НОВОСТИ КОМПАНИЙ / БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАЦИИ / ТЕХНОЛОГИИ УСПЕХА

16+
www.delosmi.ru

Деловой Волгоград

энергия слова — в развитие бизнеса

№ 6-7 (142-143)
ИЮНЬ-ИЮЛЬ 2019

ТЕМА НОМЕРА

Коммуникации

ПРОЕКТ

Наши люди

Константин Майор, собственник и CEO медиахолдинга MAER GROUP. Лауреат премии «Медиа Менеджер России» 2019 года в номинации «Рекламные и маркетинговые коммуникации».

Созданный Константином Майором медиахолдинг стал партнером «Делового Волгограда» в проекте «Наши люди», посвященном молодым предпринимателям

MAER GROUP

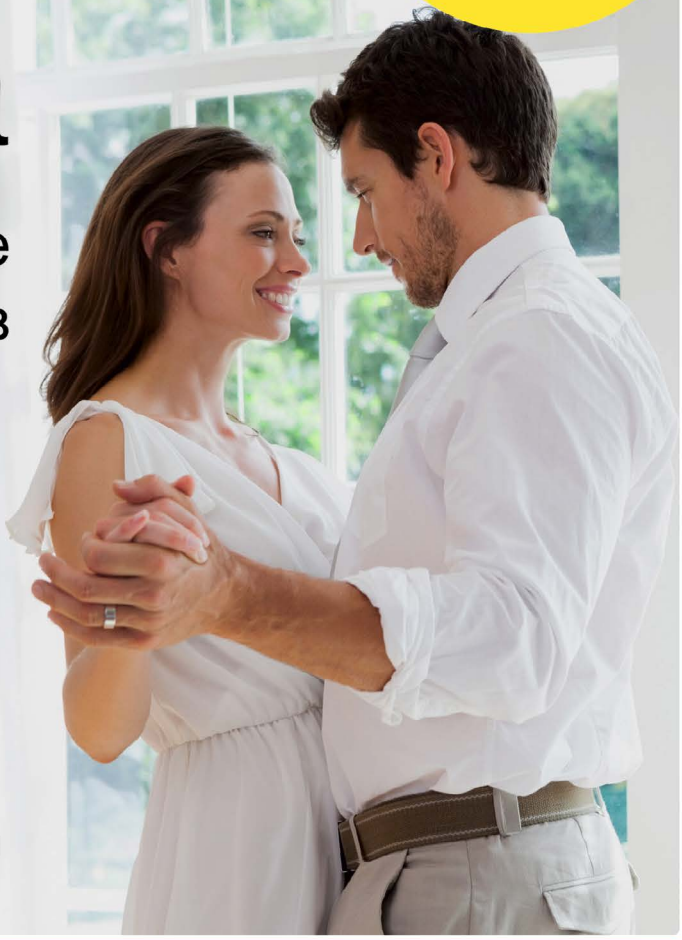
25 лет

БАНК ЦЕНТР-ИНВЕСТ

9,5% годовых

Выгодная ипотека

Рефинансирование ипотечных кредитов



Кредит на жильё в новостройке и на вторичном рынке

Срок кредита до 20 лет

Без обязательного страхования

Принимаем материнский капитал и другие субсидии в качестве первоначального взноса

Досрочное погашение без штрафов и комиссий

Ставка 9,5% годовых действует при оформлении жилья на вторичном рынке в рублях при условии оплаты первоначального взноса не менее 50% от стоимости приобретаемого жилья. Ставка действует первые 10 лет обслуживания кредита, далее и до конца срока обслуживания применяется ключевая ставка ЦБ по состоянию на 1 октября предыдущего года +3,5% годовых.
Ставка 9,75% годовых действует при оформлении жилья на вторичном рынке в рублях при условии оплаты первоначального взноса не менее 35% от стоимости приобретаемого жилья. Ставка действует первые 5 лет обслуживания кредита, с 6-го по 10-й годы 10,25%, далее и до конца срока обслуживания применяется ключевая ставка ЦБ по состоянию на 1 октября предыдущего года +3,5% годовых.
Ставка 10% годовых действует при оформлении жилья на вторичном рынке в рублях при условии оплаты первоначального взноса не менее 20% от стоимости приобретаемого жилья. Ставка действует первые 5 лет обслуживания кредита, с 6-го по 10-й годы 10,5%, далее и до конца срока обслуживания применяется ключевая ставка ЦБ по состоянию на 1 октября предыдущего года +3,5% годовых.
Полная формула расчета условий и предоставления кредита на сайте: https://www.centrinvest.ru/ru/fiz/kreditovanie/ipoteka

8 (8442) 90-10-90

www.centrinvest.ru

г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, 22

ПАО КБ «Центр-инвест». Реклама.

ДЕЛОВОЙ ВОЛГОГРАД
энергия слова - в развитие бизнеса

16+

Рекламно-информационный журнал
№ 6-7 (142-143), июнь-июль 2019
Учредитель и издатель: ООО «Премиум»

Для вас работали:

Главный редактор: Т. Г. Кузнецова

Заместитель директора по коммерческим вопросам:
Василий Кульгускин
Шеф-редактор: Константин Смолий
Дизайн, верстка: Руслан Емельянов, Анна Емельянова
Корректор: Константин Смолий
Авторы: Анастасия Корнилова, Александр Акулиничев, Вячеслав Ященко, Константин Смолий, Яна Трофимова, Лариса Неволина, Екатерина Климовичус

Адрес издателя и редакции:
400001, Волгоград,
ул. Социалистическая, 5, оф. 9
тел.: +7 (961) 679-44-66, +7 (961) 657-33-66
e-mail: holdingdv@gmail.com, premium07@yandex.ru.

Стоимость годовой подписки: 1200 рублей

Издание «Деловой Волгоград» зарегистрировано в Управлении Роскомнадзора по Волгоградской области и Республике Калмыкия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ34-00747 от 10 августа 2016 г.

Авторские права на материалы третьих лиц принадлежат их авторам и правообладателям и отмечены соответствующими ссылками на первоисточник. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Присланные материалы могут быть опубликованы по усмотрению редакции. Материалы не рецензируются и не возвращаются. Использование материалов только с письменного разрешения редакции.

Тираж 3000 экз. Заказ 1705/863 нп.

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного электронного оригинал-макета в типографии ОАО «Альянс «Югполиграфиздат» ООО «Ориана». 400001, Волгоград, ул. КИМ, 6. Тел./факс: (8442) 26-60-10, 97-49-40

Свободная цена
Дата выхода — 24 июля 2019

Некоторые опубликованные в номере фотографии размещены в свободном доступе в сети Интернет без условий об ограничении использования.

Все виды рекламы. Все регионы РФ и СНГ
Компания Реклама Онлайн агентство полного цикла
(812) 401-64-64
(495) 737-54-64
(383) 227-64-64
www.reklama-online.ru
Печатные СМИ, Радио, Телевидение, Транспорт, Метро, BTL/Промо, Интернет, Наружка
ООО «Группа Компаний «Реклама Онлайн», г. Новосибирск, ул. Немировича-Данченко, 104, ОГРН 1105476018361

Слово редактора

Связать каждого с каждым

Писатели-фантасты известны множеством прозорливых предвидений о развитии технологий будущего. Но про одну сферу можно уверенно сказать, что пророческий гений фантастов дал осечку, — это коммуникации. Человекоподобные роботы, искусственный интеллект, полеты в другие галактики и даже иные времена — всего этого в классической научной фантастике с избытком. А вот обычного смартфона практически не найдешь. И с компьютерами беда – они громоздкие, маломощные, с мигающими лампочками. Повсеместное распространение интернета предсказать тоже мало кому удалось.

Между тем в последние десятилетия коммуникации фактически стали приоритетом технологического развития человечества. Да, освоение космоса, создание рукотворного разума, поиск альтернативной энергии и развитие биотехнологий продолжаются. Но все это было на заднем плане интереса людей по сравнению с прогрессом средств коммуникации. Перед желанием связать все со всем и каждого с каждым остальные направления научно-технического прогресса не смогли доказать человечеству свою приоритетную значимость и показать столь же впечатляющие результаты.

В итоге прогресс средств и технологий коммуникации стал одним из драйверов общественного развития. Которое, между прочим, не всегда поспевает за своей новой технологической основой. Ведь средства средствами, а субъектами коммуникаций остаемся мы, люди, желающие общаться друг с другом. И это желание, само по себе консервативное в силу своей вечности, меняется гораздо медленнее, чем средства связи.

Поэтому сводить тему коммуникаций только к их технологической основе — неверно. В центр нужно поставить человека, который по-прежнему испытывает потребность в других людях. Общение создает общность, общность — общество. А технологии — лишь обслуга этой экзистенциальной человеческой потребности. Именно под этим углом мы и будем рассматривать тему коммуникаций в новом номере «Делового Волгограда».

Константин Смолий, шеф-редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ДЕЛОВАЯ СРЕДА

3 Какой должна быть бизнес-коммуникация сегодня?

5 Наталья Шабунина: «Возрождение» — универсальный банк с инновационным подходом

6 Новости деловой жизни

8 «Улучшение качества связи — наш ключевой фокус»

10 Философия коммуникации: человек, система, развитие

12 Три эпохи российского интернета глазами волгоградца

14 Tele2: новый уровень прогресса

16 Как Сбербанк помогает развиваться малому и среднему бизнесу в Волгоградском регионе

17 Бизнес-коммуникация в России: сообщества и ивенты

18 На трибунах становится громче

20 В Волгограде объединяются деловые круги и общественники

БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАНТ

21 Финансовая независимость начинается в молодости

22 5 ошибок цифровой трансформации бизнеса

24 Корреспонденция и документооборот: принципы оптимальной организации

26 «Следи за словами»: тактика жестких переговоров

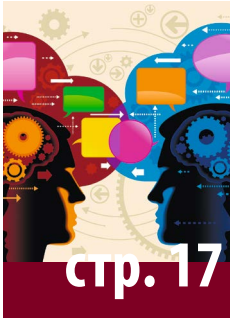
28 Налоговое консультирование — решение проблем бизнеса

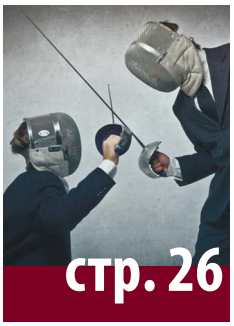
МЕЖДУ ДЕЛОМ

29 Сталинградский тракторный завод: от идеи до воплощения

31 MUST READ: к XXI веку готовы!

32 Принципы жизни и бизнеса Павла Медведева





МЕСТА ПРИСУТСТВИЯ

КАФЕ, РЕСТОРАНЫ, МАГАЗИНЫ

- «Маруся», ул. Аллея героев, 1
- «Библиотека», ул. Аллея Героев, 2
- «Замок на песках», ул. Курская, 1
- «Мольер», ул. Мира, 12
- «Казан-Мангал», ул. Краснознаменская,12
- «Массимо», ул. Мира, 12
- «Слиффки общества», ул. Мира,2
- «Носорог», ул. Мира, 20
- «Гудини», ул. Рокоссовского, 62
- «Бамберг», ул. Советская, 20
- «Римини», ул. Гагарина, 9
- «Расстегай Sarafan», ул. Краснознаменская, 9д
- «Базар», ул. Рабоче-Крестьянская, 96
- «Hungry», Аллея Героев, 5
- «Scoozy», ул. Рабоче-Крестьянская, 96
- «Донатто», ул. Рабоче-Крестьянская, 96
- «Бомонд», ул. Саранская, 66
- «Маманорка, Папабобёр», ул. Землячки, 48
- «Сосновый бор», ул. Ангарская, 137/181
- «Капучино», ул. Штеменко, 5
- «DerRossi», ул. Коммунистическая, 10
- «Штальман», ул. Мира, 10
- «FirstWoman, Man», ул. Краснознаменская, 6
- «Гретель», ул. Советская, 20
- «Шафран», ул. 13-я Гвардейская, 7
- «Золотая Прага», ул. Советская, 28а
- «Вкусный дом», ул. Чуйкова, 19

САЛОНЫ СВЯЗИ

- «МегаФон», ул. Бакинская, 2
- «Билайн», ул. Им. Рокоссовского, 62
- МТС, ул. Краснознаменская, 7
- «Ростелеком», ул. Мира, 16

БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ

- «Премьер-Билдинг», пр. Ленина, 56а
- «Икра», Набережная 62-й армии, 6
- «Адмирал Плаза», ул. Баррикадная, 16

ГОСТИНИЦЫ

- «Волгоград», ул.Мира, 12
- «Hampton by Hilton Volgograd Profsoyuznaya», ул. Профсоюзная, 13
- «Южный», ул. Рабоче-Крестьянская, 18
- «Хилтон Гарден Инн», пр. Ленина, 56а
- «ParkInn», ул. Балонина, 7
- «Сити», ул. Рокоссовского, 62

ОРГАНИЗАЦИИ

- «ДЕЛО», ул. Краснознаменская,12
- «ОПОРА РОССИИ», ул. Чуйкова, 43
- «Деловая Россия», ул. Порт-Саида,9а
- Волгоградский областной бизнес-инкубатор, г. Волжский, ул. Пушкина, 45/1
- ВТПП, ул. Рабоче-Крестьянская, 22

БАНКИ

- ЮниКредит Банк, ул. Новороссийская, 11
- Открытие, ул. Краснознаменская, 18
- Промсвязьбанк, ул. Чуйкова, 65а
- Альфа Банк, ул. Невская, 11а
- Росбанк, пр. Ленина, 46
- Райффайзенбанк, пр. Ленина, 35
- БКС, пр. Ленина, 5
- Сбербанк, центральный офис, ул. Коммунистическая, 40
- Сбербанк, ВИП-офис, пр. Ленина, 2а
- Возрождение, ул. Невская, 11
- Авангард, ул. Рабоче-Крестьянская, 8а
- Центр-Инвест, ул. Рабоче-Крестьянская, 22
- Московский Индустриальный Банк, ул. Рокоссовского, 62
- Газпромбанк, пр. Ленина, 56а
- Севергазбанк, пр. Ленина, 48
- ОТПБанк, ул. Титова, 36
- FreedomFinance, пр. Ленина, 35
- Национальный Стандарт, ул. Гагарина, 7

Какой должна быть бизнес-коммуникация сегодня?

Коммуникация — неотъемлемый элемент каждого бизнес-процесса. Но как сделать ее по-настоящему эффективной?

Юлия Донецкова

Руководитель студии событий «КСТАТИ», генеральный директор первой недели моды в Волгограде «INDUSTRIAL FASHION WEEK»:

— Бизнес-коммуникации — это маркетинговые коммуникации между брендом, потребителями, сотрудниками и партнерами, цель которых — сформировать определенное мнение о бренде, управлять поведением, создать эмоциональный якорь и влюбить в мир своего продукта. Традиционно инструментами коммуникации были: реклама, пиар, личные продажи, стимулирование сбыта. Сейчас инструментов гораздо больше, и они постоянно пополняются: социальные сети, арт-объекты, сувенирная продукция, брендинг и айдентика, события собственные и партнерские, спонсорство, e-mail-рассылки, коллаборации, вирусное видео и фото и.д. Несколько советов по успешным бизнес-коммуникациям:

1) Коммуникации должны быть комплексными и многоступенчатыми. Чтобы быть замеченными и услышанными, надо появиться в поле зрения человека много раз. Только тогда вас запомнят, смогут идентифицировать и совершать покупки.

2) Персонализация. Торговое предложение и комплекс коммуникации нужно разрабатывать под микро-сегменты потребителей.

3) Говорите на языке потребителя.

4) Визуальный контент. Использование инфографики, фотографии, рисунков и схем — это не просто дань моде и способ удержать внимание, это возможность передать информацию в простом и понятном для потребителей формате.

Надо быть открытыми к новому общению и сотрудничеству. Использовать новые инструменты, возможности и технологии.

Александр Попов

Генеральный директор ООО «СПР «Грейс Солюшнс», руководитель сообщества предпринимателей «Бизнес Среда»:

— Чтобы строить бизнес-коммуникации с наибольшей результативностью, нужно соблюдать два правила. Первое — выходить на эти бизнес-коммуникации, второе — создавать в них ценность для парнера по коммуникации. Выходить на бизнес-коммуникации можно в нескольких направлениях. Если это личные контакты, их удобно производить на деловых мероприятиях, там, где собираются люди, принимающие решения, где есть ваша целевая аудитория. Пример — мероприятия сообщества «Бизнес Среда». Кроме того, необходимы коммуникации аудитории с вашим продуктом. Сейчас существуют различные платформы (социальные сети, мессенджеры), где аудитория быстро дает обратную связь. Очень здорово, когда «внешнюю» коммуникацию продукта выстраивает лично глава компании. Это существенно повышает лояльность человека к бренду.

Важно создавать ценность в коммуникациях. При деловом общении нельзя продавать «в лоб» и сразу навязывать свои услуги. Это может вызвать отторжение. Я стараюсь строить деловые коммуникации с позиции «win-win», то есть предварительно думать о том, что я могу дать этому человеку, что он получит от взаимодействия с нашей компанией. Необходимо продумать очевидные выгоды для клиента и начать именно с них. Важно оперативно откликнуться на запрос человека своими ресурсами. После этого он будет лоялен и готов быть полезным вам.

Также важно обработать обратную связь, поступающую извне. Важно даже из негативного комментария извлечь правильные выводы. Сделайте союзниками даже тех, кто дает пока отрицательные отзывы. Дайте ему бонус, поблагодарите и скажите, что с вашим мнением продукт станет лучше.

Алексей Дудин

Руководитель Мастерской риторики и публичных выступлений «Меткое слово», юрист, бизнес-консультант:

— Во-первых, коммуникации должны быть лаконичными. Мы живем в век высоких скоростей, быстрых изменений и больших объемов информации. Каждое мгновение важно и ценно. Поэтому все, что можно сказать кратко, следует говорить кратко. Подробное описание деталей имеет смысл, только когда визави дал согласие на это или сам высказал просьбу посвятить его во все нюансы.

Во-вторых, коммуникации должны быть простыми и понятными. Порой в стремлении произвести впечатление на собеседника мы начинаем использовать множество специальных терминов, а также заумных и вычурных фраз. Между тем практически все люди любят, когда собеседник говорит просто и понятно.

В-третьих, коммуникации должны быть комфортными для обеих сторон общения. Безусловно, есть случаи, когда принципиальность выражаемой позиции или трагичность сложившейся ситуации требуют жесткой риторики. Во всех остальных случаях коммуникации должны строиться таким образом, чтобы и собеседнику и нам было приятно иметь дело друг с другом. Только так можно простроить долгосрочные и по-настоящему добрые дружеские отношения с клиентами, деловыми партнерами и коллегами по бизнесу.

Елена Смолина

Старший преподаватель кафедры корпоративного управления ВИУ-филиал РАНХиГС:

— Сегодня достаточно много и часто мы говорим о коммуникативной компетентности как о способности к эффективному общению. Если понимать бизнес-коммуникации как фактор обеспечения эффективности деловых контактов, то для современного периода речь идет, прежде всего, о нетворкинге. Это целенаправленная работа по установлению связей, при этом с использованием самых разных площадок. На современном этапе все больше общения переносится в электронную среду. Потому знание «сетевого этикета» и технического разнообразия в отношении деловых коммуникаций в интернет-среде — важный компонент деятельности. Помимо интерактивности и технологичности современные бизнес-коммуникации все больше отличаются интегративностью: появление менеджеров по внутренним коммуникациям, HR-брендирования и интегрированных маркетинговых коммуникаций тому подтверждение. Кроме того, важным навыком для субъектов бизнес-коммуникаций является поиск проверенного источника сведений.

Вячеслав Черепахин

Президент медиагруппы «Премия», член ОП Волгоградской области, руководитель регионального отделения СЖ России:

— Главные требования к коммуникациям — надежность, удобство и стоимость. Например, столкнувшись сейчас с модернизацией Союза журналистов, я пришел к решению внедрить все уже проверенные платформы — Whatsapp, ТГ, Slack, необходимые сервисы Google. И тут возникает нюанс взаимодействия с госструктурами. Наше государство обозначило ориентир на цифровую экономику, но при этом отказалось (якобы в целях госбезопасности) от кучи мировых технологий. Взять тот же Google. При групповой работе над документами нет ничего эффективнее использования их облачных сервисов. Но до сих пор любой небольшой документ, требующий работы и согласования нескольких разработчиков, рождает тонны и гигабайты электронок с кучей вариантов от каждого, что требует сведения, корректуры с неизбежной потерей смыслов. Если мы опасаемся, что Google украдет наши секреты, давайте создавать собственные облачные платформы и сервисы. Но нет. И в программе «Цифровая экономика» этих слов я не увидел.

Считаю, что добровольно отказываясь от современных IT-разработок, мы отказываемся от рыночных механизмов, что приводит к удорожанию затрат на IT и низкой эффективности части административного аппарата. Справедливости ради скажу, есть и удачные решения. Сайт «Госуслуги», например. Идеальные коммуникации — это когда граждане могут взаимодействовать и решать вопросы со всеми необходимыми структурами без личного контакта с чиновниками, в онлайне — буквально за минуты.

Подготовила Анастасия Корнилова, руководитель креативного PR-агентства «PR motor» и портала городского развития «Волгоград 2.0»

Наталья Шабунина: «Возрождение» — универсальный банк с инновационным подходом

«Возрождение» — один из старейших российских банков с 28-летней историей — сегодня входит в крупнейшую финансовую группу ВТБ. Помимо широкого пакета розничных услуг, банк имеет богатый опыт эффективной работы с малым и средним бизнесом. О новых услугах и программах мы говорим с заместителем председателя правления банка «Возрождение» Натальей Шабуниной.

— Наталья Ивановна, расскажите, пожалуйста, какими государственными мерами поддержки может воспользоваться ваш клиент?

— Наш банк активно участвует во всех государственных программах, нацеленных на стимулирование роста экономики страны — Корпорации МСП, Минсельхоза России, Российского экспортного центра и других. Также «Возрождение» входит в перечень уполномоченных банков, предлагающих льготные кредиты для бизнеса по ставке не более 8,5% в рамках программы Минэкономразвития России. Все эти инструменты позволяют нашему банку предлагать кредитование на льготных условиях всем субъектам МСП, вне зависимости от сферы деятельности, а также сельхозтоваропроизводителям.

Кроме того, мы активно сотрудничаем с региональными органами власти, отвечающими за развитие МСП, общественными организациями и отраслевыми союзами.

В рамках действующего договора мы подписали дополнительное соглашение с правительством Республики Беларусь, которое позволяет нашему банку продолжить работу в рамках Государственной программы РБ по стимулированию экспорта промышленных товаров. Участие в данной программе позволит клиентам банка «Возрождение» с помощью субсидирования снизить стоимость привлечения кредитов для покупки техники, транспорта, лифтов и проч., произведенных в Беларуси, за счет компенсации Министерством финансов РБ части процентной ставки в размере 2/3 ключевой ставки ЦБ РФ.

НЕДАВНО БАНК «ВОЗРОЖДЕНИЕ» ВНЕДРИЛ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «VBANK БИЗНЕС» ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ. ТЕПЕРЬ У КЛИЕНТОВ БАНКА ПОЯВИЛАСЬ ВОЗМОЖНОСТЬ УПРАВЛЯТЬ ПЛАТЕЖАМИ В АДРЕС КОНТРАГЕНТОВ, ПРОСМАТРИВАТЬ ОСТАТКИ И ВЫПИСКИ ПО СЧЕТАМ СО СВОИХ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ.

— Какие собственные продукты и программы банк предлагает в помощь бизнесу?

— Помимо базовых программ для бизнеса мы предлагаем клиентам услуги по сопровождению внешнеэкономической деятельности, эквайринга, инкассации. Серьезных успехов мы достигли в области факторинга, в том числе международного, который предполагает финансирование поставок товаров и услуг с отсрочкой платежа в тех случаях, когда поставщик и покупатель являются резидентами разных стран.

Наталья Шабунина, заместитель председателя правления банка «Возрождение»

Мы регулярно обновляем нашу продуктовую линейку.

Например, с апреля запустили программу рефинансирования для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей со ставкой от 9,5%, в рамках которой можно перевести в «Возрождение» кредит из другого банка или объединить несколько в один на более выгодных условиях.

— Какие современные технологии банк предоставляет бизнесу?

— Недавно внедрено мобильное приложение «Vbank Бизнес» для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Теперь у наших клиентов появилась возможность управлять платежами в адрес контрагентов, просматривать остатки и выписки по счетам со своих мобильных устройств. Отдельно стоит сказать про онлайн-сервис «Светофор», который на основе автоматического анализа информирует предпринимателя о степени благонадежности контрагента.

Уверена, что наши современные сервисы и банковские продукты не только упрощают компаниям и предпринимателям ведение бизнеса, но и помогают им получать конкурентные преимущества.

Новости деловой жизни

Минэкономразвития популяризирует предпринимательство

Минэкономразвития представило программу информационной компании по популяризации предпринимательства. Главная задача — вовлечь в бизнес как можно больше россиян. Среди целевых групп, на которые ориентирована программа, — женщины в декретном отпуске, пенсионеры, военнослужащие и уволенные в запас, инвалиды, безработные. В общей сложности появятся более 9 программ для обучения 450 тренеров, а также стартуют занятия по обучению основам ведения бизнеса, финансовой грамотности.

PR-кампанией в СМИ, интернете и социальных сетях займется университет «Синергия». Университет объединит все практики и стандарты по предпринимательскому образованию. По словам ректора университета Юрия Рубина, «совершенствовать образование необходимо, потому что из-за неграмотности 70% стартапов сворачивают бизнес уже в первый год».

Федеральный проект по популяризации предпринимательства входит в нацпроект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Он включает в себя комплекс мер, направленных на увеличение числа занятых в секторе МСП.

Источник: Российская газета

Кадастровая палата предлагает онлайн-услуги

В настоящее время на официальном сайте ведомства, через личный кабинет, действуют сервисы получения услуг по кадастровому учету, подаче заявлений на государственную регистрацию прав, единую процедуру государственного кадастрового учета и государственной регистрации права на недвижимость и получение сведений из Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН). Подготовленные в электронном виде документы подписываются усиленной квалифицированной электронной подписью (УКЭП).

Запуск сервисов, при подаче документов на кадастровый учет и регистрацию прав через Интернет, позволяет гражданам и бизнесу напрямую обратиться в Росреестр и получить наиболее востребованную из государственных услуг. Также на сайте Росреестра функционируют следующие сервисы: «Личный кабинет правообладателя», «Личный кабинет кадастрового инженера», «Справочная информация по объектам недвижимости в режиме online», «Офисы и приемные».

Кроме того, на сайте работают сервисы, позволяющие узнать информацию о ходе оказания услуги и распечатать полученную в электронном виде выписку.

Источник: Волгоградская ТПП

Путин подписал законы о защите дольщиков

Президент России Владимир Путин внес изменения в законы, регламентирующие права участников долевого строительства. Первый документ предполагает создание в регионах некоммерческих организаций, которые будут достраивать долгострои на средства компенсационного фонда, а также федерального, регионального и муниципального бюджетов.

Второй предусматривает передачу страховыми компаниями премий по действующим договорам страхования ответственности застройщиков в Фонд защиты прав дольщиков. Документ обязывает страховщиков в течение сорока дней со дня вступления закона в силу передать премии по действующим договорам долевого участия в Фонд дольщиков на общую сумму 15 млрд рублей, которые направят на достройку проблемных объектов. После передачи части этих средств ответственность перед клиентами будет нести Фонд. Тратить деньги он сможет только на достройку проблемных домов.

Напомним, с 1 июля все российские девелоперы, привлекающие средства граждан, обязаны перейти на схему долевого строительства жилья с применением эскроу-счетов.

Источник: newdaynews.ru

Волгоградские предприятия привлекают господдержку

До конца 2019 года участниками нацпроекта «Производительность труда и поддержка занятости» станут 17 предприятий региона, до 2024 года программа объединит 91 организацию. По информации комитета экономической политики и развития Волгоградской области, по итогам конкурсного отбора Минэкономразвития России, регион в 2019 году вошел в число 20 лидеров, включенных в состав национального проекта. Итогом работы станет увеличение показателя производительности труда на предприятиях базовых несырьевых отраслей экономики региона до 106,3%.

Национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости» направлен на поддержку предпринимателей и рост экономики страны. Основная задача — обеспечение роста эффективности производств на средних и крупных предприятиях базовых несырьевых отраслей не ниже чем на 5% в год к 2024 году за счет внедрения технологий бережливого производства. Участие в национальном проекте позволит предприятиям сократить затраты и мобилизовать резервы для развития. Кроме того, предприятия смогут претендовать на получение льготного кредита от Фонда развития промышленности в размере до 300 миллионов рублей под 1% годовых на пять лет.

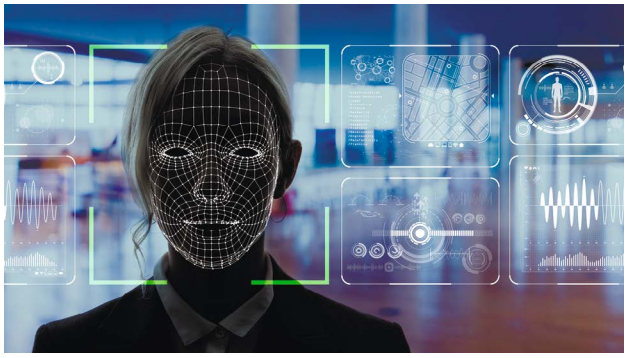
Источник: ВолгаПромЭксперт

Кабмин поддержал законопроекты о цифровом профиле и электронной подписи

В России предложили сформировать правовую основу для создания институтов цифрового профиля граждан и юридических лиц. Соответствующий законопроект дает определение ряду понятий в цифровой сфере, устанавливает правовую основу для создания институтов цифрового профиля, формирует условия для развития сферы электронных услуг и введения электронного удостоверения личности.

Также правительство поддержало законопроект о системе электронной подписи. Инициатива закрепляет регулирование процедур достоверности идентификации с использованием электронного сервиса, обеспечивающего электронное взаимодействие. Документ усиливает требования к аккредитованным удостоверяющим центрам, которые хранят ключи электронной подписи и имеют полномочия по подписанию соответствующих электронных документов по поручению владельца квалифицированного сертификата.

Создание так называемого цифрового профиля (платформы, где информация о гражданине или юрлице будет храниться в виде ссылок на юридически значимые записи в базах госорганов или организаций) предусмотрено национальной программой «Цифровая экономика».



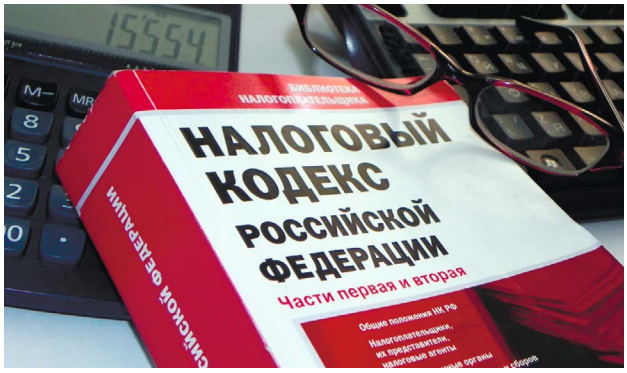
Источник: Парламентская газета

Начинающие бизнесмены в Волгограде используют сниженную ставку по ЕНВД

В Волгограде около 200 начинающих предпринимателей с начала 2019 года применяют сниженную налоговую ставку по ЕНВД — 7,5% вместо 15%. Налоговая преференция действует один год со дня постановки ИП или организации на учет, сообщили в пресс-службе мэрии областной столицы. Это входит в системную работу по всесторонней поддержке малого бизнеса, проводимую по поручению губернатора Андрея Бочарова.

Режим налогообложения в виде оплаты единого налога на вмененный доход доступен субъектам малого бизнеса, работающим по приоритетным направлениям развития. Это — предприятия общественного питания, парикмахерские, гостиницы, автомастерские и мойки, ветеринарные клиники и т. п. Экономия позволяет предпринимателям на начальном этапе больше вкладывать в развитие.

Получить информацию о налоговой преференции можно в контакт-центре Федеральной налоговой службы по номеру 8-800-222-22-22 или в городском управлении экономического развития и инвестиций по телефону 8 (8442) 30-13-73.



Источник: gorvesti.ru

«Улучшение качества связи — наш ключевой фокус»

Текст: Константин Смолий. Фото: Мария Гаранина

Цифровизация бизнес-процессов, рост потребления мобильного интернета стимулируют телеком-операторов активно развивать инфраструктуру. О том, как Билайн в регионе решает задачу обеспечения качественного покрытия на фоне растущего трафика, ДВ рассказал Олег Клянчин, территориальный управляющий Волгоградского кластера ПАО «ВымпелКом».

— Операторы связи увеличивают капвложения в сети с прицелом на запуск новых стандартов связи и услуг. Насколько успешно, на ваш взгляд, реализуется проект улучшения качества связи Билайн в Волгоградской области?

— В Волгоградской области весь 2018 год мы инвестировали в развитие сети. В первую очередь делали акцент на стандарте 4G, обеспечивающем скоростной мобильный интернет. В результате количество базовых станций 4G в Волгограде выросло на 30%, в Волжском — на 51%, расширилось покрытие, увеличилась емкость сети. Мы стараемся делать все, чтобы в Сеть можно было выходить без проблем везде, даже в небольших поселках. В результате за год объем мобильного трафика в регионе вырос на 74%. Мы готовы к дальнейшему росту нагрузки на сеть. В регионах России новая базовая станция Билайн в прошлом году появлялась каждые полчаса. Развитие сетей — процесс постоянный, поэтому улучшение качества связи остается для нас ключевым фокусом.

— Как меняется профиль потребления ваших клиентов?

— Сравните: пять лет назад пользователь «качал» в месяц 2,5 ГБ, сейчас — 7,5 ГБ и выше. Недавно мы проанализировали потребление мобильного интернета в Волгограде, и оказалось, что самые активные пользователи генерят 26 ГБ в месяц. И это объяснимо: 50% информации сегодня к нам поступает через смартфон, по статистике человек берет в руки гаджет 80 раз в день. Растет доля потребления «тяжелого» контента: у абонентов наших безлимитных тарифов 50% трафика сейчас составляет просмотр видео в HD-качестве.

— Безлимитные тарифы в этом году вернулись на телеком-рынок. Жесткая конкуренция между провайдерами выгодна клиентам?

— Мы запустили новые безлимитные предложения этой весной и отметили высокий интерес со стороны клиентов. Более того, безлимитный интернет теперь есть и на семейных тарифах («Двойной Анлим», «Семья» и другие). Мобильным интернетом и минутами можно делиться с членами семьи, и это выгодно — общие расходы на связь снижаются в два раза. Для пенсионеров, студентов и людей с инвалидностью всего за 99 рублей мы запустили новый тариф «Социальный пакет», предоставив безлимитный трафик на социальные порталы госслужб и безлимитное пользование мессенджерами. B2B-клиентам мы также предложили безлимит, запустив линейку корпоративных тарифов «Яркий бизнес» (в них также можно настраивать нужное соотношение минут и гигабайт под каждого сотрудника). Получается, что мы как оператор, в том числе, безлимитов пошли навстречу потребностям клиентов, и это выгодно всем.

> ТЕЛЕКОМ-СЕРВИСЫ СТАЛИ ПРОСТЫМ И УДОБНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ. МЫ СТАРАЕМСЯ СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ОНИ БЫЛИ МАКСИМАЛЬНО «ЗАТОЧЕНЫ» ПОД РЕШЕНИЕ КОНКРЕТНЫХ БИЗНЕС-ЗАДАЧ

— Какие услуги для бизнеса наиболее востребованы в регионе?

— Бизнес сегодня решает задачу оптимизации расходов и повышения эффективности продаж с помощью облачных решений, продуктов Big Data, и мы ему в этом помогаем.

Представьте, что за каких-нибудь полчаса волгоградский предприниматель может создать собственный колл-центр и максимально эффективно организовать прием входящих звонков (облачную АТС мы бесплатно подключаем клиенту в рамках пакета «Яркий бизнес»). Или без затрат на покупку серверов небольшая местная компания может оперативно разместить свои базы данных, системы 1С на нашем ЦОДе (сервис «BeeCloud), сэкономив ресурсы и не опасаясь за сохранность информации. А если надо целенаправленно донести свое предложение до нужной аудитории, то мы решим и эту задачу, подключив клиенту услугу Target SMS. По определенным параметрам — пол, возраст, увлечения, геолокация — компания может выделить получателей рекламного сообщения и привлечь новых клиентов. Телеком-сервисы стали простым и удобным инструментом. Мы стараемся сделать так, чтобы они были максимально «заточены» под решение конкретных бизнес-задач.

Олег Клянчин, территориальный управляющий Волгоградского кластера ПАО «ВымпелКом»

Помогаем делом

ВТБ

ОТКРОЙТЕ СЧЁТ ДЛЯ БИЗНЕСА НА ВЫГОДНЫХ УСЛОВИЯХ

- ОТКРЫТИЕ СЧЕТА — 0 РУБЛЕЙ
- 3 МЕСЯЦА ОБСЛУЖИВАНИЯ — 0 РУБЛЕЙ
- ПЕРЕВОДЫ И ОПЕРАЦИИ С НАЛИЧНЫМИ — 0 РУБЛЕЙ

8 800 200 77 99
vtb.ru

Предложение действует для клиентов малого и среднего бизнеса (юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) при открытии первого расчетного счета в валюте РФ в Банке ВТБ и одновременном подключении одного из пакетов услуг, действующего в обслуживающем филиале Банка: пакет услуг «Бизнес-касса» / «Развитие», пакет услуг «Бизнес-онлайн» / «Премиум», пакет услуг «Бизнес-Развитие» / «Стабильный бизнес». Указанные условия не являются офертой или приглашением делать оферты. Сроки действия акции и перечень отделений Банка, предлагающих пакетные предложения на специальных условиях, уточняйте по телефону 8 800 200 77 99, а также в офисах Банка ВТБ. Подробные тарифы с полным перечнем услуг указаны на сайте www.vtb.ru (0+). Банк ВТБ (ПАО). Генеральная лицензия Банка России №1000. Реклама.

Философия коммуникации: человек, система, развитие

Текст: Константин Смолий

Коммуникацию часто определяют как процесс обмена информацией между субъектами социальных отношений. Однако при таком подходе цель коммуникации оказывается подменена средством. А подлинная ее цель — конструирование социальных систем.

МЕЖДУ СОБОЙ И ЧЕЛОВЕЧЕСТВОМ

У слов «общность», «общество» и «общение» один корень. По сути, общение — это процесс поиска общего, которое существует априори, либо его конструирования, если общего пока нет. Даже беседа двух человек имеет целью не просто передачу информации от одного собеседника к другому, а выстраивание новых связей и отношений между ними. Это наименьший уровень коммуникации, если не брать в расчет внутренний диалог человека с самим собой — непременный спутник процесса мышления.

Есть и ряд мезо- и макроуровней, на каждом из которых в коммуникации задействовано все больше субъектов. Самый крупный уровень — глобальное человечество, о формировании которого стало возможно говорить тогда, когда появились глобальные средства связи и прогресс средств коммуникации сделал возможным превращение каждого человека в объект коммуникативного воздействия. Мы ощущаем на себе это воздействие каждый день, однако предлагаемая общность слишком велика и абстрактна, чтобы мы идентифицировали себя с ней в первую очередь. Гражданство мира — вещь притягательная, но основными уровнями идентификации для нас по-прежнему остаются семья, круг друзей и знакомых, малая родина, свой народ и свое государство.

Недостаток информации в системе провоцирует нарастание энтропии

Соответственно, и основную коммуникацию мы осуществляем в этих сферах. Чем выше и глобальнее сфера, тем сильнее мы превращаемся из субъекта коммуникации в ее объект.

МЕЖДУ ЭНТРОПИЕЙ И СТАБИЛЬНОСТЬЮ

Если представить любую общность в виде системы, то окажется, что коммуникация выполняет в ней системообразующую функцию. Причем ее роль — ключевая не только в создании системы, но и в поддержании в ней стабильного состояния, и даже в ее распаде. Для человеческих отношений неопределенность губительна, ведь тогда социальные связи кажутся зыбкими и ненадежными, а общность — мнимой или как минимум сомнительной. На языке системного анализа такая ситуация определяется как возрастание энтропии — меры дезорганизации системы. Противостоит энтропии информация — поток, распределяющийся в системе, и чем более равномерно он распределяется, тем система ближе к состоянию стабильности.

Подлинная цель коммуникации — конструирование систем

Поэтому коммуникация в человеческом сообществе — это такое распределение знаний в системе, которое помогает каждому ее элементу понять смысл и ценность существования системы, а так же самого себя как ее элемента. И, конечно, свои функции в ней. Если человек не понимает, для чего существует общество и какова его ценность, мотивация его нахождения в нем и активной деятельности ради ее блага снижается.

МЕЖДУ ИСТИНОЙ И ПОЛЬЗОЙ

Это, конечно, не значит, что вся информация, поступающая в социальную систему, должна быть истинной, и каждый элемент должен знать полную правду о ней и механизмах ее управления. Наоборот, полная прозрачность системы часто равносильна ее тепловой смерти — абсолютно равновесному состоянию, когда все элементы занимают примерно равнозначную позицию и внутренняя среда становится однородной. В такой системе невозможно развитие, если под развитием понимать становление новой конфигурации элементов на более высоком уровне организации.

Управление системой невозможно без организации обратной связи

Таким образом, истинное знание должно быть хотя бы немного дефицитным ресурсом, чтобы обеспечить конкурентную борьбу за его обладание, которая приведет к становлению иерархий и движению членов общности от низких ступеней к более высоким. Ведь знание — это власть, а власть не может находиться «внизу».

Итак, для конструирования социальной общности необходим очень тонкий баланс между истиной и ложью, и между достаточностью знания и его дефицитом. Поиск такого баланса делает коммуникацию очень сложным процессом с множеством правил и нюансов, призванных не допустить превращения коммуникации в деструктивную по отношению к социальной общности силу. Именно поэтому человечество во все времена стремилось регламентировать коммуникацию между представителями разных уровней иерархии одной системы и между членами разных систем (вспомните, к примеру, сложность дипломатического протокола).

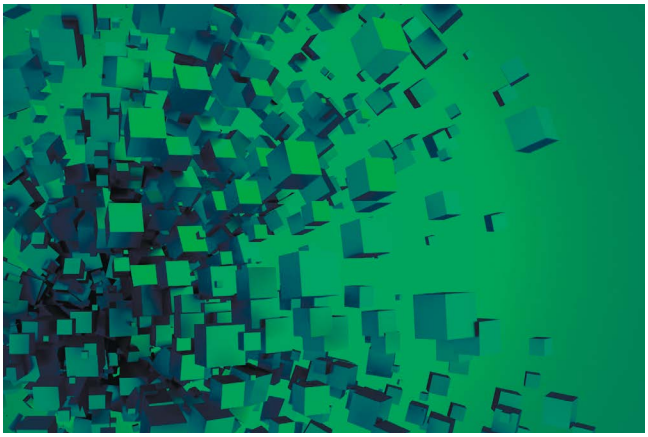
МЕЖДУ ЗАМКНУТОСТЬЮ И ОТКРЫТОСТЬЮ

Тем не менее, система, стремящаяся к стратегической устойчивости, оставляет возможность для коммуникации даже между крайне далекими уровнями иерархии. Это делается для того, чтобы получить необходимую для коррекции механизмов управления обратную связь. Ведь привычка к организации потока информации только «сверху вниз» со временем начинает мешать оценке подлинного уровня дезорганизации системы «внизу». Тогда велик шанс, что адекватные и своевременные корректирующие меры не будут приняты, в то время как уровень энтропии стремительно нарастает, распространяясь «снизу вверх».

Да, энтропия не является однозначным злом, ведь она приводит систему в точку бифуркации, после чего происходит становление нового способа организации системы. Но если есть желание удержать систему в ее нынешнем состоянии, движению энтропии «снизу вверх» лучше противопоставить идущую в том же направлении коммуникацию, содержащую адекватную информацию о системе. Если даже президент периодически устраивает прямую линию с народом, то руководитель компании тем более не должен ограждать себя кордоном заместителей и допускать фильтрацию насущной информации о жизни предприятия. Непосредственная коммуникация — хорошее средство против фильтров и пробок на пути потока истинного знания, которого «внизу» не должно быть больше, чем «наверху».

МЕЖДУ ЗНАКОМ И СМЫСЛОМ

Важность коммуникации между разноуровневыми элементами системы и представителями разных систем провоцирует повышенное внимание к технической стороне процесса, в частности, к знаковой форме коммуникации. Ведь общение всегда происходит при помощи слов или других формальных знаков и символов, значение которых участникам должно быть известно заранее. По сути, коммуникация подразумевает процессы кодирования и декодирования информации, осуществляемые либо непосредственно субъектами коммуникации, либо переводчиками с одной системы символов на другую. Но в живом общении мы не обсуждаем значение всех слов, которыми собираемся пользоваться. А значит, декодирование полученного сообщения — это всегда частичная потеря его смысла, и как следствие — неполное понимание содержания сообщения. Когда сохранение дефицита понимания входит в замысел субъекта коммуникации — проблемы нет. Но если мы захотим полной ясности, то осознаем, что достичь ее практически невозможно — коммуникацию всегда сопровождает «белый шум», и часть смыслов теряется по пути.



Развитие — это усложнение системы путем реконфигурирования ее структуры

Поскольку люди не могут отказаться от знаковой формы общения, мы обречены никогда до конца не понимать друг друга. Но так как именно это обеспечивает определенный уровень дезорганизации системы, то непониманию мы в каком-то смысле обязаны развитием: новый порядок всегда рождается из хаоса. И это, пожалуй, единственное, чем мы можем утешиться, видя то, что наша общность с другими никогда не будет полной, и мы в своих последних основаниях обречены на вечную отдельность. Наша неспособность понять до конца даже самих себя обеспечивает нам нетождественность с самими собой — бесконечное движение по пути творения нового и более совершенного себя.

Три эпохи российского интернета глазами волгоградца

Текст: Александр Акулиничев

На дворе 1999-й год. По телевизору обсуждают «Проблему 2000». Компьютеры, говорят аналитики, должны сойти с ума в ночь с 31 декабря на 1 января, не справившись с переключением с числа «1999» на «2000». Я переключаю провод из телефона в ноутбук и нажимаю «Подключиться». Под характерный скрежещущий звук — есть в нем что-то в духе фантастических фильмов шестидесятых годов — дозваниваюсь до провайдера. Несколько неудачных попыток — и вот я в интернете. Впервые в жизни. Надо же успеть попробовать, что это, пока компьютер не сошел с ума?

ЭПОХА ПЕРВАЯ: ДОЛГО, ДОРОГО, СЛОЖНО

В то осеннее утро я посетил сайт «Утро.ру». С помпой запущенный в том же году, он был одним из лучших и наиболее оперативных новостных порталов — наряду с «Газета.ру». Впрочем, конкуренция была такой низкой, что особенно стараться для этого громкого статуса не приходилось. «Утро», откуда 11-летний испуганный я надеялся узнать, что произошло с очередным взорванным в Москве жилым домом, безнадежно проигрывало ОРТ и РТР — двум главным телеканалам страны. Было у сайта лишь одно удобство: страницу можно было сохранить для «автономного доступа» и внимательно прочитать без подключения к интернету. Это намного быстрее, чем ждать завтрашнюю газету.

Тогда, на рубеже веков, в интернет нужно было выходить по карточкам: они давали право провести в сети определенное время, скажем, три часа. Стираешь защитное поле на кусочке пластика — получаешь цифровой код доступа. Споры о том, какой же интернет-провайдер лучший, были вечной темой для разговоров. Неудивительно, ведь иногда попытка заглянуть в электронную почту или прочитать свежие новости оборачивалась пыткой: до провайдера не получалось дозвониться — как если бы кто-то занимал линию телефона! Быстрее всего получалось «дозваниваться до интернета» у провайдера «Россия Он-Лайн», или «РОЛ»: именно «роловские» бело-голубые карточки стали самыми популярными среди моих друзей.

Интернет определенно был роскошью. В 2001 году посидеть час онлайн с «РОЛом» могло стоить 40–60 рублей, и это при средней зарплате, согласно Росстату, в 3240 рублей. На весь месячный доход на любимом сайте не проведешь и трех суток! Конечно, такая дороговизна — в сочетании с необходимостью по пять-семь минут ждать загрузки отдельных страниц — провоцировала искать самые изощренные пути экономии.

Например, Coca-Cola проводила рекламную акцию «Найди полчаса интернета под крышкой». За крышками началась настоящая охота, потому что некоторые модемы обладали магическим свойством: работать по этим кодам доступа безлимитно, не отключаясь через полчаса! А иногда пароли, позволяющие выходить в сеть, добрые люди вывешивали в подарок на форумах — и перепробовать все цифры, найденные таким образом, было святым делом для школьника, голодного до интернета.

Информационные технологии — та сфера, в которой лучше всего ощущаешь всю огромную массу уходящего времени

Иногда голод побуждал действовать еще агрессивнее: в 2002–2003 гг. набрали популярность «генераторы кодов доступа» — онлайн-сервисы, которые умели магическим образом «подсказать» тебе новый код на следующие три часа в сети. И это работало! Словно в виртуальном казино, ты кликал на иконку — и получал заветный выигрыш. Вот только у этого способа была одна издержка: коды доступа не просто «генерировались», а похищались — значит, если тебе «везло», то кто-то в другом месте честно покупал карточку «РОЛ» с недействительным паролем. К моему другу так однажды нагрянули домой сотрудники полиции и потребовали возместить ущерб — правда, уже с родителей. От интернета мальчишку отлучили на месяц.

Куда эффективнее и безопаснее было оплатить «безлимитный dial-up», позволявший не тратиться на карточки. Месяц «безлимита» стоил от 600 до 1000 рублей — суммы совершенно неподъемные для среднего школьника. Поэтому мы покупали его вскладчину на четверых. Было только одно «но»: простым смертным такой интернет не полагался — это был корпоративный сервис одного из волгоградских учреждений, к чьей сети мы полулегально подключались по ночам. Пользовались по очереди: с 0 часов до 7 утра можно было успеть скачать, скажем, одну небольшую игру или музыкальный альбом.

ЭПОХА ВТОРАЯ: МНОГО, ОЧЕНЬ МНОГО, ЕЩЕ БОЛЬШЕ

С 2006 года — с бумом в районе 2008-го — в Волгограде начали массово появляться услуги безлимитного досту-

Мы живем в эпоху победившего Web 2.0: львиную долю контента генерируют сами пользователи

па к сети по выделенной линии. «Дом.ру», «Ростелеком», а следом «Билайн», «МТС» и другие провайдеры один за другим предложили тарифы с неограниченным временем в интернете за фиксированную абонентскую плату. Для меня и большинства моих ровесников это стало подобно прорыву дамбы: тонны информации, прежде казавшейся недоступной, хлынули в наши компьютеры — спустя считанные месяцы превратив их в настоящие хранилища нужного и ненужного хлама.

Как лишенные всех прелестей «запрещенных» товаров советские граждане после распада Союза дорвались до всего иностранного и нового, так мы — люди, заставшие «интернет по талонам», — ринулись скачивать из сети все и вся. Жесткие диски ломились от непросмотренных фильмов и непрослушанной музыки; от библиотек на всех языках и коллекций смешных, трогательных и бесконечно глупых картинок; от неустановленных программ, которые зачем-то нужно было держать при себе «на всякий случай». Такого разгула пиратства и процветания торрентов, какое случилось на излете «нулевых», не было ни до, ни после — по всему миру, наверное, плакали правообладатели всех мастей, узнав о приходе в Россию «анлима».

Сейчас это все напоминает истерию, случившуюся десятилетием позже — в эпоху биткоина, когда россияне принялись массово скупать видеокарты для майнинга криптовалюты. Как и криптомания, та истерия закончилась довольно быстро, но не по причинам падения курсов (хотя было чему падать — в 2008-м обвалился рубль, спровоцировав и рост цен на интернет-доступ), а по куда более субъективным обстоятельствам: просмотреть и прослушать все скачанное не представлялось возможным даже самым упертым. Не говоря уже о коллекциях картинок: все вотсапы мира не вместили бы такого объема! Да и вотсап — это совсем другое время…

ЭПОХА ТРЕТЬЯ: ВСЕПРОНИКАЮЩАЯ СЕТЬ И ТОТАЛЬНЫЙ WEB 2.0

Еще в середине 2000-х западные, а следом и российские эксперты провозгласили наступление эпохи Web 2.0 — времени, когда львиную долю контента в интернете будут генерировать сами пользователи, а не СМИ или владельцы сайтов. Сегодня слово или приставка «веб» звучит архаично, а эксперты говорят о совершенно новой эпохе, когда в сети стирается грань между человеком и машиной, — однако де-факто мы живем именно в эпоху победившего Web 2.0. Мы читаем отзывы других пользователей на всевозможные товары; пишем собственные рецензии; а главное — нон-стоп создаем и репостим контент в соцсетях.

На первых курсах университета я удивлял одногруппников, легко гугля (кажется, этого слова тогда еще не употребляли) что-то прямо с малюсенького телефонного экрана, нажимая на кнопки с цифрами (сенсорные экраны были предметом осмеяния — до выхода революционного первого айфона оставалось два года). WAP, GPRS, EDGE — аббревиатуры уже благополучно забытые: в 2005-м же уметь этим пользоваться было показателем прогрессивности. Сегодня мобильный интернет повсюду — и легче подсчитать то время, которые мы проводим без сети, нежели в онлайн. Собственно, грань между «онлайн» и «оффлайн» стерлась: порой события, становящиеся предметом изучения, происходят только в сети.

Изменяется на глазах и потребление контента: на смену «скачиванию» приходят потоковые сервисы, от онлайн-кинотеатров до музыкальных стримингов. Они же помогают и борьбе с пиратством: теперь намного проще завести подписку на «Яндекс.Музыку», «Литрес» или «КиноПоиск», чем преодолевать препоны для скачивания торрентов и освобождать место для хранения альбомов, аудиокниг или фильмов. И совесть за авторские отчисления спокойна.

На смену «скачиванию» пришли потоковые сервисы, от онлайн-кинотеатров до музыкальных стримингов

На дворе 2019-й год. Недавно мне в фейсбуке прислали ссылку на статью «Википедии» (все статьи которой написаны пользователями!) о «Проблеме 2038». Компьютеры, говорят аналитики, сойдут с ума в ночь на 19 января 2038 года. Календари всех компьютеров мира упрутся в программный лимит: время не сможет двигаться дальше 03:14:07 этого дня. Уже сейчас создаются комиссии, ищущие способы решения, и подсчитываются будущие убытки — и хотя решения есть, наверняка найдутся и пострадавшие.

В том году мне должно будет исполниться пятьдесят. К тому году я уже ближе, чем к своему первому в жизни выходу в сеть. Но представить, какой она, эта сеть, будет и как я буду к ней подключаться — я не могу. Все-таки информационные технологии — та сфера, в которой лучше всего ощущаешь всю огромную массу уходящего времени.

Tele2: новый уровень прогресса

Текст: Константин Смолий

Телекоммуникации — одна из самых динамично развивающихся отраслей, именно здесь постоянно появляются новые разработки и технологии. Это происходит благодаря масштабным инвестициям в сетевую инфраструктуру.

Мобильная связь стала для современного человека обыденной частью жизни, и мы привыкли к тому, что качественные улучшения в этой отрасли регулярны: растет зона покрытия, появляются дополнительные услуги и возможности. То же самое можно сказать и о мобильном интернете, с появления и до практически повсеместного распространения которого прошли считанные годы. Ни одна другая сфера не показала столь динамичного развития.

Причин у этого много: конкуренция между операторами, быстрое развитие необходимых технологий, запрос на развитие связи со стороны населения и т.д. Однако поддержание такого темпа требует от операторов крупных вложений в телекоммуникационную инфраструктуру — без регулярной модернизации технологической основы связи прогресс услуг невозможен.

Так, в апреле этого года оператор Tele2 заключил соглашение с администрацией Волгоградской области, по которому обязался до конца года вложить 750 млн руб. в сетевую инфраструктуру региона. Это соглашение решает сразу несколько задач.

Во-первых, ряд населенных пунктов региона, находящихся вне зоны покрытия, получат качественную сотовую связь и мобильный интернет. Кажется удивительным, что в Волгоградской области по-прежнему существуют «медвежьи углы», но это так. И вот мобильная связь приходит в места, где ее все эти годы безуспешно ждали. В рамках соглашения уже запущено 5 базовых станций в населенных пунктах, где не было устойчивого покрытия. Среди них — хутор Россошинский Урюпинского района, в котором проживают около 600 человек. Теперь же они обеспечены не просто связью, а скоростным мобильным интернетом в стандартах 3G и 4G. В хуторе Нижнеосиновском Суровикинского района аналогичную услугу получили более 700 человек.

РОСТ КОЛИЧЕСТВА БАЗОВЫХ СТАНЦИЙ

В течение года населенных пунктов, приобщенных к цивилизации, будет становиться все больше, т.к. Tele2 реализует на территории области программу обеспечения связью удаленных и труднодоступных населенных пунктов с числом жителей менее 1000 человек. «Запуск сетей в небольших селах и хуторах имеет особую социальную значимость, — говорит **директор волгоградского филиала Tele2 Вадим Скрипник**, — поскольку высокоскоростной мобильный интернет помогает их жителям оставаться на связи как с родными и близкими, так и с важнейшими административными службами региона».

Во-вторых, Tele2 благодаря инвестициям в модернизацию оборудования серьезно расширит доступность стандарта 4G. Сейчас сеть LTE доступна 85% жителей Волгоградской области, в то время как 3G — 90%. Оператору предстоит модернизация оборудования и инфраструктуры до стандарта 4G в 20 районах области.

«С момента запуска сети Tele2 в Волгоградской области в 2015 году компания планомерно занималась улучшением сетевой инфраструктуры, — рассказывает директор макрорегиона «Юг» Tele2 Константин Мотлях. — Подписание соглашения с администрацией Волгоградской области направлено на улучшение экономического климата в регионе, сокращение цифрового неравенства и повышение доступности мобильного интернета для населения. Tele2 готова инвестировать значительные средства в развитие услуг мобильной связи в Волгоградской области, расширяя зону покрытия и повышая пропускную способность сетей».

По итогам первого полугодия 2019 г. оператор уже увеличил число базовых станций с поддержкой 4G в регионе почти вдвое по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Именно 4G является наиболее востребованной технологией у волгоградцев. По данным компании, за прошедшие полгода через сети LTE прошло 64% от общего трафика в регионе, при этом трафик в сетях 4G за год вырос в три раза.

Это взаимозависимые вещи, объясняет Вадим Скрипник: с одной стороны, сети стали развиваться, и пользователи начали покупать смартфоны с поддержкой LTE, которые, к тому же, теперь более доступны в цене. С другой — в сетях 4G стало больше абонентов и трафик растет, соответственно, развитие инфраструктуры окупается, добавляет он.

Наконец, в-третьих: инвестиционное соглашение между Tele2 и администрацией Волгоградской области будет способствовать развитию деловой среды нашего региона. Дело в том, что улучшение бизнес-климата и расширение возможностей для предпринимательства в наше время невозможно без совершенствования цифровой основы коммуникаций. Огромное количество трансакций осуществляется онлайн, ширится спектр цифровых корпоративных услуг, увеличивается доля онлайн-торговли, и даже взаимодействие населения и бизнеса с госорганами все больше переводится на цифровые рельсы. Поэтому модернизация коммуникационной инфраструктуры оказывает благотворное влияние на многие деловые процессы — они становятся быстрее, оперативнее и эффективнее. И 750 миллионов рублей, вложенных Tele2 в модернизацию инфраструктуры, за счет эффекта мультипликатора многократно возрастут в масштабах экономики в целом, принеся прибыль очень многим участникам коммуникационных процессов.

Поэтому высокая оценка соглашения с Tele2 со стороны **заместителя губернатора Волгоградской области Валерия Бахина** неслучайна: «Привлечение инвестиций в Волгоградскую область — один из важных инструментов развития региона. Особое значение в условиях цифровизации экономики приобретает сотрудничество в сфере информационной безопасности и обеспечения устойчивой связи. Волгоградская область нуждается в модернизации сетей сотовой инфраструктуры и повсеместном распространении доступной связи и интернета, включая самые удаленные населенные пункты. Мы рассматриваем Tele2 как перспективного и надежного партнера, сотрудничество с которым направлено на реализацию стратегических задач национальных и приоритетных региональных проектов».

ГОТОВНОСТЬ К 5G

Весной этого года Tele2 и Ericsson подписали соглашение о сотрудничестве. Документ направлен на развитие инфраструктуры Tele2 с использованием новейшего оборудования Ericsson Radio System (ERS). Стороны договорились о внедрении систем и программного обеспечения ERS для сетей 4G/3G/2G с поддержкой технологии 5G на территории всей России. Проект позволит Tele2 повысить скорости передачи данных, модернизировать сеть на фоне активного роста трафика и подготовить ее к запуску стандарта 5G. Соглашение заключено сроком на пять лет и предполагает совместную работу в 27 регионах России, включая Москву, Санкт-Петербург и Волгоград, где сети также работают на оборудовании Ericsson.

Как Сбербанк помогает развиваться малому и среднему бизнесу в Волгоградском регионе

Текст: Екатерина Климовичус. Фото: Алексей Копаев

Ежедневно клиентами Сбербанка становятся несколько десятков предприятий и индивидуальных предпринимателей. Банк готов помочь предпринимателям начать дело с нуля и развить уже действующий бизнес. Интересный пример такого взаимодействия — партнерство СПК-племзавод «Красный Октябрь» и банка. «Деловой Волгоград» посетил Палласовский район, чтобы посмотреть, как животноводы Волгоградской области реализуют крупный проект по увеличению поголовья скота при поддержке региональных властей и Сбербанка.

«Красный октябрь» — уникальный сельскохозяйственный производственный кооператив, специализирующийся на разведении крупного рогатого скота и овец. В 2017 году руководством предприятия было принято решение об увеличении поголовья.

Увеличение поголовья вело за собой большие затраты, главная из которых приходится на расширение кормовой базы. Сделать это решили, построив оросительную систему для самостоятельного выращивания экологически чистых кормов для животных.

Чтобы реализовать проект, предприятию понадобилась финансовая поддержка — для реализации амбициозной задачи требовались большие вложения. За помощью Алексей Фомин, председатель «Красного октября», обратился в Сбербанк.

— Я хочу поблагодарить нашего партнера — Сбербанк, — говорит Алексей. — Специалисты банка в кратчайшие сроки рассмотрели нашу заявку, поверили в наш успех, и сегодня благодаря банку мы реализуем этот проект.

Реализация проекта пройдет в два этапа, на каждом из которых будет расширяться орошаемая территория. Завершение первого этапа запланировано на 1 августа, большая часть средств на его реализацию - это кредитная линия Сбербанка.

— Поддержка инвестиционных проектов наших сельскохозяйственных производителей — важная задача для банка. С начала года реализуются инвестпроекты на сумму порядка 1 млрд рублей. Основные направления инвестиций в агробизнес со стороны банка и его партнеров — мелиорация земель, строительство новых мощностей в молочном и мясном животноводстве, а также создание новых логистических мощностей в овощеводстве, — рассказал заместитель управляющего Волгоградским отделением ПАО Сбербанк Сергей Вяткин.

Комментируя успешное взаимодействие с СПК «Красный октябрь» Сергей Вяткин также отметил, что главная задача Сбербанка — успех клиентов. Для этого банк постоянно развивает линейку продуктов и услуг, отвечающих всем потребностям бизнеса на каждом этапе развития.

Действительно, сегодня банк предлагает массу продуктов, услуг и сервисов для предпринимателей. Важным нововведением

Алексей Фомин, председатель СПК «Красный октябрь»

стала возможность онлайн-регистрации бизнеса и открытия расчетного счета на платформе «Деловая среда». Сервис позволяет за несколько минут подать заявку на беспошлинное открытие ИП или ООО и открыть расчетный счет в Сбербанке.. Не секрет, что предприниматели на начальном этапе особенно чувствительны к расходам. Поэтому банк стремится минимизировать их: например, пакет услуг для малого бизнеса «Легкий страт» не требует абонентской платы. При этом он включает такие необходимые бизнесу услуги, как бесплатное открытие и ведение счета, а также доступ в Сбербанк Бизнес Онлайн — удобный и функциональный интернет-банк.

Сергей Вяткин, заместитель управляющего Волгоградским отделением ПАО Сбербанк

Также в банке разработали линейку решений, позволяющих бизнесу максимально упростить типовые процессы, чтобы предприниматель мог сосредоточиться на результате. В настоящее время к услугам клиентов порядка 30 нефинансовых сервисов для бизнеса экосистемы Сбербанка, способных решить большинство потребностей бизнеса, таких как управление торговлей и складом, ведение управленческого учета, управление клиентской базой CRM и многие другие.

Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций 1481. Официальный сайт Банка — www.sberbank.ru.

Бизнес-коммуникация в России: сообщества и ивенты

Текст: Софья Федосеева, редактор Rusbase

Развитая бизнес-среда формируется в том числе и благодаря коммуникации — общению предпринимателей друг с другом. Представляем несколько бизнес-сообществ, где можно пообщаться с единомышленниками на одном языке и получить новые знания.

Startup Leadership Program

Венчурный MBA для advanced-предпринимателей. 80% аудитории — это молодые предприниматели, 20% — венчурные специалисты, представители корпораций, а также те, кто планирует запустить свой стартап.

Приглашенные эксперты и участники рассказывают о своих кейсах, а VC раскрывают, как вести переговоры по закрытию раунда. Сообщество предоставляет несколько форматов взаимодействия: обучение, встречи Alumni и очень много просто дружеских встреч между отдельными участниками. Классы проходят с октября по апрель раз в две недели.

Участники программы отбираются по рекомендациям среди предпринимателей с опытом. Подать заявку на участие можно на почту.

startupleadership.com
moscow@startupleadership.com

Skolkovo Startup Academy

Образовательная программа для предпринимателей на этапе первых продаж или с проектом масштабирования бизнеса. Обучение проходит в модульном формате и включает в себя лекции и практические занятия в течение пяти месяцев. После прохождения программы предприниматели попадают в сообщество Alumni SKOLKOVO Startup Academy.

Здесь организовываются образовательные программы, контентные мероприятия, встречи выпускников, а также участники могут посещать программу и делиться экспертизой с новыми студентами.

startup.skolkovo.ru

U Skillz

Это — бизнес-школа новейших навыков и soft skills: от биохакинга и медитации до менторства и жизни в комьюнити. В сообщество входят развивающиеся менеджеры и молодые предприниматели.

Программа состоит из двух треков: образовательный курс — две встречи в месяц, комьюнити — одна встреча в месяц. Взаимодействие проходит в формате case study, community education. Войти в сообщество можно двумя способами: приобрести абонемент или оплатить разовое посещение.

uskillz.com

Make Sense

Креативное бюро в области бизнеса и предпринимательства, организаторы и участники образовательных, культурных и развлекательных проектов. В комьюнити регулярно проходят лекции и семинары, создаются спецпроекты, проводятся воркшопы и индивидуальные сессии с командами и компаниями. Мероприятия анонсируются в группе в Facebook.

makesense.one

Talk Menn

Комьюнити как для состоявшихся предпринимателей, так и для тех, кто только начинает свой путь. Небольшие группы по 10-12 человек собираются раз в несколько месяцев. Формат проведения — бранч. В программе вино, шампанское, еда и обсуждение актуальных вопросов. Каждый из участников получает возможность выступить с рассуждением на заданную тему, поделиться опытом и знаниями.

Попасть можно, подписавшись на Алексея Менна в Facebook, дождавшись анонса следующей встречи и написав ему о желании участвовать.

Founders for Founders

Закрытый ивент для предпринимателей, в основном из сферы ИТ. Комьюнити основано на базе закрытого бизнес-клуба Shmit 16. Встречи проходят два раза в год, каждый раз в новом городе, где организацией занимается один из участников сообщества. В зале и на сцене только фаундеры, на одной встрече присутствуют от 60 до 90 человек.

Попасть в сообщество можно только по приглашению кого-то из участников. Ивенты бесплатные, но по традиции все участники «скидываются», чтобы покрыть расходы организатора.

CreativeMornings

Международный некоммерческий формат лекций-завтраков для творческих профессионалов. Обычно встречи проходят в одну из пятниц месяца — в Москве чаще всего в последнюю пятницу месяца. Программа встреч четко структурирована и ограничена по времени. Есть прямая видеотрансляция.

Чтобы попасть в сообщество, нужно подписаться на рассылку на сайте или в социальных сетях.

creativemornings.com
moscow@creativemornings.com

Книжный бизнес-клуб 12

Сообщество для предпринимателей и руководителей, где можно встречаться с единомышленниками — любителями бизнес-книг — и делиться опытом внедрения прочитанного в бизнес. Встречи проходят один раз в месяц. Каждый раз — новая тема, книга и специальный гость, который делится своим опытом и знаниями на актуальные бизнес-темы.

Для участия нужно приобрести билет на первую ознакомительную встречу. Для дальнейшего участия необходимо купить абонемент.

12book.club

На трибунах становится громче

В последний день мая на стадионе «Волгоград Арена» состоялся межрегиональный форум молодежного предпринимательства «За бизнес» и финал конкурса «Поколение успеха». В битве бизнес-интеллекта победу одержали наши земляки — десять молодых людей, начавших свой бизнес, который может стать хорошим примером для других стартаперов. На прошедшее мероприятие обратил внимание медиахолдинг MAER GROUP, который в сотрудничестве с «Деловым Волгоградом» запустил проект «Наши люди», рассказывающий о молодежи с предпринимательской хваткой.

ПОКОЛЕНИЕ УСПЕХА

Для начала вспомним об отправной точке нашей истории — форуме «За бизнес», на который 31 мая собрались сотни начинающих предпринимателей. Всем было интересно выслушать приехавших в Волгоград акул бизнеса Максима Поташева, Максима Спиридонова, Дмитрия Портнягина, Алексея Гаврилова и Артема Семакина. Мало ли, какая свежая идея промелькнет в их выступлениях.

Ключевым событием форума стало награждение победителей регионального конкурса «Поколение успеха». Десяти молодым предпринимателям вручили крупные гранты от «Сбербанка» на создание или развитие бизнеса. Чтобы оказаться на сцене главного стадиона города и на глазах 8000 зрителей рассказать о своем деле, счастливчики прошли жесткий отбор. Ими оказались молодые люди из разных уголков Волгоградской области: кто-то представляет столицу региона, а кто-то, к примеру, отдаленный Николаевск. Но всех их объединяет одно — огромное желание сделать жизнь лучше.

Партнером форума выступил федеральный оператор наружной рекламы MAER GROUP. Это по его инициативе видеоролики, рассказывающие о бизнесе молодых волгоградцев, в августе будут продемонстрированы на самом большом медиафасаде Волгограда. Таким образом, компания предоставила начинающим предпринимателям уникальный шанс — рассказать о своем деле с экрана «взрослого» рекламного носителя наравне с мировыми брендами, которые размещаются на медиафасаде.

Саркис Мкртчян — создатель всероссийской онлайн-платформы для детского ивента

Вот здесь в самый раз остановить майские воспоминания и перейти к разговору о тех самых счастливчиках. Первый человек, о котором хочется рассказать, это Саркис Мкртчян из Волжского. Он победил в номинации «Бизнес: Быстрый рост». Молодой предприниматель шесть лет назад основал первое в городе антикафе — «Zaя». Последние три года он и его команда тестируют нишу детских праздников и теперь создают всероссийскую онлайн-платформу для детского ивента. Агрегатор будет соединять специалистов этой сферы с заказчиками и должен упростить весь процесс организации мероприятий, упорядочив нынешний хаотичный рынок. По мнению самого Саркиса, проект победил благодаря социальной направленности, актуальности и масштабируемости. «Бизнес либо есть в интернете, либо его совсем нет», — уверен предприниматель.

Татьяна Котова уверена, что спрос на развитие у детей творческого и объемного мышления очень высок

У большинства лауреатов конкурса «Поколение успеха» бизнес можно в буквальном смысле потрогать руками. Уникальный проект Татьяны Котовой — кружки по рисованию 3D-ручкой — направлен на развитие у детей творческого и объемного мышления. В будущем компания Татьяны планирует заняться и 3D-моделированием для детей 6-12 лет. Грант, выигранный в номинации «Проект: Гениальное просто», предприниматель потратит на закупку 3D-ручек, рекламу и зарплату для персонала. Сама Татьяна уверена, что ее бизнес — «это очень востребованный в городе проект, поскольку никто с этим еще не знаком». Свою победу в конкурсе она объясняет низким порогом входа на рынок, уникальностью проекта и собственной методикой обучения детей.

Волгоградцы знают медиахолдинг MAER GROUP по крупнейшему в Волгограде digital-фасаду, расположенному на бизнес-центре «Меркурий» (улица Калинина, 13). Его площадь составляет почти 200 м² и ежедневно привлекает к себе множество взглядов: средний показатель OTS (количество контактов аудитории с рекламной поверхностью в сутки) — 40 тысяч.

С помощью таких цифровых носителей многие бренды выстраивают долгосрочные отношения со своими клиентами. Именно такое предназначение у имиджевой DOOH-рекламы.

Федеральная сеть медиафасадов MAER GROUP состоит из нескольких десятков цифровых рекламных конструкций, расположенных в столицах региональных центров. В сегменте медиафасадов MAER GROUP занимает первое место по охвату регионов страны. Суммарное количество визуальных контактов аудитории с рекламными поверхностями медиахолдинга в сутки (OTS) равно 10 млн.

Рекламные носители MAER GROUP оснащены Wi-Fi оборудованием с технологией O2O (offline-to-online), за разработку которой в апреле 2019 года компания получила награду Национальной премии бизнес-коммуникаций. O2O позволяет анализировать аудиторию каждой конструкции и проводить параллельную рекламную кампанию совместно с другими медиа, например, с интернетом и радио.

Виталий Брянцев развивает разновидность хоккея — флорбол. Игра проходит на твердом полу пластиковым мячом и специальной клюшкой.

Бизнес Виталия Брянцева тоже буквально сделан «вручную». Он организовал спортивные секции для детей и одна из них — флорбольный клуб «Импульс». Виталий победил с ним в номинации «Бизнес: Добрый». Проект успешно работает в четырех районах Волгограда, а в будущем планируется его запуск и в других городах по франшизе. Школа флорбола — не самая очевидная идея для бизнеса, зато одна из самых оригинальных.

В Волгограде флорбол только начинает набирать популярность, в других городах он развит сильнее. По этому виду спорта проводятся большие турниры, существуют различные школьные, детские лиги, и Виталий хочет достичь такого же уровня со своим клубом.

Доходы от франшизы автор проекта планирует направить на развитие команды: создание сайта, закупку бортов для проведения городских и всероссийских соревнований, а также на приобретение инвентаря — клюшек, мячей и различного оборудования. Но это не все: накануне конкурса стало известно, что Виталий вместе с супругой запустил еще одну детскую спортивную секцию, школу плавания «Кроль». Такая бизнес-модель по постановке на поток создания спортшкол не имеет аналогов и может быть крайне востребована. «Мы хотим влиять на наше общество, хотим воспитать здоровое и счастливое поколение», — комментирует победу Виталий.

В следующем номере журнала в рубрике «Наши люди» вас ждет встреча с производителем 3D-принтеров, которыми уже интересуются зарубежные заказчики, а также с организатором крупных молодежных ивентов и создателем сети премиального мороженого.

Представитель MAER GROUP в Волгограде Анна Бирюкова, комментируя события, рассказала, что помимо поддержки крупных брендов медиахолдинг обращает внимание и на начинающих предпринимателей. Победители конкурса «Поколение успеха» в августе смогут разместить на крупнейшем медиафасаде Волгограда свою рекламу и предстать перед своей аудиторией с высоты, на которой обычно видят рекламу известных мировых гигантов. По мнению медиахолдинга, такая поддержка способна придать молодому бизнесу хороший импульс и заряд положительных эмоций.

+7-922-220-16-15
volgograd@maergroup.ru

MAER GROUP

В Волгограде объединяются деловые круги и общественники

Создать Совет деловых объединений для скоординированных действий предпринимательских сообществ обсудили в Волгограде представители семи общественных структур. С подобной инициативой вышел председатель волгоградской «Деловой России» Юрий Чехов. В совещании приняли участие представители «Опоры России», АСИ, Волгоградской и Волжской ТПП, Общественной палаты Волгограда, регионального отделения Российского Военно-Исторического общества, региональной общественной организации «Землячество волгоградцев «ЗОВ», а также Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Волгоградской области.

По словам Юрия Чехова, объединение необходимо для выстраивания диалога с властью на паритетных началах и выработки консолидированных решений. «Мы все равноправные и самостоятельные сообщества. Но зачастую в наших действиях нет должной скоординированности. Мы должны попытаться создать единую площадку для обмена мнениями, где экономический, общественный и культурный вектор станет основным. Пойдем ли мы путем более активного диалога и присутствия в общественной жизни Волгограда, зависит от нас», — отметил Юрий Чехов.

Участники совещания положительно оценили инициативу. В частности, к числу плюсов отнесли возможность формировать свою повестку, а не подхватывать навязанную или быть втянутым в нее. Предполагается, что единое мнение предпринимательских кругов будет выноситься на Совет по улучшению инвестиционного климата Волгоградской области, направляться в федеральные органы власти, Общественные палаты города и области, надзорные ведомства, фискальные органы.

В числе обозначенных вопросов будущей повестки — аналитические отчеты по экономической ситуации в регионе, которые сегодня, по мнению участников совещания, неоднозначны и порой противоречивы. Для понимания реальной картины необходимо запросить информацию по четко сформулированным экспертами сообщества вопросам.

Обсудили участники совещания и уровень экономической журналистики в регионе. Решение проблемы с профессиональными кадрами, возможно, в том числе, через поддержку студентов-журналистов экономического профиля. К примеру, учреждение стипендии для стимулирования интереса к качественному освещению бизнес-тематики.

По итогам встречи решено проводить совещание с периодичностью один раз в месяц — чтобы «сверить часы» и определить приоритетные направления.

Дайджест законов: июль 2019

В июле в России заработали новые законы, приказы и постановления, которые касаются ваших расходов, планов и прав. Вот главное об изменениях июля.

Новый лимит на ставки по потребительским кредитам. С 1 июля банки и микрофинансовые организации не смогут брать с заемщиков огромные проценты по своему желанию. Ставка по потребительскому кредиту составит максимум 1% в день, а полная стоимость кредита — 365% годовых или с учетом среднерыночного значения по расчетам ЦБ.

Переплата по таким кредитам с неустойкой и штрафами не превысит выданную сумму больше чем в два раза. (Федеральный закон от 27.12.2018 №554-ФЗ).

Отсрочка и вычеты по онлайн-кассам. С 1 июля бизнесу придется установить онлайн-кассы, даже если до сих пор действовала отсрочка. Например, кассы понадобятся ИП, которые оказывали услуги населению и заключали трудовые договоры. А также ИП на патенте, которые работали в рознице без работников.

У ИП, которые продают товары, работы и услуги своего производства и не заключают трудовые договоры, есть еще два года отсрочки. Но право на вычет им не продлили. (Федеральный закон от 06.06.19 №129-ФЗ).

Маркировка товаров. Некоторые категории товаров в России обязательно нужно маркировать. Это значит, что на каждой единице есть специальная бирка или метка, по которой отслеживают путь товара от производителя до магазина. С 1 июля коды маркировки будут стоить по 50 копеек. Деньги получит Центр развития перспективных технологий.

Уже сейчас маркируют шубы, алкоголь, лекарства и сигареты. С 1 июля в этом списке появится обувь, а к концу года — шины, пальто, блузки и фотоаппараты. (Постановление правительства от 08.05.2019 №577).

Платежи в систему «Платон». Большегрузы, которые ездят по дорогам федерального значения, платят деньги в так называемую систему «Платон». Это якобы плата за вред, который грузовики причиняют дорогам. До 30 июня действовал льготный тариф с учетом понижающего коэффициента — 1,9 руб. за километр. С 1 июля тариф вырос на 7%. Каждый километр федеральной дороги обойдется грузовику в 2,04 руб. Но это не конец: с 1 февраля 2020 года придется платить уже 2,2 руб., а в 2021 году — 2,35 руб. То есть в ближайшие полтора года платежи вырастут на 24%. (Постановление правительства от 03.11.2015 №1191).

По материалам journal.tinkoff.ru

Финансовая независимость начинается в молодости

Текст: Константин Смолий

Считается, что молодежи свойственно жить одним днем и не беспокоиться насчет далекого будущего. Однако фундамент обеспеченной зрелости закладывается в юности. По мнению финансового консультанта Ольги Сибиряковой, со строительством здания собственного благополучия тянуть нельзя: чем раньше вы начнете делать инвестиционные накопления, тем более защищенными окажетесь впоследствии. Ведь прошлое определяет сегодняшний день, а сегодня определяет завтра. Создай себя сам!

Исследования показывают, что стереотипы о молодежи не совсем соответствуют действительности. Так, НПФ Сбербанка выяснил, что молодые люди вдвое чаще старшего поколения планируют доходы и расходы больше чем на год вперед. Так, среди людей в возрасте 25-35 лет на год и более финансы планируют 10%, а среди волгоградцев в возрасте 35-55 лет и старше — 6%. Причины того, что горизонт планирования у наших сограждан столь невелик, разнообразны. Это и торможение роста доходов, и непредсказуемость рыночной конъюнктуры, и отсутствие привычки к планированию будущего.

— Макроэкономическая конъюнктура в любые времена может быть неблагополучной, — замечает Ольга Сибирякова, — идеального расположения звезд ждать бессмысленно. Свое будущее нужно брать в собственные руки. Ведь найти основания для уверенности в завтрашнем дне во внешнем мире не получится — мир слишком переменчив. А вот создать эти основания самостоятельно — это единственно надежный путь. Нужно только не тянуть с этим: чем раньше вы начнете инвестировать в будущее, тем тверже будет ваша уверенность, что годы не принесут невзгод. И отрадно, что наша молодежь все же чуть лучше понимает это и начинает работать на перспективу.

Видимо, дело в том, что, согласно тому же исследованию, люди в возрасте до 35 лет все меньше полагаются на государственную пенсию. А если надежды на нее нет, то начинаешь задумываться о других источниках дохода в старости. Лучший из них — инвестирование, когда вы размещаете деньги под хороший процент. Причем не в банке, ведь они никогда не дадут высокую ставку процента и не являются абсолютно надежными игроками финансового рынка, что доказывает история с многочисленными санациями банков в последние годы. Есть множество других возможностей для инвестирования, о чем Ольга Сибирякова сможет рассказать всем, кто запишется на бесплатную консультацию по телефону 8-988-042-44-45.

Но важно помнить, что начинать нужно как можно раньше. Даже если вы молоды и не имеете пока высокого дохода, есть смысл понемногу откладывать на свои будущие цели. Ведь формула создания капитала = время х деньги х дисциплина. И главное здесь время. Например, для создания резерва одинаковой величины 30-летнему достаточно 10% годового дохода, 40-летнему — уже 30%. Кроме того, здесь действует принцип сложного процента: на инвестированную сумму начисляется процент, из-за чего сумма увеличивается, а в следующий раз этот же процент начисляется уже на увеличенную сумму, и так далее. Благодаря этой арифметике малыми усилиями достигаются большие результаты. Главное — начать.

> ЧЕМ РАНЬШЕ ВЫ НАЧНЕТЕ ИНВЕСТИРОВАТЬ В БУДУЩЕЕ, ТЕМ ТВЕРЖЕ БУДЕТ ВАША УВЕРЕННОСТЬ, ЧТО ГОДЫ НЕ ПРИНЕСУТ НЕВЗГОД

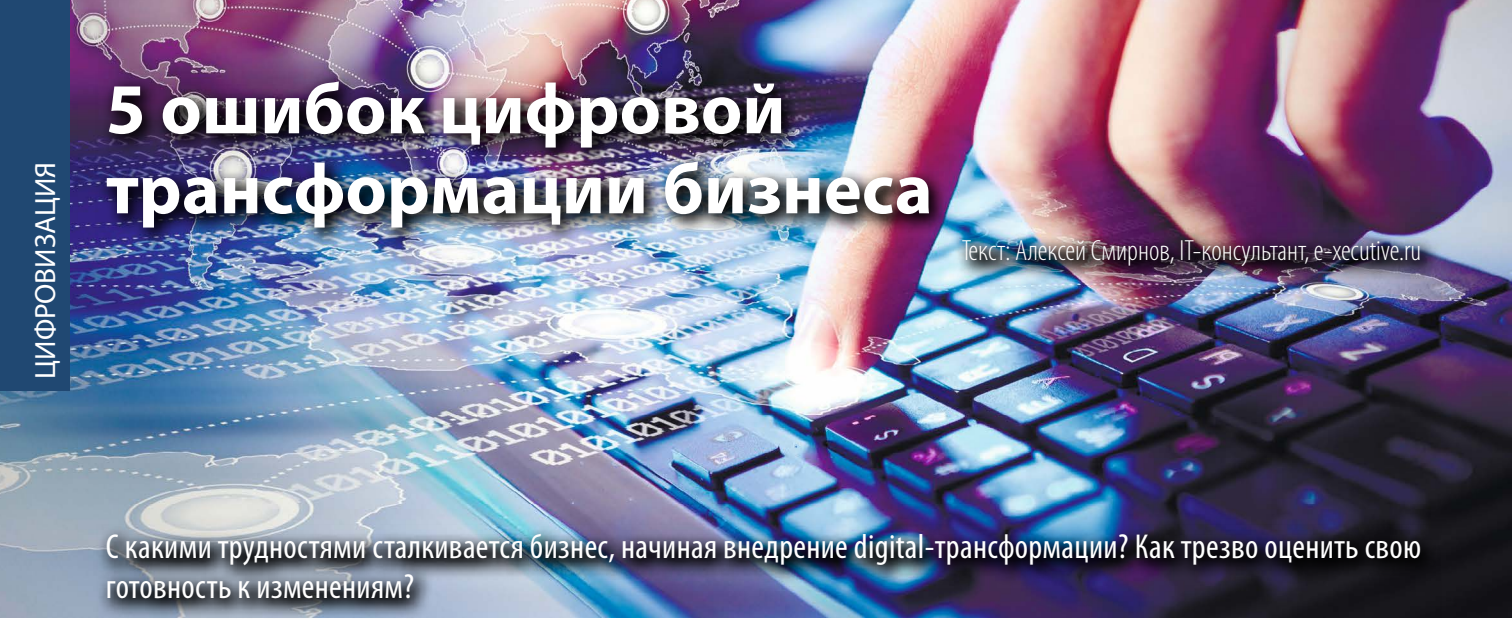
— У молодых людей, не обремененных большими текущими расходами, ситуация выигрышная, — говорит Ольга Сибирякова, — ведь им легче начать формировать свой капитал. А к тому моменту, когда появятся большие расходы, у них уже будет серьезная подушка безопасности и финансовая независимость.

Копить на старость было свойственно людям всех эпох, но не во всех эпохах были подходящие для этого финансовые инструменты. Из-за этого накопления часто просто сгорали без следа, и люди оставались ни с чем. Даже на памяти ныне живущих россиян такое случалось!

Ольга Сибирякова,
финансовый советник

Поэтому современным молодым людям, которые хотят получить финансовую независимость от государства, родственников и обстоятельств, стоит помнить о трех принципах инвестирования: оперативность, доходность и надежность. И, конечно, нельзя забывать, что неограниченность времени, которым мы располагаем, — это иллюзия, присущая молодости. На самом деле время — ресурс ограниченный, и тратить его попусту нельзя. Не тяните со строительством фундамента своего будущего благополучия, начинайте прямо сейчас!

— Помните: любой может быть миллионером, — говорит Ольга Сибирякова, — только осознайте возможности, составьте план достижения цели и следуйте намеченному пути. Будьте богатыми!



5 ошибок цифровой трансформации бизнеса

Текст: Алексей Смирнов, IT-консультант, e-xecutive.ru

С какими трудностями сталкивается бизнес, начиная внедрение digital-трансформации? Как трезво оценить свою готовность к изменениям?

Тема цифровой трансформации успела обрасти терабайтами различных данных, но интерес к ней не только не угас, наоборот: в ноябре 2018 года пользователи 14761 раз искали «Цифровую трансформацию» в поисковых системах — это примерно на 700% больше, чем год назад. Что, в общем, неудивительно: в 2018 более 60% людей совершали покупки со смартфона, 45% пользовались услугами мобильного или онлайн-банкинга как частные лица и практически 80% как юридические. Оцифровывались B2B-коммуникации: многомиллиардные сделки заключались онлайн, при этом управлять цепочкой международных поставок стало возможно с телефона. В 2018 огромные онлайн-ритейлеры запускали собственные продукты, проанализировав предпочтения покупателей на основе bigdata.

При этом по-прежнему существует целый ряд компаний, которые создавались и росли в другую эпоху и теперь кусочки их рынка постепенно «откусывают» стартапы, компании, сумевшие быстрее перестроиться, а где-то и транснациональные гиганты типа Amazon и Facebook, планомерно «наступающие» на совершенно нетипичные для себя сегменты бизнеса. Трансформация в этих условиях — это, по сути, процесс подготовки к новому темпу изменений и развития бизнеса. Основные факторы, подталкивающие бизнес к началу трансформации, это изменившиеся предпочтения клиентов (55%), перспективы развития на новых рынках (53%), усиление конкурентного давления (49%). Потребности у большинства компаний плюс-минус одни: завоевать новые доли рынка, увеличить выручку, сократить затраты, перестроить, диверсифицировать свой бизнес, отстроиться от конкурентов, иногда поменяться совсем. Список типичных препятствий на пути трансформации тоже есть, и перед вами пять основных.

1. Начинать трансформацию ради трансформации

По результатам опросов, более 80% компаний считают цифровую трансформацию критически важной. При этом также нередко желание трансформироваться не имеет под собой реального запроса, и это — одна из основных причин неудачных внедрений. Трансформация без привязки к реальным потребностям, задачам и проблемам бизнеса — идея утопическая. В лучшем случае у компании появляется «цифровой фасад» — бизнес-модели, процессы, образ мышления остаются «старорежимными» — просто усложняются и удорожаются инструменты реализации.

> ТРАНСФОРМАЦИЯ БЕЗ ПРИВЯЗКИ К РЕАЛЬНЫМ ПОТРЕБНОСТЯМ, ЗАДАЧАМ И ПРОБЛЕМАМ БИЗНЕСА — ИДЕЯ УТОПИЧЕСКАЯ

Один из самых ярко выраженных примеров «внедрений ради внедрений», пожалуй, связан с блокчейн. На протяжении нескольких лет мы слушали, как он спасет мир, и наблюдали толпы желающих внедрять digital-панацею. Неудивительно, что спустя некоторое время все проекты, у которых не было реальной бизнес-подоплеки, заглохли. У тех компаний, у которых реальный бизнес-кейс был — у тех в этом году что-то стало двигаться.

Перед тем, как внедрять изменения, нужно понять, что digital-трансформация — не панацея, она не решит любую проблему бизнеса. А так как нам свойственно путать проблему с решением, начинать стоит с вопросов «зачем мы это делаем?», «что мы хотим решать через трансформацию?», понять, действительно ли существует проблема. А так как лучше владельца свой бизнес не знает и не чувствует никто, инициатива и запрос должны исходить именно от первого лица. Уже потом можно привлекать консультантов, создавать смешанные agile-команды — тут все средства хороши.

2. Недостаточная поддержка изменений

По статистике компании Prosci, которая занимается методологией управленческих изменений и change management, порядка 70% изменений затрагивают либо компанию в целом, либо несколько подразделений или бизнес-юнитов. А это значит, что менеджеры среднего звена или линейные сотрудники не могут быть драйверами трансформации — у нее, как и у любых глобальных изменений, всегда должен быть «спонсор». То есть человек уровня собственника, генерального директора или «правой руки» генерального директора, который, с одной стороны, облечен властью и может финансировать изменения, возглавлять междепартаментную коммуникацию, а с другой — является примером для сотрудников.

В корпоративном мире «систему координат» каждой отдельно взятой компании задает ее руководство, и сотрудники так или иначе сверяют свои действия с их позицией. К слову, по статистике той же Prosci, в большинстве случаев проекты по трансформации заканчиваются неуспешно как раз из-за отсутствия активной, видимой поддержки со стороны руководства.

3. Очень высокий уровень неопределенности

Мир меняется быстро, какой будет компания через год, два или пять лет, сказать довольно сложно и, подчас, трансформацию запускают в условиях почти полной неопределенности. Это объективная характеристика нашего мира и это не исправить, но можно к этому подготовиться. Что делать? Во-первых, не пытаться строить наполеоновских планов на дальнюю перспективу, а наоборот — переходить на короткие итерации, короткие спринты. Взять лучшее из мира современной разработки софта —Agile и итеративные подходы. И по мере того, как неопределенность проясняется, двигаться к целевому результату.

А во-вторых, быть максимально гибкими, готовыми к тому, что планы, которые были намечены в самом начале, могут поменяться. И относиться к этому не как к катастрофе, а как к тому, что мы движемся в правильном направлении и понимаем, что достичь целей можно разными путями.

4. Фокус на одной стороне процесса

Пожалуй, самая частая проблема на пути трансформации — это «однобокая» трактовка термина. Люди фокусируются на слове «цифровой» и совсем забывают про «трансформацию». Ставят блокчейн, внедряют искусственный интеллект, чат-боты и ждут, что все само собой заработает. Конечно, это утопия. Основной смысл трансформации в том, чтобы научиться работать и мыслить по-новому, а потом остаться в этом состоянии. Блокчейн не поможет, если люди зарегулированы и пишут «служебки» по любому поводу, а принятие решений происходит только на самых высоких управленческих уровнях.

Помимо технологий, часто перекос происходит в сторону «хороводов» и визуальной составляющей трансформации, когда по факту ничего не меняется, но руководство «с помпой» заявляет об обратном.

Самый распространенный пример — повсеместное внедрение CRM в надежде, что это изменит подход к клиентам и продажам. Но мало кто задумывается, как вовлечь сейлз-менеджеров, что им действительно нужно для работы, как провести обучение, чтобы это стало для них рабочим инструментом. При этом стоимость внедрения большой собственной CRM может достигать миллионов рублей и это почти наверняка будут выброшенные на ветер деньги, если думать про технику, а не про потребности людей. Ведь сотрудники продолжат работать с продажами и заказчиками «по старинке», но теперь с CRM.

> ОСНОВНОЙ СМЫСЛ ТРАНСФОРМАЦИИ НЕ ВО ВНЕДРЕНИИ ТЕХНОЛОГИЙ, А В ТОМ, ЧТОБЫ НАУЧИТЬСЯ РАБОТАТЬ И МЫСЛИТЬ ПО-НОВОМУ

Ситуация потихоньку меняется, люди начали понимать, что недостаточно просто что-то модное внедрить, нужно сделать так, чтобы это приняли и чтобы это влилось в бизнес-модель и процессы компании. Нужно постоянно смотреть на комплекс изменений, любую идею, любой проект рассматривать с точки зрения влияния на процессы и людей, и уже исходя из этого «дорисовывать» планы.

5. Сопротивление изменениям

По оценкам, сотрудники 64% компаний не готовы к digital-трансформации. Бывает, топ-менеджмент начинает вершить перемены, middle-менеджмент их не поддерживает, а линейные сотрудники вообще не понимают, что происходит. Самое плохое, что можно сделать — это начать игнорировать сопротивление изменениям и надеяться, что оно «само как-нибудь пройдет». Обычно становится только хуже, изменения уходят в подполье, сотрудники начинают их саботировать, рисовать в головах страшные картины и увольняться из-за всего этого.

Решать проблему нужно по двум направлениям. Первое и в данном случае самое главное — это объяснять изменения, быть открытыми, давать как можно раньше и как можно больше информации о том, зачем компания трансформируется, на кого изменения повлияют, что все от этого получат. Второе — это устранять барьеры, которые мешают изменениям. Барьером, например, может быть разная мотивация сотрудников: когда одному человеку нужно достигнуть одних KPI, другим других, а в рамках трансформации — вообще третьих. Такая рассогласованность будет сильно мешать. И, конечно, огромное значение имеет участие спонсора высокого уровня — его вовлечение в беседы с сотрудниками поможет преодолеть естественное отторжение изменений.

Корреспонденция и документооборот: принципы оптимальной организации

Текст: Лариса Неволина

Каждая компания обязана наладить коммуникацию с внешней средой — клиентами, контрагентами, государственными службами и т.д. В современном мире существенную часть деловой корреспонденции компания получает по электронной почте, хотя есть и определенный поток обычной почты. Однако способ доставки письма играет второстепенную роль по сравнению с принципами правильной организации приема и обработки деловой корреспонденции, ведь даже если эта работа организована правильно, она «съедает» до 10% рабочего времени менеджеров. А уж если в ней допущены просчеты, то гораздо больше, что негативно отражается как на личной эффективности работника, так и на эффективности компании в целом. Так как же организовать работу с корреспонденцией правильно?

ПОЛУЧЕНИЕ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

Получение документов по почте стоит начать с проверки комплектности и целостности корреспонденции. В первую очередь следует проверить, верно ли указано наименование получателя. Если вы обнаружили, что электронное письмо доставлено не по адресу либо в сообщении не хватает вложений, то немедленно сообщите об этом корреспонденту. Если обнаружить ошибку еще при первичном ознакомлении, это позволит сократить количество времени на дальнейшую обработку.

ПЕРВИЧНАЯ СОРТИРОВКА

Вторым этапом обработки входящей корреспонденции является ее первичная сортировка по адресатам, а затем на регистрируемую и нерегистрируемую корреспонденцию. В каждой организации непременно есть перечень документов, не подлежащих регистрации, например, рекламные материалы, поздравления и прочее. Также регистрации не подлежат бухгалтерские документы — счета, акты и т.д. Однако стоит помнить: все, что не зарегистрировано, может потеряться. А утрата документов способна привести к штрафным санкциям в отношении вашей организации. Поэтому бухгалтерские документы тоже можно регистрировать, но желательно выделять в отдельную группу.

Далее из общей массы поступивших документов необходимо выделить те, которые подлежат немедленному докладу руководству. Их необходимо регистрировать в первую очередь. Затем выберите документы, срок исполнения которых установлен каким-либо нормативным правовым актом и очень краток, например, три рабочих дня и т.д.

Немедленному докладу подлежат, как правило, документы, поступившие из вышестоящих или курирующих организаций, содержащие какие-либо поручения или требования в отношении вашей организации.

РЕГИСТРАЦИЯ ВХОДЯЩЕЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

При регистрации входящих писем, как правило, используется стандартный набор реквизитов, которые вписываются в журнал регистрации или в регистрационную карту / форму (которые могут иметь как электронный, так и бумажный формат, в зависимости от устройства организации) на первом этапе обработки входящего письма:

- регистрационный номер входящего документа;
- дата регистрации (поступления) документа;
- дата и регистрационный номер поступившего документа;
- сведения о корреспонденте (наименование организации — автора документа; должность и Ф.И.О. лица, подписавшего письмо);
- краткое содержание письма;
- способ доставки;
- количество полученных экземпляров письма;
- номер полученного экземпляра;
- сведения об адресате (Ф.И.О. и должность лица, на имя которого поступило

письмо, хотя оно может быть адресовано и самой организации без указания конкретного должностного лица);

- кому (Ф.И.О. и должность) входящий документ передается для принятия управленческого решения, ознакомления или исполнения.

Как известно, важные документы часто направляются или пересылаются с помощью сопроводительных писем. В этой связи делопроизводители часто задаются вопросом, какой документ регистрировать — сопроводительное письмо или тот документ, который оно сопровождает? Чаще всего его приходится вести по данным «сопровождаемого» документа. Поэтому удобнее основным документом все-таки считать «сопровождаемый» документ, а сопроводительное письмо прикреплять в виде связанного документа.

Зарегистрированным письмам присваивается статус «зарегистрировано».

ПЕРЕДАЧА КОРРЕСПОНДЕНЦИИ РУКОВОДСТВУ

Оригиналы зарегистрированных входящих документов на бумажном носителе передаются секретарю для их дальнейшего доклада руководителю.

Момент передачи документов от делопроизводителя секретарю руководителя очень важен, так как довольно часто приходится объявлять «розыск пропавших документов», в то время как они спокойно лежат в кабинете руководителя. Поэтому факт передачи документов от делопроизводителя секретарю и обратно требует ведения строжайшего учета.

Для этого еще необходимо оставить только один маршрут движения документов от руководителя к исполнителю: руководитель — секретарь — делопроизводитель — исполнитель. Иначе руководитель, передающий документы непосредственно исполнителям «из рук в руки», сам создает предпосылки для бесконтрольного движения документов, что ведет не только к несвоевременному исполнению, но и к утрате документов.

Если вы ведете только «бумажное» делопроизводство, то единственным вариантом фиксации факта передачи документов руководителю (или его секретарю) будет перечень (список номеров) передаваемых документов.

Если же вы работаете также с электронной регистрацией документооборота, то секретарю, получившему входящую корреспонденцию, остается только сверить наличие передаваемых документов на бумажном носителе с документами, зарегистрированными в системе.

Также удобно использовать стадии жизненного цикла электронного документа. Вы помните, после регистрации мы установили для зарегистрированных в системе документов стадию «Зарегистрировано». Секретарь, получив документы на бумажном носителе и сверив их с данными системы, может присвоить им новый статус: «На рассмотрение».

Руководитель, получивший документ, принятое по нему управленческое решение оформляет в виде резолюции, которая пишется на самом документе. Затем с составленной резолюцией документы передаются делопроизводителю.

НАПРАВЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ НА ИСПОЛНЕНИЕ

На этом этапе работы с входящей корреспонденцией перед сотрудниками службы документооборота стоят две задачи:

- во-первых, перенести в регистрационные материалы резолюцию руководителя (текст резолюции (т.е. поручение руководителя), а также фамилии должностных лиц, которым будет направлен документ на исполнение и для осуществления контрольной функции);
- во-вторых, передать документы в структурные подразделения на исполнение или ознакомление.

ИСПОЛНЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ

Ответственность за исполнение документов (входящих писем и поручений по ним) возлагается на сотрудников организации, назначенных исполнителями в соответствии с резолюцией руководителя, должностными обязанностями или утвержденным бизнес-процессом.

Руководствуясь правилами классического делопроизводства, ход работы исполнителя с документом и ее результат отражается в регистрационных материалах. На самом документе проставляется, как правило, только отметка об исполнении документа без деталей хода исполнения (соответствующая запись оформляется на нижнем поле документа).

Задача делопроизводителя на этом этапе состоит только в том, чтобы принимать от исполнителей отчеты о проделанной работе и при необходимости переносить их в регистрационные формы.

Исполнив документ, исполнитель обязан на нем (на нижнем поле документа) оформить отметку об исполнении. Если совершено какое-либо действие, то исполнитель в отчете об исполнении описывает это действие, проставляет дату совершения действия, личную подпись и дату оформления отметки об исполнении.

ФОРМИРОВАНИЕ ДОКУМЕНТОВ В ДЕЛА

Исполненные в делопроизводстве входящие письма формируются в дела по следующим признакам:

- по содержанию (предметно-вопросному признаку) документов (например, в одно дело формируется переписка о направлении / получении отчетов);
- по географическому признаку (в одно дело формируются документы, поступающие / отправляемые из одного региона);
- по корреспондентскому признаку (в одно дело формируется переписка с одним корреспондентом) и так далее.

Следуя основным принципам работы с корреспонденцией, можно значительно сократить время на ее обработку, а также избежать утери документации и облегчить поиск архивных данных.

«Следи за словами»: тактика жестких переговоров

Российский переговорный этикет считается одним из самых жестких. В нем больше дворового и уличного, чем джентльменского. Можно долго и остроумно говорить о культурных предпосылках этого феномена, или сетовать на него, или пытаться не замечать. Однако жесткие переговоры по-прежнему остаются органической частью реалий современного бизнеса. Антон Ходарев, советник президента ООО «Группа Агроком» и выпускник Московской школы управления СКОЛКОВО, делится некоторыми характерными приемами, которые помогут защитить свою позицию от прессинга оппонентов.

В самом начале необходимо сделать важную оговорку. Хамство, агрессия, оскорбления, шантаж, переход в сферу интимного и личного — это не жесткие переговоры. Это вообще не переговоры. Когда мы говорим о жестких переговорах, то подразумеваем, что они происходят в рамках (пусть и довольно широко понимаемых) деловой этики. **Цель жестких переговоров — добиться от противоположной стороны принятия максимально выгодных для вас условий без каких-либо уступок с вашей стороны (или при незначительных уступках).**

КАКИМ БЫ НИ БЫЛ ЖЕСТКИМ ВАШ ОППОНЕНТ НА ПЕРЕГОВОРАХ, НЕ СТОИТ ЗАБЫВАТЬ, ЧТО ОН ТОЖЕ В НИХ ЗАИНТЕРЕСОВАН, ОН УЖЕ ТРАТИТ НА НИХ РЕСУРСЫ, И В ЕГО КОМПАНИИ ОТ НЕГО ТОЖЕ ЖДУТ РЕЗУЛЬТАТА. ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО У ВАС ВСЕГДА ЕСТЬ ШАНС РАЗВЕРНУТЬ СИТУАЦИЮ В СВОЮ ПОЛЬЗУ И УЛУЧШИТЬ СВОЮ ПЕРЕГОВОРНУЮ ПОЗИЦИЮ

При этом некоторые переговорщики действительно практикуют тактики «на грани фола» — неуместные шутки, «выкручивание рук», манипуляции. Это не всегда эффективно, но может буквально парализовать неопытного или впечатлительного оппонента.

Чем обусловлен жесткий стиль переговоров? Здесь можно выделить объективные и субъективные факторы.

Антон Ходарев, советник президента ООО «Группа Агроком», выпускник Московской школы управления СКОЛКОВО

Доступ (особенно монопольный) к ценным или вовсе уникальным ресурсам делает компанию менее сговорчивой. Если до этого у нее выдалась череда удачных сделок, то очевидно, что переговорная позиция будет предельно твердой. В некоторых случаях жесткость — это часть корпоративной политики, установка руководства, которое считает данную тактику наиболее эффективной. И, наконец, выбор жесткой модели диалога зависит от конкретных переговорщиков и их темперамента, характера, воспитания, мировоззрения и т.д.

Зачастую переговоры и вообще взаимоотношения между различными компаниями понимаются в контексте «военных действий», оси win-lose. Другая сторона воспринимается не как партнер, потенциальный союзник или, по крайней мере, нейтральный контрагент, а как противник. Соответственно, любой компромисс выглядит сдачей позиций, любая уступка — непростительной слабостью, согласие с встречными аргументами — первым шагом к капитуляции. Дружелюбность и любезность и вовсе дискредитируются как декларация нерешительности. Но при этом **все (или, по крайней мере, большинство) хотят, чтобы их «война» считалась «войной» справедливой**. Некоторые компании используют жесткость

и агрессивность оппонента как формальный casus belli, чтобы обрушить на него всю мощь заранее подготовленного арсенала и в тоже время сохранить репутацию хороших парней, которые просто защищают свои законные интересы. Избежать подобной ловушки, выявить, каким «оружием» располагает другая сторона и не дать ей удобного повода — важная составляющая в квалификации переговорщика.

Что предпринять, если «боевые действия» все же начались? Немало дельных советов на этот счет содержат классические китайские трактаты «Искусство войны» и «36 стратагем» (правда, они были рассчитаны на конфуцианскую аудиторию, и нужно помнить об этой специфике). В их числе — «не участвуй в сражении, которое не можешь выиграть» и «не давай возможности противнику выбрать поле боя». Действительно, **если вы не готовы к ведению жестких переговоров и видите, что находитесь в заведомо слабой позиции, откажитесь от них**. Это не бегство (кстати, бегство не считалось китайцами чем-то зазорным — просто маневр, чтобы сберечь и перегруппировать силы), это отказ от провального задания, которое в вашем исполнении способно нанести ущерб вашей организации.

Если в вашей команде есть человек, который подготовлен к этому лучше, пусть на переговоры пойдет он. Но бывают такие ситуации, когда у вас не остается выбора. В этом случае лучшее, что можно сделать — после первого проявления жесткого прессинга назвать все своими именами. Скажите оппоненту, что вы пришли на переговоры — не на войну, не на битву, не на ринг — на переговоры, на диалог, который предполагает взаимное уважение и ведется ради достижения результата, учитывающего интересы и выгоду обеих сторон. После этого ваш противник либо вернется к приемлемому для вас тону, либо вы достойно выйдете из переговоров, сохранив самоуважение.

Если вам удастся разыграть именно первый сценарий — значит, наступил переломный момент. Смягчение позиции в отличие от обратного процесса трудно «отыграть назад». Но не забывайте, что это правило работает в обе стороны. Если жесткий сценарий изначально выбран именно вами, то нужно быть крайне осторожным с проявлением готовности к компромиссу. Каждая уступка будет только усиливать прессинг другой команды, которая поняла: раз можно ослабить вас в одном пункте, то значит, можно сделать это и в другом.

Если переговоры зашли в тупик или накопилось слишком много негатива, имеет смысл провести замену в команде — это всегда дает возможность для маневра и апробации новой тактики.

Жесткие переговоры – органическая часть реалий современного бизнеса

Наиболее трудными считаются переговоры, когда жесткость привносится объективными факторами. Лучшее, чего можно достичь в этой ситуации — предложить схему win-win, когда синергетический эффект позволит вам получить некоторые бонусы, а противоположная сторона имплементирует весь пакет своих требований без какого-либо ущерба для ваших интересов. Но иногда за жесткостью стоит только корпоративная установка. Команда ведет себя жестко не потому, что этого требует обстановка, а потому что им так сказали или они так решили, что это сработает. Как правило, это очень уязвимая позиция. Потому что «плана Б» у этих людей нет, а импровизация с их стороны только будет вам на руку.

Каким бы ни был жестким ваш оппонент на переговорах, не стоит забывать, что он тоже в них заинтересован (иначе бы он на них не пришел), он уже тратит на них ресурсы (прежде всего, время — один из самых ценных активов современного бизнеса), и в его компании от него тоже ждут результата. Это значит, что у вас всегда есть шанс развернуть ситуацию в свою пользу и улучшить свою переговорную позицию.

Московская школа управления СКОЛКОВО — одна из ведущих частных бизнес-школ России и СНГ, основанная в 2006 году по инициативе делового сообщества. В состав партнеров-учредителей школы входят 8 российских и международных компаний и 11 частных лиц, лидеров российского бизнеса. Линейка образовательных программ Московской школы управления СКОЛКОВО включает программы для бизнеса на всех стадиях его развития — от стартапа до крупной корпорации, выходящей на международные рынки.

Налоговое консультирование – решение проблем бизнеса

Текст: Яна Трофимова. Фото: Мария Гаранина

4 июля в Волгограде состоялось вручение дипломов первым выпускникам учебно-методического центра «Премиум» по направлению подготовки «Налоговый консультант». «ДВ» побеседовал с директором центра, кандидатом экономических наук и членом Палаты налоговых консультантов Ольгой Николаевной Шибайло и выпускниками центра об их дальнейших перспективах.

— В настоящее время на предпринимательском рынке существует тенденция в увеличении потребности в высокопрофессиональных налоговых консультантах, — рассказывает **Ольга Шибайло**. — Налоговые органы запрашивают всевозможную информацию в рамках проверок, перечень которых постоянно расширяется, стало другим администрирование налогов. Бухгалтеры зачастую не обладают достаточной информацией и необходимыми компетенциями, чтобы правильно и эффективно взаимодействовать с налоговыми службами, использующими главным образом юридический язык.

В чем же состоит преимущество профессии налогового консультанта перед обычным образованием бухгалтера? Во-первых, деятельность налогового консультанта находится на стыке двух сфер, бухгалтерской и юридической, что позволяет выстраивать грамотный диалог с налоговыми органами и избегать лишней траты времени и сил. Во-вторых, этот диалог способствует развитию бизнеса. Именно поэтому наш центр, отвечающий за повышение квалификации бухгалтеров и аудиторов, избрал данное направление как перспективное, ведь за налоговым консультированием будущее: всегда и везде будет спрос на высококлассных многопрофильных специалистов.

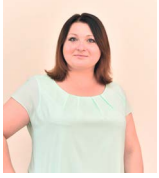
Сама профессия не нова: первопроходцем в нашей стране стал доктор экономических наук Дмитрий Георгиевич Черник, который в 2002 году в Москве создал Палату налоговых консультантов. В подготовке специалистов мы, прежде всего, ориентируемся на обширный практический опыт наших московских коллег, стремясь поделиться полученными знаниями и умениями. В дальнейшем мы планируем создание в нашем городе общественной организации, в которой объединим профессионалов в области налогового консультирования, у нас уже намечен план и стратегия по данному направлению — теперь дело за претворением задумки! Тем более что старт уже задан — позади первый выпуск.

Екатерина Васильевна Осипова, главный бухгалтер:

— Выражаю огромную благодарность учебному центру «Премиум» за профессиональный курс! Теперь, зная самую актуальную информацию по изменениям и применению законодательства, я получила возможность намного эффективнее сотрудничать с налоговыми службами.

Наталья Владимировна Зотьева, главный бухгалтер:

— Самое ценное для меня — это реальный опыт преподавателей центра. Знание, полученное в процессе собственной деятельности, пропущенное через себя, кажется мне заслуживающим доверия. Поэтому спасибо коллективу «Премиума», планирую и дальше сотрудничать с ним!



Екатерина Сергеевна Бабенко, бухгалтер:

— Я трудоустроена, как и остальные выпускники, поэтому крайне признательна Ольге Николаевне за удобный для нас график. Вечерние занятия — самое подходящее время: можно без отрыва от основной деятельности повышать уровень своего профессионализма, не ухудшаются ни продуктивность, ни отношения с начальством от постоянных отлучек. Очень здорово!

Инна Васильевна Павлущенко, ведущий бухгалтер:

— Главное в моей профессиональной деятельности — это перспектива роста. Окончив курс «Налоговый консультант», я получила не только новый опыт, но и обзавелась связями. Учебный центр предложил мне сотрудничество, и это — огромный плюс. Нужно отдать должное и за заботу о выпускниках: по завершению обучения нашу деятельность продолжают курировать, помогают с трудоустройством именно по полученной специальности.

Вячеслав Ященко
историк, краевед

Сталинградский тракторный завод: от идеи до воплощения

Часть первая: Стране нужен трактор

Текст: Вячеслав Ященко, историк, краевед

Вокруг строительства Сталинградского тракторного завода было множество дискуссий, перипетий и межведомственных противоречий. В этой статье мы заглянем за кулисы легендарной стройки и проследим путь, который прошла идея создания завода к своему воплощению.

26 ноября 2015 года с конвейера Волгоградского тракторного завода сошел последний трактор. Завод-эпоха обанкротился. Его цеха превратились в руины. Легендарный промышленный монстр рухнул под бременем «дикого» капитализма, дотянув до скромного для предприятий возраста в 85 лет. И если доведение до коматозного состояния одного из лучших заводов страны не сопровождалось бурными дебатами, то в эпоху его зарождения наблюдались жаркие споры и конфликты. Многие перипетии в истории строительства завода долгие годы были скрыты от общественности под грифом «секретно». Недавно архивные фонды оголили подводные камни былых перипетий и пропаганды.

Заветы Железного Феликса

Основатель Чрезвычайной комиссии Феликс Дзержинский был назначен на пост председателя Высшего совета народного хозяйства СССР (ВСНХ) в 1924 году. Железный Феликс всецело поддержал идею Ленина о широкомасштабной механизации сельского хозяйства. Неудивительно, что приоритетным направлением в его работе стало тракторостроение, которое, по мнению вождей пролетариата, способно было создать сказочные возможности для полной реорганизации сельского хозяйства.

«Не надо закупать трактора за границей. Мы их можем сами делать», — упорно твердил на совещаниях глава ВСНХ. Дзержинского поддержали в ведомствах, и модный сейчас, а в то время неизвестный термин «импортозамещение» стал главным ориентиром для высшей бюрократии в эпоху НЭПа. В те годы всего четыре завода могли производить трактора: Харьковский паровозный, Путиловский, Обуховский и Запорожский. На этих непрофильных заводах полукустарным способом по патентам зарубежных компаний изготавливались колесные и гусеничные трактора. Машины имели низкое качество, но высокую себестоимость. Цена отечественного продукта для потребителей была в два раза выше зарубежных аналогов. Так, «Карлик» обходился покупателям в 2317 рублей, «Запорожец» — в 2492 рубля, «Фордзон» — в 5401 рубль, «Коломенец» — в 6081 рубль, а стоимость «Коммунара» превышала 26 тысяч рублей. Производственных мощностей советского государства явно было недостаточно. Они обеспечивали ежегодное производство всего трех тысяч тракторов при заявленной Лениным потребности в 100 тысяч машин в год.

«Первая тысяча тракторов будет нам дорого стоить, — предупреждал коллег Дзержинский. — За учебу, за нашу самостоятельность нам приходится платить».

Главный лоббист идеи строительства тракторного завода Феликс Дзержинский

Бывший чекист ратовал за строительство современного крупного специализированного завода в СССР. «Потому что только тогда мы действительно не будем портить материалов и дадим самый дешевый трактор крестьянину», — пояснял глава ВСНХ.

На призыв руководства тут же отреагировали сотрудники Сталинградского СНХ. Они оперативно отправили в центр предложение о превращении Сталинграда в центр тракторостроения. 20 августа 1925 года эту инициативу поддержал Главметалл, а уже спустя две недели на заседании президиума Сталинградского губисполкома члены московской специальной комиссии Главметалла и Госплана пели Сталинграду дифирамбы. Город на Волге — лучший кандидат для строительства тракторного завода. Он обладает целым букетом достоинств: выгодным географическим положением, обеспеченностью

ресурсами, смежными производствами и рынком сбыта площадью в 250 тысяч квадратных верст. Конкуренты Сталинграда — Ростов-на-Дону, Харьков, Таганрог, Воронеж, Сталино и Запорожье — остались не у дел.

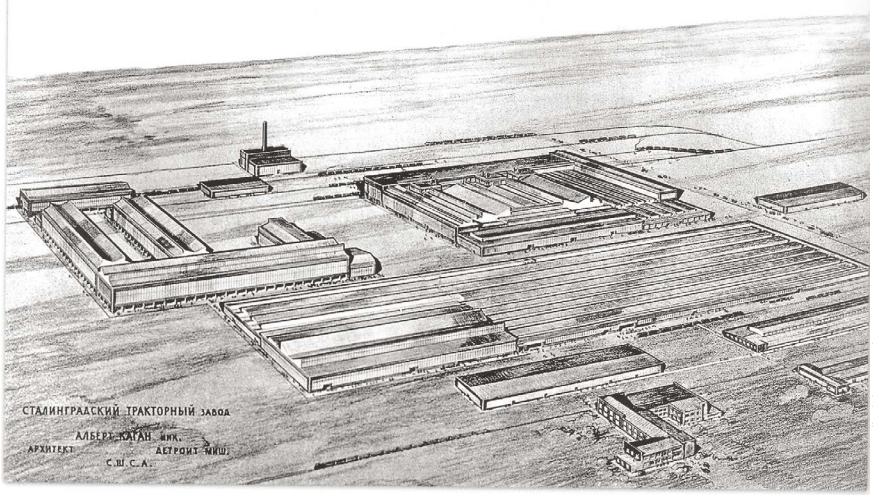
Реввоенсовет vs Главметалл

В первом представленном в Главметаллпроекте строительства Сталинградского тракторного завода сквозило намерение использовать под тракторострой до половины мощностей непрофильного пушечного завода «Баррикады», который в то время пребывал в плачевном состоянии. Такая идея возмутила военные ведомства.

«Считаю передачу Сталинградского орудийного завода для тракторостроения государственно неэкономичным [решением], а при учете дела обороны СССР — недопустимым. Завод должен оставаться в ведении ГУВПа [Главного управления военной промышленности, — В.Я.] для восстановления его как орудийного и арсенального завода», — взывал к руководству страны заместитель председателя РВС Иосиф Уншлихт.

Военное ведомство, по словам Уншлихта, «с таким использованием орудийного завода ни в коем случае согласиться не может». И вот какие доводы он приводит. Во-первых, имевшиеся в то время артиллерийские заводы в Ленинграде, Киеве и Брянске не могли быть использованы для создания арсенальной базы: первые два по стратегическому положению, последний — по недостаточности оборудования и мощностей. РВС считало, что единственным пунктом для образования подобной базы мог быть только Сталинград «как почти единственный по соответствию стратегических, географических и экономических условий». Во-вторых, Красная армия тогда была «крайне необеспеченна» орудиями крупного калибра. А их производство мог обеспечить завод «Баррикады». И это было важно для создания артиллерийского резерва Главного командования». И, в-третьих, обеспечение Морфлота крупнокалиберными орудиями состояло тогда тоже «в прямой связи со Сталинградским заводом».

«Сталинградский завод [«Баррикады»] входит составляющей частью в производственно-мобилизационные планы и мирного и военного времени. Надо строить новый тракторный завод, а не приспосабливать существующий орудийный, ибо лучше восстановить орудийный завод, чем потом где-то строить новый», — убеждал оппонентов зампред РВС в ноябре 1925 года.



Источник: allruk.livejournal.com

Общий чертеж проектируемого завода

Споры между РВС и Главметаллом были недолгими. Дзержинский внял доводам военного ведомства. Он и сам ратовал за строительство специализированного тракторного завода и терпеть не мог половинчатых мер. В отличие от руководства Госплана Дзержинский золотых червонцев на это дело жалеть не собирался.

В те же ноябрьские дни страсти закипели уже внутри Главметалла — в комиссии по выбору типа трактора, который будет производить будущий Сталинградский тракторный завод (СТЗ).

«Интернационал» vs «Аванс»

Изучив десятки марок колесных и гусеничных тракторов, члены комиссии Главметалла оставили свой выбор на двух претендентах: на американском тракторе «Интернационал» и шведском «Авансе». Группа экспертов разделилась на две равные части. Одним нравился «Аванс». Трактор был сравнительно прост в изготовлении. Технологический процесс здесь не требовал строгой регламентации. Ремонт трактора был несложен, а топливо (нефть) достаточно дешево. Поклонники «Интернационала» указывали на надежность его конструкции, простоту и удобство в эксплуатации. Американец обладал высокой унификацией и взаимозаменяемостью деталей узлов. Они могли быть использованы и на тракторах других марок. Во время дебатов сторонники «Интернационала» указывали на существенные недостатки шведского трактора: во время его изготовления требовалась дополнительная обработка, пригонка деталей перед установкой их на машину. Баталии экспертов закончились компромиссом. Они решили взять за основу американскую марку, но параллельно рекомендовали провести дополнительные сравнительные испытания обоих типов тракторов. Такой компромисс не мог удовлетворить руководство ВСНХ, так как главный вопрос о марке трактора продолжал оставаться открытым. Испытания же тракторов могли затянуться на долгое время. 1 июля 1927 года на заседании комиссии СТО трактор «Интернационал» мощностью 10/20 л.с. был назван победителем. На будущий СТЗ была возложена обязанность производить 10 тысяч тракторов в год.

12 июля 1926 года на волжском берегу в ковыльной степи прошел торжественный митинг закладки СТЗ. Заместитель Дзержинского Валерий Межлаук обозначил место строительства металлическим «репером» №1. Через неделю скончался Феликс Дзержинский. На траурном заседании Сталинградские власти предложили увековечить память Железного Феликса: будущий промышленный гигант стал именоваться «Государственный Сталинградский тракторный завод имени Ф.Э. Дзержинского».

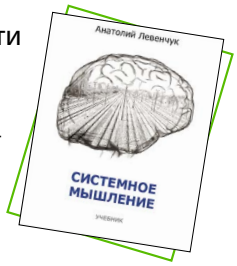
При подготовке статьи использовались материалы Государственного архива Волгоградской области. Ф-Р. 37. Оп. 2с. Д. 84, 105, 110, 129, 136.

MUST READ: к XXI веку готовы!

Как давно вы читали книгу? О чем она была? Какие мысли и инсайты вас посетили после прочитанного? Книга — не только полезный инструмент для развития бизнеса, но и отличный способ внести гармонию и осмысленность в воспитание детей. Редакция журнала «Деловой Волгоград» продолжает свой проект «MUST READ» / «ЭТО СТОИТ ПРОЧЕСТЬ», в котором известные предприниматели Волгограда рассказывают о прочитанных книгах и делятся сокровенным — своими мыслями после прочитанного. Предлагаем вместе с нами окунуться в увлекательный мир книг!

Антон Тюков

Общественный представитель АСИ в Волгоградской области по направлению «Молодые профессионалы»

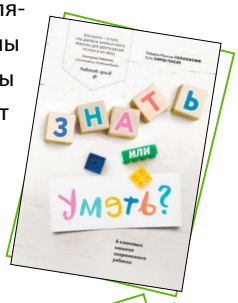


В древности китайцы желали злейшим врагам жить во времена перемен. Мы же живем в эпоху перемен, в полушаге от технологической сингулярности. Рекомендую книгу **«Системное мышление»** Анатолия Левенчука как способ обуздать сложность в XXI веке.

Александра Сукиасян

Исполнительный директор школы «Поколение», президент Ассоциации частных образовательных организаций Волгоградской области

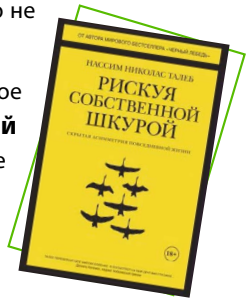
Школа «Поколение» является региональной площадкой Ассоциации чтения. В учреждении очень уважительно и серьезно относятся к книге. Мы стараемся как можно чаще проводить тематические события, популяризирующие среди школьников значимость чтения. Также на базе школы сегодня работает проект «Поколение выбирает чтение», в его рамках мы составляем полку, где делимся книгами, которые прочитали ученики и такая полка есть в учительской. Вот несколько книг с этой полки.



Первая книга великого педагога, живой легенды, основателя гуманной педагогики Шалвы Александровича Амонашвили **«Искусство семейного воспитания»**. Прекрасное бережное отношение к чуду — ребенку. Учитель делится своей мудростью — как воспитывать в любви, красоте и терпении.

Вторая книга на нашей полке — **«Знать или уметь? Шесть ключевых навыков современного ребенка»** Кэти Хирш-Пасек и Роберты Михник Голинкофф. В быстроменяющемся мире вопросы «чему учить будущее поколение?» и, главное, «как учить?», наверное, самые актуальные. Авторы рассуждают о важности «soft skills», о развитии в ребенке креативности, коммуникабельности, уверенности в себе. Об этом сегодня много сказано и написано, но авторам этой книги удалось систематизировать информацию.

Популярный интернет-блогер Анна Быкова написала уже не одну книгу о воспитании самостоятельности в ребенке. В книге **«Самостоятельный ребенок, или Как стать «ленивой мамой»** Анна предлагает дать детям больше свободы. «Если родители предугадывают все желания ребенка, ребенок еще долго не научится понимать свои потребности и просить о помощи», — говорит Быкова.



Ну, и в завершение книга с личной полки. Как обычно, нужная книга оказывается в твоих руках в нужное время. Так, случайно, в моих руках оказалась книга Нассима Николаса Талеба **«Рискуя собственной шкурой»**. Думаю, читателю будет интересно познакомиться с этим автором! Возможность более системно посмотреть на устройство нашего общества, на мотивацию людей, которые принимают решения, чем они руководствуются. Про осознанность. Как отфильтровать все лишнее, все то незначительное, на что мы тратим свою жизненную энергию.

Подготовила Анастасия Корнилова, руководитель креативного PR-агентства «PR motor» и портала городского развития «Волгоград 2.0»

Принципы жизни и бизнеса *Павла Медведева*

«Деловой Волгоград» продолжает спецпроект «Принципы жизни и бизнеса», где волгоградские предприниматели делятся своими установками и базовыми императивами, ведущими к достижению поставленных целей. Сегодня наш гость — Павел Медведев, эксперт в сфере продаж, основатель компании «Раритет», занимающейся клиентогенерацией в разных сферах торговли с 2010 года.

Честность. Честность по отношению к себе, честность со стороны партнеров. Умение держать слово, исполнять взятые на себя обязательства. Иногда простые понятия люди интерпретируют по-своему, и из-за этого часто возникают конфликты, срывы контрактов. Необходимо «на берегу» обговаривать свои условия взаимодействия. Прибыль в бизнесе — это цель, а искренность, честность — это инструмент.

Построение сильных отношений. Деньги не главное, важны отношения между людьми. Очень важно построить крепкие, честные и сильные отношения с партнером. Конечно, риск ошибиться всегда есть. Выбрать не того подрядчика или партнера по жизни. Но если не вступать в отношения, то тогда зачем вообще жить?!

Время тестирования. Это черта настоящего. Мы наблюдаем сильное дробление целевых групп в бизнесе. Властвует обилие источников информации, наблюдается информационный шум везде и во всем. Одним анализом ситуации уже не обойтись. Необходимо тестировать и упаковывать свою продукцию/услуги, предварительно и тщательно изучив свою аудиторию, ее поведение и настроение.

Быть полезным здесь и сейчас. Очень важно быть полезным своим бизнес-партнерам, клиентам, иначе просто нет смысла взаимодействовать. Смещайте фокус на заказчика, постарайтесь услышать и прочувствовать волнующую его задачу/проблему, оперативно вовлекитесь в проект, в котором требуется ваше участие. Будьте полезными здесь и сейчас.

Самомотивация — это полезная привычка. Это простая, каждодневная привычка визуализировать свою цель. Главное — максимально подробно и полно представлять свое желание (форма, цвет, запах, звук).

Умейте ставить долгосрочные цели. Очень важно знать, куда ты идешь и для чего. Обязательно ставьте цели на 10 лет, 5 лет и на год. Цели нужно ставить в тех локациях, где вы чувствуете вдохновение и приток энергии. Также цель должна пройти проверку временем. Если и через 2 недели ты также желаешь ее достижения, тогда все правильно.

Системный подход в бизнесе. Любой бизнес основан на управленческом цикле: анализ, планирование, регламентация, обучение, мотивация, контроль. При развитии своего бизнеса никогда не забывайте об этом.

Подготовила Анастасия Корнилова, руководитель креативного PR-агентства «PR motor» и портала городского развития «Волгоград 2.0». Фото: Сергей Воля

ДОСЬЕ

Павел Александрович Медведев

Место рождения: Волгоград

Образование: РАНХиГС

Семья: женат, двое детей

Деятельность: основатель компании «Раритет»

Знаковые проекты компании:

- сотрудничество с известными федеральными и региональными брендами;
- консультирование в сфере активных продаж и управления клиентогенерацией;
- среди клиентов — «Рустерс», «Медан», «Волга-Раст».

МАГАЗИН
ДИЗАЙНЕРСКОЙ ОДЕЖДЫ
Деловая женщина
ПРЕДСТАВЛЯЕТ
МОДНУЮ ОДЕЖДУ
ДЕЛОВОГО
И ПОВСЕДНЕВНОГО СТИЛЯ
ул. Мира, 10,
тел. 8-902-385-99-92
delwomen34
деловая женщина
MAGNIFY

ПОВОЛЖСКИЙ
ПИВОВАРЪ
Отдыхай с душой!
Напиток брожения фильтрованный, пастеризованный
"КРАФТ ХМЕЛЬНОЙ"
KRAFT
HOP
Вкус свободы – KRAFT Хмельной!
г.Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д.65
(8442) 95-70-70