё заводили в систему ГИИС ДМДК (госсистема по контролю за оборотом драгоценных металлов, камней и изделий) и присваивали УИНЫ каждому украшению. Сложность в том, что отлаженной интеграции и четко работающей системы не было. Все в «сыром» виде, все работают на разных программах (1С, Ювелир софт и проч.), и перенос данных производился практически в ручном режиме. Было обработано огромное количество файлов. Наша компания вошла в этот процесс с остатками около 50 000 украшений, а это значит, что на каждое из них мы должны были полностью сделать описание (артикул, вес украшения, вес химической чистоты, все описание по вставке –

каратность, расцвет, характеристики цвета и чистоты). Это очень большой объем работы.

На втором этапе – все присвоенные УИНЫ мы прикрепляли к украшениям. Это дополнительная бирка, которую нужно опломбировать.

Сейчас мы уже на третьем этапе – это физическая маркировка на украшении. Такое клеймо делает инспекция пробивного надзора. Ближайшие от нас находятся в Улан-Удэ и Красноярске. Конечно, это очень неудобно и затратно. Ты физически товар убираешь из оборота на неопределенное количество времени, пока идут все эти процессы.

«МНОГИЕ ВЫШЛИ ИЗ БИЗНЕСА»

Переход на маркировку выявил массу трудностей, потребовал огромного количества времени и сил у участников рынка. Не все оказались к этому готовы.

– Хорошо это или плохо, покажет время. Закон есть, механизмы запущены, но не все отлажено. Компания SHENE ювелир всегда была

максимально прозрачна и свои закупки осуществляла только у проверенных поставщиков. Принцип компании – работать только напрямую с заводами-производителями, где всё четко регламентировано. В этом плане компании было проще. Но не все участники придерживаются таких принципов. Статистика показывает, что количество участников рынка до регистрации в системе ГИИС ДМДК и после сократилось.

«ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ ТЕПЕРЬ ВСЁ ПРОЗРАЧНО»

Для конечного покупателя маркировка – скорее плюс, считает Татьяна Писарева.

– Покупка сейчас максимально прозрачна. Многие клиенты даже не знают, что можно по УИНУ на сайте проверить полную информацию о купленном украшении. За этим стоит труд большого количества людей. Чтобы воплотить это в жизнь, понадобилось несколько лет, – резюмирует эксперт.

«Гастрономический туризм – новый тренд»

Ассоциация «Байкальская Виза» выпустила десятый номер журнала «Готовим для друзей». Именно с этим – юбилейным – номером журнал стал ещё одной площадкой для продвижения направления байкальского гастротуризма вне региона – направления, приоритетного для «Байкальской Визы».

СТАВКА НА ГАСТРОТУРИЗМ



«Мы собрали рецепты от лучших шеф-поваров Иркутска – не только из заведений, входящих в Ассоциацию. Потому что видим желание коллег по рынку

поддержать наши усилия по продвижению байкальского гастротуризма. И каждый из этих рецептов можно – при известном терпении и настойчивости – повторить у себя дома на кухне. Журналы уехали на выставку «Россия» в Москву, где ранее с успехом презентовали байкальскую кухню наши шефы на стенде Иркутской области. Судя по тому, как мало их уже осталось, придётся делать доптираж», – говорит коммерческий директор «Байкальской Визы» и по совместительству главный редактор журнала Мария Победаш.



Ассоциация делает ставку на гастротуризм: во взаимодействии с партнёрскими туристическими компаниями из различных регионов страны она формирует туры

по принципу «интересно и вкусно провести время». Директор по стратегическому развитию «Байкальской Визы» Елена Дуберштейн объясняет, что даже в направле-

нии делового туризма гастрономический фактор значительно увеличил свою важность. «MICE-туризм вообще бьёт все рекорды: наши конференц-залы расписаны на месяцы вперёд. Соответственно, выбор в пользу объектов, входящих в Ассоциацию, делается еще и потому, что мы предлагаем интересную гастрономическую программу. Российский бизнес, особенно крупный, имеет большой опыт в этой сфере, и всегда рад совместить деловую программу с новыми гастрономическими впечатлениями».

С внутренним рынком Ассоциация тоже активно работает, организуя исторические вечера в ресторане «BUTIN», тематические мероприятия в отелях и ресторанах Листвянки и Байкальска. Раньше, говорят в «Визе», на любые длинные выходные жители Иркутска с достатком выше среднего старались уехать куда-нибудь, например, в тот же Красноярск – потому что там не только на Столбы можно выбраться, но и поесть так, как в Иркутске не поешь. Теперь ситуация изменилась: аудитория видит, знает, что в своём регионе теперь есть не только что посмотреть в плане природных красот, но и где отведать блюда местной, во всех смыслах уникальной кухни из дичи и байкальской рыбы.

УЧИТЬСЯ ЛУЧШЕМУ

При этом в «Байкальской Визе» стремятся учиться лучшему. И иногда предлагают разделить эту страсть вместе с ними. Например, 13 марта у иркутян есть уникальная возможность стать участником гастрономического гала-ужина от шеф-повара

известного ресторана «ZUMA» Егора Анисимова (г. Владивосток), который состоит в РК «Эстрада». Это лучший шеф-повар Дальнего Востока по версии независимой премии WhereToEat.

«Нам интересно услышать мнение Егора о байкальской кухне, получить его советы и рекомендации, как сделать её позиции сильнее. Но мы не могли обделить наших гостей возможностью отведать свежайшие морепродукты с Приморья в Иркутске от одного из лучших российских шефов, поэтому и устроили в дополнение к нашим внутренним обучающим мероприятиям этот открытый гала-ужин. Это абсолютно органично укладывается в нашу концепцию «Готовим для друзей» – и в следующем номере журнала непременно напишем большую статью о гастрономических гастролях Егора и ваших от его блюд впечатлениях», – пообещала Мария Победаш.

Впрочем, это не первый опыт «Байкальской Визы» в организации «гастролей» именитых российских поваров: в прошлом году Ассоциация привозила в Иркутск ключевых шефов из красноярской Bellini group, а до этого – известного всей России Константина Ивлева, звезду не только отечественной гастрономии, но и телевидения.

- Гала-ужин с шеф-поваром ресторана «ZUMA» Егором Анисимовым (г. Владивосток).
- Меню: 6 курсов из морепродуктов и винное сопровождение от GUSTO.
- Когда – 13 марта | 19.00.
- Место – РК «ЭСТРАДА».
- 7500 руб. | 1 персона.
- Заказ билетов: +79016532217.

ABV GUSTO ZUMA

ГАЛА-УЖИН

с Егором Анисимовым
бренд-шефом
ресторана «ZUMA»

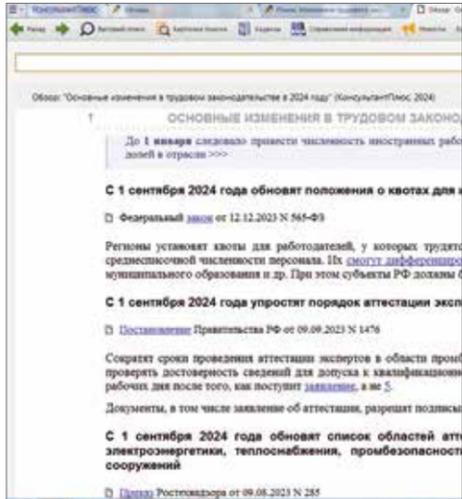
13

марта
19:00

РК «Эстрада»
г. Иркутск,
ул. Ленина, 46

+7 (901) 653-22-17

Основные изменения в трудовом законодательстве в 2024 году



К чему готовиться
С 1 марта увеличат минимальный заработок ряда высококвалифицированных иностранцев. Федеральный закон от 10.07.2023 № 316-ФЗ
 Большинству высококвалифицированных иностранных специалистов нужно будет платить не менее 750 тыс. руб. из расчета за один квартал.
С 25 февраля расширят трудовые гарантии для одиноких родителей. Федеральный закон от 14.02.2024 № 12-ФЗ
 Работодатели не смогут увольнять по своей инициативе сотрудников, которые в одиночку воспитывают детей в возрасте до 16 лет. Сейчас эта гарантия действует, пока ребенку не исполнится 14 лет.
 В ряде случаев увольнение таких сотрудников по инициативе работодателя допускают, например, при ликвидации организации или однократном грубом нарушении обязанностей.

Последние изменения
С 30 января вступили в силу поправки о компенсации за задержку неначисленных выплат.
С 8 января расширили перечень индикаторов риска для проверок работодателей.
С 7 января начала действовать новая форма ходатайства о привлечении высококвалифицированного иностранца.
С 1 января изменили ряд форм для работодателей, принимающих иностранцев.
С 1 января уточнили обязанности работодателей по информированию службы занятости.
С 1 января повысили предельный возраст отсрочки от армии для ИТ-специалистов.
С 1 января обновили правила аттестации медиков и фармацевтов на квалификационную категорию.
С 1 января заработал национальный стандарт для тех, кто хочет применять или уже применяет принципы ориентированности на человека.
С 1 января размер МРОТ – 19 242 руб. в месяц.
До 1 января следовало привести численность иностранных работников в соответствие с их допустимой долей в отрасли.

Тел.: (3952) 22-33-33, 53-28-53.
 E-mail: info@irkcons.ru. Сайт: www.irkcons.ru.
 Присоединяйтесь! Новости, анонсы, обзоры от КонсультантПлюс. Сообщество в Viber.



КонсультантПлюс в Иркутске
 RUCI 12 SINCE 1993
(3952) 22-33-33, 53-28-53
 ООО "КонсультантПлюс в Иркутске"
 Иркутск, ул. Красноярская, д. 31/1,
 1 подъезд, 7 этаж
 info@irkcons.ru, www.irkcons.ru

У НАС ЕСТЬ
 Арендатор/Покупатель на вашу коммерческую недвижимость!
РБН
 Федеральная сеть Регион Бизнес Недвижимость
Продадим/Сдадим ваш объект по максимальной рыночной цене
688-174
 www.rbnpro.ru

ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»
 Ростелеком РЕАЛИЗУЕТ НЕДВИЖИМОСТЬ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

г. Иркутск
 ул. Терешковой, 37
ИМУЩЕСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС
 Нежилые помещения в 4-этажном здании общей площадью 1946,2 кв. м, гараж 65,5 кв. м, гараж 16,8 кв. м, склад 25,6 кв. м, земельный участок 2340 кв. м в собственности.
45 927 200 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.
3 366 850 руб.

р. п. Мегет
 1 квартал, д. За
НЕЖИЛОЕ ЗДАНИЕ
 Кирпичное здание общей площадью 171 кв. м с земельным участком 560 кв. м.
4 363 900 руб.

г. Бирюсинск
 ул. Жилгородок, 24
НЕЖИЛОЕ ЗДАНИЕ
 1-этажное кирпичное здание площадью 255 кв. м с земельным участком 1068 кв. м.
4 000 000 руб.

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

CLEVENT УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ clevent.ru
8 800 600 62 80

Людмила МОСИНА
 Профессор-практик ИБДА РАНХиГС программы МВА
 Директор Института психогенетики и эффективного поведения

ТЕХНОЛОГИИ ПОВЫШЕНИЯ ЖИЗНЕННОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Иркутск 20 АПРЕЛЯ

Программа о том, как сделать стресс источником жизненных сил

12+

В ЦИФРАХ

Средняя стоимость вторичного жилья в Иркутске на 01.03.2024 г. (тыс. руб./кв. м)

Тип	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
1 комн. кирпич	142,52	142,52	113,10	111,65	85,59
1 комн. панель	167,20	136,58	110,01	119,69	106,01
2 комн. кирпич	148,91	125,28	110,29	104,08	95,39
2 комн. панель	132,91	121,55	105,32	-	93,73
3 комн. кирпич	111,06	118,34	105,39	104,8	85,84
3 комн. панель	-	115,38	98,26	87,28	89,24
Средняя стоимость	134,75	132,91	116,00	116,13	94,60

Средняя стоимость коммерческой недвижимости в Иркутске на 01.03.2024 г. (тыс. руб./кв. м)

Назначение	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
склад (продажа)	-	75,31	-	48,00	-
склад (аренда)	-	0,46	0,64	0,15	0,33
магазин (продажа)	63,68	83,80	66,01	-	70,03
магазин (аренда)	0,79	0,94	0,59	0,76	0,95
офис (продажа)	75,95	74,73	66,76	45,71	67,52
офис (аренда)	0,80	0,90	0,60	0,59	0,93

Средняя стоимость строящегося жилья в Иркутске на 01.03.2024 г. (тыс. руб./кв. м)

Срок сдачи	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
Готовое	115,24	164,98	195,67	124,92	118,70
Срок сдачи - 1 полугодие 2024 года	-	-	-	-	117,64
Срок сдачи - 2 полугодие 2024 года	-	173,64	130,00	111,98	104,57
2025 год и позже	-	153,63	155,62	128,79	109,98
Средняя стоимость	205,39	161,35	144,29	130,51	112,36

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

Продаем помещение в центре г. Усолье-Сибирское

- Под офис, торговые помещения, услуги
- Общая площадь: 2681,93 кв. м (три этажа и подвал)
- Площадь участка: 921 кв. м. (собственность)
- Год постройки: 1980
- Коммуникации: центральные
- Планировка: коридорно-кабинетная
- Высота потолков: 4,6 м.
- Рядом жилые дома, детсад, стадион, магазины
- Парковка стихийная, остановка автобуса рядом со зданием

Цена 16 829 150 руб. с НДС. Продажа от собственника!
пр-т Комсомольский, 128
 Звоните! С радостью ответим на все вопросы:
8 (3952) 200-355, 203-501



ABOVE & BEYOND*

ДЛЯ LAND ROVER НЕТ ПРЕГРАД!

Автомобили в наличии и под заказ с НДС



ЛЦ-ИРКУТСК
ВАШ АВТОМОБИЛЬ МЕЧТЫ – НАША РАБОТА!

+ 7(3952) 78-94-78

Ширямова, 32/5

