

газета

дело

СЕНТЯБРЬ, 2023 | № 8(135)



правила игры |

Бизнес-этикет –
как воздух

6

компания |

Росбанк: «Наша
отличительная черта –
антихрупкость»

8

медицина |

Курорт «Ангара»:
ЗОЖ в тренде

16



«Главное – люди»



Виктор Захаров
основатель холдинга «Сервико» | 2

11 | **МАРКЕТПЛЕЙСЫ**
Как оседлать волну электронной коммерции

12 | **ЗЕЛЕНый ВОПРОС**
Ландшафтный дизайн – это не только про красоту

18 | **ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ**
Новые места для путешествий

«Главное – люди»

Виктор Захаров, «Сервико», – о диверсификации, кризисе 2022-го и гонке за кадрами

«Деньги на развитие бизнеса можно найти всегда, а вот вопрос кадров так просто не решается, – говорит основатель холдинга «Сервико» Виктор Захаров. – Люди сегодня – это проблема №1». Почему компании охотятся не за головами, а за руками? Спасет ли ситуацию оптимизация и автоматизация? Как маркетинг проникает в сферу HR? Накануне 30-летнего юбилея «Сервико» Газета Дело побеседовала с Виктором Захаровым о вызовах времени, уроках очередного кризиса и перспективах дистрибуции и логистики.

ОБ ИСТОРИИ: «В БИЗНЕСЕ НЕ БЫВАЕТ СЛУЧАЙНОСТЕЙ»

Киоск на Центральном рынке и три человека – таким был старт компании «Сервико» в 1993-м. С киосков в девяностые начинали многие – и многие потом остались в торговле. Вы же решили строить бизнес, связанный с транспортной логистикой. Что это было – случайность или осознанный выбор?

– С киосков, действительно, начинали многие. Времена были такие: переходный период от Советского Союза, от плановой экономики. Никакой понятной структуры не было. Производство, логистика – всё это не приносило дохода. В торговле – легче. Там можно было быстро заработать – этим и занимались.

А в логистику постепенно ушли, потому что это сфера, которая мне интересна, в которой я разбираюсь. Моя специальность в институте называлась «Управление процессами перевозок», и учиться я туда пошел не потому, что родители так сказали, а потому, что мне это по-настоящему нравилось. Так что я, можно сказать, работаю по профессии (улыбается).

«Сервико» 30 лет. Если оглянуться назад, проанализировать – можете сказать, какие «поворотные» события определили путь компании?

– Их очень много, таких «поворотных» событий, и они никогда не были случайными. Это только так кажется со стороны: повезло, встретил нужных людей, которые чем-то помогли, заключил выгодный контракт... «Случайности» происходят только в том случае, если ты сам к чему-то стремишься, пытаешься каждый день достичь результата, развиваешься, общаешься, учишься.

Уход от киосков к логистике – поворотное событие? Да. Но логистика и дистрибуция без этих киосков не случились бы. Мы начали заниматься этим, потому что у нас был рынок сбыта – достаточно большой по тем временам. И это не произошло одновременно, переход был постепенным.

Куда поворачивает компания сегодня?

– Сегодня – параллельно с дистрибуцией – мы растем в чисто логистическую компанию. В последнее время активно развиваем направление 3PL-контрактов (Third Party Logistics – предоставление комплекса услуг – от доставки и адресного хранения до управления заказами и отслеживания движения товаров – прим. ред.). Наша транспортная компания по автоперевозкам – крупнейшая в Сибири. Мы заметный федеральный игрок: автоколонны



Виктор Захаров, основатель холдинга «Сервико»

Фото А. Федорова

компании находятся в Иркутске, Екатеринбург, Красноярск, Новосибирск, Подмосковье. Наши машины ездят и по России, и за рубежом.

При этом зарегистрирована компания по-прежнему в Иркутске?

– Да, и налоги платит в Иркутской области. Это большое преимущество для региона. Нас часто заывают разными льготами в другие субъекты – юридический адрес ведь не имеет большого зна-

чения, когда компания работает по всей стране. Отказываемся: мы до мозга костей – иркутяне.

Дистрибуция и логистика – два основных направления в «Сервико». Каково сегодня соотношение этих бизнесов в структуре холдинга?

– Если смотреть в обороте, в доходе, в чистой прибыли, то, конечно, дистрибуторский бизнес – номер один. Но это уже не такой безоговорочный лидер, как пять лет назад. Транспортная компания сегодня практически не уступает. Думаю, если динамика сохранится, то еще через пять лет логистика выйдет на первое место.

Кроме того, в структуре холдинга есть еще одно направление – коммерческая недвижимость. У нас несколько объектов в 130 квартале, бизнес-центр «Сильвер», клубный дом ВЭЛКО. Диверсификация – один из определяющих принципов компании.

О КРИЗИСЕ: «РАЗНЫЕ БИЗНЕСЫ РЕАГИРУЮТ ПО-РАЗНОМУ»

В прошлом интервью Газете Дело вы говорили, что кризисов не боитесь: все конкурен-

ты – в той же ситуации, зачем нервничать и паниковать? Но многие говорят, что кризис 2022-го не был похож ни на один из предыдущих...

– Ни один кризис не похож, каждый – уникален. И причины разные: то экономика, то пандемия, то специальная военная операция. Разные бизнесы на каждый кризис реагируют по-разному. На тот же коронавирус многие направления, в том числе транспортный бизнес, отреагировали очень болезненно. А в дистрибуторском, наоборот, был подъем.

А сейчас? Как 2022 год сказался на финансовых показателях?

– Если брать логистику, то там произошло грандиозное удорожание процессов. Нарушились все логистические цепочки, как это было и в 2020 году. Но теперь ситуация усугубилась еще и проблемами с железной дорогой: она не справляется с перевозками. Если раньше контейнер шёл две-три недели, то теперь идет около двух месяцев. То, что можно было перевезти железной дорогой, сейчас едет машинами. Всё это сказывается на оборачиваемости денег, на стоимости.

В транспорте – другого рода проблемы: запчастей нет или они – с таким курсом – очень дорогие. Импортная техника недоступна. Автомобили можно приобрести в Китае, но сегодня китайская техника даже в валюте стоит дороже, чем два года назад, причем существенно, на 40-50%.

Удается в таких условиях наращивать парк?

– Да, мы наращиваем, хоть это и непросто. Сейчас у нас 400 автомобилей. В планах на ближайшие годы – вырасти до 500.

О КАДРАХ: «ИДЕТ ОХОТА ЗА РУКАМИ»

Что вы считаете главной проблемой сегодня?

– Проблема №1 – люди. Деньги, чтобы что-то купить, всегда можно найти. И, с учетом инфляции, не страшно это делать: в рублях всё окупится с лихвой. Структура работы логистической, транспортной компании позволяет и 100 тысяч долларов за тягач отдать спокойно.

А вот с людьми – беда. Идет большая гонка за кадрами. Бездельники хотят работать за очень большие деньги – и приходится их брать. Это очень влияет на себестоимость любого продукта, любой перевозки, любого производства. Какую компанию сейчас ни возьмем – везде 20-30% вакансий.

И у вас?

– У нас цифра меньше. И, конечно, те проблемы, что есть у «Сервико», – детский утренник, цветочки по сравнению с компаниями, у которых нет мощного HR-бренда. Все-таки соискатели выбирают компании известные: «Про этих я не слышал, а вот эти много лет работают, на слуху – значит, не обманут». Бренд «Сервико» сегодня работает на нас. Меня часто спрашивают: почему вы поддерживаете спорт, тратите деньги на разные социальные проекты? И внутри компании такие вопросы задают, и в семье. А я сейчас вижу: это помогает.

Сегодня маркетинг проник – и это удивительно для многих, в том числе для меня самого – в HR. Еще 5-6 лет назад такого не было. Никто не занимался продвижением своих приглашений на работу, себя как работодателя. Все работало над брендом продукта. Теперь ситуация изменилась.

Охотиться за головами?

– За руками больше. Топ-менеджера найти проще, чем набрать персонал из людей рабочих про-

ВАЖНО

Принципы Виктора Захарова

- **Честность.** «Если вы изначально ведете бизнес, чтобы где-то смухлевать, где-то обмануть, где-то недоработать – все это будет видно. Так же видно и честность – по отношению к себе, по отношению к другим. В компании «Сервико» мы поступаем так: если кто-то нас обманул, мы делаем выводы и не допускаем, чтобы случай повторился. В «Сервико» не обманывают».
- **Семья.** «Это первое, что сыграло роль в том, что я вообще занялся бизнесом. Это – одна из личных мотиваций для меня. Моя мама была управляющей банком, отец – директором Центрального рынка, и они мне не дали ни копейки,

никогда в жизни, зато дали возможности. Я тоже не хочу давать своим наследникам деньги. Считаю, что должен оставить детям, внукам, правнукам хороший бизнес».

- **Команда.** «Когда ты знаешь дело изнутри, когда поработал «своими руками», ты понимаешь, насколько тяжелый это труд. Осознаешь, что каждый человек, каждый сотрудник компании очень важен. К людям нужно относиться так, как ты хочешь, чтобы относились к тебе – тогда все будет благополучно, тогда будет хорошая команда».

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ,
РЕКЛАМНОЕ ИЗДАНИЕ 12+

газета **дело**

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

Главный редактор:
Герасимова Е.В.
Выпускающий редактор:
Понамарева Н.Ю.

Цена свободная.

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

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

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

E-mail: delo@sia.ru

WEB-сайт: www.sia.ru/delo

Набрано и сверстано
в компьютерном центре
ООО РЦ «ИНФОРМРЕСУРС».
№8 (135)
Дата выхода в свет: 08.09.2023 г.
Отпечатано в «Облформпечат» –
Международный департамент.
Адрес типографии:
664003, Иркутская область,
г. Иркутск, ул. Сухэ-Батора, д. 18.
Заказ №8. Тираж 4000 экз.

Газета зарегистрирована
Управлением Федеральной
службы по надзору в сфере
связи, информационных
технологий и массовых
коммуникаций по Иркутской области
19.08.2011 г.
Свидетельство о регистрации
ПИ № ТУ38–00381.

Перепечатка и любое
воспроизведение материалов,
опубликованных в «Газете Дело»,
без согласования с редакцией
не разрешается.
За содержание рекламных
материалов редакция
«Газеты Дело» ответственности
не несет.

фессий. HR-службы «охотятся» за грузчиками, водителями, перетягивают из других компаний. Потому что если брать человека с рынка, то в 50% случаев это бездельник, который хочет много зарабатывать, но много и тяжело трудиться – не готов. Рабочие из стран ближнего зарубежья тоже к нам не спешат: сегодня можно зарабатывать гораздо больше в Европе, рабочие визы там дают легко.

Говорят, что проблему нехватки кадров может частично решить автоматизация, роботизация. Что думаете об этом?

– Все это замечательно, но искусственный интеллект сегодня не донесёт вам груз из точки А в точку Б. В автоматизации, конечно, есть перспективы. И мы занимаемся оптимизацией: важно, чтобы машины не ездили по одному и тому же маршруту, не возили заявки по одному килограмму, чтобы доставка была эффективной. Но все равно – пусть после оптимизации понадобится не 20 водителей, а 18 – они нужны. А их нет. Хотя и зарплаты в рабочих профессиях сейчас гораздо выше, чем у многих юристов.

Сколько вы платите водителям?

– Больше 200 тысяч рублей, и зарплаты постоянно растут, ведь мы на рынке не одни. Для нашей компании очень важно найти людей, мотивированных на обеспечение семьи, которые не только хотят хорошо зарабатывать, но и не боятся работы.

О ВЭЛКО: «ЭТО НЕ ПРОСТО АРЕНДНОЕ ЖИЛЬЕ»

Вы всегда горели новыми идеями и находили возможность заниматься проектами, которые не относятся к основному бизнесу. Недавно был запущен клубный дом ВЭЛКО – проект, который вы вынашивали несколько лет, а потом несколько лет реализовывали. Что это – желание проверить предпринимательское чутье, диверсификация бизнеса или стремление быть в тонусе, получать драйв от нового дела?

– Наверное, все вместе: и диверсификация, и драйв. В любом случае, мы не сильно рисковали, потому что строили ВЭЛКО в формате арендного жилья, а не апартментов. Четко понимали: если бизнес не пойдет, если не будет того результата, которого мы хотели бы, то это в любом случае будет сохранением ресурсов.

Но бизнес, судя по всему, пошел?

– Результат даже превзошел наши ожидания. Сейчас из 154 квартир свободны только две.

Бренд «Сервико» сегодня работает на нас. Меня часто спрашивают: почему вы поддерживаете спорт, тратите деньги на разные социальные проекты? А я вижу: это помогает. Маркетинг проник – и это удивительно – в HR. Еще 5-6 лет назад такого не было

А ведь многие на старте проекта говорили: «Цена большая, никто не будет арендовать...»

– Мне тоже высказывали такое: «Да я за 15 тысяч найду». Вопросов нет. Гнилой помидор на рынке тоже можно найти в два раза дешевле. Но мы же говорим о качественном продукте, который стоит своих денег.

В чем, на ваш взгляд, причина успеха ВЭЛКО?

– Мы создали там пионерский лагерь для взрослых (смеется). Это не просто арендное жильё, это определенная культура. У меня даже



Всероссийские соревнования по конькобежному спорту. Слева направо: Владимир Матиенко, Виктор Захаров, Игорь Кобзев, Николай Гуляев, Александр Ведерников, Руслан Болотов, Яков Гинзбург

Фото из архива компании

дочка туда переехала, хоть у нее и есть своя квартира. Говорит, там интереснее: окружение хорошее, общение. Живут в клубном доме в основном приезжие менеджеры федеральных, транснациональных компаний.

Повторить успех не планируете? Арендное жильё сегодня в тренде: Дом.РФ, например, планирует проект в Иркутске...

– Представители Дом.РФ, кстати, были у нас на экскурсии, сказали: «Таких самородков мы еще не встречали» (улыбается). Но Дом.РФ – это банк. У них есть бесплатные деньги, которые надо куда-то вкладывать. У нас – другая

история. В ВЭЛКО вложен миллиард с лишним рублей, и у этих денег нет окупаемости год, два, три. Это вложения в квадратные метры. И через 20 лет эта недвижимость будет иметь в деньгах – какими бы они ни были: деревянные, бумажные, золотые или цифровые – справедливую рыночную стоимость, независимо от инфляции. Наши вложения не пропадут, какой бы ни была экономическая ситуация.

Сейчас этот бизнес ежемесячно приносит достаточно хороший доход, обеспечивает наши потребности. И им очень интересно заниматься.

О ПЛАНАХ: «БИЗНЕС РАЗВИВАЕТСЯ, КОГДА ОН РАСТЕТ»

Что дальше? Какие новые направления бизнеса для себя рассматриваете?

– Новых идей пока нет. Сегодня у нас внутри действующих бизнесов идет большое развитие. Мы трансформируем их, занимаемся оптимизацией. Расширяем парк автомобилей, развиваем ЗРЛ-контракты. Это то, что необходимо, с учётом того, что розничные продажи все больше переходят федеральным компаниям. Сетевикам забирают объем, просто дистрибуция уже никому не нужна. Но мы – благодаря диверсификации – этот объем не теряем, он остается на чистой логистике. Гибрид дистрибуторского и логистического направлений позволяет себя уверенно чувствовать.

С кем вы сегодня конкурируете?

– В транспортном направлении – с другими федеральными компаниями. Есть предприятия, у которых по 3-4 тысячи автомобилей, но мы уверенно входим в 15-20 перевозчиков по стране. А по дистрибуторскому бизнесу, по ЗРЛ я не думаю, что в тех субъектах, где мы представлены: Иркутская область, Бурятия, Забайкалье, Хакасия, Тыва, Красноярский край – есть равные нам компании.

За последние два года мы перевели на себя

много крупных контрактов из других дистрибуторских компаний. Были и поглощения конкурентов в разных регионах. Все это позволяет «Сервико» расти. Оборот холдинга в этом году составит около 45 млрд рублей. Прирост – около 10%.

Каким вы видите будущее «Сервико»? Какой станет компания через 10-15 лет?

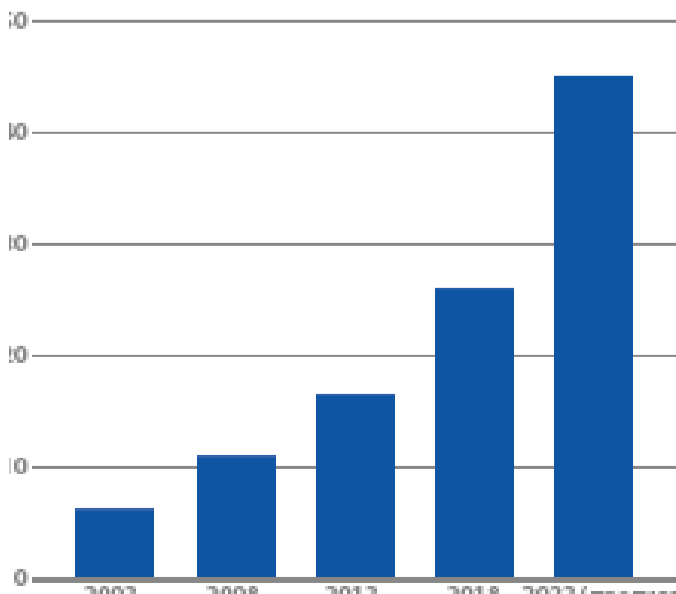
– Не мыслю такими категориями. И мне всегда забавно, когда говорят, например, про «план развития России до 2030 года». Если ты бездельник – то да, надо планировать на 2030 год. А лучше – на 2050-й. Потому что у власти уже будешь, скорее всего, не ты – не тебе делать и отчитываться.

Мы пока планируем свою деятельность на два-три года. Главные задачи – увеличение основных ресурсов, основных средств. Нам есть чем заняться. Например, надо строить свою базу в Красноярске, где мы пока арендуем площади: склады, офисы. 500-600 млн рублей на это уйдет. Большие вложения будут и в приобретение автотранспорта, в новые технологии.

Останавливаться, значит, не намерены.

– Если компания останавливается в развитии – какое-то время она, конечно, сможет работать по инерции. Но потом уже не успеет догнать конкурентов. Я убежден: бизнес развивается только тогда, когда он растёт.

Иван Рудых



«Оборот холдинга в этом году составит около 45 млрд рублей»



«Сейчас у компании 400 автомобилей. В планах – вырасти до 500»



«Планируем строить базу в Красноярске, где мы пока арендуем площади»

Спортивный дух «Сервико»

Как корпоративные турниры и поддержка профессиональных команд помогают компании

Говорят: если хочешь работать в «Сервико» – занимайся спортом. Правда это или нет, но спортивный дух здесь, кажется, – всюду. На входе в главный офис – памятная хоккейная форма с автографами, в кабинете основателя компании Виктора Захарова – победные кубки и бутса Месси... Корпоративные соревнования, олимпиада для сотрудников, регулярная поддержка профессиональных и любительских спортивных команд – зачем всё это «Сервико»?

КУЛЬТУРА СПОРТА



Вся корпоративная культура «Сервико» неразрывно связана со спортом. В течение года в компании проходят турниры по мини-футболу, боулингу, волейболу, стритболу среди сотрудников.

Корпоративные соревнования становятся отличной возможностью отвлечься от рабочей рутины, укрепить здоровье и научиться коллективно принимать решения.

«Командные виды спорта развивают целеустремленность, мотивацию, сплачивают коллектив, – говорит основатель «Сервико» Виктор Захаров. – Всё это переносится на работу: люди общаются, сближаются, им проще решать рабочие задачи с коллегами из других городов, регионов».

Отборочные этапы соревнований охватывают 26 городов присутствия, собирают сотни участников и болельщиков. Лучшие команды борются в финале за победу. И побороться есть за что. «У «Сервико» такие призы?! Ничего себе!» – пожалуй, самая частая и искренняя реакция всех, кто узнает, как компания награждает победителей корпоративных соревнований. Приз за первое место – поездка всей командой за границу, за второе место – путешествие по России, за третье – локальный отдых.

ИНВЕСТИЦИИ В КОМАНДУ



В этом году «Сервико» отмечает 30-летие. Юбилейную дату отметили в июне традиционной олимпиадой для сотрудников. Двухдневный летний тимбилдинг на Байкале в этот раз побил все рекорды по массовости и масштабности:

в Куркутском заливе собрались свыше тысячи сотрудников и партнеров из шести регионов Сибири. 14 команд участвовали в различных конкурсах, проходили этапы тимбилдинга, которые включали как интеллектуальные задания, так и спортивные.



Фото из архива компании

«Когда-то, почти 20 лет назад, олимпиада собирала сотню сотрудников: жили в палатках на берегу, состязались в спортивных, интеллектуальных, творческих конкурсах, – вспоминает Василий Донских, директор по стратегическому развитию «Сервико», а в прошлом – капитан легендарной «Сибсканы». – Теперь многое изменилось. Но неизменным остался дух события, дух «Сервико» – сплоченный коллектив, все вместе, все рядом. В команды собираются люди из разных городов – к концу олимпиады знаешь, кто на что способен. Это здорово».

Организация олимпиады требует огромных инвестиций – и временных, и финансовых. Но руководство «Сервико» остается верным традиции. По мнению Виктора Захарова, компания сильно выигрывает от этого – и не только из-за укреп-

ления соревновательного и командного духа. «Спорт – это стремление к достижению результата. Каждая игра – событие не только для команд, но и для болельщиков, которые переживают за своих коллег. Полученный заряд положительной энергии служит хорошим стимулом для плодотворной работы с хорошим настроением».

ПОДДЕРЖКА ЛЮБИТЕЛЕЙ...

Корпоративными соревнованиями «Сервико» не ограничивается: едва ли не с момента основания поддерживает любительский и профессиональный спорт в городах присутствия.

Например, в мае 2023-го в микрорайоне Солнечный в Иркутске появилось новое спортивное

пространство – современные роллердром и поле для мини-футбола с искусственным газоном. «Сервико» выступила одним из инвесторов проекта в рамках частно-муниципального партнерства. Сегодня эта площадка собирает десятки любителей экстрима, а мини-футбольное поле стало основным местом занятий юных футболистов футбольного клуба «Иркутск».

Кроме этого, компания дает возможность и всегда поддерживает инициативу сотрудников по созданию команд в спортивных дисциплинах. Во многих городах есть команды «Сервико», причем как взрослые, так и детские, которые выступают на любительском уровне в разных видах спорта – мини-футболе, волейболе и других.

...И ПРОФЕССИОНАЛОВ

Помогает компания и развитию профессионального спорта в регионах присутствия. Как в локальных мероприятиях – чемпионат по фигурному катанию в Красноярске или чемпионат по боксу в Чите, например, так и оказывая постоянную спонсорскую поддержку профессиональным спортивным клубам: является партнером хоккейного и футбольного клубов «Енисей», а также ХК «Саяны» из Хакасии, который в этом сезоне перешел в российскую Суперлигу. В 2023 году при поддержке «Сервико» в Иркутске появилась своя профессиональная футбольная команда, которая выступает во второй лиге страны.

«Футбольный сезон в разгаре. И мы видим, какой интерес ФК «Иркутск» вызывает у болельщиков. Клуб входит в тройку самых посещаемых матчей среди всех команд российской второй лиги. Это здорово, что футбол в Иркутске живет, развивается и имеет такую поддержку болельщиков, собирая на стадионе «Труд» до 4,5 тысяч зрителей каждую домашнюю игру», – с гордостью говорит Василий Донских.

ФК «Иркутск» – это шанс возрождения нашего местного футбола, считают в «Сервико».

«Меня часто спрашивают: почему вы поддерживаете спорт, тратите на это немалые деньги? И в компании этот вопрос задают, и в семье, – признается Виктор Захаров. – Но сегодня я вижу: это работает – на бренд компании, на ее узнаваемость. Сейчас, когда маркетинг так прочно вошел в сферу HR, это крайне важно. Но главное – мне это нравится, это нужное, правильное дело».



Фото из архива компании

«В волонтерстве нет конкурентов»

Как прошел II Межрегиональный форум волонтеров в Иркутске

Волонтерство – один из главных трендов последних лет. Крупные компании: Сбер, En+ Group, ОАО «РЖД», ОК «РУСАЛ», Иркутская нефтяная компания, СХ ПАО «Белореченское», ГП «Янта», ИРГУПС, госкорпорация «Росатом», «Почта России» и другие – активно включаются в это движение, что придает добровольчеству системность, силу и массовость. «В этом деле компаниям делить нечего, здесь все – союзники», – так говорят о волонтерстве представители крупного бизнеса. Лучшие практики и интересные проекты они обсудили в начале августа на Межрегиональном форуме волонтеров в Иркутске, а затем перешли от слов к делу – оборудовали экотропу в Порту Байкал.

Волонтеров все больше



Волонтерство – часть стратегии Сбера, и с каждым годом людей, готовых со-переживать и вкладываться в добрые дела, становится все больше. Если в прошлом году ядро добровольцев Сбера составляло около 18 тыс. человек по всей стране, то сегодня – более 22 тыс. Неслучайно именно Байкальский банк Сбербанка второй год подряд стал площадкой проведения Межрегионального форума волонтеров в Иркутске, объединив добровольцев практически со всей страны.

Участниками форума стали представители различных общественных организаций и компаний, в которых развивается корпоративное волонтерство. Всех их объединяет одно – желание сделать мир лучше, чище и добрее. Мероприятие решили начать нестандартно и креативно – ярким выступлением шоу-дуэта баяниста и аккордеониста «Карабас». Такой – задорный и душевный – настрой очень важен в волонтерских делах. Здесь без энтузиазма – никуда.

«Очень рад, что уже второй год мы собираем на площадке Сбера неравнодушных людей, тех, кто готов отдавать частичку себя на добрые дела, – отметил, открывая форум, председатель Байкальского банка Сбербанка Александр Абрамкин. – Мы собираемся здесь, чтобы обсудить стратегии, поделиться опытом, а также зарядиться той энергией и позитивом, которые необходимы каждому, чтобы творить добрые дела».

По словам Александра Абрамкина, волонтеры Сбера ежегодно реализуют десятки различных инициатив. Одна из последних в Иркутском отделении – образовательный проект для коррекционных школ «Финансы для всех». Специалисты банка провели уроки финансовой грамотности и кибербезопасности в 36 коррекционных школах, учили подростков обращаться с деньгами, пользоваться услугами банка. Проект охватил 16 муниципалитетов Иркутской области, но в дальнейшем – Министерство образования региона уже приняло такое решение – будет продолжаться и тиражироваться.

Сформировать команду

Первый заместитель председателя правления Сбера, куратор направления ESG Александр Ведяхин принял участие в форуме удаленно, по видеосвязи. По его словам, Сбербанк активно развивает ESG-инициативы в поддержку национальных проектов «Экология», «Образование», «Культура» и «Демография». За волонтерские усилия банк удостоен первой национальной премии «Наш вклад», и это признание в очередной раз показывает: волонтеры помогают решать самые важные социальные вопросы в России.

«Форум волонтеров – уникальная площадка, – считает Александр Ведяхин. – Здесь можно обменяться опытом создания проектов и поддержки волонтеров со стороны организации, НКО и органов власти. Сбербанку тоже есть чем поделиться. И очень здорово, что, развивая сотрудничество с партнерами, наша команда волонтеров пополняется единомышленниками. Ключевая задача форума – сформировать большую команду добрых дел».



Подписание соглашения между НСКВ «Байкал» и АО АКБ «АЛМАЗЭРГИЭНБАНК»

Фото А. Федорова

Формированию волонтерского сообщества способствует не только площадка форума, но и различные профильные объединения. Так, в прошлом году Байкальский банк Сбербанка вступил в Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ) и стал председателем регионального отделения. В этом году – прямо во время форума в Иркутске – соглашение с НСКВ «Байкал» подписал банк из Якутии – АО АКБ «АЛМАЗЭРГИЭНБАНК».

НСКВ работает с 2014 года. Сегодня география совета превышает 30 регионов, сейчас в нем уже 70 компаний из самых разных отраслей. Всех их объединяет одна миссия – развитие корпоративного волонтерства. Как показала практика, именно оно является самым массовым и эффективным, так как поддерживается бизнесом.



«За девять лет своей работы НСКВ стал открытой платформой для взаимодействия бизнеса и государства»

в целях развития системного корпоративного добровольчества в масштабах всей страны. География его представительств охватывает 33 региона. В состав совета входят более 70 компаний. До 2025 года в НСКВ определены три ключевых направления развития, – рассказал представитель совета Дмитрий Шарков. – Первая – развитие партнерских проектов органов власти, бизнеса и НКО. Вторая – развитие региональной сети: важно, чтобы совет пополнялся новыми компаниями и практиками. Третья цель – повышение эффективности волонтерских программ. Через привлечение в социально полезную деятельность компетентных и неравнодушных сотрудников компаний корпоративное волонтерство вносит существенный вклад в достижение национальных целей развития. На федеральном уровне НСКВ участвует в диалоге с Минэкономразвития России о том, чтобы корпоративное волонтерство стало частью государственной системы оценки вклада добровольческого труда в национальную экономику».

На Байкал без пластика

Ассоциация «Байкал без пластика», созданная в Иркутской области в прошлом году при участии крупных компаний региона, – еще один пример эффективного объединения крупного бизнеса, общественных организаций, образовательных учреждений для решения серьезной проблемы, которую невозможно решить в одиночку.

«Микропластик – большая проблема для Байкала, – сказал представитель Ассоциации, руководитель региональных проектов Эн+ Евгений Вакула. – Его концентрации обнаружены в популярных местах отдыха – в Листвянке, Слюдянке, на Малом Море. На это лето запланирована масштабная работа по очистке озера. 25 июля завершилась недельная экспедиция, состоящая из представителей Ассоциации, Росрыболовства и профессиональных дайверов, которые подняли со дна 61 браконьерскую сеть общей длиной 3 км и весом 2 т. Работы будут продолжаться».

По словам Евгения, в июле также была организована конференция «Современные тренды и вызовы в туристическом секторе Прибайкалья» для представителей турсектора, крупного и среднего бизнеса. В середине лета за-

пустили образовательный экомарафон в детских лагерях отдыха Иркутской области. Ребята на уроках узнавали об уникальном мире Байкала, о проблеме загрязнения озера, а также о влиянии микропластика на окружающую среду.

Евгений Вакула добавил, что Ассоциация инициирует изменения в федеральный закон о защите Байкала по ограничению использования пластика на территории озера. Поправки уже рассмотрены в первом чтении Госдумы. Возможно, до конца года изменения будут приняты, и с 2024 года изделия из пластика, в частности одноразовую посуду, запретят на берегах Байкала.

Экотропы начинаются с Байкала

Развитием осознанного туризма занимается – в том числе и с волонтерской помощью – Большая Байкальская Тропа. Основатель ББТ Андрей Сукнев поделился с участниками форума своим немалым опытом строительства экотроп.

В Центральной России считают, что маршруты достаточно промаркировать и назвать их экотропой. «Ничего подобного, – говорит эксперт. – Те, кто был в Хамар-Дабане, в Саянах, знают, что такое кедровый стланик, что

пройти по нему чрезвычайно сложно. Экотропа должна быть такой, чтобы люди ходили по лесу безопасно. Возьмем Большую Байкальскую тропу – она обустроена так, что обычные горожане спокойно передвигаются по ней, дышат чистым воздухом, любят-ся идеально чистым лесом, начинают здороваться, улыбаться друг другу».

Андрей Сукнев заметил, что если брать за обустройство экотропы, то нужно подойти к проекту скрупулезно, чтобы получилось качественно и красиво. По его словам, в Байкальске планируется открыть федеральный ресурсный и образовательный центр тропостроения. «В нашей стране не хватает технологий по строительству троп, в чем-то знаний. Создаваемый центр в том числе займется объединением опыта тропостроения, разработками в этом направлении. Мы поставим в Байкальске нулевую отметку, с которой будут начинаться национальные тропы России. Все дороги ведут в Рим, а экотропы начинаются с Байкала».

Делить нечего

Организатор форума волонтеров – Сбер – и сам не один год активно развивает экологическое волонтерство: снижает

собственное воздействие на окружающую среду, занимается экпросвещением. «Мы во всех территориях нашего региона системно поддерживаем различные экологические акции и участвуем в них, к примеру, в прошлом году наши сотрудники посадили более 30 тыс. саженцев, активно поддерживаем федеральную акцию «Сад памяти», – рассказал куратор ESG-направления в Байкальском банке Сбербанка России, заместитель председателя Байкальского банка, председатель регионального отделения НСКВ «Байкал» Дмитрий Жоров.

Он также обратил внимание на то, что на территории вокруг уникального озера Байкал возникает очень многих волонтерских проектов и направлений. По созданию экотроп, очистке берегов и дна озера от мусора, по повышению экологической грамотности, по сортировке и переработке твердых бытовых отходов и многие другие. «В волонтерстве все компании, конкурирующие между собой на рынке, становятся союзниками, потому что в этом направлении делить нечего – нужно только отдавать», – резюмировал Дмитрий.

«Среди волонтеров, которые принимают участие в обустройстве тропы, – представители различных компаний со всей России, в том числе и банков. Никакой конкуренции, это общее дело, – поделился Дмитрий Жоров. – В волонтерстве все заодно, все – союзники».

КСТАТИ

Больше дела, меньше слов

На второй день форума, обсудив лучшие практики корпоративного волонтерства, участники перешли от слов к делу: вместе с представителями ФГБУ «Заповеное Прибайкалье» приступили к обустройству новой экотропы «Исток Ангары».

Общая протяженность нового маршрута составит 9 км, участники форума оборудовали первые четыре с небольшим. Тропа начинается в Порту Байкал. По словам заместителя председателя Байкальского банка Сбербанка Дмитрия Жорова, остановились именно на этой точке, чтобы здесь смогли побывать все желающие.

Это будет самая близкая к Иркутску тропа – потому и самая востребованная среди гостей региона. На ней появятся скамейки, указатели, фотозона, пикниковая точка, столбики с QR-кодами, которые окупят туристов в дополненную реальность и позволят увидеть животный мир Прибайкалья.

«Среди волонтеров, которые принимают участие в обустройстве тропы, – представители различных компаний со всей России, в том числе и банков. Никакой конкуренции, это общее дело, – поделился Дмитрий Жоров. – В волонтерстве все заодно, все – союзники».

КСТАТИ

Больше дела, меньше слов

На второй день форума, обсудив лучшие практики корпоративного волонтерства, участники перешли от слов к делу: вместе с представителями ФГБУ «Заповеное Прибайкалье» приступили к обустройству новой экотропы «Исток Ангары».

Общая протяженность нового маршрута составит 9 км, участники форума оборудовали первые четыре с небольшим. Тропа начинается в Порту Байкал. По словам заместителя председателя Байкальского банка Сбербанка Дмитрия Жорова, остановились именно на этой точке, чтобы здесь смогли побывать все желающие.

Это будет самая близкая к Иркутску тропа – потому и самая востребованная среди гостей региона. На ней появятся скамейки, указатели, фотозона, пикниковая точка, столбики с QR-кодами, которые окупят туристов в дополненную реальность и позволят увидеть животный мир Прибайкалья.

«Среди волонтеров, которые принимают участие в обустройстве тропы, – представители различных компаний со всей России, в том числе и банков. Никакой конкуренции, это общее дело, – поделился Дмитрий Жоров. – В волонтерстве все заодно, все – союзники».

«Среди волонтеров, которые принимают участие в обустройстве тропы, – представители различных компаний со всей России, в том числе и банков. Никакой конкуренции, это общее дело, – поделился Дмитрий Жоров. – В волонтерстве все заодно, все – союзники».

Иван Рудых

Алёна Гиль: «Деловой этикет как воздух пронизывает все наши взаимоотношения»

Алёна Гиль – уникальный профессионал в сфере делового этикета и протокола. В постсоветской России она, выпускница кафедры режиссуры и мастерства актёра Московского института культуры и искусств, была одной из первых, кто преподавал светский и деловой этикет представителям зарождающегося российского частного бизнеса. Сейчас она работает с представителями различных направлений бизнеса, политики, госуправления. В сентябре эксперт международного уровня проведёт мастер-класс для представителей иркутского делового сообщества, а накануне этого события с Алёной Гиль встретился журналист Газеты Дело. Мы говорили о том, кому необходимы знания бизнес-этикета, как он влияет на переговорный процесс, что надеть на деловую встречу и зачем в век цифры нужны визитные карточки? Яркие моменты беседы – в нашем материале.

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ БЫЛ ВСЕГДА

Многие считают, что деловой этикет – это новое направление в мире бизнеса, а запрос на его знание у современных предпринимателей появился не так давно – лет 7-10 назад. Алёна Гиль совершенно не согласна с этим мнением.

– Когда говорят, что раньше у нас не было делового этикета, и он появился лишь сейчас, это абсолютно не соответствует действительности. Ведь что такое этикет? Это определённые правила эффективного и уважительного взаимодействия, сложившиеся и принятые в том или ином сообществе – социальном или профессиональном. И они существовали всегда: любые отношения с незапамятных времён были регламентированы: как здороваться, к кому как подойти, куда посадить гостя, с кем, где и как обсуждать дела и т.д. И в любой отрасли – науке, промышленном производстве, искусстве, военном деле, не говоря уже об административной и управленческой деятельности, – всегда были жёсткие, как прописанные, так и негласные правила, которые формировали систему взаимодействия и фиксировали существующее положение дел. Все знали эти правила, и, кстати, очень быстро их осваивали, так как они формировались с учётом общей культуры общения. Только это не называлось «бизнес-этикетом», а «правилами поведения в трудовом коллективе», «кодексом деловых взаимоотношений», «правилами общения с подчинёнными», «алгоритмами поведения» и т.д. Но по сути это был именно деловой этикет. Так что, у нас в стране он был всегда. И, кстати, люди, владевшие навыкам уважительного общения в иерархичной системе, производственной ли, административной ли, при желании, были весьма успешны в выстраивании своих бизнесов. Проблема была в том, что объём этих знаний и навыков не был собран и систематизирован как отдельный предмет, и специалистов, обучающих деловому этикету как самостоятельной дисциплине, не было. Но сами деловой этикет и деловой протокол были всегда.

В 90-е запрос на знания этикета, причём не столько делового, сколько этикета вообще, у бизнес-сообщества сформировался очень большой. Сейчас уже забавно вспоминать о том, что на деловом обеде, который оплачивала принимающая сторона, то есть российская, некоторые наши участники стеснялись есть, так как были не уверены, правильно ли это делают, в то время как иностранные партнёры наслаждались нашим гостеприимством. Это, конечно, абсолютно не самое главное в деловых встречах и переговорах, но вы можете быть абсолютно уверены в том, что любой собеседник, вольно или не вольно, обратит внимание на то, как человек ведёт себя за трапезой – это всегда дополнительная информация. Удивительно, но до сих пор, этот навык – умение вести себя за столом – служит для некоторых барьером, который легко преодолеть с помощью небольшого тематического курса по этикету.

А сколько больших и маленьких ошибок совершают наши бизнесмены, и не только они, даже не догадываясь об этом. Например, по сложившимся в деловой практике правилам почётные места для гостей за столом переговоров – лицом к окну (спиной к двери), в отличие от почётных мест в ресторане (лицом к залу или лицом к двери). Как должен расценить гость предложенное непочётное место за столом переговоров: как попытку понизить его статус, как незнание делового протокола, как желание продемонстрировать неуважение?

«НЕЙТРАЛЬНАЯ УЧТИВОСТЬ» СПАСЁТ В ТРУДНУЮ МИНУТУ

Вообще деловой этикет и его нюансы имеют большое значение и играют важную роль в переговорном процессе. Как подчёркивает



Алёна Гиль, специалист по светскому этикету, деловому этикету и протоколу, режиссёр-педагог по пластике

Фото из личного архива

Алёна Гиль, согласно сложившимся правилам, при любых обстоятельствах, независимо от того, нравятся ли участники встречи друг другу или нет, нужно провести переговоры до конца, и только потом принимать решение, как поступать дальше.

– Деловой этикет помогает сохранять достоинство и создаёт позитивную атмосферу за счёт подчёркнуто уважительно поведения и нейтрального тона разговора – без панибратства, елей или завуалированного хамства. Например, если не представляется возможным прямо сказать собеседнику о том, что вам неинтересны его предложения, вы говорите: «Я предлагаю взять паузу на три дня, чтобы принять взвешенное решение». Я называю это «нейтральной учтивостью» и уметь быть в такой нейтральности – очень хороший навык, потому что он всегда спасёт в трудную минуту, особенно, когда вы не всегда до конца знаете, с каким человеком ведёте переговоры.

Кстати, в бизнесе на сегодняшний день огромное значение имеет эффективность: ни у кого из тех, кто занимается каким-либо делом, нет задачи пойти на встречу и провалить её. Поэтому, чем больше у вас будет разнообразной информации о клиенте, партнёре, в том числе, полученной прямо во время переговоров, тем более грамотно вы выстроите с ним коммуникацию, тем точнее сможете просчитать, что будет влиять на успех, и сделать для этого всё возможное.

ЧАШКА КОФЕ КАК ЗНАК ОСОБОГО РАСПОЛОЖЕНИЯ

Говоря о значении делового этикета в переговорном процессе, эксперт привела ещё несколько примеров.

– Когда вы приходите к руководителю какой-то компании и он не предлагает вам угощения, это не нарушение правил делового общения. У нас об этом почти никто не знает, но руководитель и не должен вас угощать: вы пришли не в кафе-терий, и не в ресторан. Вы пришли работать. Но вот если хозяин кабинета хочет выказать вам, своё особое расположение, создать более неприуждённую атмосферу встречи, он предложит

вам выпить чаю или кофе. Вот так: о своём отношении можно сказать словами, а можно, предложив на встрече деловое угощение. И, зная правила игры, вы поймёте и правильно «считаете» его «жест».

Более того, предложение угощения может быть частью тактики и стратегии ведения переговоров. Можно сделать это непосредственно в помещении для переговоров с обслуживанием, без обслуживания (при обсуждении особо конфиденциальных вопросов), можно устроить перерыв для кофе-паузы – и это уже не просто «попить-поесть», такая разбивка в переговорах нужна, чтобы «пошептаться», обменяться мнениями, разрядить обстановку, возможно, скорректировать дальнейшую линию поведения. Разумеется, выбор формата зависит от уровня персон, присутствующих на переговорах, уровня обсуждаемых вопросов, степени напряжённости взаимодействия и т.п.

Также высказать особое расположение партнёрам можно, пригласив их на совместный обед во время долгих переговоров. Но это также зависит от нюансов статусного взаимодействия.

ИЗ ЧЕГО ФОРМИРУЕТСЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Ещё одно устоявшееся мнение о бизнес-этикете – что он нужен и полезен только владельцам компаний или менеджерам высшего эшелона. Но, как утверждает Алёна Гиль, он нужен всем, поскольку как воздух пронизывает все наши взаимоотношения. Поэтому основы правильного делового общения должен знать буквально каждый человек в компании: от уборщицы до генерального директора. Этот постулат она «проиллюстрировала» на примере протокола сопровождения гостя.

– Вы приходите в некую компанию, видите, что на ресепшене никого нет, но мимо вас идёт человек. Обращаетесь к нему с просьбой помочь найти нужный кабинет, он подробно рассказывает, как вам это сделать. То есть, теперь вы сами должны ходить по офису в поисках того, что нужно, тратя на это своё время. Ничего катастрофического не произошло, конечно же, но, во-первых, вас никто не встретил, а это может быть знаком неуважения или попыткой понизить ваш статус; во-вторых, вас не проводили до нужного кабинета, что является неуважением по отношению к клиенту. То есть вы «считываете информацию» о том, что компания не плохая или хорошая, а невысокого уровня деловой культуры. Возможно, вам встретился единственный сотрудник, не знакомый с правилами делового этикета, но впечатление о компании он уже создал.

Несколько раз столкнулась с мнением, что если клиент пришёл не к вам лично, то и не надо тратить на него своё время. Но он пришёл в компанию, принёс сюда свои идеи или деньги, а значит, готов предоставить эти ресурсы в её распоряжение. Как же можно не помочь ему в этом и не проводить к нужному ему человеку? Ведь все должны заботиться о процветании: когда у компании всё хорошо, у вас тоже всё хорошо, а общий успех зависит и от таких «маленьких» моментов в том числе.

Биографическая справка

Алёна Гиль, специалист по светскому этикету, деловому этикету и протоколу, режиссёр-педагог по пластике, окончила Московский государственный институт культуры (кафедра режиссуры и мастерства актёра), Высшее театральное училище им. Б.В. Щукина, (Мастерская А.Б. Дроздина «Сценическое движение»), ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ» (Программа «Международный протокол и кросс-культурные коммуникации»).

Преподаватель «Школы бизнеса и междуна-

родных компетенций» МГИМО, Педагог-наставник Otatog Club.

Член «Гильдии режиссёров-педагогов по пластике», «Национальной ассоциации специалистов по протоколу».

Лауреат Национальной профессиональной премии в области протокола, имиджа и этикета «За вклад в развитие делового этикета в России», «За вклад в развитие и популяризацию профессии».

Автор и ведущая корпоративных тренингов для руководителей и сотрудников коммерческих и государственных компаний.

Вы удивитесь, но даже уборщица, если вдруг она оказалась единственным представителем компании, попавшимся на глаза гостю, тоже должна быть готова выполнить роль сопровождающего лица. Клиенту всё равно, кто его проводит до нужного кабинета, главное – его время сэкономили и ему выказали уважение. С точки зрения идеальных деловых алгоритмов, помочь гостю должен и генеральный директор, если он, вдруг, случайно оказался в коридоре офиса и именно к нему с просьбой обратился гость. Таким образом формируется единая корпоративная культура. Не взаимозаменяемость, а именно единая корпоративная культура.

ДРЕСС-КОД – ЭТО НЕ ПРО СТОИМОСТЬ

В мировой деловой и светской практике выработались определённые правила в отношении внешнего вида делового человека. И профессионал высокого уровня деловой культуры должен их знать, подчеркивает Алёна Гиль, потому что внешний вид – это, прежде всего, уважение к самому себе, к своему статусу, к тому, чем ты занимаешься, к компании, которую ты представляешь.

– Более того, знания о том, где и как уместно выглядеть, помогут избежать многих проблем и недоразумений в бизнесе. К примеру, у генерального директора автомойки нет необходимости ежедневно ходить на работу в костюме и в галстуке. Более уместно, разумеется, делать это в той одежде, которая наиболее эффективна в управлении бизнесом. Но если он идёт в солидный банк, в котором хочет получить заказ, например, на обслуживание парка автомобилей, то должен выглядеть как генеральный директор пусть небольшой, но «гордой» компании, который знает, как нужно себя вести во взаимодействии с компанией более высокого уровня. То есть человек своим внешним видом выкажет уважение «дому», в который он пришёл, руководителю, с которым он встречается, и уровню обсуждаемой проблемы. И неважно, что у него пока маленький бизнес, но он уже знает правила игры в большом бизнесе и умеет по ним играть. В этом случае, по уровню деловой культуры директор автомойки будет в одной системе координат с руководителем банка, это будет считано как сигнальная система «свой-чужой» и у него будут преференции ещё до начала содержательной части переговоров.

Причём дресс-код – это не про стоимость. Это не обязательно самый дорогой костюм и самый дорогой галстук, «правильную» одежду можно подобрать и в недорогом сегменте. Главное – знать правила.

При этом очень часто можно услышать такую фразу: «Я – свободный человек, как хочу,

так и выгляжу», то есть не буду ради вас ни одеваться как-то особенно, ни вести себя. Но когда человек своим внешним видом даёт понять, что не уважает партнёра, это считывается моментально, и тогда возникает вопрос: «А прогнозируешь ли ты, «свободный человек», реакцию, которую получишь в ответ, готов ли ты к решению, которым закончится эта встреча?»

Так вот, если генеральный директор автомойки придёт на переговоры в банк одетым в повседневную одежду, считая себя свободным от всяких «условностей», его и его команду могут «освободить» от возможности получить хороший контракт, причём только потому, что он не «просчитал» своего партнёра, не захотел выказать ему своё уважение, и не настроился на эффективное взаимодействие. «Не «свой», не профессионал!» Цена глупости и недальновидности бывает очень разной.

Хотя, вполне возможно, что человек просто не знает этих правил. Я всегда задаю себе этот вопрос: «Как же это возможно, если ты считаешь себя профессионалом и ориентирован на успех в деловом взаимодействии?» Это тем более странно, что этим международным стандартам и правилам можно легко обучиться, а потом уже самому решать, следовать им или нет, а если следовать, то где, когда и как. Вот это и есть – свобода!

БОЛЬШОЙ БИЗНЕС СТРЕМИТСЯ К ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Однако, как отмечает Алёна Гиль, ориентируясь на свой опыт, запрос на знание делового этикета больше присущ крупным компаниям, то есть тем, кто уже пришёл к пониманию, что деловая культура – это значимая составляющая успешного ведения бизнеса. Но эти правила, говорит эксперт, важно знать и небольшим, и средним компаниям, чтобы избежать массы ошибок, о которых они даже, к сожалению, не догадываются, упираясь иногда в невидимый «стеклянный потолок» в уровне делового взаимодействия.

– Сейчас такое время, когда новое в технологиях производства, в технологиях продаж очень быстро становится известным всем. Поэтому всё большую и большую роль играет то, что касается эффективных коммуникаций, тонкостей общения, нюансов взаимодействия. Чаще всего именно опытный бизнесмен понимает, как много в успехе его дела зависит от того, как себя ведёт он, топ-менеджеры компании, как сотрудники общаются с клиентами и партнёрами, между собой внутри компании, на внешнем контуре. И тогда у него и формируется запрос на повы-

шение уровня знаний в сфере делового этикета, корпоративной культуры.

При этом запросы могут быть самые разные:

- подготовить компанию к переходу на новый уровень;
- привести в соответствие новый уровень компании и компетенции сотрудников;
- «прокачать» компетенции, углубить имеющиеся знания;

- сформировать корпоративную культуру или дать инструменты для уже созданных сценариев развития корпоративной культуры компании;
- дать инструменты для существующего функционала конкретного направления деятельности (например, в private banking);
- увлечь темой и показать её значимость как для компании, так и для каждого сотрудника.

Наталья Горбань

О чём пойдёт речь на мастер-классе в Иркутске?

Как рассказала Алёна Гиль нашему изданию, в программе мастер-класса она представит его участникам некий этикетно-протокольный сценарий проведения деловой встречи. Расскажет о базовых принципах и правилах статусного поведения, разберёт схему взаимодействия «Гость – Сопровождающее Лицо» и общение в ситуации «Гость – Хозяин Встречи».

– Каждый из нас бывает в обеих этих ролях, и должен знать: что в международной и отечественной практике считается знаками уважения, на какие из них мы имеем право рассчитывать, какие знаки мы обязаны оказывать, если считаем себя профессионалами высокого уровня культуры, как трактовать поведение собеседника по отношению к нам, а в нашем лице – к компании, которую мы представляем, а также к уровню обсуждаемой проблемы.

Кроме этого, я коротко расскажу об алгоритмах протокола встречи гостя, упомяну о пра-

вилах знакомств и представлений, и, конечно, коснусь темы деловых дресс-кодов.

Этикет – это язык: или мы изучаем его и говорим на нём, или нет. Решение только за нами. И где, когда и как говорить на нём, решаем опять же только мы сами. Но когда у нас есть этот инструмент успешного взаимодействия, мой обожаемый этикет, мы можем воздействовать ещё более тонко и объёмно на ситуацию и партнёров, а вот если нет, то количество возможностей сокращается. Собственно говоря, моя задача, как педагога и тренера, не просто передать знания и обучить навыкам, но дать возможность прочувствовать этикет как часть Культуры, помочь освоить этикет на уровне естественного поведения, научить пользоваться всеми правилами этикета и протокола так, чтобы их соблюдение влияло на успех как в деловой, так и в светской жизни, чтобы меняло качество жизни. Но самое главное, чтобы это доставляло огромное удовольствие!

ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ

Распространённое мнение о том, что визитные карточки – это красивая, но умирающая норма делового этикета, было опровергнуто Алёной Гиль. Как оказалось, визитная карточка не только красивый, но и важный атрибут взаимодействия со статусными персонами, на котором её владелец размещает максимум оперативной информации о себе.

– Да, сейчас можно обмениваться и электронными данными, куар-кодами, но по этикету, если вы подходите к человеку, который гораздо выше вас по статусу, вы не можете ему просто сказать: «Иван Иванович, а не дадите ли мне свой телефончик?» или «А давайте я продиктую Вам свой номер телефона». Будьте осторожны, далеко не во всех направлениях и уровнях бизнеса и далеко не со всеми персонами можно себя так вести. Иногда, это просто немыслимо, особенно в консервативных видах деятельности. Напомню, что первым вручает визитную карточку тот, чей ранг ниже, а старший по статусу уже определяет, как отреагировать на это предложение о дальней-

шем взаимодействии, это его право: привилегия опыта, уровня, статуса. То есть, вручая свою визитную карточку, вы ведёте себя адекватно и абсолютно безупречно с точки зрения делового этикета и протокола. Всё ваше поведение говорит о том, что вы знаете, с кем общаетесь, как должно себя вести с человеком такого уровня, что вы знаете «правила игры» и умеете по ним играть. Очень хочу напомнить всем, принимающим приглашение: если на одном мероприятии присутствуют очень статусные персоны и, к примеру, специалист в какой-то области, то всем следует помнить о правиле гостеприимства, давно сформировавшейся традиции: специалист – такой же уважаемый гость, как и все остальные гости. И в этом смысле он, формально, несмотря на более низкий статус, имеет право подойти к любому человеку высокого ранга, чтобы представиться или быть представленным и познакомиться, то есть, воспользоваться шансом и расширить свои связи и возможности, – пояснила эксперт.



Алёна ГИЛЬ

Искусство делового этикета

Тонкости имиджа, протокола и этикета

Высший уровень

Впервые в Иркутске

21.09

Слушаем, учимся, меняемся!

КУПИТЬ БИЛЕТ:



Стоимость участия и регистрация на сайте eticet.ru или по телефону +7(901) 631-63-65

«Наша отличительная черта – антихрупкость»

В этом году Росбанк отмечает свое 30-летие. Накопленный опыт помог ему не просто справиться с беспрецедентной турбулентностью 2022 года – банк завершил его с положительным финансовым результатом и ростом по основным направлениям бизнеса, в том числе по такому деликатному как private banking. О том, как внешнеполитические изменения и смена акционеров повлияли работу с состоятельными клиентами, какие новые возможности для владельцев капитала готов предложить Росбанк, рассказал управляющий директор Росбанк L’Hermitage Private Banking Александр Афанасьев.

О КЛИЕНТАХ

Как повлияли на рынок услуг private banking в России события последних полутора лет? Этот сегмент всегда считался высококонкурентным, сохранилась ли борьба за клиентов на прежнем уровне? Есть ли потенциал для роста – в том числе за пределами столиц?

– Действительно, прошлый год был не самым простым, да и в этом давлении на финансовую систему страны сохраняется. Однако ТОП системообразующих банков остался прежним, все мы находимся примерно в одинаковом положении, поэтому конкуренция сохраняется. Тем не менее и в прошлом году, и в этом клиентская база private-сегмента Росбанка показала рост – в том числе в регионах.

Сейчас мы активно расширяемся в Сибири и на Урале, растем в Поволжье и на юге России. Если говорить именно о сибирском макрорегионе, здесь показатели private banking – одни из самых высоких по стране. Рост капитала клиентов Росбанка под управлением с начала года составил порядка 25%, прирост базы клиентов – более 20%. И, несмотря на такие значительные цифры, потенциал региона, по нашему мнению, остается высоким. Мы ожидаем, что до конца года наши показатели еще подрастут.

Как состоятельные клиенты выбирают банк? Работает ли здесь система рекомендаций?

– Безусловно, когда мы говорим об управлении частными капиталами, то клиенты, выбирая банк, ориентируются на рекомендации – это один из основных каналов прироста базы. Оценивают позиции банка на рынке. Смотрят: совпадает ли подход банка к работе, внутренняя культура организации с их требованиями и восприятием.

В числе главных требований к private banking – полная конфиденциальность и надежность. Важен уровень экспертизы менеджеров банка, их умение продумывать ситуацию, видеть риски и возможности быстрее, чем клиент, и предлагать решения на опережение.

Также владельцы капиталов ценят индивидуальность в подходе – и этим мы серьезно отличаемся от других банков. Росбанк L’Hermitage Private Banking не оперирует готовыми линейками продук-



Александр Афанасьев, управляющий директор Росбанк L’Hermitage Private Banking

Фото из архива компании

мер, недавно мы заключили договор с туристической компанией, организующей фототуры для наблюдения за китами.

Еще один важный критерий – ненавязчивость. Ненавязчивость в предложении или предоставлении клиентам тех или иных решений.

О ТРЕНДАХ

Многие состоятельные клиенты в прошлом году оказались в довольно сложной ситуации, которая была связана с санкциями, с заморозкой активов. Как эти вопросы помог решить Росбанк? Что вы готовы предложить сегодня тем, кто остался в России?

– В прошлом году был большой запрос на операции с иностранными активами: владельцы капиталов старались переводить их в российскую юрисдикцию. А уже в начале этого года инвесторы из числа наших состоятельных клиентов стали интересоваться российским рынком и начали на него заходить. Что касается активов, попавших под заморозку, Росбанк по-прежнему активно занимается этим вопросом – мы проходим весь путь со своими клиентами. Кроме того,

огромное количество людей, прежде совершавших расчеты в долларах и евро, потеряли такую возможность. Поэтому для клиентов, которым по-прежнему нужно осуществлять трансграничные переводы, мы искали альтернативные возможности в виде банков-партнеров и валют стран Ближнего Востока и Азии. Находили цифровые решения задач наших клиентов.

Изменилась ли стратегия инвесторов из числа ваших клиентов? Наблюдаете ли вы изменение соотношений рискованных и консервативных инструментов в портфелях?

– Несомненно, инвесторам сегодня приходится учитывать слишком много факторов неопределенности: геополитическая ситуация, риторика мировых центробанков, новые российские законодательные акты. Но при этом я отмечаю: все люди разные, у каждого инвестора – свои задачи, под которые он наполняет портфель.

Я бы выделил два типа инвесторов. Первые обращают внимание и на изменения последних лет, и на события, ожидаемые в ближайшей перспективе, рассчитывают, как это может сказаться на рынке акций, и определяют свою стратегию, исходя из этого. Они оценивают свою прибыль на коротком промежутке времени и готовы работать с рисками. Второй тип ориентируется на долгосрочную перспективу – 5, 10 и более лет. Эти инвесторы принимают, что какие-то события могут привести к волатильности, даже спаду в определенный момент времени, но исходят из того, что в конце концов их активы вырастут.

При этом кто-то из них готов на себя брать риски и инвестировать самостоятельно, но вместе с тем я отмечаю спрос как на услуги инвестиционного консультирования, где окончательное решение остается за самим клиентом, так и на доверительное управление. Но даже в последнем случае наполнение и пересмотр портфеля ведутся, исходя из задач и стратегии конкретного клиента.

Видите ли вы интерес к альтернативным инвестициям – металлам, недвижимости, «новым» валютам, цифровым активам?

– В целом сохраняется спрос на золото. Понятно, что инвесторы рассматривают его как «защитный» инструмент для хеджирования рисков в условиях неопределенности. Всплеск интереса к нему был примерно год назад, но это было больше связано с отменой НДС на покупку физического металла. Что касается фондов, спрос на золото вырос не так значительно. Тем не менее у нас доля золота в инвестициях всегда составляла от 5 до 10%, а в последние 6-8 месяцев она выросла на 80%.

Основной объем инвестиций и сбережений сегодня происходит в

рублях. Хотя некоторые наши клиенты оставили свои средства в классических валютах – долларах и евро. Хочу обратить внимание, что мы готовы предложить инвестиционные инструменты, в основном консервативные, в этих валютах тоже. Например, вложить доллары в замещающие облигации – такая возможность на Московской бирже есть.

Отмечаю рост спроса на недвижимость, в том числе за рубежом. Учитывая рост арендных ставок в странах, с которыми Россия сохранила дружественные отношения, это хороший способ инвестировать средства с рекордной доходностью. Растет интерес и к таким инструментам, как вложения в антиквариат и предметы искусства.

А вот запрос на диверсификацию сбережений в «новые» валюты – например, в дирхамы и в юани – невелик и связан либо с намерением купить недвижимость за рубежом, либо с необходимостью международных переводов.

Сегмент Private Banking – достаточно консервативный. Насколько он чувствителен к тренду на цифровизацию, ИИ, цифровые активы и платежные инструменты? Технологичность важна для состоятельных клиентов?

– С точки зрения диджитализации процессов клиентам Private Banking важно, чтобы ежедневные операции они могли совершать быстро и беспрепятственно, чтобы не приходилось ехать в офис ради простой банковской транзакции, и даже более сложные задачи решать дистанционно с помощью наших сотрудников. Но все-таки Private Banking – про конфиденциальность, про личные встречи. Основное в нашем сегменте – это взаимоотношения, долгосрочность связей с клиентами. А digital помогает в этом.

Мы, безусловно, следим за трендами в сфере цифровых технологий. Например, команда Росбанк L’Hermitage Private Banking разработала инвестиционную платформу Advisors’ Axiom для совместной работы финансового эксперта и клиента private banking.

Благодаря возможностям ИИ она анализирует массивы данных и позволяет получать персонализированные рекомендации по инвестированию.

Из новых предложений на рынке я бы выделил цифровые финансовые активы (ЦФА). В отличие от биткоина ЦФА обеспечен стабильным активом: например, драгметаллом. Можно получать доход от роста стоимости актива, не владея им физически. Росбанк стал первым в России банковским партнером оператора информационной системы ЦФА – компании «Атомайз», которая в феврале 2022 года первой в стране получила допуск Банка России к выпуску и обращению цифровых финансовых активов. В начале этого года Росбанк провел первую в России тестовую сделку по покупке ЦФА на золото за цифровые рубли. Также среди пилотных проектов банка есть ЦФА на драгоценные металлы и камни, на дебиторскую задолженность крупных компаний. Нам интересны проекты «Атомайз», связанные с «цифровым квадратным метром».

О БРЕНДАХ

В прошлом году Росбанк провёл ребрендинг – с чем это было связано? И как отреагировали клиенты на изменения в акционерной структуре и на смену бренда?

– Новый бренд потребовался, поскольку у нас сменился основной акционер – теперь мы относимся к группе «Интеррос», одной из крупнейших частных инвестиционных компаний России. Доля «Интерроса» в акционерном капитале Росбанка сегодня чуть менее 45%. Еще 47,5% акций нашего банка переданы Благотворительному фонду Владимира Потанина. Это, безусловно, открывает новые перспективы как для банка, так и для клиентов, дает доступ к уникальной экспертизе и цифровым возможностям. После смены акционера наши рейтинги со стороны российских агентств были подтверждены на самых высоких уровнях (АКРА, ААА (RU), «Эксперт РА», ruAAA).

Мне кажется, что новый бренд получился сильным и хорошо выражает наши основные принципы: мы – универсальный банк, в любых обстоятельствах сохраняющий высокие стандарты и надежность, развивший антихрупкость – не просто умение держать удар, но адаптироваться и действовать максимально продуктивно в интересах наших клиентов. Самый надежный элемент в цепи – самый гибкий.

В целом смена акционеров была воспринята нашими клиентами, в том числе клиентами Росбанк L’Hermitage Private Banking, спокойно – все они остались с нами.

Елена Демидова

СПРАВКА

В первом квартале 2023 года чистая прибыль Росбанка составила 8,7 миллиарда рублей, а чистый операционный доход остался на рекордно высоком уровне 2022 года, достигнув по итогам квартала 22,9 миллиарда рублей. При этом банк показал высокую операционную эффективность: соотношение операционных расходов к доходам находилось на уровне 50%. Данный результат был высоко оценен: агентство Эксперт РА в очередной раз подтвердило рейтинг Росбанка на наивысшем уровне ruAAA со стабильным прогнозом.

Новый бренд хорошо выражает наши основные принципы: мы – универсальный банк, в любых обстоятельствах сохраняющий высокие стандарты и надежность, развивший антихрупкость – не просто умение держать удар, но адаптироваться и действовать максимально продуктивно в интересах наших клиентов

тов, а гибко формирует ставки по финансированию, ставки по депозитам для каждого клиента.

Наконец, нас выбирают за широкий спектр услуг, выходящий за рамки сугубо банковской сферы, по сути, приближающийся к формату family office. У нас большое количество проверенных партнеров в самых разных сферах, которые оказывают нашим клиентам поддержку в управлении активами в других юрисдикциях, ведут налоговое и юридическое сопровождение, помогают решать вопросы медобслуживания и отдыха. Напри-



ИДИЛЛИЯ
ЭСТЕЙТ



Обилие зон отдыха
и малых архитектурных форм



Наша задача – сделать поселок
и дома в нем по-настоящему
индивидуальными, отличающимися
от других предложений на рынке

Одна третья часть поселка
отведена под общественные зоны



В продаже дом площадью 264 кв. м, с участком 16,3 сотки



ИДИЛЛИЯ - ЭСТЕЙТ.РФ

Объектом рекламы являются готовые дома в поселке Идиллия Эстейт

Сделано в России

Как Кристина Скобина превратила хобби в устойчивый ювелирный бренд

На интервью с Газетой Дело дизайнер и основатель ювелирного бренда Sophia Кристина Скобина приехала на «Харлее». Целеустремленная, решительная, готовая к новому – и при этом тонко чувствующая, она, кажется, сочетает несочетаемое. В этом, по словам предпринимательницы, и есть залог успешного ювелирного бизнеса: внутренний художник творит, технолог – заставляет «воздушные замки» летать, а коммерсант находит покупателя. Своим опытом Кристина поделилась в рубрике «Свое дело».

ИЗ ПОДВАЛА – В МАССЫ

Как многие маленькие девочки, в детстве Кристина плела из бисера и ленточек, лепила из пластилина. Еще тогда мамы подруги высоко оценили мастерство будущего ювелира. После школы – профильное образование, станки, материалы...

«Создание своего дела происходило органично: постепенно решались задачи с юридическим оформлением, кадровой политикой. Всё было очень плавно, и невозможно сказать, что решение принято в один день. Работы в найме у меня не случилось. На стажировке поняла: комфортной для себя среды, атмосферы и продукта мне не найти», – говорит она.

Набор сотрудников в мастерскую Кристина начала сразу после учебы. Как водится, они приходили из круга знакомых и однокурсников. «Самый-самый старт был в подвале родительского дома. Когда я приобрела профессиональное оборудование, с соответствующим шумом, запахом, меня вежливо попросили найти себе арендное помещение. Это был первый этаж жилого дома, где обычно открывают маленькие магазины и студии йоги. Позже мы выросли – и пошли другие площади», – добавляет ювелир.

Сначала аудитория расширялась исключительно через сарафанное радио. Мощным стартом для команды стала выставка в галерее «Революция». Именно 2014 год Кристина называет началом бренда Sophia. «Тогда мы с друзьями клеили рамки, вырезали манекены, сами изготавливали торговые стойки и декор. Чья-то мама делала для нас кейтеринг. В общем, это было очень трогательно и наивно. В день презентации у нас скупили все украшения. Команда была в восторге, и только я сидела мрачная за кофе и думала: «А на заявки из интернета что мы будем продавать?», – вспоминает она.

ХУДОЖНИК, ТЕХНОЛОГ, КОММЕРСАНТ

Как признается ювелир, старт ее дела – история не уникальная. Гораздо интереснее, что происходит с бизнесом дальше. Много: отклики, обратная связь, офлайн, онлайн – корректирует мировоззрение автора. «Лукавством было бы говорить, что я занимаюсь искусством. Искусство может лежать в столе годами и никогда не быть востребованным. Хороший дизайнер – это всегда триединство. Художник – занимается творчеством – он видит картину будущего и контекст настоящего. Технолог – заставит «воздушные замки» летать и объяснит всем, за счет чего. Коммерсант – найдет своего обожателя и покупателя», – говорит Кристина.

Пересеть со «станка» за документы, как и любому творческому человеку, ей было тяжело. За верстаком – просто и понятно, а с покупателем – сложно: там нормативная база, договор, юрист, бухгалтер на аутсорсинге... Но со временем работа с клиентами превращается в отдельное искусство. «Здесь дело в перестройке своего восприятия», – признается мастер.

Хороший дизайнер – это всегда триединство. Художник – занимается творчеством – он видит картину будущего и контекст настоящего. Технолог – заставит «воздушные замки» летать и объяснит всем, за счет чего. Коммерсант – найдет своего обожателя и покупателя

Важной вехой в развитии компании Кристина считает первый опыт на международной арене, когда бренд заметили и пригласили на казахскую и московскую недели моды. Понятно, что тогда никто не предоставлял грантов или специальных условий, но для маленькой мастерской в составе семи человек это было значительно. «Безуслов-



Кристина Скобина, дизайнер и основатель ювелирного бренда Sophia

Фото А. Федорова

но, есть такой аспект, как непонимание серьезности того, что ты делаешь, но это упирается в личность автора: если человек горит, если он энергичен, то скоро он добьется результата. Но даже до этого сила убежденности – подкупает. Все охотно участвуют в проектах, все придут на съемки. Важно любить свое дело, поэтому я очень редко употребляю слово бизнес, даже в частных разговорах», – рассказывает она.

АНАЛИЗ И ПЛАНИРОВАНИЕ

«В моём случае бизнес начался спонтанно, просто из-за количества внимания. Продукт сам решил дальнейшую стратегию. А если человек сознательно принимает решение, что сейчас это будет бизнес, то ему предстоит пройти несколько этапов», – делится предпринимательница.

Во-первых, нужно провести тщательный анализ. В самом начале художник, конечно, может закрывать свои потребности, но они совсем не обязательно могут подойти рынку. «Нужно посмотреть на продукт и личный бренд не своими глазами: выявить недостатки и преимущества. Необходимо анализировать людей, которые могут заинтересоваться твоим творче-

ством. Это продолжительный путь, и первый шаг – критический взгляд».

Второй этап – планирование. В творческой сфере оно не менее важно, чем анализ. Планирование, по словам Кристины, включает ответы на разные вопросы: какое время ты будешь посвящать продукту? Сколько времени уйдет на продвижение?

Взвешенный подход к делу позволяет бизнесу чувствовать себя уверенно. Самым доходным в сфере ювелирного производства Кристина называет частные заказы: «Это очень «короткие» деньги. У тебя заказали изделие, ты его изготовил. После получил мгновенную отдачу и финансовое вознаграждение. А игра вдолгую – это серьезные авторские проекты, когда ты заморочился с дизайном настолько, что призываешь им

ВАЖНО

5 принципов Кристины Скобиной

- 1. Корректируйте свое мировоззрение.** Необходимо смотреть на продукт со стороны и чувствовать контекст современного рынка.
- 2. Хороший дизайнер не занимается творчеством в чистом виде.** Он сочетает в себе художника, технолога и коммерсанта. Сесть за документ так или иначе придется.
- 3. Устойчивый бренд строится на балансе** – частных заказов, серьезных авторских проектов и массового продукта.

более искушенную аудиторию», – подчеркивает ювелир.

СЧАСТЬЕ В КРИЗИС

По её словам, золотая середина, которая должна быть у каждого бренда, – это универсальные украшения, которые хотят и могут приобрести большинство людей. Устойчивый бренд строится на балансе частных заказов, серьезных авторских проектов и массового продукта. Это помогает спокойно проходить через кризисные времена.

«Важно и то, что предприятие небольшое. Если оборот мастерской вместо пяти миллионов станет три – крайне неприятно, но терпимо, а если у самого крупного в Европе завода «Соколов» оборот вместо 500 млн станет 300 – это катастрофа, – поясняет Кристина. – Впрочем, стыдно признаться, но последние три года, которые предприниматели считают довольно сложными, для нас были очень хороши».

Например, во время пандемии команда Кристины обнаружила: людям необходимо себя порадовать. Всем был нужен маленький кусочек настоящего живого счастья, и здесь помог отличный сервис: начиная с продажи, заканчивая обслуживанием изделия. Живые операторы, а не роботы, работали с клиентами, и это действительно понравилось людям.

«В текущем кризисе главный вызов – то, что с рынка пропало много расходников. Вместе с тем мы сейчас наблюдаем, как растет производство отечественных аналогов. Они не уступают по качеству, но стоят гораздо меньше», – рассказывает Кристина.

ДЛЯ ВСЕХ КОНТИНЕНТОВ

«Недавно мы презентовали коллекцию «Апокриф» в Иркутске, и сейчас она поедет в Москву и Питер – это не считая оптовых закупок еще по нескольким странам», – делится предпринимательница.

Разработку линейки начали год назад. В ее основе – память русской нерелигиозной литературы «Песнь о Соколе». Дизайнеры специально перерабатывали кириллические шрифты для того, чтобы их можно было отобразить на украшениях. Работа над ними потребовала глубоких исторических изысканий. Оригинальный текст команда нашла только в диссертации студента МГУ. Он получил ее «в полях», в какой-то деревне.

У мастерской – много планов. Центральная задача на сегодня связана с нашим регионом. Как рассказывает Кристина, команде очень нравится работать с имиджем того места, где появился бренд, с сувенирной продукцией. «У нас есть очень классная линейка украшений с Байкалом. И нет, это не вульгарно. Это интересная задача, которую хочется продолжать решать», – говорит ювелир.

Ещё одна задача – продолжение работы с международными покупателями, расширение географии. В мастерской Sophia есть большая карта, и все континенты, кроме самых холодных, уже задействованы.

Дмитрий Бакляк

«Маркетплейсы – абсолютный тренд»

Елена Савенкова – о том, как оседлать волну электронной коммерции

Маркетплейсы сегодня – это абсолютный тренд: электронная коммерция открывает уникальные возможности перед предпринимателями, уверена Елена Савенкова. О нюансах онлайн-ритейла она знает не понаслышке: отработав 20 лет в офлайне, быстро перестроилась и сегодня ведет торговлю преимущественно на маркетплейсах. Почему Елена не стала открывать производств в Иркутске? Чем привлекателен рынок Киргизии? И какие возможности могут открыть бизнес-туры, которые она организует? Об этом – в нашем материале.

Девочка из Свирска

«Многие считают, что я про гламур, что ежжу на Лексусе, что у меня один из самых крупных YouTube-каналов в Иркутске, – улыбается Елена. – Но за всей этой гламурностью стоит реальная история, которая называется «Работать 24/7». Волшебной таблетки не существует. Именно про это я написала свою книгу «Я не про гламур – я про бизнес!».

Свой путь в предпринимательстве Елена начала, еще будучи студенткой международного факультета ИГУ. «Когда я приехала в университет – девочка из Свирска, то увидела, что жизнь бывает иной. У других были шубы, машины, и мне этого захотелось. Поэтому на летние каникулы я не поехала домой или на отдых, как сделали все мои одноклассники, а решила на день-два выйти к сестре продавцом – они с мужем много лет занимались дубленками. В то время это был настоящий тренд: дубленки, шубы, кожаные плащи и куртки.

Так вышло, что в день я продавала очень много, сестра попросила «задержаться», а я поняла, что это быстрый путь к финансовой свободе, и не стала возражать! Тогда «все совпало»: мне предложили снять в аренду ¼ павильона в тогда еще ТЦ «Престиж». Мне – 18, отсутствие страха, конкуренции. Летала в Турцию каждые две недели. На второй курс я приехала модно одетая и уже на своей машине Тойота Корона Премиио. Ритейл – это мое».

Первые павильоны с одеждой у Елены появились в торговом центре «Престиж», тогда была возможность под свой павильон привлечь инвестиции у собственника ТЦ (через администрацию). Благодаря тому, что администрация ТЦ разглядела в талантливой девчонке предпринимательский потенциал, развитие началось быстро, с закупками трендовых вещей проблем не было. Так началось развитие.

Особенность подхода Елены всегда заключалась в новизне и чутком улавливании модных тенденций. «Тогда же никто не знал понятий «мерчендайзинг», «витринистика». Я пришла к этому интуитивно: мне было 18, хотелось безумства, хотелось как-то выделиться. Хотелось работать с манекенной группой, к примеру, волосы у манекенов сделать насыщенно-розовыми, неоново-салатовыми, ярко-красными – психоделика во всей красе! Тогда это привлекало внимание людей. И этот прием, кстати, я повторила спустя время – когда упаковывала бренд Montenapoleone».

Ветряные мельницы в торговле

Бизнес Елены развивался успешно и стремительно. Сеть известных в Иркутске магазинов Montenapoleone в крупнейших ТЦ, небольшой швейный цех, способный отвечать на самые востребованные запросы потребителей... Но времена менялись – и требовали новых форматов.

«Я прошла все кризисы: 2008, 2014, 2020, – делится Елена. – Нас задевало каждый раз, считая себя мощным антикризисным управляющим. Когда кризис, я думаю: надо сделать ещё круче! Когда в 2020-м во время пандемии всех закрыли, я ушла в продуктовый ритейл и поняла для себя: надо искать нишу, которая будет работать при любых обстоятельствах, и в ковид – тоже. Так родилась цифровая история, маркетплейсы».

Елена называет это – «запрыгнуть в новую информационную волну». Многие предприниматели Иркутска не смогли сделать этого – и сегодня их пави-

льоны пустуют, кто-то просто не успел оцифровать бизнес и остался ни с чем. «А мы быстро перестроились. В пандемию продавали очень много средств индивидуальной защиты. Все вещи из 15 магазинов собрали в одно большое пространство и работали ежедневно по видеостримингу. Параллельно вышли на Wildberries и в первый же месяц сделали хорошую выручку с семизначными цифрами – команда была счастлива. Нам удалось полностью сохранить штат сотрудников».

Сейчас основная деятельность связана с торговлей одеждой, произведенной в тех странах, где нет санкционных ограничений – например, в Киргизии. По словам Елены, это выгоднее, чем организовать производство одежды в Иркутске. «Здесь мало кадров, очень дорогая рабочая сила, нет тканей, зачем это делать? В Кыргызстане – дешевые материалы, много фабрик и производств. Кроме того, страна входит в ЕАЭС – нет проблем с растаможкой. Стоимость производства одной футболки с нуля там – 150 рублей, а у нас – 550. Зачем бороться с ветряными мельницами? Логичнее развернуться на тех рынках, которые выгодны нам и которые к нам лояльны».

«Насмотренность» и опыт

Елена Савенкова подчеркивает значимость «насмотренности» в своем деле: она посетила 48 стран и не может сказать точно, сколько раз посещала недели моды в Париже, Милане, Нью-Йорке и Лондоне – об этом лучше спросить ее постоянных подписчиков в социальной сети. Эти поездки всегда были связаны не только с посещением модных событий, но и с целью увидеть и перенять опыт у таких крутых компаний, как Google, Amazon.

По словам Елены, в ее бизнес-карьере было много магазинов одежды, разных форматов торговли, включая продуктовый ритейл, туристическая фирма, Центр Повышения Квалификации Руководителей, издание глянцевого журнала. Бизнес-опыт и «нужные» связи нарабатывались годами. «К примеру, сегодня есть возможность легко договориться о продаже любого бренда в Нью-Йорке, Милане, Париже или Сан-Франциско, а еще можно встать в реальное расписание недели моды и представить свой бренд там, – делится Елена. – Есть масса историй, как уже у себя в городе получала внезапно всю партию товара с браком, про «потерянный» груз вообще нет смысла говорить, наверно, это знакомо каждому предпринимателю». За 20 лет было много историй, пройдено очень много цехов и фабрик – и, конечно, сейчас есть понятен механизм работы производства и ритейла внутри, именно поэтому так легко дается практика маркетплейсов.

«Если ты хочешь прийти в этот бизнес без знаний, то с большой долей вероятности ничего не выйдет! Ко мне часто обращаются горе-предприниматели, которые прошли очередной курс от теоретика с просьбой: реализовать остатки неправильно купленного или опшитоного товара. Это ведь настоящая боль! Давайте представим, что вы запускаете бизнес на Wildberries. Ответьте на вопрос: «Почему не стоит отшивать женские пиджаки в клетку?» Во-первых, пиджаки – это очень сложная «ниша», мы живем в России, где – что уж греха таить – девушки любят поехать. Особенности женской фигуры имеют серьезное значение: у

кого-то пышная грудь, но узкие бедра, у кого-то аккуратная грудь и «солидные» бедра. Женский жакет требует идеальных пропорций, а ими могут похвастаться не все! Во-вторых, если дополнить этот пиджак принтом в клетку, то пиши пропало. Клетка в швах будет не состыкована. Обратите внимание на вещи с принтом клетки из магазина масс-маркета ZARA и бренда премиум-класса Dolce&Gabbana. В масс-маркете – из-за оптимизации процесса – клетка всегда кривая, чего не может позволить себе дорогая марка типа D&G. В-третьих, цена! Да, для маркетплейса это важно: качество + цена! Для того чтобы изготовить пиджак, требуется много ткани и много операций, а ваша задача – снизить себестоимость за счет сырья и количества операций при изготовлении «продукта». Чем проще, тем выгоднее! Тема брака – отдельная история, «благодаря» которой можно быстро разориться, потому что брак нужно уметь видеть и отличать, а без опыта это зачастую невозможно», – отмечает эксперт.

Электронный мир для всех

Частью своего успеха Елена считает бизнес-образование. Являясь экспертом Байкальской международной бизнес-школы ИГУ, Елена, не переставая, учится и призывает к этому других. «Время интуитивного ведения бизнеса прошло. Люди без знаний не просто ошибаются и теряют бизнес – они теряют контроль управления компанией, не успевают за трендами и новыми «вызовами» по типу «черного лебедя» 2020-го... Если посмотреть на большинство, то я больше чем уверена, что многие не понимают, что такое стратегическое управление, антикризисный менеджмент, а про смену экономической модели бизнеса вообще никто не думает. Почему? Время ускорило, и мы не имеем второго шанса на перезапуск собственного бизнеса. Ошибка может стоить потери дела. Я благодарна судьбе, что когда-то я познакомилась с Надеждой Борисовной Грошевой – деканом САФ ИГУ, доктором экономических наук. Конечно, я часто прибегаю к помощи Надежды Борисовны, а как иначе, если уже несколько лет подряд предприниматели в принципе не могут планировать более чем на 3 месяца вперед! Призываю каждого бизнесмена получать дополнительное образование, мой совет – БМБШ ИГУ для того, чтобы очутиться в команде единомышленников и понять, что такое горизонт планирования».

Маркетплейсы – Wildberries, Ozon, Lamoda, на которых Елена помогает успешно реализовываться предпринимателям, – сложная специфическая сфера, где огромную роль играют технологии, понимание алгоритмов и принципов работы электронных платформ. Можно иметь хороший вкус в одежде, качественный и разнообразный товар, но из-за непонимания того, как устроена сфера заказов одежды через интернет, всё это будет лежать мертвым грузом на складе, быстро устаревать и приносить убытки.

«Зачастую предприниматели просто не могут описать свой товар так, чтобы покупатель его видел, хотя сегодня есть отличные «помощники» – искусственный интеллект, но всё это нужно знать – знать, как этим пользоваться», – говорит Елена Савенкова.

Елена Кутергина



Елена Савенкова, предприниматель, эксперт Байкальской международной бизнес-школы ИГУ

Фото А. Федорова

ВАЖНО

«Никаких гипотез – только практика и реализация»

Елена Савенкова в сентябре организует бизнес-тур в Киргизию

Предприниматель уже провела несколько бизнес-туров в странах СНГ и 21 сентября планирует очередной БИЗНЕС-тур – в Киргизию. В течение трех дней Елена будет знакомить участников тура с производством одежды в этой стране.

«Мы посетим рынки, а также не менее 50 фабрик по производству тканей, одежды. Мы напрямую будем знакомиться с производителями, нарабатывать контакты и связи. Это прямое взаимодействие без посредников. И это перспективно, понятно и прозрачно – по-честному нарабатанные контакты, которые пригодятся. Вы сможете затем использовать эту базу для себя или продавать ее».

Раньше были популярны так называемые байеры – помощники по закупкам. Они показывали своим заказчикам определенные компании, а потом просто забирали свой процент. Елена предлагает другой формат. «Вы сами получите большой выбор компаний и поймете, с кем вам нужно и выгодно работать, а с кем нет. В процессе тура у каждого участника есть уникальная возможность «прожить» три насыщенных дня в кругу единомышленников, понять, как думают опытные селлеры, и перенять их опыт».

В ходе тура эксперт будет «прокачивать» каждого участника – это своего рода живой мастер-класс о производстве, заказах, закупках товара и выводе его на маркетплейсы. «Мы обсудим вашу идею или сформулируем ее по ходу, посмотрим, как ее можно реа-

лизовать на имеющихся мощностях Кыргызстана, что нужно для того, чтобы товар «взлетел». Как его описать и продвинуть, как его наиболее выгодно доставить на ваш склад или какой склад арендовать, чтобы избежать логистических ошибок и максимально приблизить к потребителю».

Трехдневный тур включает в себя перелеты, проживание, питание, транспортные расходы и общение каждого участника с Еленой Савенковой. «У вас есть возможность быть в моменте – в общении с первыми лицами организаций, в непосредственной работе над вашей стратегией бизнеса. Сегодня многое можно делегировать, но прогресс пойдет только тогда, когда вы погружены в контекст. Совместно мы создадим не какой-то абстрактный «поток», на котором вы обсуждаете гипотезу. Никаких гипотез – только практика и реализация».

ТГ канал: @probizness38
Записаться на бизнес-тур



Зеленый вопрос

Почему ландшафтный дизайн – это не только про красоту и ликвидность

«Без ландшафта даже шикарный дом выглядит убого», – убеждена дизайнер Ольга Викулова. Руководитель проекта «Патроны Парк» Дмитрий Кузнецов считает так же: «Задача ландшафтного дизайна – максимально подчеркнуть архитектурные особенности дома». Вместе с Ольгой и Дмитрием мы прогулялись по улицам загородного поселка с поэтичными названиями Земляничной Росы, Рябинового Заката, посмотрели на реализованные проекты и обсудили самые удачные решения.



Дмитрий Кузнецов, руководитель проекта «Патроны Парк»

Фото А. Федорова

ДУМАТЬ ЗАРАНЕЕ

Работа над ландшафтным дизайном в поселке «Патроны Парк» начинается еще на этапе создания эскиза дома. «Мы проектируем дом вместе с рельефом, сразу продумывая, как его обыграть. Дренажи, уклоны, подпорные стенки, выравнивание, ступеньки – все это нужно закладывать в проект на первоначальной стадии, – говорит Дмитрий Кузнецов. – Тогда и у нас, и у заказчика формируется целостная картинка архитектуры дома вместе с ландшафтом. Это принципиально важно».

По словам Дмитрия, довольно часто – особенно когда рельеф сложный – основные строительные работы по ландшафту выполняются еще до посадки дома на участок. «Если не построить подпорные стенки, не сформировать ливневые потоки, вода будет подмывать фундамент. Мы еще не построим дом, а он уже будет разрушаться», – говорит он.

Такой подход к работе с ландшафтом, по опыту дизайнера Ольги Викуловой, – скорее исключение, чем правило для загородных проектов. «О ландшафтном дизайне чаще вспоминают, когда уже построили дом. Хотя начинать работу с рельефом, с дополнительными хозяйственны-

ми постройками, благоустройством, инженерией логично заранее».

ГЛАВНОЕ – ПРОЕКТ

Дмитрий Кузнецов убежден: залог успешного ландшафтного дизайна – в проекте. «Не всем очевидно, что его нужно делать. А это задача №1. Нельзя заниматься ничем: ни стройкой, ни благоустройством, ни дизайном, ни ландшафтом – без проекта».

По словам Ольги, проектирование начинается с обстоятельного разговора с заказчиками о функционале участка. «Мы соединяем наиболее посещаемые объекты, продумываем сценарии жизни, зонирование. Я задаю уточняющие вопросы, направляю. Например, продумываем террасу – спрашиваю: как часто вы туда будете выходить? Пить кофе? Загорать? Устраивать семейные обеды? И так – во всем».

Реализовывать проект благоустройства участка и ландшафтного дизайна можно самостоятельно, а можно доверить эту работу профессионалам. «Для заказчиков важно, что мы работаем комплексно: с отделкой, инженерией, архитектурой, интерьером. Ландшафтный дизайн, благоустройство при таком подходе подчинены общей архитектурной концепции поселка, позволяют подчеркнуть особенности дома, – говорит Ольга. – Здесь дело не только и не столько в красоте, сколько в функциональности».

устройство премиального уровня сопоставима со стоимостью самого дома. Но все можно реализовывать этапами, считает Ольга. «Если нет финансовой возможности сделать всё и сразу, можно двигаться постепенно. Самый важный этап – террасирование, водоотведение, освещение. А потом уже можно добавлять всю остальную «начинку», ориентируясь на свой кошелек».

Например, облицовка подпорных стенок кирпичом или гранитом сразу удорожает проект. «Есть более бюджетные и не менее симпатичные варианты, например, сделать подпорные стенки из шлифованного бетона или использовать металлические панели, – поясняет Ольга. – Можно максимально сохранить лесные участки, высадить клевер, а не злаковый газон – это тоже будет гораздо дешевле».

К слову, природность, естественность, функциональность – это не только более выгодно, но и модно. Альпийские горки и пышные клумбы больше не в тренде. «Естественность и отказ от излишеств, вычурности определяется не только концепцией «поселка в лесу». Это – общемировая тенденция», – говорит Дмитрий Кузнецов.

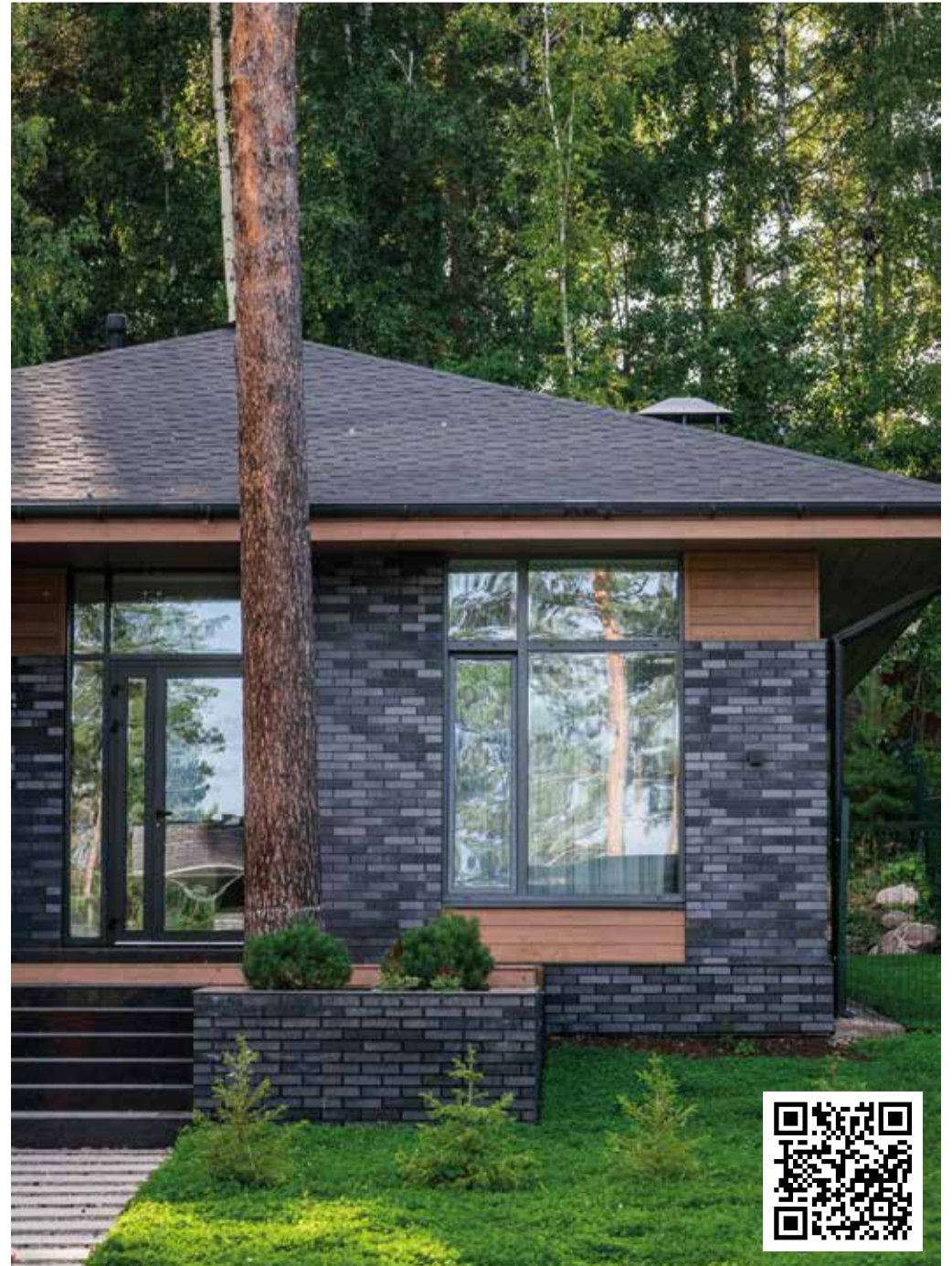
Обслуживать придомовой участок жители поселка «Патроны Парк» могут сами, а могут обратиться в сервисную компанию. Специалисты сэкономят время, сделав всё необходимое: от чистки кровли и водосточков до стрижки газонов – профессионально, качественно и в срок.

ВЫГОДНАЯ ЕСТЕСТВЕННОСТЬ

Ландшафтный дизайн – удовольствие не из дешевых, иногда сумма вложений в благо-



(3952) 72-01-01. metaestate.ru
Иркутск, ул. Ширямова, 32, 3 этаж, оф. 7



5 решений для ландшафтного дизайна

За плечами дизайнера Ольги Викуловой – уже более 40 проектов в поселке «Патроны Парк», не считая общего благоустройства. Работает дизайнер комплексно, учитывая концепцию всего поселка: многие элементы повторяются из объекта в объект, хоть и реализуются в каждом случае индивидуально. Мы попросили Ольгу рассказать о самых интересных решениях.

1. Живая изгородь



Концепция поселка предусматривает открытость и отсутствие глухих заборов в фасадной части домов – их можно возвести лишь в приватной зоне. «Если же возникает желание отгородиться от улицы живой изгородью, можно сделать аллею из елочек: их можно формировать, подстригать. Получится вечнозеленое живое ограждение».

2. Газон из клевера



Белый микроклевер – отличная альтернатива злаковому газону. Требуется минимального ухода: его можно и не стричь, и не поливать. «Вырастает мягкий зеленый ковер. Конечно, бегать по нему, играть в футбол не стоит – он восстанавливается, но не активно».

3. Деревья и камни



В оформлении участка стоит использовать природные растения, адаптированные к сибирским условиям: сосны, горные сосны. Органично смотрятся в природном ландшафте и камни. «Такое оформление смотрится интересно и радует глаз круглый год».

4. Отказ от дорогой облицовки



Подпорные стенки совсем не обязательно облицовывать дорогими материалами: кирпичом, гранитом. Если экстерьер позволяет, можно оставить шлифованный бетон. «Обойтись без облицовки можно и в работе над цоколем. Металлические панели – аккуратный и бюджетный вариант».

5. Отсыпная отмостка



Функция отмостки – не дать воде попасть под пятно застройки, под дом. Массивная бетонная конструкция – отнюдь не единственное решение, когда речь заходит о гидроизоляции. «Наша технология – отсыпка мембраны – галькой, тротуарной плиткой. Смотрится аккуратно и не бьет по кошельку».

Парк в лесу

«Поселок «Патроны Парк» неслучайно так называется, – говорит Ольга Викулова. – Сейчас мы благоустроиваем парковую территорию, рассчитанную на жителей разного возраста». Детские площадки, велосипедные дорожки, сцена для кинопросмотров и праздников, зоны выгула собак и кормления белок – и всё это в прекрасном сосновом лесу.

«Патроны Парк» – поселок в лесу. Концепция проекта отражается и в парковой зоне. «Территория парка продумана так, чтобы не испортить лес, – говорит Ольга. – Мы сохраняем естественный покров, грунт, дерн. Видите – здесь и грибы, и ягоды, и цветы».

Дорожно-тропиночная сеть продумана замкнутым циклом – можно прогуливаться по парку, ходить к заливу, кататься на роликах или велосипедах. «Покрываем дорожки – из разных материалов: есть и бетон, и дерево. Также мы делаем отсыпные тропинки в лесной зоне».

Украшением парка станет оформленный ручей. «Сюда приходят грунтовые и ливневые воды – мы решили обуздать этот поток. Прокопали большой канал, создали русло, оформим его камнями, построим три мостика. Думаем, это место будет пользоваться популярностью у жителей», – рассказывает Ольга.

Особое внимание уделили детям. Для подростков уже возведен небольшой амфитеатр в форме корабля. «На дереве установим проектор, и здесь, на мини-сцене, можно будет проводить мероприятия, смотреть кино или мультфильмы. В зоне зрителей натянем тенты в виде парусов – это станет эффектным завершением всего ансамбля».

Площадка для подростков логично соединяется с игровой зоной для детей младшего возраста. Ребятушек ждет большой домик на дереве и площадка из резинопола с качелями, полосами препятствий и другими развлечениями. А взрослые смогут собираться на главной площади пар-



Ольга Викулова, дизайнер

ка – играть в настольные игры, читать, пить чай.

Побеспокоились авторы проекта и о животных. В парке выделена зона кормления белок и специальная зона для выгула собак. Она огорожена прозрачным забором: питомцы смогут

гулять там без поводка.

«Общая площадь парковой территории – почти 1,5 гектара, – добавляет Ольга. – Осенью работы по благоустройству основных зон будут завершены».



«Ключевая тема»

Как изменение ставки ЦБ меняет рынок недвижимости

В моменты существенных экономических изменений люди, располагающие накоплениями, всегда думают об одном – как их сохранить. Само по себе это слово – «сохранить» – подразумевает отсутствие движения. «Сохранить» – это будто положить куда-то: кто-то выбирает рублёвую записку, кто-то переводит накопления в валютный кеш, кто-то доверяет банковским вкладам. Но лучший способ сохранить накопленное – не положить его, а вложить. Всего-то разные приставки у глагола, но – полностью меняющие суть. Потому что «вложить» означает «потратить». А тратить в нестабильные времена... попросту боязно. Вроде как хочется вспомнить фразу «кто не рискует, тот не пьёт шампанского», но парадокс в том, что рискуют как раз те, кто решил подождать. То есть те, кто НЕ тратит. Так и что же делать? – Ищем ответ на второй извечный вопрос вместе с иркутским экспертами.



Константин Пузырёв



Михаил Неустроев



Ирина Маджара



Дмитрий Щербаков



Дмитрий Кузнецов

С ЧЕГО ВСЁ НАЧАЛОСЬ

15 августа Совет директоров Банка России на внеплановом заседании повысил ключевую ставку с 8,5% до 12% годовых. Это решение «принято в целях ограничения рисков для ценовой стабильности», подчеркнул ЦБ.

Поскольку банки выдают коммерческие кредиты по ставкам не ниже ключевой, на это изменение мгновенно отреагировал рынок заёмных средств. В частности, все крупнейшие финансовые институты, которые де-факто диктуют правила игры в ипотечном секторе, уже подняли ставки по обычным ипотекам. Условия льготных программ – «Семейная ипотека», «Ипотека с господдержкой», «Ипотека для IT-специалистов» – остались прежними. Если вы планировали покупку недвижимости с привлечением кредитных средств, то именно эти программы всё ещё позволяют вам сделать выгодное вложение в условиях роста инфляции и снижении покупательской способности рубля: новые ставки по традиционной ипотеке, по сути, являются грабительскими.

ЧТО ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ

Константин Пузырёв, инвестиционный брокер по недвижимости, обращает внимание, что новая ставка охладит спрос на объекты вторичного рынка, и спрос сфокусируется на новостройках с их субсидированными ставками. «Сейчас россияне так активно «заходят» в квадратные метры не только потому, что при значительных экономических и политических событиях для них это традиционный сценарий; в нынешней ситуации это возможность оформить ипотеку на прежних условиях, по ставке до повышения. То есть люди реализуют прямой интерес к покупке жилья, а изменение «ключа» стало для них стимулом. Тем не менее высокие инфляционные ожидания выгодно выделяют недвижимость как актив, который, в отличие от ценных бумаг и вкладов, остаётся самым понятным и предсказуемым. А для того, чтобы вложение было успешным, важно выбирать качественные объекты, смотреть проекты с хорошим наполнением, с точками роста по инфраструктуре».

Кандидат экономических наук Михаил Неустроев полагает, что в периоды значительных изменений ключевой ставки вложение в недвижимость может предоставить более устойчивую доходность. «Возможна такая ситуация, когда доходность от банковских вкладов может быть ниже уровня инфляции. Следовательно, ваши сбережения будут только уменьшаться». С другой стороны, говорит Михаил, деньги со счета в банке можно снять в любой момент. Чего не скажешь о средствах, вложенных в недвижимость. «Вопрос в том, на какой срок вы готовы «забыть», что у вас есть эти деньги. Если у вас долгосрочные цели, связанные с получением дохода от аренды или ростом стоимости недвижимости, такое вложение может быть более предпочтительным. Не говоря уже о покупке квартиры или дома для себя, а не в инвестиционных целях: так вы не только зафиксируете покупательскую способность накопленного, но и получите возможность повысить качество жизни».

Ирина Маджара, руководитель центра ипотечного кредитования «Альфа-Банка» в Иркутске, напоминает, что ключевая ставка – инструмент циклич-

ный, и за периодом повышения, возможно, не столь быстро, как нам бы хотелось, но неизбежно наступит снижение. «В таких ситуациях очень хорошо работает механизм, который уже проявил себя в период 2019-2021 годов, – рефинансирование. Его суть максимально проста: вы приобретаете объект недвижимости на текущих условиях, а затем, по мере снижения ставок, рефинансируете кредит, если по-простому – переводите ипотечную сделку на другие, более выгодные условия, которые стали возможны благодаря снижению ключевой ставки. Это не просто экспертное мнение, но личный опыт: свой ипотечный кредит я закрывала именно так».

Генеральный директор АН «Слобода» Дмитрий Щербаков указывает, что стоит отделять «обычные накопления» от «инвестиционных денег»: «То, что люди держали в наличных как некий запас, финансовую подушку безопасности, всё-таки не вполне корректно назвать инструментом инвестирования. И не все готовы вложить их во что-либо, предпочитая оставить к этой «подушке» свободный доступ. Это – потенциальные клиенты банков, которые сейчас повышают ставки не только по кредитам, но и по вкладам. И тем не менее мы в августе зафиксировали существенный рост сделок, причём не только ипотечных: многие обособленно относятся к вложению в недвижимость как к способу сохранить накопления. Люди помнят лишь рост цен на квартиры и загородные дома и соответственно считают, что в среднесрочной и долгосрочной перспективе это не только способ сохранить сбережения, но и преумножить их».

Руководитель девелоперской компании Meta_Estate Дмитрий Кузнецов подтверждает, что в августе спрос на новостройки в Иркутске ощутимо вырос: «Все те люди, которые осознают, что деньги, лежащие «под матрасом», дешевет с каждым днём, спешат спасти свои сбережения, вложив в недвижимость. Почему? – Ответ на это дал ещё Роберт Кийосаки: «Инвестиции в недвижимость, даже в небольших масштабах, остаются проверенным и верным средством создания денежного потока и благосостояния».

Мы в сегменте загородной недвижимости тоже видим рост интереса и обращений в отдел продаж; в посёлке «Патроны Парк» осталось всего 10 участков, и за те, на которых уже построены дома, развернулась своего

рода борьба. При этом за всё время существования посёлка по пальцам одной руки можно пересчитать случаи, когда у нас покупали дома исключительно с инвестиционной целью. Все остальные сделки – это приобретение для себя, для реальной жизни. События с ключевой ставкой стали своего рода толчком для тех, кто по разным причинам не мог решиться или просто откладывал принятие решения о переезде за город: они тоже инвестируют заработанное и накопленное (а немалая часть – и заёмное), но не с целью дальнейшего заработка на этом вложении. Это в чистом виде инвестиция в собственное благосостояние, в изменение качества и уровня повседневной жизни самого себя и своих близких. Поэтому, например, такие проекты, как «Патроны Парк», равно как и «Кандинский» – это как раз та инвестиция, которая принесёт не только удовольствие от жизни в контакте с природой и при этом городском комфорте бизнес-класса, но и, если ваши планы через несколько лет изменятся, – ощутимую выгоду».

ВМЕСТО ВЫВОДА

Почему «вместо»? Потому что делать вывод – не наша задача: каждый читатель справляется с ней сам. Но резюме просится:

- хранить наличные – рискованная затея; если инфляция и ключевая ставка продолжают расти, сбережения попросту подешевеют вслед за всем остальным;

- рано или поздно ключевая ставка вновь снизится, но пока что виден лишь потенциал к дальнейшему росту, а значит, условия по традиционным ипотечным кредитам будут становиться всё менее выгодными (или даже откровенно НЕвыгодными);

- спрос на новостройки в городе выше, чем на уже построенные или строящиеся индивидуальные дома за городом, однако если покупательская способность населения продолжит снижаться, то излишек «инвестиционных» квартир на рынке отрицательно скажется на доходности их владельцев;

- вложение в эксклюзивные объекты недвижимости, как и в любые другие товары лимитированного производства, увеличивает их инвестиционную, и пользовательскую привлекательность.

Максим Клинкер



Первый в районе

В предместье Марата появится жилой квартал высокого класса – ЖК «Источник»

Квартиры с террасами, отдельным входом и даже подвалом, закрытый двор без машин, камеры видеонаблюдения, улучшенное благоустройство, кладовые – все это вкпе с интересной архитектурой «включено» в новый жилой квартал комфорт-класса «Источник». Возводится он в пяти минутах от центра города Иркутска – в предместье Марата. 30 августа был заложен символический камень в фундамент одной из четырех блок-секции проекта. Срок строительства – второй квартал 2025 года, но застройщик ГК «Альфа» обещает передать ключи новым жильцам на полгода раньше.

В ПЯТИ МИНУТАХ ОТ ЦЕНТРА

Несмотря на то, что строительство первой очереди нового жилого квартала «Источник» ведется полным ходом (возведено уже два этажа первых блок-секций, на подходе третий), 30 августа в торжественной обстановке был заложен в фундамент символический камень. ЖК такого уровня расположен в несколько непривычном для Иркутска месте – в предместье Марата на улице Пшеничная 15а. Куйбышевский район, о котором много говорится в последнее время как о самом перспективном с точки зрения развития жилого строительства, получил с появлением нового проекта это очередное доказательство.

– Данная локация сегодня является крайне недооцененной, – считает генеральный директор ООО «Синергия Девелопмент Групп» Александр Халтурин. – Хотя этот район очень перспективный для развития города Иркутска. Реализация проекта по строительству ЖК «Источник» даст хороший импульс развитию предместья Марата и Радищева.

Место, действительно, выбрано очень удачно. Раньше это была промплощадка. Но команда группы компаний «Альфа» разглядела в ней хорошую перспективу для жилого строительства. Рядом готовая социальная и транспортная инфраструктура (несколько автобусных маршрутов, три детских сада, школы, больница, поликлиника), в пешей доступности набережная Ангары. Маратовское кольцо несколько лет назад было расширено, поэтому серьезных пробок там сейчас нет. У городских властей большие планы по развитию этого района – реализация проекта «Знаменское предместье», строительство крупных спортивных сооружений, инженерных сетей.

– Этот район будет очень востребован для города через 5-10 лет, – заметил генеральный директор «ГК «Альфа» Алексей Чудаков. – В том же Октябрьском районе практически нет свободных участков для жилищного строительства. Поэтому мы взяли в оборот одну из площадок с перспективой роста. Мы понимаем, что наши нынешние 33 тыс. кв. м легко превратятся и в 150 тысяч и больше.

ЗНАК КАЧЕСТВА ОТ СБЕРБАНКА

ГК «Альфа» уже 15 лет в промышленном и гражданском строительстве, в ее активе порядка 290 тыс. кв. м проектируемых и строящихся объектов в разных регионах страны. Так что опыт накоплен немалый. Сегодня в стадии разработки 11 проектов в трех регионах присутствия компании – в Иркутске, Хабаровске и Крыму.

– В нашем родном городе в этом году мы ввели в эксплуатацию свой первый жилой комплекс «Новый Рекорд», – добавил Алексей Чудаков. – Причем с опережением сроков. Уверен, что «Источник» станет не менее привлекательным и комфортным.

Проект реализуется в партнерстве с ООО «Синергия Девелопмент Групп» (партнер ГК «Альфа» в области маркетинга и продаж) при финансовой поддержке Сбербанка. Представители последнего поздравили застройщика



На фото (слева-направо): Александр Халтурин, Татьяна Шевчук, Алексей Чудаков, Сергей Слиган Фото А.Федорова

с началом строительства, отметив, что приятно работать с таким амбициозным и энергичным клиентом.

– Оперативность и качество, которое было показано группой компаний при подготовке проекта и решении ряда вопросов, заслуживает большого уважения, – отметил Сергей Слиган, начальник управления продаж корпоративным клиентам Иркутского отделения Сбербанка. – Нет сомнений, что данный проект будет очень востребован у жителей Иркутска, а также преобразит эту территорию и даст толчок к дальнейшему продолжению строительства качественного и красивого жилья.

Сергей Хармакшанов, директор управления финансирования недвижимости Байкальского банка Сбербанка, добавил, что проект прошел юридическую, строительную-техническую, финансовую и маркетинговую экспертизы:

– Собрав вкпе все мнения служб банка, мы считаем, что этот проект будет достаточно эффективным, что он реализуется в поставленные сроки, а темпы продаж будут соответствовать ожиданиям застройщика и банка. Замечу, когда Сбербанк финансирует проект, это дополнительный знак качества.

ЖИЛЬЕ С ПОВЫШЕННЫМ КОМФОРТОМ

Алексей Чудаков обратил внимание гостей на то, что его команда очень любит учиться, поэтому, бывая в других регионах страны, берет на заметку самые лучшие и интересные практики:

– Мы хотим, чтобы лучшие традиции из других регионов реализовывались в нашем городе, чтобы Иркутск успешно развивался, и люди не стремились его покидать в поисках лучшего места. ЖК «Источник» – это уже третий наш проект в городе Иркутске. И в этом году он даже не последний – в скором времени, думаю, встретимся на закладке камня еще одного ЖК. В своей компании мы установили стандарт комфорт-класса, который будет

только улучшаться с каждым новым комплексом.

Строительство ЖК «Источник» общей площадью 33 тыс. кв. м будет вестись в две очереди. Всего планируется четыре блок-секции по 10 и 12 этажей. Каждая носит свое имя – «Энергия», «Жизнь», «Счастье» и «Вдохновение». Квартиры на любой вкус от 20 до 113 «квадратов». Преобладают в комплексе популярные среди горожан «евродвухкомнатные» квартиры площадью 40-45 кв. м, студии немного – около 15%, остальные – семейные большие квартиры с мастер-спальнями, когда у родителей в комнате есть свой санузел и гардеробная. Стоимость «квадрата» в ЖК «Источник» – среднерыночная по Иркутску: от 106 до 132 тыс. руб./кв. м. Введение в эксплуатацию первой очереди запланировано на второй квартал 2025 года, но застройщик планирует передать ключи на полгода раньше, как в ЖК «Новый Рекорд».

– Скоро начнется продажа второго дома, в котором будут квартиры с отделкой, – рассказывает руководитель отдела продаж компании «Синергия Девелопмент Групп» Ирина Григорье-

ва. – Один подъезд будет предложен в формате White Box, а второй – полностью с отделкой, только без мебели: просто покупайте, заезжайте и живите без строительного шума.

В ЖК «Источник» реализуют сразу несколько изюминок, «подсмотренных» в западных городах страны. Например, квартиры с террасами на первом этаже с отдельным входом. Среди преимуществ высокие трехметровые потолки и свой подвал, в который можно спуститься прямо из квартиры. Таких в Иркутске еще нет. Кстати, кладовые будут доступны и жильцам других этажей – предусмотрено специальное помещение с отдельными локерами. Достаточно спуститься на лифте и разместить в своем отсеке вещи для хранения.

– Мы сейчас пришли к тому, что хотим сами управлять коммерческой недвижимостью, – подчеркнул Алексей Чудаков. – Обговариваем с покупателями, что бы они хотели видеть на первых этажах своего дома. Кроме того, оставим за собой, как за девелопером, несколько коммерческих помещений и в будущем станем добавлять те услуги, которые требуются для жителей.

МЕСТО СИЛЫ

Верхние этажи всегда пользуются спросом. В ЖК «Источник» они интересны еще и красивым видом на реку Ангара. В проект квартала включены все современные тренды благоустройства: закрытая территория (вход по электронному ключу), система видеонаблюдения, разноуровневое освещение, публичные wi-fi зоны, видеодомофоны с технологией Face ID, уличные зарядки для телефона или ноутбука, электрорядки для автомобилей на парковке. В подъездах предусмотрены теплые тамбуры, колясочные, лапомоечные для животных, крепления для велосипедов, санузел общего пользования. Большое внимание уделяется детским и спортивным зонам, местам отдыха. По словам Алексея Чудакова, дворовая территория планируется без машин. И, кстати, там будет находиться символ ЖК – фонтан и альпийская горка как источник притяжения.

– Было около 80 вариантов названия жилого квартала, – вспоминает Александр Старовойтов, разработчик маркетинговой концепции ЖК. – «Источник» зацепил нас, поскольку совпал с нашей концепцией. Смысл названия не только в том, что регион богат водными ресурсами, а ЖК находится недалеко от Ангары, но и в том, что качественное и комфортное жилье должно стать источником счастья, вдохновения, энергии, жизни для его жителей.

– Недавно в Сочи услышал такое выражение, что мир состоит из магии и кирпичей, – добавил Алексей Чудаков. – И я понял, что мы как раз с нашими партнерами эту магию закладываем в жилой комплекс «Источник». Здесь не только кубы бетона и кирпича, каждая квартира для каждого жильца должна стать местом силы, которое поможет восстановиться после рабочего дня. Мы надеемся, что сможем воплотить эту концепцию в жизнь.

ИСТОЧНИК
ЖИЛОЙ КВАРТАЛ

(3952) 43-06-55
источник38.рф



Курорт «Ангара»: здоровье – главная ценность человеческой жизни

Как развивается оздоровительный туризм в Иркутске

Медицинский туризм в России набирает популярность: растет спрос на оздоровительные туры, все больше россиян готовы провести отпуск у врача и в санатории, а не на пляже. Иркутянам далеко ехать не надо: прямо в городе работает крупная здравница с солидной научной базой – курорт «Ангара». Генеральный директор курорта Ольга Князюк рассказала, как «Ангара» ощущает новые тренды, чем готова ответить на современные запросы общества и почему руководство решилось на масштабную реновацию курорта.



Ольга Князюк, генеральный директор АО «Клинический курорт «Ангара»

Фото А.Федорова

«Ангара» часто по привычке считают «авантю» для пациентов в возрасте, которые лечатся после инсультов и инфарктов. Насколько это мнение справедливо сегодня?

– Начнем с того, что инсульты и инфаркты очень «помолодели». Они стали встречаться среди людей самого что ни на есть трудоспособного возраста – около 40 лет и чуть старше. Причем случаются внезапно, на фоне, казалось бы, полного здоровья. И это веский повод обратить на себя внимание, не дожидаясь острого эпизода.

Мы действительно остаемся базой реабилитации больных с нейро-сосудистой патологией: острым нарушением мозгового кровообращения, состояниями после черепно-мозговых травм и после операций на позвоночнике. Продолжаем большую работу по восстановлению больных кардиологического профиля.

Но в целом наши возможности намного шире. Мы работаем с патологией сердечно-сосудистой системы, заболеваниями печени, почек, поджелудочной железы и всего ЖКТ. Один из наших минеральных источников по составу аналогичен дарасунским водам, он прекрасно подходит для этих целей.

Очень актуальны программы подготовки женщин к ЭКО, к беременности и родам. Это целое направление со сложившимися методиками, с коллективом врачей-специалистов, медицинских психологов, инструкторов-массажистов, большим физиотерапевтическим блоком.

Ведем оздоровление пациентов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата – от остеохондрозов до восстановления после травм. Это те люди, которые живут с хронической болью, годами ходят по поликлиникам, испробовали все возможные мануальные практики. У нас они получают все сразу: обследование, наблюдение врача, грязи, ванны, медикаментозное лечение, мануальную терапию, ЛФК, массаж, иглорефлексотерапию. Все наши специалисты – врачи высшей категории, кандидаты медицинских наук с огромным опытом.

В последние два-три года мы ввели в практику инновационные процедуры в виде внутривенного лазерного облучения крови, которое рекомендуется при различных воспалениях, озонотерапии. Они прекрасно показали себя не только в реабилитации, но и в качестве профилактики, в купировании заболеваний на ранней стадии.

Вы одни из первых занялись реабилитацией пациентов, перенесших COVID-19.

– Это стало возможно благодаря нашему огромному клиническому опыту именно в области нейро-сосудистой патологии. Потому что при ковид-осложнениях страдает прежде всего нервная система и сосуды.

Мы продолжаем этим заниматься, в том числе отложенными ковидными последствиями, которые все больше и больше проявляются у людей работоспособного возраста. Шлейф у болезни оказался очень длинный. Через три-шесть месяцев после первой волны к нам стали поступать молодые пациенты с перенесенными инфарктами, нарушениями сердечного ритма, инсультами. Сегодня часто встречаются нарушения памяти, сна, когнитивные проблемы, патологии суставов.

Стало больше случаев сахарного диабета – такие пациенты проходят у нас лечение на базе терапевтического отделения.

Вы сказали о необходимости превентивного скрининга здоровья. Но в группе риска оказываются представители бизнеса, руководители компаний: у них высокий уровень стресса, частые командировки, недостаток сна. Болезни они нередко переносят на ногах – не могут себе позволить выпасть из рабочего графика. Проблема в том, что поставить работу на паузу на две-три недели, чтобы лечь в санаторий, они тоже не могут. Как быть?

– Останавливаться в какой-то момент надо все равно. Санаторно-курортное лечение с разумным режимом физической активности, выстроеным режимом дня, отдыха, сна, регулярным правильным питанием – само по себе восстановительный фактор.

Но мы понимаем, что это не всегда возможно. Поэтому предлагаем разные форматы оздоровительных курсов: можно выбрать сроки, условия размещения, набор процедур время приема соответственно вашим возможностям и рабочим графиком. Как правило, курс лечения составляет 12–14 дней. В него входит обязательное динамическое наблюдение врача, диагностика, физио- и бальнеопроцедуры, массаж, при необходимости ЛФК, медикаментозное лечение.

У иркутян популярны программы без проживания. Можно приехать утром: бальнеолечебница работает с семи часов. До девяти вы успеете пройти все процедуры: ванны, грязи, массажи, физиолечение, инъекции – и

отправиться на работу. Кто-то приходит в обед, кто-то после рабочего дня, с пяти до семи вечера.

Не надо бояться, что придется ожидать в очереди. Мы стараемся так выстроить логику процедур, чтобы «приходящих» пациентов обслуживать в одно время, а стационарных, тех, кто лечится и проживает в санатории, – в другое.

Санаторно-курортную карту можно оформить прямо у нас в клинике при курорте. Все необходимые обследования, анализы, консультация узких специалистов обычно занимают много времени. Мало кто готов пройти этот путь до конца. У нас это все можно сделать буквально за один день, определить показания и ограничения и подобрать программу.

Важный момент для тех, кто готов выбрать стационарный курс: в отличие от многих санаториев, где в стоимость путевки входит только проживание и питание, а процедуры добираются и оплачиваются отдельно, мы весь лечебный комплекс и цену обозначаем сразу. Может показаться, что 70–80 тысяч рублей за две недели санаторно-курортного отдыха – это дорого, но надо понимать, что после вас не придется доплачивать за основную курс лечения.

Сегодня в тренде здоровый образ жизни. Стало нормой ходить в спортзал, следить за весом, строить свое тело, переходить на правильное питание. Вы ощущаете этот запрос в обществе?

– Мы видим этот запрос, и видим, что он трансформируется из моды на подтянутый внешний вид в действительную заботу о здоровье. Все чаще пациенты приходят за тем, чтобы понять: что происходит в организме, как это нивелировать, как построить дальше свою жизнь, чтобы иметь высокую работоспособность и хорошо выглядеть долгие годы.

В «Ангаре» уже полгода работает программа детокс-терапии, в основе которой лежит диагностика дефицитов витаминно-минерального статуса, важнейших органов и систем организма. Сначала мы обследуем эндокринную систему, щитовидную, поджелудочную железу, затем, почки, печень, ЖКТ, ис-

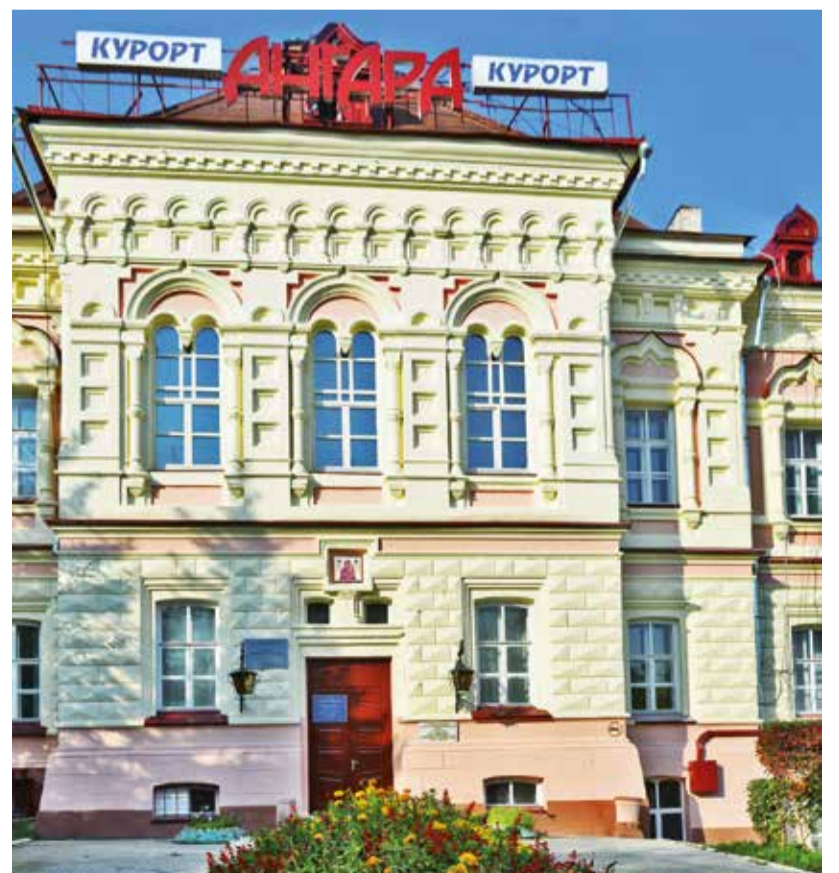
ключаем патологии, потому что без этого невозможно провести грамотную детокс-терапию. После этого берем анализ крови на содержание микроэлементов, на гормональный уровень. Подчеркну, все это происходит на базе нашей клиники, не надо обходить полгорода, чтобы обследоваться. И, исходя из полученной картины, формируем лечебную программу для коррекции метаболического статуса. Именно лечебную, потому что по опыту даже у молодых людей, выявляются такие дефициты показателей крови, витаминов и микроэлементов, что нивелировать их просто подбором диеты невозможно. И уже плюсом к ней пациент получает процедуры в спа-зоне: грязевые аппликации, минеральные ванны, физиолечение, подбор диеты.

Кстати, сейчас на курорте идет реновация – в сентябре здравница открывает спа-комплекс, где будут хамам с солевым распылителем, массажные кабинеты, джакузи с элементами гидромассажа и гидромассажная ванна с липолитическим эффектом. В спа-зоне также планируется кабинет грязевых аппликаций – с сакской грязью и специальной подогреваемой кушеткой-ракушкой, душем Виши. Этим предложением могут воспользоваться и проживающие в санатории, и иркутяне.

Мы уверены, что будущее – за программами, которые не ограничиваются путевкой, «курсовкой» или циклом косметологических процедур, а дают возможность пациенту понимать состояние организма, корректировать его и выстраивать – если необходимо при сопровождении врача – образ жизни с учетом возникающих ограничений, но сохраняя максимально возможное ее качество. И за подходом к здоровью как к главной ценности жизни человека.



Иркутск, ул. 2-я Железнодорожная 4
Телефон для бронирования путевок:
8 (3952) 99-89-89.
Сайт: курортангара.рф



5 фактов о курорте «Ангара»

1. Курорт располагает двумя источниками минеральных вод. Один – хлоридно-натриевый рассол высокой минерализацией с содержанием сероводорода. В его состав также входят марганец, бром, цинк, медь, железо. Вода используется для ванн и душей при лечении радикулитов, заболеваний сердечно-сосудистой системы, суставов, сахарного диабета, восстановления после травм. Второй – лечебно-столовая гидрокарбонатно-натриевая минеральная вода. Применяется при заболеваниях ЖКТ, почек, желчнокаменной болезни. Кроме того, курорт работает с природными целебными грязями – их добывают из высокогорных озер с уникальной флорой

и микроэлементным составом в районе Аршана.

2. Собственная природно-климатическая территория курорта – это 74 гектара реликтового леса с терренкурами, перепадами высот, чередованием подъемов и спусков с природными ландшафтами.

3. Курорт «Ангара» является клинической базой кафедры физиотерапии и реабилитационной медицины Иркутской медицинской Академии последипломного образования. Здесь работают профессор и преподаватели кафедры, проводят научные исследования и разрабатывают новые методики реабилитации и профилактики. Например, Курорт «Ангара» был первым разработал мето-

дику восстановления после Covid-19.

4. Здесь развивают программу телемедицинской реабилитации – сопровождения пациента на дому уже после курса в санатории. Это возможность постоянного контроля здоровья для хронических пациентов с привлечением ведущих специалистов вплоть до выезда на дом, при необходимости, или телефонных консультаций.

5. «Ангара» работает и в системе ОМС, и в рамках дополнительного медицинского страхования. Среди корпоративных партнеров курорта – предприятия входящие в структуру Эн+, предприятия лесной и перерабатывающих отраслей, нефтегазовой отрасли.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

«Мечтаю запустить новое направление в строительстве»

Анна Горд – о комплексных проектах и «зелёном» девелопменте

Комплексный подход, концептуальность, безупречное качество, сервис – основные принципы работы бюро архитектуры и дизайна «ANGORD», которое основала иркутянка Анна Горд. Нашему изданию Анна рассказала, почему предпочитает выполнять проекты с нуля, о «зелёных» перспективах в девелоперском бизнесе и о своей мечте.

КОМПЛЕКСНОЕ РЕШЕНИЕ – КАЧЕСТВЕННЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

Анна, расскажите немного о бюро архитектуры и дизайна «ANGORD».

– В нашем бюро я – проектный управляющий, генератор идей, разработчик концептов. Собранный мною команда архитекторов, проектировщиков, дизайнеров, строителей воплощает любые, в том числе нестандартные, идеи заказчиков по строительству капитальных и модульных зданий для коммерческой и туристической инфраструктуры, а также коттеджей премиум-класса.

Наше бюро предлагает клиентам комплексное решение по реализации проекта в рамках бюджета заказчика, и это уже хорошо отлаженный механизм работы. При необходимости мы начинаем с подбора земельного участка под конкретный запрос клиента – с учетом необходимого местоположения, инфраструктуры, инсоляции и размера. Затем продумываем концепцию, разрабатываем генплан, выполняем проекты по архитектуре и дизайну, проводим инженерные сети, строим здание (капитальное, модульное или из коробчатых балок), делаем ремонт, полностью вводим объект в эксплуатацию.

Такой комплексный подход позволяет избежать ситуаций, когда в готовом здании выявляются недостатки, в результате особенностей дизайна, не учтенные на этапе проектирования. Мы прорабатываем все внутренние особенности дизайна ещё на стадии архитектуры, сразу привлекаем всех специалистов, смежников, которые ведут объект. Поэтому ожидания наших клиентов в финале всегда совпадают с реальностью.

Вы занимаетесь инвестиционными проектами?

– Не напрямую. Запросы и жизненные ситуации наших клиентов очень разные. Например, к нам обращаются владельцы земельных участков, не знающие, что делать со своей собственностью. Если мы оцениваем локацию как удачную, то можем помочь клиенту найти инвесторов или партнёров, у которых есть финансовые средства и готовность вложить их в интересный проект. Но в основном, конечно, мы строим и разрабатываем интерьеры.

Нет ли сейчас проблем с поставками материалов? Как в целом обстоит ситуация на рынке?

– Рынок довольно стабилен, сложностей с поставками нет. Кроме того, у нас прямые контракты с заводами-производителями для большей части строительных и отделочных материалов.

Закупками занимаюсь непосредственно я, поэтому знаю сильные и слабые стороны многих товаров на рынке, отличные аналоги раскрученных брендов и просто уникальные предложения. Исключение перекупщиков из логистической цепочки позволяет снизить смету без потери качества.

Мы отвечаем за результат, поэтому на уступки в вопросах качества никогда не идем. Разумеется, это не бюджетные решения, поэтому мы не берёмся за заказ, если клиент хочет построить дом условно за миллион рублей, с ремонтом и мебелью, так как понимаем, что это нереально. Или нужно будет искать самые дешёвые материалы, с которыми через полгода-год начнутся проблемы в эксплуатации. Мы делаем так, чтобы клиент был счастлив, и у него не возникало никаких претензий к нашей работе.

Какой самый необычный проект вы реализовали?

– Один из самых интересных и вдохновляющих заказов в нашей практике – реконструкция экстерьера и дальнейшая разработка интерьера коттеджа общей площадью 700 кв. метров. Собственник обратился в компанию с запросом о «реновации» дома, поскольку тот устарел. При этом владелец был готов рассмотреть любые новаторские идеи и решения – от строительных технологий до материалов.

Такой проект, наверное, – мечта любого архитектора, дизайнера. Мы оставили основной каркас, но при этом увеличили площадь каждого этажа коттеджа и подняли потолки на втором этаже. Придали архитектуре строения и дизайну современный вид в соответствии с европейскими трендами. Я организовывала и координи-



Анна Горд, основатель «Бюро Архитектуры и Дизайна «ANGORD»

Фото: Пётр Заболотский

ровала работу более 50 специалистов. В итоге получили роскошный дом, который выглядит сейчас абсолютно иначе, чем изначально.

МОДУЛЬНЫЕ ЗДАНИЯ: СОВРЕМЕННО И МОБИЛЬНО

Вы активно развиваете новое направление в современном строительстве – модульные здания. Расскажите, пожалуйста, о них.

– Модульное строительство отнюдь не новое направление, оно известно давно. Но в последнее время оно начало активно распространяться в нашем регионе в качестве ответа на запрет возведения капитальных зданий в особых экологических зонах Прибайкалья, где находятся многие топовые туристические локации.

Наше бюро единственное в регионе специализируется на строительстве зданий технологии TETFLAT из высокоточных модульных конструкций и современного строительного материала – LVL-бруса. Основные производственные мощности нам обеспечивает региональный завод «Woodcastor Байкал», который использует в технологическом процессе цифровые технологии раскроя материалов, исключая человеческий фактор и обеспечивая практически идеальную точность стыков (зазор – до 1 мм).

Многих также волнует вопрос долговечности и устойчивости этих сооружений перед лицом природных стихий. При корректной эксплуатации и использовании здания по назначению срок его службы составляет не менее 50 лет. Наши дома могут эксплуатироваться в любых районах ветровой и снеговой нагрузки, вплоть до 8-й, а их сейсмостойкость достигает 8 баллов.

Какие преимущества ещё есть у модульного строительства?

– Их довольно много. Во-первых, в очень короткие сроки можно получить готовый дом, изготовленный в заводских условиях строго по технологическому процессу: с продуманной эргономикой, внутренней и внешней отделкой, готовым дизайнерским ремонтом, безрамными стеклянными окнами, которые могут быть во всю стену, при необходимости. Полностью готовое здание упаковывают на заводе, доставляют тралом до места, ставят на заранее подготовленные платформы из винтовых свай, подводят коммуникации, обустраивают мебелью. Уже через несколько дней после установки в доме можно жить, при этом он будет выглядеть не как строительный вагончик, а как красивое современное здание.

Во-вторых, владелец может построить его для себя или сдавать в аренду, легко перевезти на новое место или вовсе сменить сферу бизнеса. Фактически, это беспроектный вариант – мобильная многофункциональная недвижимость.

В-третьих, клиент экономит, потому что ему не нужно содержать на своей территории бригаду строителей, обеспечивая им питание и проживание, доставку материалов, а затем приводить в порядок участок после строительства.

И в-четвертых, установка модульных объектов на территории, к примеру, уже действующего туристического комплекса абсолютно не будет нарушать отдых постояльцев шумом, который характерен для обычной стройплощадки. Можно расширить функционирующий бизнес без простоя.

У вас уже есть подобные законченные проекты?

– Разумеется. Помимо жилых зданий, мы построили модульный мотель на Байкале. Он собран по технологии TETFLAT. Этот проект – первый крупный совместный продукт нашего бюро и цифрового производства завода «Woodcastor Байкал».

Кроме этого, мы разработали ещё один серьёз-

ный проект – это большой ресторан с круговым панорамным остеклением, площадью более 300 кв. метров, спроектированный по технологии коробчатых балок. Он будет построен из LVL единым контуром, без колонн – как и новый Ледовый дворец в Иркутске.

МЕЧТА О «ЗЕЛЁНОМ» ДЕВЕЛОПМЕНТЕ

А как насчет экологичности материалов, с которыми вы работаете?

– Моя мечта как раз – начать и развивать первое по-настоящему экологичное массовое строительство в нашем регионе. Но, начав работать в этом направлении, я столкнулась с тем, что на рынке представлено крайне малое количество материалов, имеющих натуральный или хотя бы нейтральный состав. Поэтому мы занимаемся активным поиском альтернативных материалов с натуральным и нейтральным составом, собираем базу. Например, планируем использовать на новом объекте, который сейчас в разработке, утеплители для фасада из льна и конопляные плиты для стен и перегородок – вместо минеральной ваты.

Я веду переговоры с разными производителями, которые готовы переоборудовать свои производственные мощности для запуска линейки экологичной продукции. В частности, по изготовлению фанеры без использования формальдегидных смол. Но для этого необходимо обеспечить им постоянный, стабильный спрос на новые материалы.

Посещало ли вас когда-нибудь чувство сожаления после завершения какого-либо проекта? Если да, то с чем оно было связано?

– Вы знаете, бывало. В последнее время я часто ловлю себя на мысли, что наши работы выбиваются из привычного визуального ряда. Эти проекты уникальны, высокотехнологичны, современны. Но, к сожалению, почти все они соседствуют с разнородными постройками в разных стилях. Окружение снижает «вау-эффект», в то время как единая концепция усилила бы его. Я четко вижу, насколько гармонично наши работы смотрелись бы в окружении зданий, выполненных в одном с ними стиле, объединенными общей идеей, материалами, технологиями.

Идея замечательная. А бюро «ANGORD» готово к таким масштабам?

– Наша команда состоит из профессионалов, которые не боятся сложности. Квартал, микрорайон, завод, торговый центр, даже целый населенный пункт – мы готовы реализовать любые, самые амбициозные проекты. У нас есть для этого всё: производственные мощности, технологии и, конечно, специалисты, каждый из которых – мастер своего дела.

Крупный заказ всегда интересен. Это вызов, и чем он более дерзкий, тем больше удовлетворение от результата. Наши клиенты тоже достигают сразу нескольких целей – подобные проекты, помимо их воплощения в жизнь, могут сделать широко известным не только исполнителя, но и заказчика. В конце концов, имя Лодовико Сфорца мы знаем сегодня только благодаря тому, что на него работал Леонардо да Винчи. Версаль и Петергоф связывают с Людовиком XIV и Петром I. Это уважение современников и престиж на века.

Наверное, с такими глобальными замыслами и амбициями вы планируете перебраться ближе к Москве?

– Нет, я хочу работать здесь, в Иркутске и Прибайкалье. Мне есть с чем сравнивать, я много путешествовала и надолго останавливалась в разных регионах, в том числе и в столице. В итоге поняла, что люблю свой край и хочу продолжить реализовывать себя именно здесь, внести свой вклад в его развитие. Сердце нашей страны, конечно, в Москве, но душа ее, как и моя, – здесь, рядом с Байкалом.

Николай Самойлов

– ANGORD –
АННА ГОРД
+7 950 071-13-74

Открывая новые места

Как сеть АЗС БРК развивает сельский туризм

30 уникальных и интересных мест для автопутешествий всей семьей или друзьями представлены на сайте www.azsbrk.ru. Каждый желающий может выбрать тур по душе и возможностям и отправиться в путь – на один день или на неделю. «Независимо от продолжительности поездки, будет интересно, поскольку с каждым из предложенных на сайте мест была проведена огромная работа», – говорит руководитель сети АЗС БРК Вероника Шородок. О том, как и зачем компания развивает сельский туризм в регионе, – в нашем интервью.



Фото из архива компании

ОТ ИДЕИ – К ТУРПРОДУКТУ

Вероника Васильевна, расскажите, как появились эти 30 уникальных мест?

– Началось все пять лет назад. Тогда ко мне пришел Александр Откидач и предложил интересную и необычную на тот момент идею – развивать местный и сельский туризм. Затея казалась какой-то невероятной и ри-

скованной, но вдохновляющей. С одной стороны, мы понимали, что места, где мы живем, уникальны своей природой, богаты историей, интересны людьми и народностями, которые здесь проживают. С другой – неразвитость туристической инфраструктуры, отсутствие понимания у населения отдаленных территорий, что такое сервис, обслуживание, да и элементарно отсутствие нормальных препятствием. И как это все объеди-

нить, увязать в туристический продукт, и будет ли это востребовано? Вопросов было больше, чем ответов.

Что вы сделали, чтобы эти ответы все-таки найти?

– Мы решили провести разведку! Первый проект, который мы реализовали совместно, – это «Экспедиция БРК». На своей машине с друзьями при нашей поддержке Александр отправился исследовать потенциал нашего края. Это 8 районов Иркутской области и 5 районов Бурятии. Везде разговаривал с главами поселений, осматривал местные достопримечательности, знакомился с интересными людьми, совершал гастрономические открытия, вовлекал и рассказывал всем, что мы хотим и как мы хотим. Поначалу люди и сами не верили, что они кому-то будут интересны. Но время шло, и жизнь сама внесла свои коррективы. Прежде всего мы столкнулись с пандемией коронавируса, затем произошли политические изменения, о которых вы все прекрасно знаете, и мы другими глазами посмотрели на свою страну. Увидели в ней ценность. И все стало способствовать тому, чтоб наша идея состоялась.

Можно уже говорить о готовых туристических маршрутах?

– Александр собрал достаточно много информации о районах и с помощью группы специалистов стал упаковывать их в туристические продукты. Надо сказать, что в последние года полтора и местное население активно поддержало волну перемен и включилось в этот процесс. Сегодня мы имеет готовые туристические решения для нескольких районов – это Осинский, Заларинский, Усольский, на подходе Братский район. Кроме того, есть масса мест, куда туристы могут отправиться просто по обозначенному маршруту. И все эти предложения есть на нашем сайте. Кто-

то, конечно, об этих местах слышал и, может, даже бывал там, но они не настолько популярны, как Аршан или Листвянка. И посетить их действительно стоит. В прошлом году мы обозначили 5 таких направлений, в этом году их уже стало 30.

Вот это прирост, действительно – открытие!

– Скажу больше, по некоторым маршрутам мы съездили уже сами. В этом году с коллективом БРК мы побывали в Качуге и Заларях. А наши клиенты совместно с радиостанцией МСМ и нашим отделом маркетинга объехали уже четыре места: побывали на «Мораловой Ферме» в Боханском районе, совершили путешествие в Нилову Пустынь и базу отдыха «Курма», отлично повеселились и отдохнули в деревне Хандагай



Сегодня мы имеем готовые туристические решения для нескольких районов – это Осинский, Заларинский, Усольский, на подходе Братский район. Кроме того, есть масса мест, куда туристы могут отправиться просто по обозначенному маршруту. И все эти предложения есть на нашем сайте

Осинского района. Впереди, в сентябре, еще две поездки, в которые мы в эфире радио МСМ приглашаем всех желающих.

В путешествие можно отправиться с нами на замечательных внедорожниках Chery и Exeed, которые предоставили наши партнеры – автоцетр «Кузьмиха», или присоединиться на своих. О каждой такой поездке мы снимаем небольшой фильм с приключениями наших гостей, а также рас-

сказываем об их впечатлениях от приключений. Мы хотим показать всем, как здорово можно отдыхать в наших краях. Все эти ролики мы также размещаем на сайте www.azsbrk.ru.

И БИЗНЕС, И ПОДДЕРЖКА

Насколько мы понимаем, путешествие по новым местам, можно еще и выиграть призы – различные туристические аксессуары?

– Да, наш проект сопровождается акцией – каждый, кто будет путешествовать по этим местам и выполнит небольшие условия акции, которые тоже можно найти на нашем сайте, примет участие в розыгрыше различных туристических аксессуаров. Победителей будем определять 28 сентября 2023 года. Такую реклам-

ную кампанию мы придумали, чтобы не просто рассказать людям о возможности путешествовать по нашим уникальным местам, но и вовлечь их в эту историю.

Сами посудите, когда клиенту говорить: вот есть

места, куда можно поехать отдохнуть, он может кивнуть и не вникнуть, а когда к этому добавляешь интерес – получи впечатления и выиграй приз – это звучит уже более заманчиво, и люди начинают задавать вопросы, узнавать подробности. Таким образом, мы делаем эти места популярными и узнаваемыми.

Но ведь это не ваш прямой бизнес. Для чего вам это?

– Для сети БРК – это не только маркетинговый проект. Не буду лу-



Фото из архива компании

кавить: создавая маршруты для автотуристических путешествий, мы рассчитываем на лояльность наших действующих клиентов, также это возможность привлечь новых. Но при этом, этот проект, мы хотим сделать для нашего региона что-то очень ценное и полезное. Сейчас мы живем в непростое время, жизнь несется на бешеных скоростях, много напряжения и стресса. Отдых на природе – это одно из лучших средств борьбы с усталостью и эмоциональным выгоранием. Яркие впечатления, положительные эмоции, свежий воздух, смех, расслабляющие баньки, вкусная еда, общение с животными, созерцание природной красоты – все это помогает человеку вытеснить из себя накопленный в рабочие будни негатив, наполниться энергией и самое главное – сохранить здоровье! Наш проект – это поддержка во всех смыслах как людей, которые отправятся в одно из таких путешествий, так и тех, кто стал частью большого туристического проекта.

Имеете в виду местных туроператоров?

– Да. Все те, кто сегодня встречается на своих территориях гостей, обрели для себя новые профессии, новые возможности, новые доходы и новых друзей. Они растут и развиваются, учатся и благоустраивают территории, кое-кто даже берет кредиты на строительство дополнительного гостевого дома. Потому что увидел: дело пошло!

Можете поделиться цифрами?

– Например, только в августе по нашим предложениям в Усольском районе всего за два путешествия туристы оставили в деревне более трехсот тысяч рублей. Для селян это хорошие деньги. А в Заларинском районе первые туристы, помимо самих туров, купили с собой домой еще и продуктов на 56 000 рублей: молоко, дикое мясо, местную рыбу. Теперь к нашим новоиспеченным туроператорам районов приезжают люди с самых разных уголков, открывают новые для себя места, получают впечатления и с удовольствием и благодарностью платят за это деньги. А иногда и привносят идеи и предложения!

**ПРИКЛЮЧЕНИЯ
ДЛЯ ВСЕХ**

Что вам лично особенно запомнилось в поездках по таким местам?

– Знаете, мы сами не ожидали, что получится так интересно. В Заларинском районе два дня приключений прошли на одном дыхании – это знакомство с тремя разными народностями и их культурой: Чуваши, Голендры, Татары. Костюмы, обычаи, песни, танцы, мастер-классы и народные блюда сопровождали нас на протяжении всего пути. Кроме этого, мы посмотрели интересные местные музеи, хранители которых по крупицам собирают и восстанавливают историческую память этих мест. И там есть удивительные экспонаты, рассказы об исторических личностях, которые совершали невероятные подвиги.

А природа?! Это же просто ожившие полотна великих художников! В Хор-Тагне, например, есть пруд, где растут малиново-розовые водоросли. В Черемшанке нас прокатили по еще действующей узкоколейной лесной железной дороге на дрезине. Я даже понятия не имела, что недалеко от Иркутска у нас есть такой вот аттракцион. В Качуге мы увидели совершенно невероятной красоты церковь, сплывились на паркрафтах по реке Лене до Шишкинских писаниц, побывали в Музее старинных предметов, прогулялись с экскурсоводом по уездному городу Верхоленску, с которого началось освоение Иркутской области. В этом поселении каждый третий дом – памятник архитектуры и деревянного зодчества. А какая там



Фото из архива компании

баня и местная кухня! Мы совершенно точно поедем туда еще раз. И еще я хочу отметить, что в таких поездках мы весьма наглядно познакомились с историей родного края. Поэтому я с уверенностью могу сказать, что такие приключения будут интересны всем – от мала до велика!

Как много клиентов уже удалось вовлечь в путешествия?

– В прошлом году, когда мы первый раз запустили акцию с пятью местами, клиенты сильно удивлялись, отнеслись даже с осторожностью, но с любопытством. Тогда мы разыгрывали путешествие в Санкт-Петербург. В этом году количество участников в акции выросло многократно. Видимо, все происходит по известному принципу: сначала – отрицание, на втором этапе – любопытство, потом люди понимают, что в этом что-то есть и начинают пробовать, ну а дальше растет удовольствие и интерес, включается сарафанное радио. И это очень радует! Уже не пугают расстояния и плохие дороги. Кстати, ухабы и ямы с водой стали частью программы в Хандагае. Там наших путешественников покатали на списанной военной технике МТЛБ по бездорожью и даже по реке. И, соответственно, чем сложнее трасса, тем больше впечатлений и эмоций.

Вы довольны результатом? Тем, что удалось дать старт развитию сельского туризма в Иркутском регионе?

– Конечно! Безусловно, предстоит еще много работы нам всем. Мы знаем, что есть еще много интересных и замечательных мест, которые хотелось бы также включить в наш проект. И хотелось бы, чтобы на развитие территорий и туризма все больше выделялось грантов – и государством, и, возможно, другими компаниями. Ведь у нас действительно есть что посмотреть. В этом году акция понравилась всем нашим партнерам.

Сотрудники радио МСМ уже говорят о том, что проект надо продолжать и готовы обсуждать второй сезон. В сентябре акция закончится, мы немного отдохнем и будем думать, когда и как лучше сделать продолжение этой истории, поскольку по некоторым местам можно путешествовать круглый год. А пока вы можете еще успеть поучаствовать в нашей акции, выбрать для себя интересный маршрут на сайте www.azsbrk.ru отправиться в настоящее приключение. Будем очень рады, если и вы откроете для себя новое место для отдыха!

МНЕНИЯ

«Время открытий»

Ирина Ломова:



– Пятьдесят оттенков синего, или время открытий – так можно назвать мои выходные в Монголии. Тур для своего путешествия выбрала на сайте БРК, услышала об акции и решила попробовать, потому что путешествовать люблю!

Буквально за пару дней я успела половить хариуса в Хубсугуле, научиться готовить рыбу на мангале, прокатиться по берегам на лошадях, встретить множество яков, покормить чаек, посмотреть на озеро, вид которого изумляет: синее небо с барашками облаков, бирюзовая вода вдоль берега и возможность разглядеть каждый камешек на дне озера.

Бескрайние просторы – такая для меня Монголия. Место, где можно побыть наедине с собой и отдохнуть от цивилизации. Здесь не нужно куда спешить, нет связи, тишина и покой. Было круто, обязательно вернуться еще.

Лариса Леоненко:



– Спасибо организаторам за то, что открывают нам новые интересные места! Моим открытием стало путешествие с БРК и МСМ в Хандагае. Столько впечатлений за один день, такой выплеск эмоций! Как я в шляпе на вездеходе по ухабам ехала, как форсировали реку: и визгу, и крику было! Наорались от души, ибо весело и немного страшно. Учились стрелять из лука, играть в кости. Баня там суперская, с вениками, прыгаешь после парилки в речку, прозрачную, холодную, пулей выскакиваешь – и такое расслабление наступает.

Хозяева очень гостеприимно принимали, с бурятскими традициями, вкусным ужином угощали. Всей большой компанией долго сидели, разговаривали, песни пели бурятские и русские, очень тепло и душевно было. И очень хотелось остаться еще.

Таисия Вторушина:



– В прошлом году я выиграла в конкурсе от АЗС БРК поездку в Санкт-Петербург. Это было очень крутое приключение, и немудрено, что весь год я направлялась только там, ожидая новой акции.

И дождалась! В этом году мест для посещения было в 6 раз больше. Ассортимент!

Я выбрала самое простое – Тёплые озера в Выдрино. Задачу только решила усложнить: не просто посмотреть на них, а посмотреть на них сверху, то есть забраться на Шапку Мономаха, ту гору, кото-

рая так красиво отражается в воде Тёплых озёр.

Половина подъёма очень крута, приходилось использовать тросы, кем-то заботливо растянутые на склоне. Обратное спускаться ещё сложнее, и без тросов вообще не обойтись. Зато какой чудесный вид открывается! Небо, горы, озера, Байкал... Очень впечатляюще!

Но это был мой выбор – лезть вверх. На самих озерах можно отдохнуть, прогуливаясь по красивым тропам, купаясь в теплой водичке и общаясь с грациозными лебедями!

Классная акция. Добавила в копилку планов еще несколько мест, о которых раньше даже не знала. Спасибо, БРК!

ВТБ: спрос на льготную ипотеку к концу года вырастет на четверть

По оценке ВТБ, повышение ставок по рыночным программам ипотеки, вероятно, охладит интерес к предложениям на рынке вторичной недвижимости.



Заемщики увеличат спрос на объекты в новостройках, кредит на которые можно по-прежнему получить по однозначным ставкам. В результате в четвертом квартале доля льготных программ в общем объеме выдач ипотеки на рынке достигнет 60% и более чем на четверть превысит показатель на начало года. Такой прогноз дал начальник управления «Ипотечное кредитование» ВТБ Сергей Бабин.

После повышения ключевой ставки до 12% крупнейшие игроки ипотечного рынка увеличили ставки по нелюбимым программам, заранее оповестив об этом клиентов. На фоне грядущих изменений произошел скачок спроса на жилищные кредиты – только в ВТБ на неделе с 14 по 20 августа он вырос более чем на 40%.

В новых условиях интерес к стандартным программам, по которым клиенты приобретают в основном вторичное жилье, с большой долей вероятности будет охлаждаться. Этому способствуют и рост цен на «вторичку», и дополнительные меры Банка России по регулированию рынка.

Впрочем, общий спрос на улучшение жилищных условий с помощью ипотеки сохранится достаточно высоким. При этом интерес будет смещаться в сторону программ с господдержкой, которые сейчас позволяют сохранить кредитную нагрузку в части ежемесячного платежа на минимальном уровне. Отчасти похожая тенденция

уже наблюдалась весной 2022 года, когда вслед за резким ужесточением политики Центрального Банка ипотечные ставки на «вторичку» резко выросли. На этом фоне доля господдержки на рынке подскочила более чем в два раза – с 29% в январе до исторических 71% в мае. Интерес россиян к льготным условиям не охладил даже краткосрочное увеличение ставки по ипотеке с господдержкой в апреле 2022 года. По мере стабилизации экономической ситуации госпрограммы вновь уступили первенство базовым банковским предложениям: к октябрю их доля практически откатилась к уровню начала года и составила 42% в общем объеме продаж.

В 2023 году господдержка и рыночные программы достигли паритета. Весной-летом банки проводили на льготных условиях каждую вторую ипотечную сделку. Основной вклад в динамику, помимо ажиотажного спроса на фоне регулирования «околонулевых» ставок, внесла «семейная ипотека», условия которой были существенно расширены. ВТБ за неполный август провел более 11,1 тысячи льготных сделок на общую сумму 63 млрд рублей, что уже превышает результат июля, когда клиенты получили 59 млрд рублей.

В изменившихся условиях игроки рынка недвижимости будут стремиться предложить своим клиентам специальные условия на покупку новостроек, что также будет стимулировать спрос на льготную ипотеку. Например, в ВТБ до 15 сентября действуют сниженные ставки по всей линейке льготных программ.

На этом фоне госипотека продолжит укреплять свои позиции. По оценке экспертов ВТБ, до конца года господдержка может нарастить еще порядка 10 п.п. и занять 60% в общем объеме выдач, что более чем на четверть превысит значение на начало года (45%).

Подобный прогноз допустим при условии сохранения ключевой ставки на уровне выше 10-11%.

Реконструкцию здания «Востсибугля» начали в Иркутске

После завершения в нем появятся пятизвездочный отель, кафе, рестораны, конференц-залы, помещения для СПА-процедур, тренажерный зал, подземный паркинг и другие общественные пространства. Об этом сообщают в пресс-службе компании Эн+.

Проект реконструкции предполагает демонтирование старых и ветхих элементов, усиление конструкции здания, сейсмоустойчивости и пожарной безопасности. В настоящее время на площадке ведется подготовка фундамента для нового блока гостиницы. Его построят во внутреннем дворе на месте старых складских помещений.

Несмотря на то, что строение не является памятником архитектуры, фасад, выходящий на улицы Ленина и Сухэ-Батора, полностью сохранится, а надстраиваемый четвертый этаж бережно встроит в имеющийся архитектурный стиль. Предложенные архитекторами решения подчеркнут привлекательность и красоту здания, а созданная в виде шпиля градостроительная доминанта сформирует необходимый для пространственного построения акцент.

После комплексного благоустройства здание «Востсибуголь» станет более функциональным, безопасным, удобным и доступным для всех желающих.

Для сохранения объектов культурного наследия, находящихся в непосредственной близости,

специалистами разработан отдельный план мероприятий. Также проектом предусмотрено благоустройство прилегающего Тихвинского сквера. Он останется открытым и доступным для горожан.

Инвестиционный проект стимулирует развитие предпринимательской активности и является очередным примером участия Эн+ в развитии инфраструктуры Иркутска, улучшении условий для роста его экономического активитивности, появлении и воссоздании уникальных общественных пространств. Сегодня компания завершает строительство бань Курбатова и Русанова, строит деловой центр на Цесовской набережной, готовится к возведению на берегу Ангары жилого квартала от всемирно известного архитектора Кенго Кумы.

Бизнес-туристы и VIP-гости часто сетовали на то, что в Иркутске не хватает пятизвездочных отелей. Их в городе – буквально по пальцам пересчитать, причем пока этот класс представлен небольшими бутик-отелями с малым номерным фондом. Скоро ситуация начнет меняться.



Новое оборудование поступило в Ивано-Матренинскую больницу

Ивано-Матренинская детская клиническая больница (ОГАУЗ ГИМДКБ) получила первую часть комплекта артроскопического оборудования, приобретенного на средства от Иркутской нефтяной компании (ИНК) и благотворительного фонда Марины Седых.

Новую технику установят в травматологическом отделении больницы. Она позволит проводить операции детям с повреждениями коленных и более мелких суставов.

– С новой оптикой наши врачи уже смогут проводить артроскопические операции, – сообщил главный врач Ивано-Матренинской больницы Владимир Новожилов. – Мы благодарны неравнодушным людям и в первую очередь Марине Седых за такой подарок больнице. Специалисты у нас есть, а вот оборудования не было.

Вторая часть комплекта оборудования для внутрисуставной обработки будет доставлена в больницу в ноябре. Весной врачи отделения травматологии и ортопедии прошли обучение по использованию этой техники.

Средства на приобретение оборудования в объеме 8 млн рублей были переданы учрежде-

нию весной 2023 года. Сумму собрали на благотворительном вечере, организованном фондом Марины Седых и ИНК, в рамках выставки «Настоящее будущее». Картины, посвященные инвестиционным проектам компании, приобрели сотрудники компании и ее партнеры. Значительный вклад внесла генеральный директор АО «ИНК-Капитал» Марина Седых и представители Байкальского банка ПАО «Сбербанк» в лице Александра Абрамкина.

– Благотворительный фонд Марины Седых и ИНК давно сотрудничают с Ивано-Матренинской больницей. При поддержке фонда и компании врачи и узкие специалисты регулярно приезжают в Усть-Кут и обследуют детей. В прошлый такой приезд иркутские врачи приняли более 700 детей, – рассказала директор благотворительного фонда Лариса Богдалова.



Новый городской туристический маршрут открылся в Иркутске

Он называется «Истории иркутских белок». Променады предложили жителям и гостям города Сбер, Благотворительный фонд «Подари планете жизнь» и компания 2ГИС. Цель нового маршрута – повышение исторической и экологической грамотности экскурсантов.



Маршрут проходит по исторической части города. На каждом объекте маршрута размещена малая архитектурная форма (МДФ) в виде белочки. У каждой – своё имя и история создания, и изготовлены они из вторсырья. А по QR-коду, расположенному рядом с белкой, можно узнать историческую справку про объект.

Юлия Кальвина, Управляющий Иркутским отделением Сбербанка:

«Мы провели опрос среди иркутян и узнали у них, какой зверек ассоциируется с городом. Большинство ответили, что это белка, любимый многими милый зверёк, который живет и в городских парках и скверах, и в пригородных лесах. Многие отмечали, что им важно присутствие этого зверька, как части экосистемы города. Малые архитектурные формы в виде белочек украсили наш город и, надеемся, задали всем горожанам настрой на бережное отношение к природе».

Маршрут можно начинать в любой его точке, пройти пешком за 2-3 часа или за 1 день в зависимости от посещения объектов по пути следования.

Евгения Змановская, Генеральный директор ООО ДубльГИС-Иркутск:

«Самостоятельно пройти настоящий квест, открыть тайны истории, узнать культурные традиции и особенности города Иркутска можно на туристическом маршруте в 2ГИС «Истории иркутских белок». Это хорошая возможность иркутянам и гостям города узнать больше об Иркутске и экологичном образе жизни».

Если маршрут пройден полностью, экскурсант может получить электронный сертификат «Просвещенный в Иркутске». Тех, кто ответит на вопросы викторины, размещенной в описании маршрута в 2ГИС, ждет памятный подарок.

Средства для изготовления белок были собраны на благотворительном вечере «Ангара – культурный код», организованном БФ «Подари планете жизнь» при поддержке Иркутского отделения Сбербанка и администрации города и области в сентябре 2022 года.

Установка малых архитектурных форм была проведена БФ «Подари планете жизнь» в рамках проекта «Тайны Иркутска. Культурный код», который стал победителем конкурса Президентского фонда культурных инициатив.

Наталья Еремеева, директор БФ «Подари планете жизнь»:

«Культурные коды Иркутска» берегут природу – слоган нашего проекта по установке скульптур белок, объединяющего историю, культуру города и сбережение ресурсов планеты. Приятно, что нашу идею уже поддержали многие учреждения и организации города».

Маршрут на картах 2ГИС:



Фонд «Экология» РСХБ выпустил 20 тысяч мальков краснокнижного осетра в озеро Байкал

Защита окружающей среды и забота об экологии – ключевой приоритет в экологической повестке Россельхозбанка. Выпуск мальков краснокнижного сибирского осетра в воды озера Байкал стал важным событием в направлении устойчивого развития. Цель мероприятия – поддержание популяции и экосистемы всемирно известного водоема.

Мероприятие состоялось 26 августа 2023 года неподалеку от села Дубинино Республики Бурятия. В нем приняли участие заместитель Министра сельского хозяйства Республики Бурятия Булат Цыренжапов, руководитель Байкальского филиала ФГБУ «Главрыбвода» Леонид Михайлик, директор Фонда «Экология» Эльмира Морозова, директор Байкальского филиала Россельхозбанка Оксана Сахьянова.

Выпуск мальков сибирского осетра в воды озера Байкал реализован в рамках направления работы Фонда по расширению биоразнообразия России. В 2023 году Фонд реализует более 30 проектов по 4 основным направлениям: обращение с отходами, охрана водных объектов и их экосистем, экологическое просвещение населения, охрана объектов животного мира и среды их обитания с фокусом на краснокнижных животных. Восполнение биоресурсов озера Байкал позволит сохранить популяцию байкальского осетра в дикой природе.

В поддержку мероприятия по выпуску мальков осетра в озеро Байкал РСХБ был инициирован сбор средств на приобретение мальков байкальского (сибирского) осетра, была запущена информационная кампания в головном офисе, региональных филиалах и отделениях банка. В марте 2023 года был запущен новый продукт – «ЭкоКарта», с каждой транзакции по которой 0,25% от суммы операции направлялось в Фонд «Экология» для



Фото из архива компании

реализации экологических инициатив: в 2023 году такой инициативой стал выпуск мальков байкальского осетра. Также с мая 2023 года все клиенты банка – участники программы лояльности «Урожай» могли пожертвовать накопленные баллы на «байкальский» проект, приобретая сертификаты Фонда номиналом от 10 до 50 000 рублей.

Всего на приобретение мальков сибирского осетра было потрачено 3 млн рублей, четверть из которых

– добровольные пожертвования сотрудников банка, пожертвования физлиц через сайт Фонда «Экология» и перечисления по «ЭкоКарте». Самое большое количество пожертвований совершено посредством покупки сертификатов на экологические проекты Фонда в программе лояльности «Урожай».

«Байкальский осетр занесен в Красные книги России и Монголии. Популяция осетра опустылась до критически низкой отметки. В настоящее

время эта рыба встречается все реже и находится на грани исчезновения, а восстановление популяции происходит крайне медленно. От деградации одного вида зависят другие организмы и вся фауна озера Байкал, – отмечает Эльмира Морозова, директор Фонда «Экология». – Мы были приятно удивлены, сколько неравнодушных людей откликнулись на нашу инициативу и приняли участие в сборе средств на реализацию этого проекта. От лица Фонда хочу выразить благо-

дарность каждому, кто перечислил пожертвования. Экология страны – в наших руках».

На данный момент участниками экологических инициатив являются около 65 регионов РФ. С 2021 года Россельхозбанк провел уже более 250 мероприятий экологической направленности при участии сотрудников банка, 22 из которых – мероприятия Фонда «Экология». Всего за неполных 3 года в экоактивностях банка приняло участие свыше 6 000 человек, было собрано и отправлено на переработку более 16 тонн отходов, посажено 593 дерева, оказана поддержка 17 приютам для животных.

«Вопросы экологии значимы для нас, а искусственное воспроизводство – эффективный инструмент по сохранению водных биологических ресурсов, водного биоразнообразия, а также увеличения популяции промысловых видов рыб, – отметила директор Иркутского регионального филиала Наталья Баркова. Она выразила надежду, что подобные мероприятия для сохранения экосистемы озера Байкал станут доброй традицией и примут масштабный характер.

Фонд «Экология» – фонд поддержки проектов устойчивого развития и защиты окружающей среды, который учрежден Россельхозбанком в 2021 году. Основная миссия фонда – объединение неравнодушных к экологическим проблемам людей и достижение максимального эффекта при поддержке экологических проектов.

Слата: покупательские предпочтения активно меняются

На рынке продуктового ритейла наблюдаются следующие тренды, отмечают в сети супермаркетов «Слата»: рост спроса на товары из Азии, экзотические фрукты и новые газированные напитки.



1. «Добрый» и «Черноголовка» пришли на смену известным брендам

В текущем году в сети супермаркетов «Слата» произошли значительные изменения в продажах сладких газированных напитков. За июль-август был отмечен прирост продаж на 18% по сравнению с предыдущим годом.

– В 2022 году официально ушли с рынка такие крупные бренды данной категории, как «Кока-Кола» и «Пепси». Теперь лидерами рынка стали «Добрый» и «Черноголовка», которые вместе занимают около 40% доли рынка, – прокомментировала Наталья Рудова, заместитель коммерческого директора ТС «Слата».

2. Спрос на снеки вырос на 12%

Повышенным спросом среди покупателей пользуется категория «Снеки», особенно чипсы и изделия из кукурузы от отечественных производителей, которые активно рекламируются известными российскими блогерами.

– В летний период основным драйвером роста категории было включение новых товаров со скидкой на время проведения промоакций.

В результате продажи увеличились, а категория «Снеки» показала рост на 12%. Особенно заметный вклад внесли чипсы с ростом на 17% и изделия из кукурузы с ростом на 27%, – добавила Наталья Рудова.

3. Новинки из Азии

Продукция из Азии – новый продуктовый опыт и рост интереса среди сибиряков. В топ продаж вошли продукты быстрого приготовления от новых брендов – лапша, грибы в вакуумных пакетах, чука и кимчи.

– Чипсы из ямса – новый продукт в категории снеки, представлен пятью наименованиями в разных ценовых сегментах. После ввода в ассортимент оборот по чипсам из ямса превысил продажи ушедшего с рынка бренда «Принглс» за сопоставимый период, – подчеркнули в компании.

4. Фрукты из Китая – в лидерах продаж

В текущем летнем сезоне покупатели супермаркета «Слата» приобрели на 15% больше фруктов и овощей. Особенно популярными оказались овощи из борщевой группы (картофель, морковь, свекла, капуста), а также бахчевые и экзотические фрукты.

5. Цены чувствительны к курсу валют

В сети прокомментировали и возможный рост цен в связи с ростом курса доллара.

– Изменение цен предполагается по всем чайно-кофейным контрактам по причине ослабления рубля. Крупные производители кондитерской продукции «Марс», «Ферреро», «Объединенные кондитеры», «Победа» публично анонсировали повышение в среднем от 8 до 13%, – отметили в компании.

Также ожидается, что до конца 2023 года в связи с мерами по развитию и увеличению продаж российского вина повысятся пошлины на импортное вино из недружественных стран. Предполагается, что отечественное производство и импорт из дружественных стран полностью обеспечат внутренний спрос.

Новый сценический комплекс появился в Шелехове

Для города его приобрела компания РУСАЛ в рамках соглашения о социально-экономическом сотрудничестве.



Фото: Евгений Козырев

Сцена для проведения массовых мероприятий, а также павильон управления уже смонтированы сотрудниками МБУ «ФСК «Шелехов» на стадионе «Металлург».

«Теперь творческие коллективы города Шелехова и Шелеховского района смогут выступать на собственной сцене, а массовые мероприятия на стадионе «Металлург» можно проводить чаще. Отмечу, что раньше из бюджета города и завода на аренду такого оборудования для проведения праздников уходило немало средств», –

прокомментировал Артём Фоминых, генеральный директор Иркутского алюминиевого завода компании РУСАЛ.

Оборудование изготовила московская специализированная компания, размеры сцены 9 на 8,6 метров, монтаж занимает минимальное время и не требует специальной техники. Стоимость сценического комплекса 2,6 млн рублей. РУСАЛ системно оказывает благотворительную помощь городу Шелехову, это давняя традиция компании, которую заложил Олег Дерипаска.

«Заморозки нет – инвесторов много»

Евгения Найдёнова об интересе к туротрасли Приангарья

«Интерес к туристической отрасли в регионе значителен, инвесторы постоянно интересуются земельными участками и возможностями», – заявила на Ярмарке инвестиционных проектов в Центре «Мой бизнес» руководитель Агентства по туризму Иркутской области Евгения Найдёнова.

«Вижу всплеск интереса к территории»

На вопрос модератора, происходит ли заморозка крупных инвестиционных проектов в Иркутской области, Евгения Найдёнова ответила, что, скорее, наоборот.

– Инвестиционные проекты, которые планировались, реализуются. Компания «Гранд Байкал», которая запускает в Иркутске несколько отелей, подтверждает свои планы. Идёт строительство и в особой экономической зоне «Ворота Байкала». Мы видим, что свободных участков нет, а потребность зайти на эту территорию у инвесторов есть. Я, наоборот, вижу всплеск интереса к нашей территории, – отметила Евгения Найдёнова.

«Туризм – вершина айсберга»

Руководитель Агентства по туризму Иркутской области подчеркнула, что сейчас важно расставить приоритеты и наметить перспективные территории для развития бизнеса.

– Туризм – лишь вершина айсберга. Благодаря туризму создаётся та самая, правильная инфраструктура – это и коллективные средства размещения, и места досуга, и развлекательная инфраструктура, и спортивные. Это и дороги, и аэропорты. Всё это важно для формирования туристического потока и развития региона. Наши гости хотят наполнить свой отдых, получить впечатления, они хотят попробовать наш регион на вкус, увидеть тот самый Байкал. А для этого необходимо правильно концентрировать наши усилия. Сейчас мы разрабатываем



концепции событийного, гастрономического, круизного, экологического, промышленного и детского туризма. К первому сентября они уже будут готовы, гастрономическую концепцию мы представим чуть раньше.

Высокий интерес подтверждает и Ярмарка инвестиционных проектов: несмотря на лето и высокий туристический сезон, в Центре «Мой бизнес» было многолюдно – иркутские предприниматели проявили большой интерес к мероприятию.

«Магнитов много, но едут на Байкал»

Природных магнитов в Иркутской области много, рассказала Евгения Найдёнова.

– У нас есть прекрасное Братское взморье, красивые районы в Черемховском районе, в Усолье, но при этом основной туристический поток всё-таки формируется вдоль озера

Байкал – это такие кластеры, как Южное Прибайкалье, Слюдянка, Байкальский тракт, Листвянка, Большое Голоустное, Бугульдейка, Ольхон, Малое море.

Далее Евгения Найдёнова рассказала, какие проекты находятся в активной разработке

1. Байкальск – ОЭЗ

– Байкальск – территория, на которой планируется развитие экогорода, где сегодня работает компания ВЭБ.РФ в лице Байкал.Центр. При содействии правительства Иркутской области создаётся особая экономическая зона туристского направления «Ворота Байкала».

2. Тальцы – «Байкальская слобода»

– Сейчас проект называется «Байкальская слобода», он реализуется совместно с Корпорацией Туризм.РФ.

Там будет создан круглогодичный курорт. При этом территория будет иметь интересное наполнение: на территории планируется яхтенная марина, аквапарк, несколько гостиничных комплексов, в общей сложности будет создано 3,5 тысячи номеров. Гости, которые приезжают на Байкальский тракт, смогут посетить «Байкальскую слободу» и задержаться там на несколько дней. В сентябре Корпорация Туризм.РФ представит мастер-план этой территории. Можно будет более детально ознакомиться. Именно там будут представлены инвестиционные лоты, куда инвесторы смогут заходить и реализовывать свои проекты.

3. Круизный туризм

– Сейчас это приоритетное направление, которое прорабатывается в Иркутской области. Мы неоднократно подавали документы в правительственную комиссию. Совсем недавно в регионе была комиссия из Министерства транспорта, обсуждалась необходимость создания причальных сооружений. Сейчас они находятся в неудовлетворительном состоянии, но при этом есть хороший тренд на круизный туризм. Мы видим, что бизнес уже отозвался. Восточно-Сибирское речное пароходство строит два катамарана вместимостью 148 пассажирских мест каждый. От государства в этом виде туризма требуются инвестиции в причальные сооружения для создания инфраструктуры.

4. Байкальский тракт

– На сегодня губернатором Игорем Кобзевым поставлена задача создать

инфраструктуру придорожного сервиса на территориях, прилегающих к Байкальскому тракту. Гость может задержаться, погулять, пройтись по экологической тропе.

5. Туристическая инфраструктура в Бугульдейке и Большом Голоустном

– Если смотреть на территорию Листвянки, мы видим хаотичную застройку, невозможность сделать набережную, народ туда едет, и при этом нет возможности отдохнуть. Не хочется, чтобы история повторилась, поэтому сейчас в Большом Голоустном и Бугульдейке мы разрабатываем архитектурный облик территорий. Прорабатываем, где необходимо сделать променадные дорожки, чтобы они правильно выходили на берег Байкала.

6. Мастер-план двух территорий

– Компания Прогород по заказу Минэкономки РФ начинает масштабную работу по разработке туристической схемы макротерритории Байкал, в неё включаются два региона – Республика Бурятия и Иркутская область. Ведётся большая аналитическая работа, к декабрю планируют представить мастер-план для двух локаций. После этого уже в рамках национальных проектов планируется реализация туристических проектов. Они станут приоритетными для государства, и будет ясно, на какие инфраструктурные проекты будет направлено финансирование.

6 трендов на рынке загородных отелей

«Проекты в туристической отрасли не просто не замораживаются, а, скорее, размораживаются. Особенно это касается топ-4 регионов страны: Байкала, Алтая, Карелии и Краснодарского края», – заявил на Ярмарке инвестиционных проектов в Центре «Мой бизнес» президент Ассоциации загородных отелей, гостиничный девелопер и эксперт в проектировании объектов гостиничного бизнеса Антон Басин. Он добавил, что на Байкале у компании сейчас максимальное количество проектов.



Компания BASINN hotel development специализируется на трансформации недвижимости в гостиничный бизнес с окупаемостью 5-10 лет. В отели, концепции которых разработала компания, вложено более 35 млрд рублей. Антон Басин рассказал участникам Ярмарки инвестиционных проектов в Иркутске, на какие

тренды опираться при разработке новых проектов.

1. Рост внутреннего туризма

– До 2020 года рост был на уровне 5%, последние 2-3 года он составляет 12%. Причём это средние цифры по стране, а в отдельных регионах

рост еще более существенный: Дагестан – 47%, Калининград – 30%. Байкал и Алтай входят в число регионов, где рост превышает средний по стране и составляет 20-30%.

Частый вопрос, который все задают: что будет с туризмом, когда мы со всеми помиримся, когда все границы откроют? Мы проанализировали в рамках Ассоциации этот вопрос на промежутке времени между пандемией и СВО и увидели, что рост всё равно сохранится, может быть, не на том уровне, который есть сейчас, а на уровне 9-10% в год. То есть в любом случае он больше, чем был до 2019 года.

2. Дефицит качественных загородных отелей

– У нас критическое устаревание материально-технического фонда, поэтому каждый новый проект, каждый новый отель, который открывается, перетягивает спрос на себя. Те гостиницы, которые не реконструируются, не ремонтируются – а их большая часть в стране – уходят в небытие, их замещают новые отели.

3. ЭКОотели

– Спрос на экологичность набирается обороты. У нас пока нет в стране понятия, что такое эко-отель, но мы под ним понимаем как минимум натуральные материалы – камень, дерево, панорамное остекление, максимальную экологичность внутреннего наполнения.

4. Велнес-антистресс

– Детокс, оздоровление – всё, что с этим связано: и бани нового формата, и спа-комплексы – всё это востребовано. Спортивные площадки и ФОКи, которые раньше были обузой для отеля, сейчас стали туристическим продуктом, который реально зарабатывает. Для понимания, экономика среднего гостиничного отеля выглядит так: 50-60% даёт номерной фонд, 40-50% – общепит. Но, когда в отель включается спа-комплекс, он может давать до 30% выручки.

5. Коллективные инвестиции

– Еще один устойчивый тренд, который перешел из городских апарт-от-

елей. Сейчас очень многие проекты гостиничной отрасли финансируются за счёт коллективных инвестиций.

6. Смена целевых аудиторий

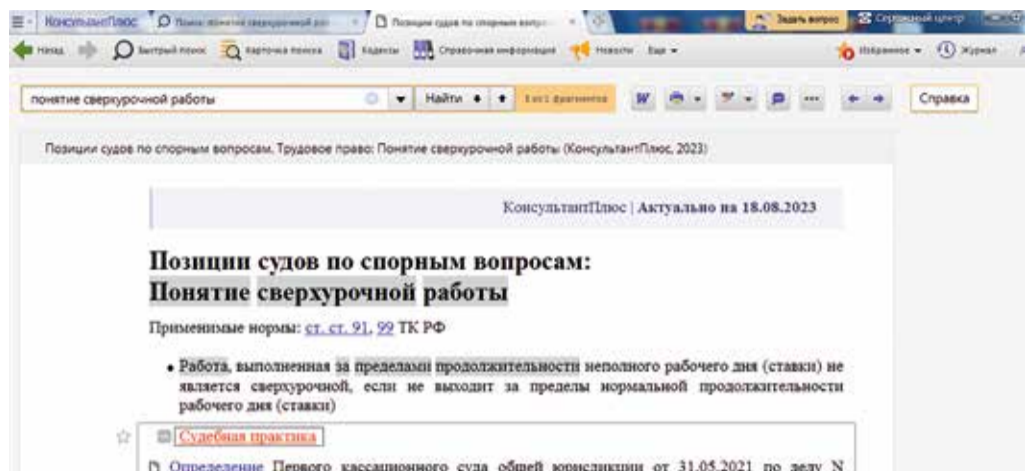
– Важно хорошо понимать свою целевую аудиторию. Сегодня загородные отели зарабатывают в основном на двух сегментах – это семья/пара и компании. Поэтому большинство проектов рассчитаны на них. Именно с учетом всех текущих трендов разработан проект «Байкал-Аляска», в котором я принимал участие. Там заложен экоформат, расчет на целевые аудитории. Уверен в его успешности, я сам в вошёл в проект как инвестор и приобрёл один из номеров.

СПРАВКА

*Отель «Байкал-Аляска» популяризирует историю Иркутской губернии и восточных территорий нашей страны, в освоении которых огромную роль сыграли сибирские купцы-первопроходцы. Двести лет назад они устанавливали торговые связи между Иркутской областью и Аляской. Энтузиасты проекта «Байкал-Аляска» прошли путь первопроходцев от Иркутска до Ситки за три летних сезона в 2017-2019 годах на парусном надувном катамаране. После этого тему с историей первопроходцев решили развивать и сделали тематический отель, который стал своеобразной «витриной» всей огромной территории от Байкала до Аляски. Сейчас в отеле шесть корпусов, тематически разделенных по территориям: «Байкал», «Якутия», «Охотское море», «Камчатка», «Чукотка», «Аляска». Каждый корпус состоит из номеров разных категорий (всего в отеле 73 номера). Каждый номер посвящен какому-то интересному с точки зрения географии или истории месту на пути от Байкала до Аляски и тематически оформлен.

КонсультантПлюс выпустил три новых продукта по судебной практике

Новые продукты адресованы юристам. Они помогут быстро ознакомиться с подходами судов по самым популярным вопросам, увидеть неочевидные риски, не допускать нарушений. Не нужно самому искать и анализировать судебную практику по вопросу – все это уже сделали эксперты КонсультантПлюс.



Продукт «Позиции судов по спорным вопросам. Трудовое право» содержит темы по общим вопросам трудового права и по особенностям труда отдельных категорий работников (оплата труда, материальная ответственность водителя, выплата пособий по беременности и родам и др.). Включено более 300 материалов, в которых отражено 1 000 позиций судов.

Продукт «Позиции судов по спорным вопросам. Корпоративное право» посвящен вопросам, связанным с созданием и деятельностью АО, ООО, других коммерческих организаций, а также отдельных НКО. В числе тем: созыв и проведение общего собрания, содержание и изменение устава хозяйственного общества, крупные сделки и сделки с заинтересованностью, реорганизация и др. Подготовлено более 300 материалов, в которых отражено 1200 позиций судов.

Продукт «Позиции судов по спорным вопросам. Гражданский процесс» посвящен вопросам, связанным с участием в гражданском процессе (подача иска, доказывание, восстановление процессуальных сроков, исполнительное производство и др.). Включено более 300 материалов, в которых отражено 1400 позиций судов.

В каждом материале:
- рассмотрены наиболее интересные спорные вопросы по конкретной теме и приведены позиции судов;

- все позиции судов проверяются на наличие похожих и противоположных подходов, в случае расхождения практики приводятся позиции «за» и «против»;
- есть ссылки на судебные решения;
- материалы основаны на практике арбитражных судов и судов общей юрисдикции;
- ежедневное обновление информации.

Узнайте о новых продуктах в сервисном центре КонсультантПлюс

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
RIS 112 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



**ОТКРЫТИЕ?
КОНФЕРЕНЦИЯ?
КОРПОРАТИВ?**

АВРОРА
кейтеринг

**ФУРШЕТ • БАНКЕТ
КОФЕ-БРЕЙК • ПИКНИК**

т.+7 (3952) 994-559
кейтеринг-иркутск.рф

Информационное сообщение

АО «Международный Аэропорт Иркутск» информирует о проведении 4.10.2023 с 13:00 процедур публичных предложений по продаже имущественных комплексов:

«База отдыха», месторасположение: Иркутская область, Иркутский р-н, 26 км. Байкальского тракта;
«Насосная станция», месторасположение: Иркутская область, г. Иркутск, Ленинский район, ул. Полярная, 199.

Контактные данные – г. Иркутск, ул. Ширямова, 13, здание терминала МВЛ, 2 этаж, каб. 208/3, тел. 8-3952-26-68-07, email: verkhoturtev@iktport.ru

Вся информация размещена на сайте АО «Международный Аэропорт Иркутск»
www.iktport.ru



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.
54 032 000 руб.

п. Михайловка

3 квартал, 1

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

р. п. Мегет

1 квартал, д. За

НЕЖИЛОЕ ЗДАНИЕ
Кирпичное здание общей площадью 171 кв. м с земельным участком 560 кв. м.
5 134 000 руб.

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

У НАС ЕСТЬ
Арендатор/Покупатель на вашу коммерческую недвижимость!

РБН
Регион Бизнес Недвижимость

Продадим/Сдадим ваш объект по максимальной рыночной цене

688-174
www.rbnpro.ru

В ЦИФРАХ

Средняя стоимость вторичного жилья в Иркутске на 01.09.2023 г. (тыс. руб./кв. м)

Тип	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
1 комн. кирпич	146,74	128,36	121,37	110,71	87,54
1 комн. панель	156,37	132,97	113,57	117,59	97,63
2 комн. кирпич	149,51	119,66	104,81	108,47	88,54
2 комн. панель	133,53	117,15	104,86	100,11	90,54
3 комн. кирпич	129,43	109,69	103,36	97,59	84,00
3 комн. панель	-	111,41	95,26	100,24	85,42
Средняя стоимость	132,88	128,17	109,54	110,14	90,01

Средняя стоимость коммерческой недвижимости в Иркутске на 01.09.2023 г. (тыс. руб./кв. м)

Назначение	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
склад (продажа)	36,67	-	-	35,8	15
склад (аренда)	-	-	0,41	-	0,25
магазин (продажа)	96,91	69,74	62,44	47,21	59,69
магазин (аренда)	0,85	0,89	0,64	0,75	0,91
офис (продажа)	90,89	66,41	62,11	51,98	63,48
офис (аренда)	0,83	0,82	0,64	0,67	0,9

Средняя стоимость строящегося жилья в Иркутске на 01.09.2023 г. (тыс. руб./кв. м)

Срок сдачи	Кировский район	Октябрьский район	Свердловский район	Куйбышевский район	Ленинский район
Готовое	115,24	172,12	111,72	137,71	107,06
Срок сдачи - 2 полугодие 2023 года	-	153,95	140,13	157,83	94,53
Срок сдачи - 1 полугодие 2024 года	-	141,09	122,03	-	-
Срок сдачи - 2 полугодие 2024 года и позже	-	149,23	133,25	95,68	104,74
Средняя стоимость	205,39	163,84	126,49	130,41	101,07

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!
Звоните! С радостью ответим на все вопросы:
8 (3952) 200-355, 203-501

пр-т Комсомольский, 128




SHENE
ЮВЕЛИР

угол ул. К. Маркса
и ул. Урицкого, 2



8 (914) 895-33-77



ОДИН ИЗ САМЫХ БОЛЬШИХ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ
В ИРКУТСКЕ (более 420 кв.м.)

БОЛЕЕ 100 ЮВЕЛИРНЫХ БРЕНДОВ РОССИИ

РЕДКИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ КАМНИ
В УНИКАЛЬНЫХ УКРАШЕНИЯХ

ТРЕНДОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ УКРАШЕНИЙ ИЗ ЗОЛОТА

АКСЕССУАРЫ ИЗ СЕРЕБРА, СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ, ПОСУДА