НОВОСТИ КОМПАНИЙ / БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАЦИИ / ТЕХНОЛОГИИ УСПЕХА

16+
www.delosmi.ru

Деловой Волгоград

энергия слова — в развитие бизнеса

№ 9 (145)
СЕНТЯБРЬ 2019

ТЕМА НОМЕРА

Экосистемы

ГОСТЬ НОМЕРА

Надежда Васильева «Ворошиловский ТЦ» — место, где сбываются мечты»

БАНК ЦЕНТР-ИНВЕСТ

Ипотека

8,75% годовых

без обязательного страхования

Ставка 8,75% годовых в рублях действует при оформлении в ПАО КБ «Центр-Инвест» ипотечного кредита на первичном (до ввода дома в эксплуатацию, счет эскроу) и вторичном рынках: приобретение недвижимости и рефинансирование ипотеки стороннего банка. Первоначальный взнос от 50% от стоимости приобретаемого жилья. Срок кредита до 20 лет. Сумма кредита от 300 000 рублей. Указанная процентная ставка (% годовых) применяется в первые десять лет обслуживания кредита, далее – размер ключевой ставки ЦБ РФ по состоянию на 1 октября предыдущего года + 3,5% годовых. Процентная ставка указана с учетом скидки в размере 0,25% при подаче заявки онлайн. Досрочное погашение без ограничений. Полная формула расчета и подробные условия предоставления кредита на сайте https:// www.centrinvest.ru/ru/fiz/kreditovanie/ipoteka/. Не является публичной офертой. Реклама.
Предложение действительно на 01.09.2019 г. ПАО КБ «Центр-Инвест». Лицензия Банка России №2225 от 26.08.2016 г.

г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, 22

+7 (8442) 90-10-90

www.centrinvest.ru

ДЕЛОВОЙ ВОЛГОГРАД
энергия слова - в развитие бизнеса

16+

Рекламно-информационный журнал
№ 9 (145), сентябрь 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, Татьяна Кузнецова, Александр Акулиничев, Вячеслав Ященко, Константин Смолий

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 сентября 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
Печатные СМИ
Радио
Телевидение
Транспорт
(812) 401-64-64
(495) 737-54-64
(383) 227-64-64
www.reklama-online.ru
Метро
ВТЦ/Промо
Интернет
Наружка
ООО «Группа Компаний «Реклама Онлайн», г. Новосибирск, ул. Немировича-Данченко, 104, ОГРН 1105476018361

Слово редактора

БЕЗАЛЬТЕРНАТИВНАЯ МЕТАФОРА

В последние годы среди представителей отечественного бизнеса все более популярным становится понятие экосистемы. Редкий прогноз о путях развития компаний в цифровую эпоху обходится без него, словно построение собственной экосистемы — совершенно необходимый этап эволюции бизнеса.

Однако экосистема — термин по происхождению биологический, и означает он буквально экологическую систему — совокупность популяций разных видов живых существ. В каком же смысле современный технологичный бизнес похож на биологические экосистемы? Может, речь идет лишь о метафоре, схватывающей лежащую на поверхности похожесть? Сторонник системного подхода ответит, что законы развития систем универсальны, и потому это не просто метафора, а выражение глубинного единства мира.

Заявление смелое, но нуждающееся в проверке. Ведь предприниматели, занятые технологическими инновациями, едва ли могут вести себя так же, как караси в пруду. Или могут? Давайте разбираться вместе.

Константин Смолий, шеф-редактор

ГАСТРОЛЬНАЯ АФИША

Любителей театра, хорошей поэзии и музыки Волгограда этой осенью ждёт откровение: сольная программа «И-НЕ-ЗА-ТЕ-ВАЙ!» **Дмитрия Бозина.** Искушенные зрители знают Дмитрия как ведущего артиста **Театра Романа Виктюка**. Блистательные роли в **«Служанках», «Саломее»** и других знаковых спектаклях театра завоевали сердца миллионов зрителей по всему миру.

Моноспектакли Дмитрия Бозина – особая эстетика и магия: артистический талант, помноженный на глубокий интеллект и чувственную опору. Вас ждет полуторачасовое исследование природы любви, возможность окунуться в свою личную историю, заново пережить лучшие моменты и насытиться эмоциями.

Гитарные рифы и рояль, джаз, свинг, рок-н-ролл, поэтические и музыкальные импровизации... В программе звучат песни, которые порадуют не только меломанов: «After Dark» (из фильма «От заката до рассвета»), «Moon over Bourbon Street», «Come away with me», «Wild is the wind» знакомы многим и входят в золотой фонд мировой музыкальной культуры.

Энергетика любви, которую транслирует Дмитрий Бозин словом, движением, пением и даже криком, пронизывала музыкальные и драматические театры, камерные сцены клубов и концертных площадок. В этом году «И-НЕ-ЗА-ТЕ-ВАЙ!» отмечает первый юбилей. За пять лет полуторачасовой «затяжной прыжок» вместе с артистом совершили зрители многих городов России и ближнего зарубежья. На очереди – Волгоград.

Билеты и информация: 7 902 654-63-60

СОДЕРЖАНИЕ

ДЕЛОВАЯ СРЕДА

3 Что мешает развитию вашего бизнеса?

5 Экосистема МТС: быть на острие трендов

6 Новости деловой жизни

8 «Ворошиловский ТЦ»: место, где сбываются мечты

10 Экосистема или суперорганизм?

12 Декада «собянизации»: как 2010-е стали десятилетием благоустройства

14 Экосистема Tele2: вне рамок привычного восприятия

15 Пенсионный фонд РФ — работодателям

18 Стартаперы заявили о себе по-крупному

20 Финансовые новости Юга России

БИЗНЕС-КОНСУЛЬТАНТ

21 НДФЛ за подрядчика: кто платит и куда?

22 Как повысить ключевые показатели продаж?

23 Три ловушки удаленной работы, в которые попадает работник и работодатель

24 Дороги, которые мы выбираем…

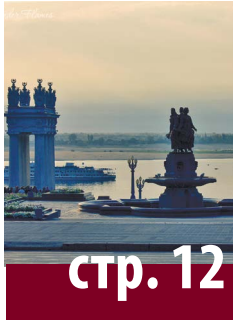
26 Как телефоны заменяют нам компьютеры

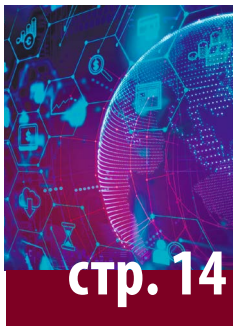
МЕЖДУ ДЕЛОМ

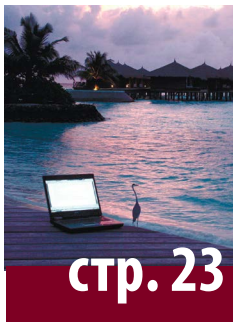
28 Рукотворная экосистема Волгограда

31 MUST READ: выбор, создающий тебя

32 Принципы жизни и бизнеса Александра Вязовика







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

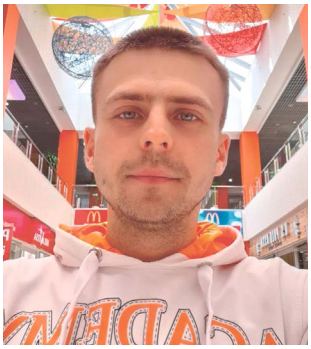
- «ДЕЛО», ул. Краснознаменская,12
- «ОПОРА РОССИИ», ул. Чуйкова, 43
- «Деловая Россия», ул. Порт-Саида,9а
- Волгоградский областной бизнес-инкубатор, г. Волжский, ул. Пушкина, 45/1
- ВТПП, ул. Рабоче-Крестьянская, 22

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

Что мешает развитию вашего бизнеса?

Существуют ли объективные факторы, препятствующие развитию бизнеса? Или они по преимуществу субъективны?



Алексей Моисеев

Управляющий «Goloka-Mobile» (экспресс-ремонт iPhone и аксессуары для смартфонов):

— Бизнес настолько хорошо развивается, насколько хорошо развит коллективный разум у собственника бизнеса и у каждого ключевого человека в компании. Важны серьезные отношения с людьми твоего круга, причем отношения должны быть очень глубокими и искренними. Нужно хорошо понимать, кто в чем лучше разбирается, у кого какой совет спросить. Разум в деятельности имеет коллективную природу, не индивидуальную. Если этот коллективный разум не развит, то нет возможности иметь такое сообщество людей, которое бы помогало развивать бизнес. Нужно работать над своим сознанием, над своим разумом, его нужно постоянно возвышать.

У успешного бизнеса не может быть главной целью получение дохода. Главная цель должна быть намного более возвышенной, тогда к этой цели будут естественным образом привлекаться люди, которым эта цель симпатична. Такие люди не оставят тебя в трудные времена и будут выкладываться на все 100%, выполняя свои обязанности, потому что есть общая вдохновляющая возвышенная цель. И чем сильнее такой коллективный разум развит, тем успешнее развивается и вся компания.

Елена Антонова

Основатель и генеральный директор института красоты «Ева»:

— Причин можно придумать очень много. Как правило, банальное нытье: страна не та, налоги не те, люди не такие и город не такой, и в связи с этим человеку все мешает развивать свой бизнес. Я очень часто встречаюсь с такими высказываниями, что, мол, поеду в другой город, и все будет по-другому, некоторые даже страну хотят поменять. Но по факту мешает только собственная лень, больше ничего! Если ты увлечен, если ты реально веришь в то, что создаешь — это приносит несказанное удовольствие.

Поэтому мешать в принципе ничего не может. Да, есть трудности, есть преодоление различных ситуаций и обстоятельств, но в этом и есть фишка. Если ты в бизнесе — значит, ты активная, целеустремленная личность, со здоровыми эго и амбициями, и тебе нравится что-то преодолевать, создавать. Я занимаюсь бизнесом в сфере образования уже более 23 лет, и все идет, развивается, мне это нравится и мне ничего не мешает. Да, появляются конкуренты — это тоже нормально. Конечно, хочется, чтобы был приток клиентов, большие бюджеты, не было налогов, и клиентов приводили за руку, но это нереально. А где же прорыв?

Владимир Чуркин

Основатель компании ООО «Сервис Партнер» (студия аренды «DOM», кейтеринговая компания «hCatering» шатровая площадка «The Water»):

— Рынок кейтеринговых услуг очень молодой, еще до конца не сформировавшийся, особенно в регионах. Потребитель не до конца понимает суть услуги и зачастую сравнивает с ресторанными продуктами. Но в кейтеринге почти все по-другому. Ресторан — это диктатура (меню, сервировки, помещения и т.д.), кейтеринг — это демократия, свобода выбора. Выявление потребности — базовая история, а вот аргументация цены и процессов — в этом есть сложность: заказчик хочет нашу картинку, но по ценам ресторана, до конца не понимая услуги.

Еще одна из основных проблем — отсутствие высококвалифицированных кадров, имеющих опыт работы в нашей отрасли. Но и здесь благодаря современным подходам к бизнесу получается решать проблемы. Так что, в целом, мы работаем на молодом и динамично развивающимся рынке, ежедневно сталкиваясь с множеством задач, решая которые, нам удается дарить эмоции нашим гостям. Ведь не зря девиз нашей компании «hcatering» — «когда у эмоции есть вкус».

Валентин Васильченко

Руководитель магазина «Запчасти даром»:

— Вопрос, конечно не вполне корректный — «что мешает?» Открытых факторов вмешательства нет, и явных помех тоже. Вопрос в другом: что бы могло помочь? Основные два фактора — кредиты под малый процент и уменьшение налоговой ставки.

Денис Тимакин

Проект-менеджер ООО «Агентство Инновационных Проектов»:

— Наша компания предоставляет услуги, связанные с организацией мероприятий. Причем преимущественно не в Волгограде, а в районах области. Конечно, нам было бы проще, если бы не было конкуренции в нашем сегменте. Но, с другой стороны, мы, напротив, ищем новое и современное в сегодняшних реалиях. Поэтому главной проблемой выступает все-таки дефицит у заказчиков бюджетов, направленных на реализацию наших проектов. Масштабные проекты с результатом и оборачиваемостью выше 3-5 лет, т.е. с длительной перспективой, весьма сложны для запуска. Чаще всего все хотят видеть результат здесь и сейчас, отсюда зачастую заказчик берет наш продукт с более низким бюджетом. Потому что он, во-первых, ограничен в ресурсах, хотя его устраивает и концепт мероприятия, и его содержание, и реализация, но сейчас он не обладает максимальным бюджетом.

Во-вторых, дедлайн чаще всего не превышает 30-40 дней, из-за чего приходится оптимизировать, что-то опускать, и как следствие — резать бюджет. Отсюда вывод: крупные, мощные, значимые проекты проходят на других территориях, просто потому что у них есть ресурс. Однако мы ищем альтернативные варианты реализации проектов, креативные подходы, партнерство и, конечно, фандрайзинг.

Ольга Горностаева

Директор и учредитель ООО «ГрадПроект 34»:

— Интересный вопрос, но мне кажется, что для Волгоградской области он может звучать даже так: «Что мешает существованию вашего бизнеса?». В нашем регионе речь идет сначала о выживании, и только потом о возможном развитии. Если брать тенденцию по стране, то правительство делает попытки изменить ситуацию. Например, ради этого оно ввело квоты на закупки у малых предприятий крупным государственным бизнесом. Формально ситуация улучшается. В Волгограде же — словно в отдельном государстве — этот закон не дает каких-либо преференций. Я сталкивалась с тем, что компанию-победителя электронных торгов, как субъекта малого предпринимательства, принуждали заключить договор на субподрядные работы на 25% от стоимости контракта еще с одним субъектом МСП. То есть «поддержка малого предпринимательства» обернулась тем, что мы сами оказались должны поддержать «малыша».

Если в РФ законодательно закреплено, что срок оплаты поставленных товаров, выполненных работ исполнителем из числа малого предпринимательства сокращен до 15 рабочих дней с даты подписания заказчиком документа о приемке, то для Волгограда это означает, что и через три месяца после выполнения работ заказчик может в одностороннем порядке разорвать контракт и вовсе отказаться от оплаты. В настоящее время моя компания имеет три муниципальных контракта по проектированию детских садов для города, один из которых 2014 г., два 2018 г., и все не оплачены. Месяц назад общалась с московскими коллегами: они гордо заявляют, что 80% их заказов — это государственные заказы, в которых они уверены, и не сомневаются, что в срок получат оплату. В Волгограде же счастливчики — это те, кто не имеет работ с городом.

Что самое важное для любого бизнеса? Чтобы он приносил прибыль. Хотелось бы такое увидеть и в родном городе.

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

Экосистема МТС: быть на острие трендов

Текст: Константин Смолий
Фото: Мария Гаранина

Благодаря развитию экосистем даже небольшим региональным компаниям становится доступен полный спектр современных цифровых услуг. О том, какие преимущества с точки зрения развития бизнеса и конкурентной борьбы дает подключение к экосистеме федерального оператора, рассказывает Артем Ладьянов, руководитель направления по работе с корпоративными клиентами филиала МТС в Волгоградской области.

— В последние годы основным трендом на телеком-рынке стало создание операторами собственных экосистем. С чем это связано?

— Действительно, сегодня в ИТ-сфере доминирует экосистемный подход. Это дает возможность подключить клиента к масштабной и многокомпонентной digital-экосистеме, в которой он получает широкий набор цифровых услуг. Например, интернет вещей, искусственный интеллект, обработку больших данных, кибербезопасность, классические телеком-услуги и множество других современных ИТ-услуг. Это очень удобно для клиента, особенно крупного. Для этого достаточно заключить один договор: использование экосистемы существенно экономит время и деньги по сравнению с внедрением различных цифровых сервисов по отдельности. А в центре экосистемы МТС лежат облачные услуги. На наш взгляд, у них отличные перспективы.

— Что сейчас происходит на рынке облачных услуг?

— В настоящее время наблюдается процесс консолидации рынка. Еще несколько лет назад компаний, предоставляющих доступ в облако, было около сорока, а сейчас вместо множества мелких игроков появляется несколько крупных, федерального масштаба. И МТС, безусловно, становится одной из таких компаний, сделав облачные услуги частью своей экосистемы. Польза от этого для наших клиентов в том, что они могут использовать в своей работе облака в рамках интеграции с другими сервисами, не прибегая к необходимости выбирать среди мелких компаний, поставляющих только узкий перечень инструментов. Это облегчает многие бизнес-процессы.

— А в чем вообще польза для бизнеса от использования облачных услуг?

— Дело в том, что современные компании, даже небольшие, пользуются большим количеством цифровых сервисов и генерируют огромное количество информации. Конечно, они могут закупить собственное «железо», но для этого нужны деньги и место в офисе. А если перевести в наше облако CRM-системы, интернет- и мобильный банкинг, корпоративный портал и т.д., экономия затрат на ИТ получается в среднем 25-30% ежемесячно. Превращать свой офис в дата-центр никто не хочет. Бизнес должен заниматься своим делом, а цифровыми сервисами должны заниматься соответствующие специалисты. Например, такие, как #CloudMTS.

— Все это касается только крупных федеральных корпораций, или небольшому бизнесу в регионах облачные услуги тоже нужны?

— Они нужны практически всем, независимо от размеров и местоположения. А если не нужны сейчас, то, скорее всего, понадобятся в будущем. Ведь даже государство, вводя новые нормы и законы, повышает заинтересованность бизнеса в облачном хранении данных. Например, для соблюдения закона «О персональных данных» малому бизнесу проще всего заключить соответствующее соглашение с МТС и легко и недорого привести работу с персональными данными в соответствие с законом.

— Получается, небольшой региональный бизнес благодаря цифровым экосистемам нейтрализует многие конкурентные преимущества, которые есть у гигантских корпораций?

— Конечно. Поэтому и уже давно существующим волгоградским компаниям, и новичкам я рекомендую подключиться к экосистеме одного из ведущих федеральных телеком-операторов. Например, экосистема МТС помимо экономии на ИТ-оборудовании позволяет идти в авангарде процессов, оперативно получая все новые актуальные цифровые услуги. Ведь цифровизация бизнес-процессов развивается очень

Артем Ладьянов, руководитель направления по работе с корпоративными клиентами филиала МТС в Волгоградской области

быстро. Подключение к экосистеме телекоммуникационной компании позволяет всегда идти на острие трендов, ведь мы чутко следим за всеми изменениями и сразу же включаем их в свою экосистему и предлагаем клиентам. Наша компания — гид в сложном мире технологических инноваций.

— Какие волгоградские компании уже оценили преимущества сотрудничества с МТС в сегменте клаудов?

— В Волгоградской области облачными сервисами пользуются компании из различных сфер бизнеса: обслуживание и недвижимость, предприятия энергетического комплекса, медицинские центры. Например, волгоградская сеть химчисток «Золушка» на нашем облачном сервисе разместила программу «1С:Предприятие». Филиал ПАО «МРСК Юга» — «Волгоградэнерго» — использует виртуальные серверы для поддержания работоспособности корпоративной почты. Еще один наш клиент, агентство недвижимости «Адресат», благодаря клаудам получило возможность безопасно резервировать работу своей корпоративной CRM-Системы.

Новости деловой жизни

Налоговая служба напомнила о порядке сдачи бухгалтерской отчетности с 2020 года

ФНС России на своем официальном сайте разместила информационную страницу «Государственный информационный ресурс бухгалтерской отчетности», разъясняющую порядок и сроки сдачи бухгалтерской (финансовой) отчетности с 2020 года.

С нового года обязательный экземпляр годовой отчетности нужно предоставлять только в налоговую службу. На нее возлагается обязанность по формированию и ведению государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности (ГИР БО) (Федеральный закон от 28 ноября 2018 г. № 444-ФЗ). Как поясняет ФНС России, в Росстат ее больше не нужно подавать.

Обязательный экземпляр отчетности подается не позднее трех месяцев после окончания отчетного периода. Если отчетность подлежит обязательному аудиту, то аудиторское заключение предоставляется в виде электронного документа вместе с отчетностью либо в течение 10 рабочих дней со дня, следующего за датой аудиторского заключения, но не позднее 31 декабря года, следующего за отчетным годом.

При обнаружении ошибок исправленную отчетность нужно подать в течение 10 дней со дня, следующего за днем внесения исправления либо за днем утверждения годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности (Федеральный закон от 26 июля 2019 г. № 247-ФЗ). Как поясняет

налоговая служба, срок представления скорректированной отчетности для обществ с ограниченной ответственностью составляет 10 рабочих дней после 30 апреля, а для акционерных обществ — 10 рабочих дней после 30 июня.

Подается годовая отчетность в электронном виде не позднее трех месяцев после окончания налогового периода. Однако, как напоминает ФНС России, для субъектов малого предпринимательства предусмотрен переходный период (2020 год), в течение которого они могут сдавать ее на бумаге или в электронном виде.

Источник: garant.ru

Волгоградские делороссы открыли новый деловой сезон

Волгоградская «Деловая Россия» провела общее собрание и определила осеннюю повестку работы организации. Председатель Юрий Чехов проинформировал участников о последних достигнутых результатах. В частности, по направлению взаимодействия местного бизнеса с ООО «Управление отходами — Волгоград».

Речь идет об урегулировании разногласий в части оплаты услуг по вывозу ТКО. Затянувшаяся договорная кампания привела к тому, что предприниматели получили счета на оплату за январь-май, а по факту оператор стал оказывать услугу лишь в июне. «Длительная юридическая переписка с регоператором дала результат. На прошлой неделе мы получили положительный ответ, где признано право предпринимателя оплачивать только оказанные услуги», — отметил лидер волгоградских делороссов Юрий Чехов. По его словам, вовремя скорректировать работу и не переводить разногласия в судебную плоскость — пример конструктивного сотрудничества.

Также на общем собрании предприниматели обсудили нововведения в Земельный кодекс РФ (Гл. 7.1 ЗК РФ), которые определяют порядок изъятия земельных участков для государственных и муниципальных нужд. «Процедура изъятия земельного участка может уложиться в два месяца. Компенсация рассчитывается с учетом кадастровой стоимости, если возникают разногласия, производится переоценка. Как вариант — другой земельный участок

соразмерный по стоимости. Эти нюансы предприниматель должен знать и осознавать риски и последствия», — пояснила процедуру изъятия эксперт волгоградской «Деловой России» Светлана Мельникова.

Еще одной темой обсуждения стала предстоящая в 2021 году отмена единого налога на вмененный доход (ЕНВД). Делороссы намерены обратиться к федеральному руководству с просьбой сохранить налоговый режим для малого бизнеса.

Источник: Пресс-релиз

В Волгоградской области открылась «Точка кипения — Волгоград»

«Точка кипения» объединит предпринимателей, студентов, ученых, представителей органов власти, научных учреждений и активную молодежь для создания и продвижения инновационных проектов в Волгограде, а также обмена опытом. Площадка открылась 21 сентября на базе Волгоградского государственного технического университета. После церемонии открытия состоялась пленарная сессия на тему «Переосмысление индустриального города в постиндустриальную эпоху: роль, инфраструктура, качество жизни».

«Точки кипения» создаются при поддержке АНО «Платформы НТИ» по поручению Агентства стратегических инициатив (АСИ) в рамках Национальной технологической инициативы (НТИ). Пространства предназначены для ученых, бизнесменов и технологических предпринимателей, госслужащих, членов общественных организаций и профессиональных сообществ, студентов. В «Точках кипения» они могут делиться опытом, результатами деятельности, совместно прорабатывать новые модели развития.

Фото: gorvesti.ru

Источник: delosmi.ru

В Госдуме поддержали запрет на продажу алкоголя в барах в домах

Комитет Госдумы по экономической политике одобрил законопроект о запрете продажи алкоголя в небольших кафе, ресторанах и барах, расположенных в многоквартирных домах и на прилегающих территориях. Согласно проекту закона, продажа алкогольной продукции в жилых домах будет допускаться, только если площадь зала обслуживания кафе, баров и ресторанов составляет не менее 20 кв. м.

Законопроект также наделяет органы госвласти субъектов России правом ставить дополнительные условия розничной продажи алкоголя в точках общепита в многоквартирных домах и на прилегающих к ним территориях, в том числе вводить полный запрет.

Источник: rbc.ru

В Волгоградской области расширяют меры поддержки начинающих фермеров

В этом году местные фермеры могут получить поддержку не только в виде региональных грантов, но и в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Кроме того, конкурсанты могут взять заем на выгодных условиях. Участниками конкурса стали 58 фермеров. Больше всего заявок подано из Среднеахтубинского, Николаевского и Палласовского районов.

В этом году поддержка бизнеса в сфере АПК в Волгоградской области вышла на новый уровень. Небольшие хозяйства получили новые возможности благодаря реализации федеральной программы «Система поддержки фермеров и развития сельской кооперации». Получателями гранта могут стать не только главы КФХ, но и не имеющий такого статуса претендент. Зарегистрировать свое фермерское хозяйство в налоговых органах можно в течение 15 дней после победы в конкурсе. Размеры грантов варьируются от 1,5 до 3 млн рублей в зависимости от направления проекта.

Продолжается реализация и других программ развития АПК. В 2018 году обладателями грантов стали 66 начинающих фермеров на общую сумму свыше 140 миллионов рублей. Приоритетным направлением развития было выбрано животноводство — размер гранта по таким проектам увеличен до 2,9 миллиона рублей. Кроме того, порядка 133 миллионов рублей получили 20 семейных животноводческих ферм, что в 2,8 раза больше, чем в 2014 году.

Источник: krestyane34.ru

«Ворошиловский ТЦ»: место, где сбываются мечты

Текст: Константин Смолий

«Ворошиловскому торговому центру» скоро исполнится 44 года. За это время он смог стать важнейшей частью торговой и в целом социально-экономической экосистемы Волгограда. Быть представленным в «торгушке» — это желанная цель любого местного предпринимателя и непременная задача многих федеральных и транснациональных брендов, приходящих на волгоградский рынок. Благодаря чему легендарный торговый центр занял такое положение, как он функционирует сегодня и чего посетителям ждать завтра, рассказывает генеральный директор «ВТЦ» Надежда Васильева.

— Какие основные вехи в долгой истории Ворошиловского торгового центра вы могли бы выделить? Как долго будет длиться нынешний этап и что может прийти ему на смену?

— Этапов истории ВТЦ можно выделить три: от создания до первой смены концепции и расширения площади, затем до второго расширения и очередной смены концепции, и после этого современный этап, который продолжается уже 10 лет. Таким образом, вехи истории связаны главным образом с реконструкциями торгового центра, когда он менял свой облик и концепцию. Первая реконструкция была частичной, а вторая — с полным закрытием и коренным обновлением. Что касается будущего, то, скорее всего, обновление будет внутренним, т.к. за существующие границы мы уже физически не можем выйти. Из существенных преобразований наиболее вероятна смена фасада, хотя 10 лет назад, когда был создан современный облик здания, он настолько опередил свое время, что до сих пор актуален и современен. В любом случае все обновления ВТЦ будут зависеть от веяний, требований и тенденций времени. Пока же мы чувствуем себя современными и интересными.

— Лет 15 назад у вас было очень мало конкурентов, но с тех пор в Волгограде появилось много крупных ТРК. Тем не менее, вы до сих в числе лидеров. За счет каких конкурентных преимуществ?

— Конкуренция была и тогда, но она была иной, поскольку и торговые центры, и преобладающий формат торговли были иными. В те времена мы все еще ходили на рынки и думали «рыночными» категориями. Наше преимущество в том, что мы смогли в нужный момент перестроиться, изменив формат торговли с рынка на торгово-развлекательный центр современного типа. Это позволило сделать большой шаг вперед, как и привлечение больших федеральных и трансконтинентальных брендов. Многие бренды хотели открыть в городе свои магазины, но только с появлением нескольких больших ТРК они поняли, каков покупатель Волгограда и какие у него потребности. Так в обновленной «торгушке» появилось множество брендовых магазинов, причем некоторые открывались у нас с особенным оформлением и предложением. Это тоже дало нам серьезное конкурентное преимущество.

— Сталкивались ли вы с проявлениями недобросовестной конкуренции в ваш адрес?

— Нет, не сталкивались. С коллегами из других ТРЦ мы поддерживаем хорошие отношения. А когда ты лично знаешь человека и вращаешься с ним в одной среде, очень сложно обманывать его или совершать поступки, которые негативно отразятся на репутации, причем не его, а того, кто такие поступки совершает.

— А есть ли в вашей сфере какие-то формы ассоциации?

— Да, есть Российский Совет Торговых Центров (РСТЦ). Членами Совета являются практически все торговые центра Волгограда, кроме совсем уж маленьких. Да и они на сегодняшний день знакомы с этой организацией и в разных формах сотрудничают с ней. И РСТЦ, кстати, в нашей сфере уже не единственная организация, что показывает высокую степень развития и самоорганизации отрасли.

— Можете ли вы назвать себя торговым центром, дружелюбным к арендаторам?

— К арендаторам мы, безусловно, дружелюбны, но в первую очередь думаем о посетителях. Хорошие условия, предоставляемые нами арендаторам, — это в первую очередь ресурс, который они затем могут предложить своим покупателям и благодаря этому повысить собственную эффективность. Поэтому мы не можем говорить только об отношениях «Ворошиловского ТЦ» с арендаторами — B2B-отношениях, не принимая в расчет конечных потребителей. У нас сложная цепочка — B2B2C.

— Вы берете к себе всех желающих, либо есть какие-то принципы отбора арендаторов?

— Прежде всего, отмечу, что у нас нет ограничений по размеру или по происхождению арендатора — мы пускаем и федеральные, и местные компании, и крупные, и мелкие… Здесь действует другой принцип: должно быть соответствие определенному спектру товарного и развлекательного предложения, присущего современному ТРЦ. То есть все возможные позиции, пользующиеся спросом, должны быть закрыты, ведь только тогда «Ворошиловский торговый центр» сможет быть актуальным и полезным для его посетителей. Исходя из этого принципа осуществляется отбор. В каких-то товарных сферах лучшее предложение у крупного транснационального оператора, а в каких-то — у небольшого местного предприятия.

— Существует ли что-то вроде очереди из потенциальных арендаторов?

— Да, это обычный механизм, который действует в любом популярном ТРЦ. Если мы сразу не можем предложить заявителю сотрудничество, то вносим его в лист ожидания, и при первой возможности — например, при изменении концепции либо уходе арендатора — обращаемся к заявителям из списка и проговариваем коммерческие условия. Если достигаем договоренности — начинаем сотрудничать. Все просто.

— Есть ли сегмент посетителей, на который вы ориентируетесь в первую очередь?

— Как правило, в «Ворошиловский ТЦ» приходят люди разного возраста и разного достатка. По нашим подсчетам, среди посетителей поровну женщин и мужчин, а на круговой диаграмме возрастных категорий посетителей у нас четыре равных сектора. В общем, не мы выбираем, а нас выбирают. И уже под существующий гостевой поток мы формируем пул магазинов, развлечений, точек общественного питания, стремясь предложить каждому из сегментов привлекательные варианты. Так и формируется наш принцип отбора арендаторов, о котором мы говорили ранее.

Надежда Васильева, генеральный директор «ВТЦ»

— В честь сорокачетырехлетия вы запустили акцию «Исполню 44 мечты». В чем суть этого проекта?

— Действительно, эта акция была нами запущена еще в мае, и за это время ее участниками стали уже три тысячи человек. Мы хотим подарить нашим покупателям веру в то, что их мечты и желания обязательно исполнятся. Для участия в акции нужно предъявить чек не менее чем на пять тысяч рублей и заполнить анкету, поделившись своим самым сокровенным желанием. И каждый месяц у десяти счастливчиков их мечта становится явью. А 5 октября, во время празднования Дня рождения «ВТЦ», состоится финальный розыгрыш семи крупных сертификатов на шопинг в «торгушке» и множества других ценных подарков.

— Когда вы смотрите в будущее, что преобладает — оптимизм или тревога?

— Знаете, мы очень много работаем и над техническим оснащением, «Ворошиловского торгового центра», и над его привлекательностью среди волгоградцев, и над его финансовой безопасностью. Поэтому в будущее смотрим уверенно и прагматично, стремясь создать возможности поддержания нормальной работы торгового центра сегодня и его развития в будущем.

Экосистема или суперорганизм?

Текст: Константин Смолий

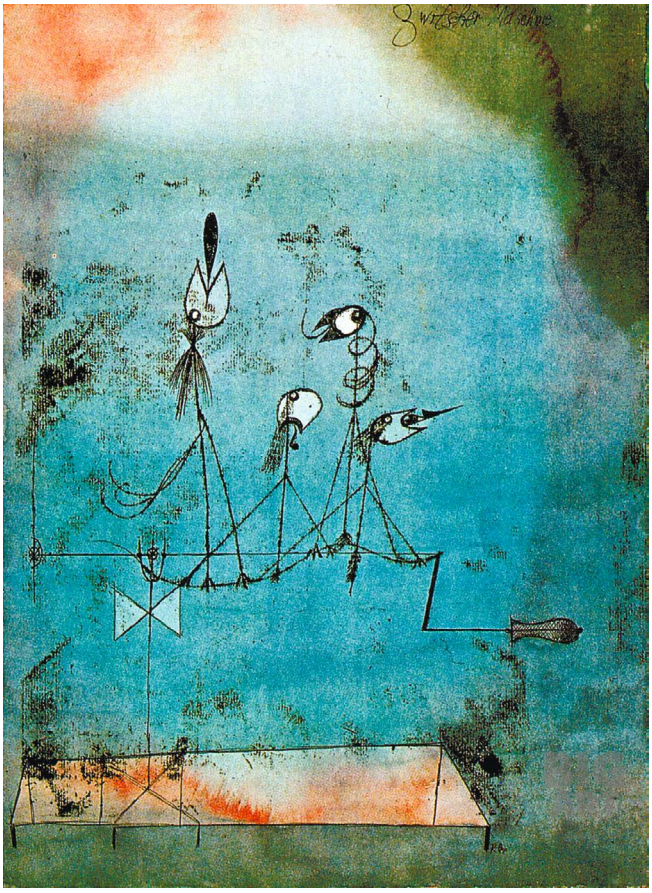
На наш взгляд, экосистема как биологическое понятие не вполне подходит для описания эволюции технологических корпораций. Суперорганизм — вот более точная терминологическая фиксация того, во что превращаются современные компании. Хотя любые биологические метафоры, конечно же, условны.

РОЖДЕНИЕ СУПЕРОРГАНИЗМА

В природной экосистеме виды живых существ связаны в трофические цепи. Поедание одних популяций другими — это, по сути, способ, каким в экосистеме осуществляется превращение энергии. Поэтому биологическое разнообразие позволяет экосистеме достичь устойчивости, ведь если из-за изменения условий та или иная популяция исчезнет, трофическая цепь имеет больше шансов сохраниться. А если каждую отдельную функцию будет выполнять только одна популяция, то ее исчезновение грозит экосистеме серьезными проблемами, ведь цепи превращения энергии между субъектами разрушатся. Поэтому трудно представить классическую экосистему, в которой бы существовал только один организм, включающий все остальные организмы или, по крайней мере, пытающийся их все частично или полностью поглотить.

Однако в мире высоких технологий вполне можно представить такой суперорганизм. Речь не о государстве, которое пытается выстроить комплексную систему взаимодействия между бизнесом, наукой, госструктурами, институтами развития и т.д. Да, создание такой экосистемы, цель которой — непрерывное производство инноваций, могло бы оказать значительное влияние на социально-экономическое развитие страны. И она бы, кстати, вполне подходила под описание природных экосистем, т.к. концентрировала ресурсы разных типов, взращивала разнообразие видов, поддерживала существование популяций поддержанием нужных им условий, и даже устанавливала правила формирования трофических цепей. Но все же государство — не суперорганизм, т.к. оно не включает в свое «тело» всех субъектов экосистемы в качестве своего рода «органов». Такое включение означало бы конец рыночной экономики в отдельно взятой стране и появление монструозного государства-корпорации.

А вот в бизнесе такие суперорганизмы оказываются возможными. По сути, ими являются многие корпорации, выстраивающие собственные технологические экосистемы. Да, декларируется принципиальная открытость, позволяющая интегрировать разные продукты, услуги и сервисы внутрь единой структуры. Мол, речь идет только о рамочной конструкции, которая позволяет так объединить разные сервисы, чтобы клиентам было удобно с ними взаимодействовать. Скажем, в наше время многие компании переводят многие бизнес-процессы на цифровые рельсы и уходят в онлайн. Для этого требуются различные сервисы, которые могут быть произведены разными компаниями, подчас специализирующимися на каком-то одном сервисе. Но в этом случае «сшить» сервисы друг с другом и привести их к единой схеме работы вынуждена компания-потребитель, которая далеко не всегда обладает требуемыми ресурсами и компетенциями. Особенно если компания небольшая. Поэтому потребителю цифровых услуг выгодно иметь дело с более крупным поставщиком



таких услуг, который сам интегрирует все необходимое на своей цифровой платформе и поставит необходимые услуги разом. То есть, с одной стороны, сами клиенты толкают крупные технологические корпорации на путь превращения в суперорганизм, втягивающий в себя все жизнеспособное и имеющее перспективу на рынке.

СУПЕРОРГАНИЗМ — НЕ ЭКОСИСТЕМА

С другой стороны, это и самим корпорациям выгодно. Например, это позволяет диверсифицировать бизнес, разнообразить каналы и технологии продаж, повысить капитализацию, инвестировать свободные капиталы не на сторону, а как бы «внутрь себя». В конце концов, традиционную рыночную логику слияний и поглощений ради вертикальной интеграции пока не отменили. И в итоге рождаются корпорации, которые так активно втягивают в себя новых игроков на рынке, что все дальше уходят от первоначальной специализации, становясь поистине универсальными. Так, телеком-компании уходят от специализации на услугах связи и залезают на территорию, скажем, финансовых технологий. А финансовые компании, наоборот, развивают множество нефинансовых сервисов.

Вот простой пример. Сбербанк, как известно, очень активно выстраивает собственную экосистему, интегрируя далеко не только финансовые сервисы. В настоящее время банки переходят на биометрический способ идентификации клиентов, соответственно, у компаний, предоставляющих услугу биометрии, появился хороший рынок сбыта. Да и вообще у этой технологии по всему миру хорошие перспективы. Что делает Сбербанк? Он приобретает долю в компании VisionLabs, которая, по некоторым оценкам, входит в мировой Топ-3 по точности распознавания лиц. Это приобретение позволяет не только создать биометрическую платформу для собственной экосистемы банка, но и зарабатывать на предоставлении этой услуги сторонним клиентам. Таких примеров у Сбербанка довольно много, и неспроста активно ведутся разговоры о ребрендинге этой компании — наличие корня «банк» в названии все менее адекватно разросшейся технологической инфраструктуре и широкому спектру услуг корпорации. По сути, Сбер — это суперорганизм, который интегрирует в себя все, что сможет, в качестве своих «органов» или даже «органоидов».

Причем с точки зрения организационной формы эта интеграция может быть разной, вплоть до поглощения. В этом случае говорить об открытости экосистем странно: открытость предполагает свободный вход и выход, но едва ли интеграция в структуру Сбера сохранит компаниям возможность свободного выхода или даже самостоятельности на управленческом уровне. Хотя, в принципе, возможны и другие формы симбиоза организмов — партнерские, когда суперорганизм не поглощает более мелкие организмы, а всего лишь помогает им найти своих клиентов. Но для суперорганизма в этом тоже должна быть какая-то польза помимо того, что благодаря организмам-партнерам он может лучше удовлетворить потребности своих клиентов, замыкая их на себе и не позволяя им уйти к другим провайдерам технологических сервисов. Именно желание во чтобы то ни стало удовлетворить разнообразные потребности клиентов вынуждает корпорации все дальше стирать границы между разными индустриями, ведь и потребности людей носят кросс-индустриальный характер.

И это, кстати, тоже отличает суперорганизмы от природных экосистем: если первые универсальны и практически всеядны, то вторые более строги в своей специализации. У организмов, входящих в экосистему, есть своя экологическая ниша — совокупность условий, при которых организм может выжить. Собственно, вид и обитает в той или иной экосистеме только потому, что там для него существуют наилучшие условия, в том числе место в трофической цепи. Получается, экосистеме нужно сохранять присущие ей условия, чтобы популяции организмов не исчезли из нее. А суперорганизм, включающий отдельных поставщиков услуг, стремится выйти за собственные пределы и стать чем-то большим, чем есть сегодня, сохранив специализацию только внутри себя: у каждого входящего в него организма своя функция.

КОНКУРЕНЦИЯ, СИНЕРГИЯ, БОГ

Есть, кстати, и другие явные отличия экосистемы от суперорганизма. Например, между природными экосистемами нет такой явно выраженной конкуренции, как между суперорганизмами. Зачем пруду конкурировать с пустыней, если в них обитают совершенно разные организмы? Да и с другим прудом конкурировать незачем. А вот нашим технологическим корпорациям приходится бороться друг с другом, как минимум, за клиентов, но еще и за перспективных новичков ИТ-рынка, которых можно интегрировать. По сути, рынок высоких технологий становится все более олигархическим, что, видимо, лучше монопольного положения одного суперорганизма, т.к. среди прочего способствует большей финансовой доступности услуг. Процессы концентрации капитала и технологий, идущие в этой сфере, весьма заметны.

Есть и еще одно интересное отличие. Природной экосистемой никто не управляет, она развивается по универсальным законам. Именно поэтому изоморфизм систем с разным биологическим содержанием в природе действительно есть. Но если социальные системы изоморфны природным, значит, они тоже развиваются сами по себе, без сознательного усилия своих создателей. Однако про корпорации так говорить странно, ведь у них есть специальные органы, которые вырабатывают стратегию развития и осуществляют операционное управление. Единственный способ сохранить изоморфизм двух типов систем — допустить, что природные экосистемы управляются сверхразумом. Например, Богом, имманентным системе. Но пантеизм, как известно, современной наукой не принимается.

Учитывая все это, говорить о точном соответствии природных систем технологическим не приходится. Скорее, в последнем случае речь все-таки идет о суперорганизмах, выстраивающих симбиотические отношения с организмами поменьше или интегрирующих их в себя. А если говорить о том, что роднит экосистемы и суперорганизмы, то это, пожалуй, синергетический эффект, который рождается из взаимодействия элементов. Ни экосистема, ни суперорганизм не могут существовать без составляющих их организмов.

Декада «собянизации»: как 2010-е стали десятилетием благоустройства

Текст: Александр Акулиничев

Все началось с Парка Горького и фантастического отклика московской и гостившей в столице публики на изменения, произошедшие там в начале 2010-х. Из мрачноватого места, где трудно было придумать себе досуг, парк стремительно превратился в зону отдыха, где развлечения (в том числе и достаточно содержательные) находят тебя сами. С этого же момента стартовала новая волна российской урбанистики, которая к настоящему моменту оформилась в научно-практическое движение с собственным лобби на разных уровнях власти.

Сначала инициативу превращения парков в модные территории подхватили другие российские города, а затем и другие институции: библиотеки, кофейни, фудкорты, районные администрации, далее по списку. Мания благоустройства, возникшая как реакция на развал общественных пространств в 1990-е и их крайне хаотичное развитие в 2000-е, связалась в сознании россиян с фамилией московского мэра Сергея Собянина, а перекладывание плитки на расширенных тротуарах стало своего рода символом подобной политики. Как же «собянизировались» российские города с 2010 по 2019 гг., и сколько брызг от этой волны долетело до Волгограда?

Парк Галицкого стал подлинным центром притяжения для краснодарцев

ПАРК-МАГНИТ

Опыт Москвы, где вслед за Парком Горького преобразились «Сокольники», «Кузьминки», «Измайлово» и другие территории, едва ли в полной мере воспроизводим в других регионах — хотя бы потому, что нигде нет такого количества парков. Однако как минимум два интересных кейса в регионах случилось.

Первый — в Краснодаре. В 2017 году рядом со стадионом, где играет одноименная футбольная команда, был открыт Парк Галицкого — названный в честь владельца клуба и торговой сети «Магнит». Вся территория сразу организовывалась таким образом, чтобы быть центром притяжения (несмотря на некоторую удаленность от исторического центра города): продуманные прогулочные зоны; пункты проката всего на свете; сцены и лектории. Не прошло и пары месяцев, как этот парк назвали «лучшим, что случилось с Краснодаром после распада Советского Союза».

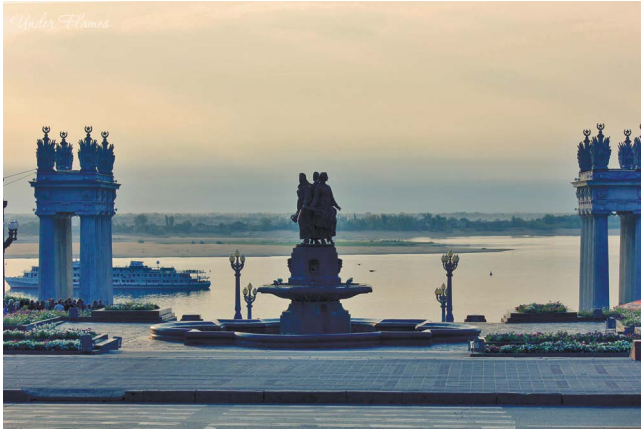
Второй пример — в Воронеже. Местный ЦПКиО, который в народе скорее называют «Динамо» (по имени, опять-таки, соседнего стадиона), медленно приходил в запустение в конце прошлого века и считался чуть ли не опасным местечком в начале века нового. Опасности способствовал тот факт, что облагороженный парк плавно переходил в настоящий лес — причем заповедный. В 2015–2016 гг. его полностью реконструировали, и он моментально стал излюбленным местом досуга воронежцев — чему немало поспособствовали многочисленные фестивали, для которых он стал домом: агрофестиваль «Город-сад», историко-литературное «Русское лето» и др.

Вот именно этого, кажется, и не хватило волгоградскому «Парку Дружбы Волгоград-Баку», открытому в начале первого губернаторского срока Андрея Бочарова: несмотря на благоустройство и «вылизанность», несмотря на построенный рядом новый стадион, несмотря даже на очевидный прирост трафика, парку не хватило содержания — и в 2019-м внимание оттягивает парк у музея «Россия — моя история». Удастся ли ему стать тем же, чем стали Парк Галицкого и «Динамо», пока неясно: подлинную жизнь таким местам придают не пункты проката и качели, а события, заставляющие раз за разом возвращаться.

ПРИВЛЕЧЬ ЛЮДЕЙ НА УЛИЦЫ

Надо отдать Волгограду должное: наша Центральная набережная всегда была живым местом, где с поздней весны до середины осени обязательно происходило что-то культурно-массовое. Тут стоит поблагодарить советских планировщиков, которым удалось заложить такой смысл в самом этом месте — многие другие региональные города этого лишены.

Но вот чего городу по-прежнему не хватает — и что есть у многих соседей, — так это регулярного масштабного культурного фестиваля, который мог бы привлечь и местных, и гостей из других городов. В сентябре этого года во второй раз прошел PIPL Fest, причем в необычной локации (двор Планетария), однако ему не хватило ни проморесурса, ни «межрегиональности», ни регулярности: в 2018-м мероприятие не состоялось, а потому брендирование для волгоградцев приходится начинать, по сути, заново. Каждую весну в городе проходит довольно-таки популярный



Благодаря продуманной планировке Центральная набережная Волгограда всегда была живым местом

фестиваль короткометражных фильмов «Вкратце», но ему мешает стать подлинно массовым тот факт, что он сосредоточен на сугубо киношной теме и позиционируется скорее как профессиональный смотр, нежели нечто, доступное публике. Есть и другие активности («О! Маркет», День еды в «Миле» и пр.), но каждой из них чего-то пока не хватает.

Образцы для подражания здесь — «Платоновский фестиваль» в том же Воронеже, «Архстояние» в арт-парке Никола-Ленивец под Калугой, «ЛитераТула» в Тульском Кремле и др. Каждый из них хорош тем, что соединяет множество разноплановых активностей: детских и взрослых, литературных и театральных, перформансы и концерты — и привлекает тем самым широкую публику, обычно далекую от профильной темы. Также критически важно, чтобы фестиваль проходил из года в год в одно и то же время: это создает потрясающий кумулятивный эффект в плане пиара.

Надо ли перечислять, сколько подобных мероприятий проходит в Москве и Санкт-Петербурге? Можно было бы вежливо промолчать, если бы не новость 2019 года: фестивали, набравшие поклонников в двух крупнейших городах России, при желании можно привезти и в регион — как сделал Краснодар с GeekPicnic'ом, самым массовым IT-культпросветом в нашей стране. Если что-то не удается создать с нуля — может быть, стоит хотя бы взять готовую схему по условной франшизе?

ЕДОКИ ВСЕХ СТРАН, СОЕДИНЯЙТЕСЬ!

Фудкорты, фудкластеры, фудмаркеты, маркет-спейсы — у этого явления десятки наименований, одно другого неблагозвучнее, но сам факт поиска нужного слова свидетельствует: некая реалия, которую пока не назвали правильно, возникла и с ней нужно считаться. В столице один за другим преображаются исторические рынки (Центральный, Даниловский) и ревитализируются в пользу фудкортов промышленные пространства («Депо» на месте бывшего троллейбусного депо), и новый формат похож одновременно на рынок, торговый центр и конгломерат ресторанов быстрого питания. Традиционно — если тут корректно говорить о каких-то уже сложившихся традициях, — такой фудкорт соединяет заведения, готовящие блюда из разных стран и культур, плюс какие-то тематические лавки, под одной крышей.

Первой ласточкой такого формата в Волгограде стала обновленная площадь перед Центральным рынком: ее преобразование свелось не только к благоустройству и не слишком аккуратной покраске исторических фасадов, но и к концептуальному изменению. Всего пару лет назад культовый бар «Ведров» находился на задворках, теперь же стал, фактически, центральным заведением-ветераном среди множества «малышей»: от кофеен до бургерных. Недостаток у нового пространства как минимум один: поскольку упомянутой выше «общей крыши» здесь нет, в холодное время года утрачивается «магия единства», характерная для того же «Депо».

Однако формируются и другие подобные кластеры — например, почти стихийным образом в такой формат перешли Ворошиловский рынок и соседний Дом быта; по сути, одним волевым решением из этих зон можно сделать популярную точку отдыха для волгоградцев, слегка облагородив здания и перекроив схемы аренды. Недооценивать такую точку приложения усилий нельзя: еда — один из сравнительно немногих стимулов, который все еще в состоянии вытащить людей из квартир и домов в выходной день. А к еде уже можно притянуть и какое-то другое содержание.

МАШИНЫ — ПРОЧЬ, ПЕШЕХОДАМ — ДОРОГУ!

В Москве это изменение — возможно, самое кардинальное за все 2010-е годы: автомобильный трафик буквально выдавливается из центра города, чтобы освободить место для гуляющих. Расширяются тротуары, вводится высокая плата за парковку, перестраиваются схемы движения — все ради естественного потока людей. К чему приводит нехватка такого естественного потока, мы видим по бесчисленным вывескам «Аренда» в районе Советской или Комсомольской: люди предпочитают ездить за покупками и развлечениями в торговые центры, а не гулять за ними по улицам. В результате в настоящий ад превращаются сначала дороги к этим моллам, затем их парковки, и наконец — сами моллы.

Необходимость снижения числа машин в зоне от площади Чекистов до площади Ленина, кажется, очевидна уже даже самым ярым автомобилистам. Но это, кажется, предмет отдельного большого разговора: как в условиях Волгограда, где далеко не так много транспортных артерий (три продольные магистрали плюс некоторое количество узких перемычек между ними) не создать транспортный коллапс, стремясь поднять пешеходный трафик? Можно не сомневаться, что в ближайшее десятилетие этот вопрос будет еще острее.

После реконструкции площадь перед Центральным рынком может стать перспективным местом для гастро-активности

Экосистема Tele2: вне рамок привычного восприятия

Всего за 15 лет мобильный телефон из диковинной вещи, свидетельствующей о статусе его обладателя, превратился в неотъемлемую часть жизни любого россиянина: это уже не просто способ связи, но и источник знаний, развлечений, и даже кошелек. Однако у такой популяризации смартфонов есть обратная сторона: после бурного роста рынок мобильной связи близок к стагнации и операторам приходится проделывать серьезную работу в борьбе за теперь уже искушенного абонента.

По данным аналитического агентства «ТМТ-Консалтинг», в 2018 году объем рынка телекоммуникаций в России достиг 1,7 трлн рублей. По сравнению с прошлым годом рост составил 3,4%. Единственный оператор, чья выручка в прошлом году росла быстрее рынка — «Т2 РТК Холдинг». Операционная выручка Tele2 увеличилась в 2018 году по сравнению с предыдущим годом на 16,4%, до 143,2 млрд рублей, сообщала компания.

Также Tele2 — единственный оператор из «большой четверки», который по итогам прошлого года показал рост абонентской базы (+4,2% до 42,3 млн). При этом, по данным аналитической компании AC&M-Consulting, в целом абонентская база в России уменьшается. В 2018 году она сократилась примерно на 700 000 абонентов и составила 255,7 млн активных SIM-карт, то есть проникновение мобильной связи в России остается на уровне 179%.

В связи с тем, что рынок уже достиг своего насыщения, операторы стали искать варианты привлечения новых абонентов от конкурентов и, соответственно, поддерживать лояльность существующих клиентов.

В 2017 году оператор Tele2 представил новую стратегию lifestyle enabler, следуя которой, компания вышла за рамки привычного восприятия оператора связи. Компания создает для своих клиентов уникальную digital-экосистему, предлагая услуги как от своего имени, так и в партнерстве с ключевыми брендами.

«Спустя почти три года после запуска платформы «Другие правила» мы можем сказать, что выбранная стратегия работает, и мы действительно выстраиваем вокруг собственного бренда целую экосистему, которая позволяет нашим абонентам получать больше», — рассказывает директор волгоградского филиала Tele2 Вадим Скрипник. «Именно так — «Больше» — называется наша бонусная программа, по которой абоненты получают скидки, подарки и кэшбэк», — продолжает он.

3000 ВОЛГОГРАДЦЕВ ПОСЕТИЛИ «ОНЛАЙН-ПАРК» ЗА ПЕРВЫЕ ДВЕ НЕДЕЛИ ЕГО РАБОТЫ. ВСЕГО ЗА МЕСЯЦ ЕГО ПОСЕТЯТ НЕ МЕНЕЕ 7000 ЧЕЛОВЕК, ОЖИДАЕТ КОМПАНИЯ

По словам Вадима Скрипника, компания стремится к персонализации всех предложений для своих абонентов — исходя из этого, Tele2 создала тарифные конструкторы, и абонент может самостоятельно выбрать наполнение своего пакета. Продолжая эту историю, компания делает партнерские проекты в регионах — так, весной в Волгограде действовала специальная программа «Понедельники Tele2»: следуя другим правилам, оператор стремился сделать понедельники приятными для своих абонентов и дарил промокоды на чашку кофе и бесплатный билет в кино.

Еще один такой проект в рамках развития экосистемы Tele2 подарил волгоградцам в сентябре — в Мемориальном парке заработало интерактивное пространство «Онлайн-парк», где ежедневно проходят лекции, показы фильмов и вечеринки с DJ-сетами. Партнерами проекта здесь стали Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка», просветительский проект Arzamas.academy и онлайн-кинотеатр Okko. Это признанные авторитеты в России и им интересен «Онлайн-парк», объясняет Вадим Скрипник выбор партнеров.

Экосистема работает, когда у компании есть сильный бренд и клиент тяготеет к нему, говорит Вадим Скрипник. Абонент выбирает качество услуг и знает, что это ему удобно — получать сервисы на стыке с телекомом в одном месте. Именно по такому принципу действуют и MVNO, работающие на нашей платформе — их клиенты ценят бренд и качество основных предлагаемых услуг и готовы попробовать еще и связь под этим брендом. Для нас это также точка роста — абонентская база виртуальных мобильных операторов, работающих на сетях Tele2, уже превышает 2 млн, резюмирует Вадим Скрипник.

Пенсионный фонд РФ — работодателям

ПФР — одна из организаций, с которыми предприниматель регулярно взаимодействует. Поэтому необходимо знать правила этого взаимодействия. Отныне «ДВ» будет информировать читателей о важнейших аспектах работы Фонда и законодательных новшествах, значимых для бизнеса.

Ежемесячный отчет по форме СЗВ-М

Ежемесячная отчетность подается всеми работодателями, стоящими на учете в ПФР, вне зависимости от факта начисления заработной платы и других вознаграждений. Отчетность необходимо сдавать за всех работников, включая и тех, кто находится в отпуске без сохранения зарплаты, декретном отпуске или в отпуске по уходу за ребенком. Кроме этого, необходимо отчитаться также и о лицах, с которыми заключен гражданско-правовой договор.

За нарушения установленных сроков и правил подготовки отчетности предусмотрены штрафы: 500 рублей — за каждое застрахованное лицо, данные о котором были направлены с опозданием, оказались недостоверными или вовсе не были представлены. Страхователь штрафуется на 1000 рублей и за несоблюдение порядка представления сведений в форме электронных документов. При неуплате штрафов взыскание осуществляется в судебном порядке.

Отделение ПФР по Волгоградской области рекомендует всем страхователям направлять отчеты по телекоммуникационным каналам связи с электронной подписью независимо от численности сотрудников, не ожидая последнего дня отчетности.

Напомним, что сведения по форме СЗВ-М включают в себя: ФИО, страховой номер индивидуального лицевого счета (СНИЛС), ИНН.

Страховые пенсии работающих пенсионеров увеличились с августа

С 1 августа 2019 года работавшим в 2018 году пенсионерам произведен беззаявительный перерасчет страховых пенсий по результатам работы за прошлый год, т.е. по данным индивидуального (персонифицированного) учета. Основанием для перерасчета являются страховые взносы, поступившие на индивидуальные счета граждан, внесенные их работодателями.

В отличие от ежегодной индексации страховых пенсий, когда размеры пенсий увеличиваются на определенный процент, перерасчет страховой пенсии работающего пенсионера носит индивидуальный характер и зависит от уровня заработной платы работавшего в 2018 году и суммы внесенных за него работодателем страховых взносов, переведенных в пенсионные баллы. На беззаявительный перерасчет страховой пенсии имеют право получатели страховых пенсий по старости, по инвалидности, по случаю потери кормильца. Как упоминалось, данный перерасчет носит беззаявительный характер, т.е. подавать заявление не нужно.

Законодательством установлено максимальное количество баллов, учитываемых при беззаявительном перерасчете страховой пенсии, — не более трех. В денежном выражении это составит сумму в размере от 214 до 261 рубля.

Как зарегистрировать работника в системе персонифицированного учета

В соответствии с действующим законодательством РФ первичная регистрация работников в системе персонифицированного учета производится страхователем. Итогом для работника является получение документа, подтверждающего регистрацию. Также работник может обратиться к работодателю для осуществления обмена и восстановления документа, подтверждающего регистрацию в системе индивидуального (персонифицированного) учета, и работодатель может выступить третьей стороной взаимоотношений между ПФР и работником.

При приеме на работу работника, не зарегистрированного в системе индивидуального (персонифицированного) учета, страхователь представляет на данного работника анкету застрахованного лица в территориальный орган Пенсионного фонда. В анкете застрахованного лица в строке адреса регистрации указывается адрес официальной регистрации. В случае если анкета заполняется на гражданина иностранного государства, указывается адрес, который зафиксирован миграционной службой при регистрации данного гражданина.

Работодатель передает анкету застрахованного лица по форме АДВ-1 в сопровождении описи документов, передаваемых страхователем в ПФР, по форме АДВ-6-1 в территориальный орган ПФР по месту регистрации организации. Анкету можно направить как по телекоммуникационным каналам связи, так и на бумажном носителе.

Территориальный орган ПФР в течение 5 рабочих дней со дня получения анкеты открывает лицевой счет застрахованного лица и оформляет документ, подтверждающий регистрацию, после чего передает его страхователю. Страхователь после получения документа выдает его работнику. Работник проверяет правильность содержащихся в указанном документе сведений.

Установление работникам статуса предпенсионера

Сотрудниками Волгоградского отделения Пенсионного фонда продолжается работа по разъяснению положений федерального закона об изменениях в пенсионной системе.

В настоящее время Соглашения заключены с более 90% работодателями, что позволит порядка 200 тысяч гражданам подтвердить свой статус предпенсионера без необходимости обращения непосредственно в органы ПФР.

Напоминаем, что для поддержки граждан предпенсионного возраста законом с 01.01.2019 года приняты важные решения:

1. Вступил в силу закон об уголовной ответственности работодателя за увольнение или отказ в приеме на работу граждан предпенсионного возраста. Помимо этого, рассматриваются различные варианты стимулирования работодателей к приему на работу предпенсионеров и сохранению именно этой категории граждан на рабочих местах.

2. Для прохождения диспансеризации предпенсионеры смогут ежегодно использовать два рабочих дня с сохранением заработной платы.

3. Различные налоговые льготы будут предоставляться предпенсионерам при достижении возраста 55/60 лет, а в случае, если гражданин имеет право стать пенсионером досрочно, то при достижении возраста приобретения такого.

4. При достижении пенсионного возраста 55/60 лет будут предоставляться и региональные льготы, право на которые раньше распространялось только при наличии статуса пенсионера.

Также определены льготы по линии службы занятости населения, в части установления пособия по безработице в повышенном размере, разработки специальных программ по переобучению предпенсионеров и повышению их квалификации, что позволит приобрести профессию, востребованную на рынке труда.

Предоставляйте отчетность в электронном виде

Страхователь представляет сведения на 25 и более работающих у него застрахованных лиц (включая лиц, заключивших договоры гражданско-правового характера, на вознаграждения по которым в соответствии с законодательством начисляются страховые взносы) за предшествующий отчетный период в форме электронного документа, подписанного усиленной квалифицированной электронной подписью в порядке, который устанавливается Пенсионным фондом РФ.

Но другие страхователи, независимо от численности работников, могут также сдавать отчетность в ПФР в электронном виде с электронной подписью (ЭП).

Важно: если отчетность представлена в электронном виде с ЭП, то обязанность представления отчетности на бумажном носителе аннулируется.

При представлении отчетности по ТКС необходимо:

- сформировать файлы отчетности для отправки в территориальный орган ПФР по установленному формату;
- проверить правильность подготовки отчетности проверочными программами ПФР, которые можно бесплатно скачать в разделе «Бесплатные программы, формы и протоколы». При выявлении проверочными программами ошибок в отчетности — исправить их;
- проверить файлы антивирусной программой и подписать каждый файл отчета ЭП должностного лица, имеющего право подписи отчетных документов (подписывается усиленной квалифицированной электронной подписью);
- отправить в зашифрованном виде в территориальный орган ПФР.

После отправки отчетности по ТКС страхователь получит из территориального органа ПФР квитанцию-подтверждение о доставке сведений.

После проверки отчетности проверочными программами ПФР страхователь получает в зашифрованном виде протокол проверки отчетности, подписанный ЭП территориального органа ПФР. Страхователь направляет в территориальный орган ПФР квитанцию о доставке протокола проверки отчетности, подписанную своей ЭП, что является подтверждением получения протокола. Протокол проверки отчетности сохраняется в архиве.

При обнаружении в представленных страхователем индивидуальных сведениях ошибок и (или) несоответствий индивидуальным сведениям, имеющимся в ПФР, а также несоответствия их формам и форматам, установленным ПФР, страхователю вручается уведомление об устранении в течение пяти рабочих дней имеющихся ошибок и несоответствий (с протоколом проверки отчетности).

Страхователь в течение пяти рабочих дней со дня получения уведомления территориального органа ПФР о представлении соответствующих исправлений представляет в территориальный орган ПФР уточненные сведения.

Напомним, за несоблюдение страхователем порядка представления сведений в форме электронных документов в случаях, предусмотренных Федеральным законом от 01.04.1996 № 27-ФЗ «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования», к такому страхователю применяются финансовые санкции в размере 1000 рублей.

ПОВОЛЖСКИЙ
ПИВОВАРЪ

ВОЗЬМИ МЕНЯ С СОБОЙ!

НА СПОРТ
НА ПРИРОДУ
НА ПРОГУЛКУ

ПРИВЕТ, Я - КРАФТ.

НАПИТОК БРОЖЕНИЯ ФИЛЬТРОВАННЫЙ, ПАСТЕРИЗОВАННЫЙ

Натурален, тонизирую, утоляю жажду. Сделан на основе ячменя, с нотками вишни.

PIVOVAR-VLG.RU

KRAFT 1,2°
хмельной со вкусом вишни

СТАРТАПЕРЫ ЗАЯВИЛИ О СЕБЕ ПО-КРУПНОМУ

Федеральный оператор наружной рекламы MAER GROUP завершает серию публикаций об истории успеха молодых волгоградских предпринимателей — победителей конкурса «Поколение успеха». В этой публикации MAER GROUP рассказывает о еще трех лауреатах престижного конкурса, итоги которого были подведены на крупнейшем межрегиональном форуме «За бизнес».

Представитель MAER GROUP в Волгограде Анна Бирюкова считает, что имиджевая поддержка начинающих предпринимателей может стать новым этапом в истории их бизнеса.

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

В рубрике **«Наши люди»** в предыдущих выпусках «Делового Волгограда» героями стали производитель 3D-принтеров, основатель студии керамики, организатор массовых мероприятий для молодежи, создатель онлайн-платформы для детского ивента, организатор кружков по рисованию 3D-ручкой и основатель детского флорбольного клуба.

На этот раз рассказ пойдет о **Екатерине Постоевой**, занимающейся производством мороженого, **Виктории Лебедевой**, организаторе швейного бизнеса, и **Ольге Таракановой**, создателе площадки для помощи детям с аутизмом.

Все победители конкурса «Поколение успеха» рассчитывают на грант от Сбербанка, размер которого составляет один миллион рублей. Он будет потрачен на создание или развитие бизнеса. Хорошим дополнением к гранту стал подарок от MAER GROUP. Федеральный медиахолдинг предоставил молодым предпринимателям возможность рассказать о своем деле на самом большом медиафасаде Волгограда — в течение августа многие из нас могли увидеть рекламные ролики лауреатов на медиаэкране бизнес-центра «Меркурий» по адресу ул. Калинина, 13.

Яркий цифровой медиафасад MAER GROUP расположен на бизнес-центре «Меркурий» (ул. Калинина, 13). Его площадь составляет почти 200 м². Средний показатель OTS медиафасада (количество контактов аудитории с рекламный поверхностью в сутки) — 40 тысяч.

Молодым предпринимателям федеральный оператор наружной рекламы MAER GROUP, выступавший партнером форума «За бизнес», вручил сертификаты на показ видеороликов на самом крупном медиафасаде Волгограда, подарив начинающим бизнесменам уникальный шанс рассказать о своем деле с экрана «взрослого» рекламного носителя наравне с мировыми брендами.

MAER GROUP

Производитель мороженого

Основательница вкусного проекта Morojko Екатерина Постоева — победитель в номинации «Бизнес: Продвижение». Ее компания специализируется на производстве и реализации премиального мороженого и молочных коктейлей без использования ГМО и растительных жиров. Бизнес Екатерины уже представлен в нескольких регионах страны, у компании шесть собственных точек продаж и еще семь у партнеров по франшизе. По словам Екатерины, гранта, полученного за победу в конкурсе, как раз хватит на покупку производственного оборудования, которое сделает бизнес более устойчивым. «У нас появится возможность открыть еще один торговый объект для дальнейшего развития», — говорит Екатерина.

Организатор швейного дела

Жительница Новониколаевского района Волгоградской области Виктория Лебедева победила в номинации «Бизнес: Сделано с любовью». Ее дело, как и проекты большинства других победителей, можно смело назвать «handmade». История Виктории достойна внимания: «У меня бизнес по пошиву штор, творческая мастерская. Не думала, что буду конкурировать с городом, я из маленького района, но рискнула и не пожалела», — делится впечатлениями начинающий предприниматель.

Виктория — сама швея и вместе с еще двумя помощниками занимается индивидуальным пошивом штор, покрывал, а также украшениями для мероприятий — тканями, шарами. Она создает вещи на заказ, обсуждая каждую деталь с заказчиками. Выигранный на конкурсе миллион рублей Виктория планирует потратить на расширение своей творческой мастерской.

Создатель сайта для помощи детям с особенностями развития

Ольга Тараканова — лауреат конкурса в номинации «Добрый». Ольга представила проект интернет-платформы «Делаем сами», с помощью которой дети с аутизмом смогут проявить свой талант и заработать на жизнь. На будущем сайте, который откроется после получения гранта, дети-аутисты получат возможность выкладывать свои рисунки, а посетители сайта смогут заказывать их в качестве принта на футболку, ручку, чехол для телефона и много другое, чем мы часто пользуемся в повседневной жизни.

Автор рисунка будет получать половину от стоимости проданной вещи с нанесенным на нее изображением. Заработанные деньги должны помочь семье ребенка компенсировать расходы на лечение, реабилитацию и социальную адаптацию. В свою очередь, покупатель становится обладателем стильной вещи с уникальным дизайном, которая демонстрирует внимание к проблемам детей с особенностями развития.

Финансовые новости Юга России

За полгода волгоградцы получили 85 млрд рублей кредитов, бизнес — 66 млрд рублей

В первой половине 2019 года банки выдали населению Волгоградской области новые кредиты на сумму 85,3 млрд рублей, что почти на 22% больше, чем за аналогичный период предыдущего года. Портфель кредитов жителям Волгоградской области на 1 июля 2019 года достиг 212 млрд рублей. По размеру розничного кредитного портфеля Волгоградская область сохраняет 3-е место в ЮФО после Краснодарского края (547 млрд рублей) и Ростовской области (395 млрд рублей).

Вместе с тем, в первой половине 2019 года банки выдали 65,6 млрд рублей новых кредитов юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям Волгоградской области. Существенная доля выданных средств (45%) была направлена на финансирование деятельности малого и среднего бизнеса. Портфель кредитов малым и средним предприятиям региона увеличился за год на 6,9% и превысил 54 млрд рублей по состоянию на 1 июля 2019 года.

В ЮФО инфляция снизилась в августе благодаря динамике цен на продовольствие

Годовая инфляция в Южном федеральном округе (ЮФО) снизилась с 4,8% в июле до 4,5% в августе, что незначительно выше общероссийского уровня (4,3%). Годовые темпы прироста цен на непродовольственные товары и услуги в августе незначительно увеличились.

В августе годовая продовольственная инфляция в ЮФО снизилась до 4,9% с 6% в июле. Основной причиной стало насыщение рынка свежими огурцами и помидорами после засушливой погоды в июле, помешавшей более раннему сбору урожая. Годовая непродовольственная инфляция в ЮФО оставалась стабильной, незначительно повысившись в августе до 3,4% с 3,3% в июле. В основном это связано с увеличением годовых темпов прироста цен на моторное топливо из-за окончания действия соглашения Правительства РФ и нефтяных компаний о заморозке цен. Годовая инфляция услуг в округе в августе увеличилась до 5,2% с 5,0% в июле.

Региональный рынок МФО растет за счет финансирования бизнеса

Портфель займов, которые предоставили зарегистрированные в Волгоградской области микрофинансовые организации (МФО), на 1 апреля 2019 года вырос на 29% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 214 млн рублей.

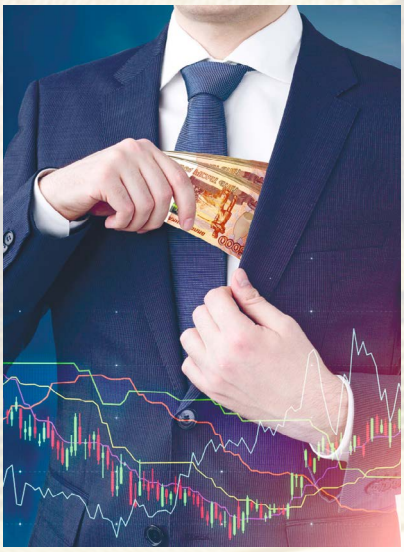
Объем вновь выданных займов за первые три месяца текущего года увеличился на 16% до 87 млн рублей преимущественно за счет займов юридическим лицам (+59% год к году) и индивидуальным предпринимателям (+29% год к году). Объем выданных займов «до зарплаты» остался почти на прежнем уровне, что и год назад, рост составил не более 2% — 47 млн рублей. Сегмент онлайн «займов до зарплаты» сократился практически на 8% (3,4 млн рублей) после бурного роста в 2018 году, когда местные МФО активно осваивали это направление.

Кредитный портфель бизнеса ЮФО и СКФО превысил 2 трлн рублей

Кредитный портфель юридических лиц по данным на 1 июля текущего года составил в Южном федеральном округе 1833,5 млрд рублей, в Северо-Кавказском федеральном округе — 342,8 млрд рублей. Рост к аналогичной дате прошлого года — на 0,8%. Положительная динамика наблюдается в кредитовании предприятий, занимающихся операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, а также в оптовой и розничной торговле.

В ЮФО этот показатель снизился по отношению к такому же периоду 2018 года на 5,9% до 1222,8 млрд рублей. Это связано с более низкими темпами кредитования предприятий оптовой и розничной торговли по сравнению с прошлым годом. В первом полугодии 2018 года наблюдался существенный рост кредитования в данной отрасли в результате пополнения оборотных средств торговых точек в преддверии ЧМ-2018.

В ЮФО более половины корпоративных кредитов (64% от объема выдачи в округе или 780,9 млрд рублей) получили в январе-июне 2019 года предприятия Краснодарского края, почти треть выдачи в округе — предприятия Ростовской области (26,6% или 324,7 млрд рублей), в СКФО большая часть (85,6% или 108,6 млрд рублей) приходилась на бизнес Ставропольского края.



По данным Южного ГУ Банка России с использованием данных Росстата

НДФЛ за подрядчика: кто платит и куда?

Довольно часто организации заключают договоры подряда с физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями. Кто в данной ситуации платит НДФЛ и страховые взносы с доходов, выплачиваемых физическому лицу? В какие фонды? Ответы на эти вопросы дают налоговые консультанты – выпускники учебного центра «Аудит-НВ» Инна Павлущенко и Наталья Зотьева.

ОТВЕТ ЭКСПЕРТОВ

Выплаты физическим лицам в данном случае облагаются НДФЛ, а также страховыми взносами на обязательное пенсионное страхование и на обязательное медицинское страхование. Страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний не начисляются, так как их уплата заказчиком не предусмотрена договорами на оказание услуг.

Организация, выплачивающая физическому лицу доходы по договору подряда или договору на оказание услуг, является налоговым агентом в отношении такого дохода и обязана исчислить и удержать НДФЛ непосредственно из доходов физического лица-исполнителя при их фактической выплате.

Организация, производящая выплаты и иные вознаграждения физическим лицам, признается плательщиком страховых взносов. При этом объектом обложения страховыми взносами признаются выплаты в пользу физических лиц по гражданско-правовым договорам, предметом которых являются выполнение работ, оказание услуг (п. 1 ст. 420 НК РФ).

ОБОСНОВАНИЕ ВЫВОДА

К гражданско-правовым договорам относится, в частности, договор подряда, по которому одна сторона (подрядчик) обязуется выполнить по заданию другой стороны (заказчика) определенную работу и сдать ее результат заказчику, а заказчик обязуется принять результат работы и оплатить ее (п. 1 ст. 702 ГК РФ). Отметим, что условия гражданско-правового договора с физическим лицом определяются сторонами в соответствии с ГК РФ и не регулируются положениями ТК РФ. Законодательством не установлены конкретные документы, оформляемые при оказании услуг. Поэтому перечень таких документов может быть утвержден сторонами в договоре. К документам, подтверждающим факт оказания услуг (выполнения работ), можно отнести:

Инна Павлущенко

Наталья Зотьева

- договор, в котором определены порядок и условия приема оказанных услуг;
- акт приемки результатов оказания услуг (выполнения работ).

Доходы в виде вознаграждения за выполненную работу, оказанную услугу на территории РФ, полученные налогоплательщиками (в том числе резидентами РФ), относятся к доходам от источников в РФ и признаются объектом налогообложения НДФЛ (пп. 6 п. 1 ст. 208 НК РФ, ст. 209 НК РФ). Если физическое лицо является резидентом РФ, налогообложение таких доходов производится по налоговой ставке 13% (п. 1 ст. 224 НК РФ).

В соответствии с п. 1 ст. 420 НК РФ для организаций объектом обложения страховыми взносами признаются выплаты и иные вознаграждения в пользу физических лиц, подлежащих обязательному социальному страхованию в соответствии с федеральными законами о конкретных видах такого страхования, в том числе по гражданско-правовым договорам, предметом которых являются выполнение работ, оказание услуг. Перечень сумм, не подлежащих обложению страховыми взносами для плательщиков, осуществляющих выплаты в пользу физических лиц, установлен ст. 422 НК РФ и является исчерпывающим.

Таким образом, вознаграждения по гражданско-правовым договорам (предметом которых являются выполнение работ, оказание услуг) облагаются только страховыми взносами на обязательное пенсионное страхование и на обязательное медицинское страхование. Если помимо вознаграждения по гражданско-правовому договору физическим лицам компенсируются расходы, связанные с выполнением работ, оказанием услуг, то эти выплаты не подлежат обложению страховыми взносами на основании абзаца восьмого пп. 2 п. 1 ст. 422 НК РФ.

В этой связи целесообразно в договоре на выполнение работ (оказание услуг) разбивать оплату на две составные части:

1) вознаграждение за выполненные работы (оказанные услуги);

2) возмещение расходов исполнителя в связи с выполнением работ (оказанием услуг) по договору.

Возмещаемые по договору расходы исполнителя (подрядчика) должны быть документально подтверждены.

Как повысить ключевые показатели продаж?

Привет! Меня зовут Анатолий Милов, я — интернет-предприниматель, эксперт по увеличению продаж. В этом номере «Делового Волгограда» мы начинаем серию практических статей, которые помогут вам увеличить продажи без привлечения дополнительного бюджета.

Анатолий Милов,
бизнес-консультант эксперт по увеличению продаж

Сначала давайте определимся с понятиями. Прибыль — это объем продаж, умноженный на маржу. Маржа здесь — это процент прибыли. То есть если у вас объем продаж равен 100 тысячам рублей, а маржа 30%, значит, прибыль составит 30 000 рублей.

Если это представить в виде формулы, то получим следующее:

V = L * CV1 * CV2 * $ * LTV,

где V — объем продаж, CV1 — это конверсия в заявку, CV2 — конверсия заявки в продажу, $ — средний чек с одного клиента и LTV — частота покупок клиента, который приобретает у вас что-то не единоразово.

Предлагаю разобрать это на примере.

Представим, что предприниматель по имени Михаил продает сайты, 10 штук в месяц по 10 тысяч рублей, и зарабатывает 100 тысяч в месяц. Как Михаилу увеличить продажи сайтов? Допустим, что у предпринимателя есть реклама — некий сайт, на который идет какой-то трафик и с которого приходит 50 заявок в месяц. Из этих 50-ти заявок 10 превращаются в заказ, а 40 «сливаются».

Получается следующая картина:

CV1 — 50 заявок с сайта. При, например, посещаемости 1000. То есть CV1 — 5%.

CV2 — 20%, т.к. из 50-ти посетителей, подавших заявки, клиентами становятся 10 человек.

$ (средний чек) у Михаила — 10 000 рублей.

LTV — вообще нет, один раз купили сайт и ушли. Мы не знаем, какие у него расходы, какая маржа. Мы рассматриваем именно объем продаж.

Итак, Михаил имеет CV-1 — 5%, CV-2 — 20%, $ (средний чек) — 10000, LTV — 1, то есть один раз человек купил сайт, и все.

Что нужно делать Михаилу, чтобы увеличить продажи? Прежде всего, необходимо поднять конверсию первого уровня, то есть превращение посетителя сайта в заявителя. Если конверсия первого уровня 5%, мы можем использовать на сайте ряд приемов и поднять конверсию до 7%. Вот эти приемы:

1. Поставим виджет обратного звонка, например CallbackHunter. Теперь посетитель может заказать звонок прямо на сайте.

2. Поставим виджет выхода — Came Backer. При выходе с сайта он предложит посетителю какую-нибудь привлекательную акцию или приманку.

ПРЕЖДЕ ВСЕГО, НЕОБХОДИМО ПОДНЯТЬ КОНВЕРСИЮ ПЕРВОГО УРОВНЯ, ТО ЕСТЬ ПРЕВРАЩЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЯ САЙТА В ЗАЯВИТЕЛЯ. ЕСЛИ КОНВЕРСИЯ ПЕРВОГО УРОВНЯ 5%, МЫ МОЖЕМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ НА САЙТЕ РЯД ПРИЕМОВ И ПОДНЯТЬ КОНВЕРСИЮ ДО 7%.

3. Поставим онлайн-чат со скриптом, который каждому посетителю будет предлагать консультацию по телефону и просить номер.

4. Добавим номер 8-800 и интересное видео на главном экране: это тоже повышает конверсию посещения в заявку (звонок).

Четыре несложных действия, и конверсия может вырасти до 15%. Впрочем, упростим ситуацию — пусть будет всего 7% против старых 5%.

Теперь считаем снова. Заявок было 50, а стало — 70. При конверсии заявки в сделку в 20% (покупает каждый пятый), из 70 заявок получится 14 продаж. Было 10 продаж, стало 14, рост дохода — на 40000 рублей, т.е. на 40%. Повысив конверсию первого уровня всего лишь на 2%, мы получаем рост выручки на 40%!

В качестве другого примера рассмотрим работу розничного магазина. Промоутер раздает на улице флаеры, и из 100 человек, взявших флаер, двое заходят в магазин. Допустим, в день раздается 500 штук, и это 10 посетителей. Из этих десяти покупают примерно двое. Конверсия первого уровня (из взявших флаер в посетителей) = 2%, и конверсия второго уровня (из зашедших в магазин в покупателей) = 20%.

Что можно сделать для улучшения этих показателей? Можно усовершенствовать флаер. Сделать действительно классный офер (предложение), разработать ограниченную акцию и т.п. Промоутером можно поставить не парня, а симпатичную девушку с привлекательными формами. Можно как-нибудь заманчиво приглашать в магазин, а не просто говорить с равнодушным лицом «возьмите листовку». Вполне реально сделать так, чтобы из ста взявших флаер зашло не двое, а четверо. А это уже двукратный рост. Банальные вещи дают реальный результат! И это самый очевидный пример того, как конверсию первого уровня легко увеличить простыми инструментами. Конверсию второго уровня также можно повысить, что не замедлит сказаться на ключевых показателях продаж.

В следующей статье мы внедрим ряд инструментов для повышения каждого показателя и увеличим прибыль и продажи героев наших примеров.

Если вы тоже хотите увеличить ваши продажи, предлагаем вам выполнить небольшое задание:

1. Рассчитайте ключевые показатели вашего бизнеса по формуле:

V = L * CV1 * CV2 * $ * LTV.

2. Ждите следующий номер журнала «Деловой Волгоград». В нем вас ждет продолжение!

Фото: Мария Гаранина

Три ловушки удаленной работы, в которые попадает работник и работодатель

Работать из дома — значит экономить минимум два часа в день просто на дорогу до офиса и обратно и не коротать там время до шести, а то и до семи вечера, просто потому, что раньше уйти нельзя или неприлично, даже если всю свою работу на сегодня вы уже выполнили. Каждому или почти каждому из нас такая схема работы кажется вполне разумной и привлекательной, и тому есть веские причины. Однако у этой медали есть и обратная сторона.

Как показывает обширная статистика, собранная учеными за последние годы, помимо очевидных преимуществ, удаленная работа может стать причиной эмоциональных, командных проблем и снизить вашу продуктивность.

Сейчас возможность работать удаленно — огромное преимущество для большинства кандидатов, особенно в сфере IT и медиа. Но, несмотря на то что удаленная работа популярна и у работников, и у работодателей и уровень развития коммуникативных технологий для очень многих профессий позволяет полноценно трудиться из любой точки планеты, такая форма трудового взаимодействия до сих пор далека от совершенства.

По словам главы PR-службы компании Buffet Хейли Гриффиса, удаленные работники регулярно испытывают сложности с продуктивностью, вовлеченностью в производственный процесс и удовлетворенностью результатами своего труда.

Ловушка № 1. Всегда на работе

В то время как у офисных работников есть возможность физически и психологически оставить свое рабочее место в конце дня и, уходя из офиса домой, полностью выключать в голове режим «работа», люди, которые работают дома, чувствуют, что они работают всегда и просто никогда не уходят с работы. Опасностью такого самоощущения является профессиональное выгорание и снижение продуктивности.

Как не попасться в эту ловушку. Выходом из ситуации является автоматизированный трекинг рабочего времени, работа в CRM-системе и четко прописанные процедуры коммуникаций между удаленными и офисными командами.

В западных компаниях, где переработка приветствуется далеко не всегда и может стать проблемой не только для работника, но и для работодателя, за распорядком дня следят руководители. По мнению менеджмента Buffet, они должны обращать внимание, например, на email, отправленные удаленным работником во внерабочее время, или на то, что он постоянно находится онлайн в рабочем мессенджере. При этом руководители не просто не должны поощрять такое поведение, а обязаны его пресекать.

Если же вы работаете удаленно и приглядеть за вашим «трудовым подвигом» некому, помните, что спасение утопающих в первую очередь их собственная обязанность. Да, удаленка дает возможность поспать днем, перенося некоторые задачи на вечер и ночь, но увлекаться «совиным» графиком не стоит, потому что это может привести к действительно негативным последствиям.

Ловушка № 2. Одиночество и разобщенность

Несмотря на то что удаленные работники фактически не уходят с работы, как минимум 20% из них чувствует себя очень одиноко и оторванно от коллектива. В анонимных опросах они жалуются на условия своего труда чаще, чем их офисные коллеги. Им чаще кажется, что начальство гораздо лучше относится к тем, кто работает в офисе, и продвигает их.

Как не попасться в эту ловушку. Продвинутые компании, в составе которых трудятся виртуальные работники, стараются решить подобные проблемы, активно используя видеосвязь. В центральном офисе Мегаплана, например, мониторы с удаленщиками появились еще несколько лет назад. Однако теперь у нас появилась новая статья расходов. Чаще приходится нанимать тренеров или организовывать тимбилдинги, чтобы поддерживать корпоративный дух и дисциплину.

Ловушка № 3. Пропустить все самое интересное

Удаленные работники часто остаются в стороне от живого общения с коллегами, им сложно участвовать во встречах, которые не были запланированы заранее, а возникли случайно, но именно на таких встречах в процессе неформального обмена информацией рождаются оригинальные бизнес-решения и прорывные идеи.

57% опрошенных удаленщиков признались, что им не хватает важной информации о рабочем процессе, которая передается при личном контакте. А 55% из них жалуются, что их не приглашают на встречи или брейнстормингi именно из-за их физической удаленности от офиса.

Как не попасться в эту ловушку. Чтобы преодолеть информационный голод, руководитель группы маркетинга компании ERA Environmental Management Solutions Алекс Чемберлен, курирующий свою команду удаленно, проводит короткие ежедневные и более длинные еженедельные встречи, на которых обсуждает с коллегами их текущие достижения и проблемы. При этом команда постоянно использует Skype, чтобы всегда быть на связи.

Источник: «Мегаплан»

Дороги, которые мы выбираем…

Текст: Татьяна Кузнецова

У каждого человека своя картина мира. Она как мозаика дополняет необъятный калейдоскоп из картинок многовариантной Вселенной. Но, согласитесь, у каждого одна цель — быть счастливым, хотя счастье каждый понимает по-своему и пути к нему выбирает различные. А дорог-то к счастью на самом деле не так много — всего три.

ФИЛОСОФИЯ ТРЕХ ПУТЕЙ

Первый путь к счастью — это путь Героя — преодолевать трудности и сражаться с врагами. Цель — разбить всех врагов-конкурентов и достичь успеха. Но этот путь не всегда успешен, цена слишком высока и много испытаний, лишений и страданий выпадает на долю Героя. Иногда человек за жизнь просто не успевает пройти весь путь. Или ломается под тяжестью ноши. Кстати, этот путь характерен для нашей страны. Мы все — Герои. Наше героическое прошлое наложило отпечаток на наше восприятие мира. Жизнь — это испытания, страдания и трудности, преодолев которые, будешь счастлив.

Второй путь — это путь трикстера, то есть путь комически-демонического антипода Героя. Трикстеры ставят задачей своей жизни неподчинение общим правилам, обогащение за счет других, живут играючи, особо не задумываясь о смысле жизни. Жизнь трикстера непредсказуема и гротескна. Либо пан, либо пропал. Жизнь — это игра, таков посыл этого пути.

Третий — путь Паломника. Это путь духовной трансформации, открытие в себе творца и соединение со Всевышним началом. По большому счету, это воссоединение мужского и женского в человеке, соединение логики и образов, спокойствие ума и эмоций, доверие к миру и людям, понимание, что все мы — единое целое большого организма под названием Человечество. Это вера в самого себя как творца своей жизни и понимание того, что все невозможное — возможно! Это путь осознанности. Веры, Надежды и Любви.

СЛЕДОВАТЬ ЗОВУ

Как правило, мы выбираем дорогу, когда возникает зов души или под влиянием обстоятельств. Моя дорога началась с внутреннего зова — душа просила перемен, потом возник внешний — рухнул СССР, а с ним и привычное восприятие мира.

По основной профессии я учитель. 13 лет проработала в школе, очень люблю детей, но совсем не люблю систему нашего образования. Поэтому решила сменить род деятельности, чтобы не оставить в душах детей негативный след. Так возник внутренний зов.

Это было время трикстеров. Им фортило — малиновые пиджаки правили балом. Помните финансовые пирамиды «РДС», «Хопер-Инвест», «Агропромин-вест»? Кстати, родились они на нашей с вами сталинградской земле — похоже, потомки героических предков решили попробовать путь игроков, проходимцев и лицедеев. На короткий срок получилось, но ценой потерь: семей, здоровья, денег, свободы и самих себя. Поэтому и выбрала путь Героя и достигатора, амазонки в юбке — сражаться с конкурентами, достигать успехов и побед.

А начинался он так. Однажды в руки попалась газета Financial Times — необычный формат, приятная на ощупь розоватая бумага, хорошая верстка. Внутри загорелся огонек — вот бы у нас такую сделать.

И вот случайно(?) попалось объявление о приеме на работу менеджеров по рекламе в газету «Новые деловые вести», правда, с ограничением в возрасте — до 30-ти, а мне тогда было 35. Но это меня не смутило, и я отправилась в офис редакции. И меня вязли, правда, с окладом в шесть раз ниже, чем в школе, но с возможностью и творческого, и финансового роста. Потом началось освоение профессии. А еще работала над

своими комплексами и страхами: страх первого звонка, первой встречи, неправильного заполнения документов. Это была трансформация личности. Процесс болезненный, но он того стоит, не правда ли? Вскоре появилась уверенность в своих силах и даже возможность писать. Как правило, журналисты не любили рекламу, и часто договоры срывались из-за несогласованных копирайтов. Однажды я пошла, заключила договор и сама вручную написала рекламный текст, который тут же был согласован.

Через год предложили возглавить отдел дистрибуции в одном из журналов. С удовольствием стала осваивать новые навыки. И еще через год возглавила отдел рекламы и распространения в газете, которая хорошо финансировалась и собрала лучших журналистов того времени. Но возник опять внешний зов к переменам — могу больше. Прислушалась и ушла — с хорошего оклада, должности, покинув зону комфорта. И тут же Вселенная опять с предложением — создать небольшой журнальчик для предпринимателей. Согласилась, так как деловых людей я очень любила — они для меня как локомотивы роста, в котором многие из нас лишь вагончики.

Спустя два года работы я всерьез стала задумываться о своем издании. Но где взять стартовый капитал? Разработала схему, стала откладывать с зарплаты. А участие в конкурсе на лучшую публикацию о финансах от ММВБ и первое место в стране с суперпризом в виде ноутбука стали знаковыми: инструмент в руки получен — иди и работай! Нашлись единомышленники, и мы отправились в очередное жизненное путешествие под названием «Деловой Волгоград». Выбрали миссию — создание положительного образа предпринимателя в обществе. Выбрали путь — работать честно, вкладывая душу и соблюдая правила, принятые в государстве. Первый номер мы выпустили 26 мая, а спустя год президент сделал этот день Днем предпринимательства. С тех пор празднуем свой день рождения вместе со всей страной.

Путь Героя подразумевает множество испытаний. Ну и, естественно, они появлялись. И нечистоплотность партнеров, и экономический кризис со всеми вытекающими, и пересмотр многих жизненных ценностей, и выработка гибкости. Но даже когда идти стало легче, работа над собой не прекращалась.

И вот конец прошлого года ознаменовался новым вызовом — предложением издавать деловой федеральный журнал. Открылся новый горизонт для опыта — освоить изнутри работу профессионалов, взять лучшее и применить в работе. Не

заставили ждать себя и испытания. Однако вот уже девятый месяц мы выпускаем два журнала деловой тематики с одной лишь разницей: «Деловой Волгоград» — это подача региональной информации о бизнесе, предпринимательских сообществах, о внутренней составляющей — душе, увлечениях, мыслях волгоградских предпринимателей. А National Bussines — это красивый глянец об общих тенденциях на мировых и региональных рынках, с имиджевой рекламой и федеральным контентом. И они прекрасно уживаются вместе. Как левое и правое полушария — логика и образное мышление в человеке.

НОВЫЙ ПУТЬ

И все же на пути Героя как-то было не очень уютно. И тут возник очередной зов души — желание обучиться психологической работе с метафорическими картами. Психология и прикладные науки всегда были интересны с точки зрения познания себя. Космоэнергетика, хиромантия, физиогномика, психосоматика, сказкотерапия, нумерология, расстановки по Хеллингеру, Ал-анон, арт-терапия, цвето- и звукотерапия, ароматерапия — училась сама по книгам, вебинарам, лекциям, проходила тренинги очно и заочно, имею дипломы и сертификаты, а также опыт работы в собственной песочной студии. Итак, я решила освоить еще и это направление, поскольку почувствовала, что и на этом поприще смогу принести пользу людям как в бизнесе, так и в решении личных проблем.

Работа с ассоциативными картами известна давно и применяется многими психологами как один из инструментов исследования личности. Душу человека мы не видим, но можем проецировать ее вовне как на экран с помощью рисунков и ассоциаций. Человек при работе с МАК выбирает картинки самостоятельно и трактует их так, как представляет в своей картине мира, тем самым проговаривая и находя пути решения проблемных ситуаций. Перед ним открывается пространство вариантов. Механизм работы карт очень прост и доступен даже ребенку. Он основан на нескольких известных феноменах.

Первый феномен — закон проекции, описанный З. Фрейдом. Карты — это проекция нашего внутреннего мира.

Второй феномен — закон диссоциации; в результате работы этого механизма человек начинает воспринимать происходящее с ним так, будто оно происходит не с ним, а с кем-то посторонним. Человек смотрит на события как бы со стороны.

Третий феномен — метафора. Это образный способ описания ситуации, образное сравнение, помогающее через картинку увидеть новые смыслы.

Итак, благодаря работе с МАК я как человек и предприниматель окончательно сделала сознательный выбор своей жизни и получила ответы на вопросы, которые до этого были проблемными. Теперь мой жизненный путь — это путь Паломника, вера в Творца, в себя и других, надежда на то, что все мы будем жить в гармоничном и счастливом мире.

И теперь наша компания пополнилась еще одним средством массовой информации, которое одновременно является и средством трансформации. Отныне мы предлагаем проведение настольных игр для выбора ниш в бизнесе, личное и бизнес-консультирование для решения проблемных ситуаций, популярные трансформационные командные игры и тренинги с применением МАК «1000 жизней», «1000 дорог» и «1000 идей».

По вопросам сотрудничества обращайтесь по телефону +79616945332 или пишите на почту holdingdv@gmail.com

Как телефоны заменяют нам компьютеры

Типичная картина 10 лет назад: в кабинет заходит руководитель, и «залипшие» в телефонах работники скидывают с себя пелену форумов, первых соцсетей и городских чатов. Сейчас реакция совсем другая. Не потому, что работники обнаглели, а потому, что смартфон уже перестал быть просто звонилкой и игрушкой, превратившись в полноценный рабочий инструмент, заменяющий компьютер. Давайте посмотрим, как это произошло.

ДОСТУПНЫЕ

Инфраструктура развивается, и смартфонами можно пользоваться там, где раньше было исключительно аналоговое царство. Можно заплатить за проезд в метро (сейчас смартфоном или картой в московском метро ежедневно платят 44 тысячи пассажиров против 3 тысяч в январе), оплатить «коммуналку», пройти видеоверификацию. Банки выпускают виртуальные карты, привязанные к смартфону. А 65% всех проданных в прошлом году в России телефонов поддерживает технологию бесконтактной оплаты NFC.

Агентство We Are Social и сервис Hootsuite посчитали, что в мире примерно 5,12 млрд уникальных пользователей мобильных устройств, из них 4,38 млрд есть в интернете. На телефоны приходится 48% всего времени, которое люди проводят в сети. Пять лет назад было лишь 26% — динамика очевидна, все постепенно переходит в смартфоны. Кстати, россияне проводят в «паутине» 6 часов 29 минут в день. Не стоит думать, будто, находясь в интернете с компьютеров, мы занимаемся исключительно делом, а со смартфонов — только развлекаемся. Границы стираются и в этом.

Быстро растет аудитория mobile only. Тех, кто пользуется только мобильным интернетом, уже больше 35% от всех российских интернет-юзеров. Всего мобильных интернет-пользователей на начало 2019 года в России было 92 млн.

Есть и обратная сторона: доступность развлечений, собеседников и информации вызывает привыкание и затягивает. Заглянув в телефон на пять минут, можно легко застрять на час. Это сказывается на эффективности работы, отношении коллег и начальства.

Как понять, что вас затянуло:

- из-за телефона вам сложно сконцентрироваться на работе;
- вы хотите всегда быть онлайн и немедленно отвечать на сообщения;
- вы «слышите» ложные звонки и вибрацию;

- вам психологически некомфортно оставаться наедине со своими мыслями, не заполняя их входящим потоком информации;
- вы боитесь пропустить важную информацию.

> ОПЕРАЦИЙ, КОТОРЫЕ МОЖНО ВЫПОЛНИТЬ ТОЛЬКО НА КОМПЬЮТЕРЕ, ОСТАЕТСЯ ВСЕ МЕНЬШЕ. ЕЩЕ НЕДАВНО ВЕСТИ КАЛЕНДАРЬ, ДЕЛАТЬ ЗАМЕТКИ, РАБОТАТЬ С ДОКУМЕНТАМИ НА ТЕЛЕФОНАХ БЫЛО НЕУДОБНО ИЛИ НЕВОЗМОЖНО. СЕЙЧАС — ЗАПРОСТО

Неуютно, когда смартфона нет под рукой? Боитесь, что он разрядится в дороге? Все «нормально», это номофобия — боязнь остаться без телефона, паника и синдром отмены при его отсутствии. Эти симптомы появляются у 40% владельцев смартфонов. Фобия лечится волевой смартфон-гигиеной, работой, аналоговыми хобби и общением.

ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ

На что вы обращаете внимание (помимо цены), выбирая новый смартфон? Притом что на рынке уже есть складные смартфоны, гаджеты с двусторонним дисплеем, людей волнует в первую очередь емкость аккумулятора, скорость зарядки и качество камеры.

Аккумулятор. Флагман уже не флагман без батареи на 4000 мА•ч. Какой толк от огромного прожорливого экрана, если он разряжает телефон за часы? Большинство новых телефонов обходится батареей от 3000 до 5000 мА•ч. Но и это много! Десять лет назад за радость было 1000 мА•ч. Производители осваивают технологию быстрой зарядки, такие телефоны полностью заряжаются за 1,5–2 часа.

Камера. Все начиналось с тыловой камеры. Позже появилась фронтальная — для видеозвонков и селфи. А потом оказалось, что с одной тыловой далеко не уедешь, и производители стали играть в «Кто больше?», заполняя камерами заднюю крышку смартфона. Недавно Nokia представила первый в мире смартфон с пятью (!) основными камерами. По сути это сенсоры (два цветных и три монохромных) одной камеры, работающие синхронно. Они улавливают в 10 раз больше света, чем обычная камера. Фотографии можно сохранять в формате RAW и обрабатывать в фотошопе на этом же телефоне.

Память. Первый смартфон с терабайтом памяти появился год назад. Они пока дорогие (от 1300 долларов), но уже есть. Чтобы заполнить память такого гаджета фотографиями, вам

придется делать примерно по 57 снимков каждый день в течение 10 лет. Возможно, сейчас такой объем покажется многим чрезмерным. Но когда смартфоны начнут больше работать с нейросетями, виртуальной и дополненной реальностью, эта память пригодится.

УМНЫЕ

Дополненной реальности пару лет предрекают большое будущее. Но где же она? Ждет, пока наше с вами «железо», скорость мобильного интернета и другая инфраструктура будут готовы к поддержке технологии. У гаджетов ближайшего будущего появятся отдельные модули для работы с технологиями искусственного интеллекта и расширенной реальности.

На простом уровне технология уже работает. Карты и навигаторы показывают направление и объекты на экране через включенную камеру. В больших офисах, магазинах и вузах (например, в Московском политехе) есть приложения для внутренней AR-навигации. Ряд приложений позволяет примерить одежду, обувь и аксессуары перед покупкой. Gartner прогнозирует, что в этом году минимум 100 млн пользователей будут использовать AR, выбирая и покупая товары.

По характеристикам процессоров и оперативной памяти смартфоны обходят даже неплохие компьютеры. Помните ролики а-ля игла пробивает мыльный пузырь? Скоро все топовые телефоны будут снимать замедленное видео в 4K. Высокая графическая производительность — поле для роста мобильных игр с реалистичной картинкой, обучающих приложений-симуляторов и даже удаленной VR-хирургии.

ОНЛАЙН

За январь — март 2019 года через российских мобильных пользователей прошло 3,3 млрд Гб — почти столько же, как за весь 2016-й. Аналитики Cisco считают, что совокупный трафик мобильного интернета к 2021 году вырастет до 587 Эб — в 122 раза к 2011 году (в одном эксабайте один миллион терабайтов).

Мобильный интернет становится быстрее (за год среднемировая скорость выросла на 18%), так что за то же время мы успеваем сделать и потребить контента на 18% больше, чем год назад. Процесс цикличный: чем быстрее интернет, тем больше мы в нем находимся. И тем незаметнее за пять минут проходит 1,5 часа. Мы не скучаем в ожидании загрузки страниц и не успеваем отвлечься на что-то.

Самое крутое — сеть стандарта 5G. Это не просто рекламное хвастовство вроде 18D-кинотеатра. 5G — это комплексная платформа, работающая с беспроводными сетями принципиально иначе. Она будет гораздо быстрее: средняя скорость — 1–10 Гбит/с, потенциально возможная — 25 Гбит/с. Наконец, в сеть выйдет любая электроника, от светофора до чайника, и по-настоящему начнет развиваться интернет вещей. Мгновенная обработка фото и видео на базе облачных вычислений, звонки с голографической проекцией собеседника, безопасные беспилотные авто и дроны — все это мы увидим в ближайшие годы.

ПОМОГАЮТ В РАБОТЕ

Производительное «железо» и умный софт помогают работать эффективнее. В магазинах приложений есть мобильные версии всех популярных сайтов и сервисов. Операций, которые можно выполнить только на компьютере, остается все меньше. Еще недавно вести календарь, делать заметки, работать с документами на телефонах было неудобно или невозможно. Сейчас — запросто.

Диагональ экрана становится больше, рамки вокруг него — меньше, а пропорции — удобнее. Экран смартфонов с соотношением сторон 18:9 можно делить на две рабочие зоны. Конечно, это не два монитора, но редактировать документ и чатиться вполне удобно.

Раньше мы просто не доверяли телефонам многие важные операции вроде оплаты счетов или деловой переписки — якобы ПК безопаснее. Но на вашем ПК, скорее всего, нет сканера отпечатков пальцев или системы распознавания лиц, а на смартфоне есть. Приложения прогрессивных банков тоже сканируют сетчатку глаза или лицо, проводя платеж.

ВЫВОДЫ

Все и вся постепенно переходит в мобильный мир. Смартфоны вряд ли «убьют» компьютеры, но отберут у них ряд функций, гигабайты трафика и часы внимания пользователей. Если у вас есть сайт — он должен быть адаптирован под мобильные устройства: удобная верстка, турбостраницы, голосовой поиск. Если это сервис — у него должны быть мобильные версии для Android и iOS. Конечно, если вы хотите остаться на рынке.

Источник: «Мегаплан».

Вячеслав Ященко
историк, краевед

Рукотворная экосистема Волгограда: от «унылого» ландшафта к «Зеленому кольцу» и обратно

Усилиями многих поколений горожан в Волгограде был создан защитный древесный пояс. Зеленое кольцо долгие годы оберегало волгоградцев от песчаных бурь, вредного воздействия промышленных предприятий, опасных выбросов автотранспорта, от назойливого шума и коварной гипоксии. За последние 20 лет Зеленое кольцо города деградировало. Впрочем, появилась надежда на его восстановление: власти заявили о запуске масштабной программы по воссозданию лесопаркового хозяйства Волгограда.

ЦАРИЦЫН — ГОРОД ПЫЛЬНЫЙ И ДРЯННОЙ

Царицын-на-Волге с самого своего рождения был окружен негостеприимным миром сухих степей и полупустынь. Только со стороны Волго-Ахтубинской поймы жители города ощущали физическое и душевное отдохновение. С запада же, с юга и севера Царицын стесняли унылые ландшафты. Отовсюду в неблагоприятные месяцы на город слетались пылевые бури и вихри с запахом гари от степных пожаров. В 1793 году в Царицыне побывал известный энциклопедист Петр Симон Паллас. В своих путевых заметках ученый отмечал, что уездный наш городок гнездился у берега Волги в окружении голой степи, изрытой оврагами. Царицын встретил Палласа в самом дезорганизованном виде: «Большая часть города была выжжена». Покидая его пределы, путешественник оставил полную оптимизма запись: «Вероятно, новый Царицын будет застроен лучше». Впрочем, и спустя столетие ситуация не изменилась. В своей повести «Хлеб (Оборона Царицына)» Алексей Толстой так описывает окрестности нашего города в 1918 году: «Царицын стоит на голых, выжженных солнцем холмах по правому берегу Волги. За городом начинаются бурые степи, перерезанные пересыхающими речками и глинистыми оврагами ... Город — дрянной, деревянный, голый, пыльный».

Пыльным город наш был не случайно. Интенсивное развитие хлебопашества в донских и заволжских степях в условиях засушливого климата приводило к сильной ветровой эрозии

почв. Ветра, не встречая на своем пути препятствий, несли всею мощью своей эоловой энергии тонны пыли, которая, затмевая от обывателей солнце, безнаказанно опускалась на беззащитный город. И в старорежимное время, и в годы НЭПа ученые предлагали различные проекты ликвидации песчаных бурь и сдерживания разраставшихся оврагов. И только после завершения грандиозного строительства тракторного завода московские власти прислушались к громким мольбам ученых и многочисленным ходатайствам горисполкома. В 1935 году для создания Зеленого пояса Сталинграда был выделен первый транш. 16 мая можно считать днем рождения Зеленого кольца Волгограда. В этот день Совет народных комиссаров издал Постановление №912 «Об организации Сталинградской лесопосадочной машино-тракторной станции». Для поддержания единой системы управления озеленением города и его окрестностей был создан трест зеленого хозяйства, который под разными названиями просуществовал до 26 марта 1993 года. Штаб работ по созданию Зеленого кольца располагался все эти годы на станции «Садовая».

ЗАЩИТНЫЙ ПОЯС СТАЛИНГРАДА

Перед властями и жителями довоенного Сталинграда большевики поставили очередную грандиозную задачу: защитить город Сталина от песчаных бурь и оврагов. Необходимо было в кратчайшие сроки ослабить ветровую и водную эрозии на прилегающей к городу территории. Для этого предписывалось высадить более 1880 гектаров лесных насаждений, около одной тысячи гектаров садов, 120 гектаров виноградников, 276 гектаров лесопарков. В обязанности Сталинградской ле-

сопосадочной МТС входили закрепление склонов сотен оврагов и балок, посадка хвойных лесов на беспокойных песках. Для выращивания саженцев сталинградские озеленители разбили несколько питомников общей площадью 74 гектара. В создании Зеленого пояса Сталинграда приняли участие ведущие московские, саратовские и местные лесоводы: П.Л. Никитин, А.Г. Грачев, Т.Г. Ромакина, Ю.Н. Годунов и др.

К выполнению задания партии подключились жители города. Рабочие предприятий и сотрудники госучреждений выходили на субботники по озеленению окраин города. Отряды шумных пионеров, комсомольцев и членов кружков «Юных натуралистов» массово привлекались для работ в питомниках и на посадочных полях. Нужно отметить, что в ходе работ по древонасаждению в оврагах и балках часто отлавливали беспризорников, которые прятались там в летнее время в вырытых ими норах. Ребят определяли в детские дома, принимали в пионеры и, вручив в руки лопаты и лейки, вливали в дружный коллектив созидателей зеленого пояса города. В течение пятилетки план по озеленению города был выполнен. Сталинград в очередной раз отличился — впервые в стране, да и во всем мире, использовалось чередование участков лесных и парковых культур с плодовыми садами по типу «лесо-садо-парка». Зеленое кольцо представляло собой сплошную полосу посадки шириной от трех до семи километров и длиной более 50 километров. Впрочем, тогда молодые деревья и кустарники еще не могли в полной мере выполнять свои защитные функции. Зеленые насаждения только начинали свое развитие, и нужно было время для их роста, мирное время. Такой возможности, увы, у них не оказалось.

ПОСЛЕДСТВИЯ СТАЛИНГРАДСКОЙ БИТВЫ

Сталинградская битва поставила крест на шестилетних усилиях горожан по масштабному озеленению окраин Сталинграда. Средь стройных полос молодых саженцев рылись окопы, строились блиндажи и огневые точки, закладывались минные поля. Во время боев площади зеленого пояса были буквально перепаханы авиабомбами и снарядами. Юные деревца и кустарники были иссечены пулями и измяты проезжавшей бронетехникой. Весной 1943 года взору выживших в той бойне сталинградцев предстало жалкое, но обнадеживающее зрелище. Редкие островки выживших вязов и кленов зазеленели среди ржавеющего искореженного металла и холмиков братских могил. Трупный смрад сменился запахом цветущих акаций и яблонь, оживших сосен и кустов можжевельника. Война нанесла большой урон лесо-парковому хозяйству города. С 1943 по 1946 годы было списано 440 гектаров лесных культур, 57 гектаров садов и 1,3 гектара виноградников, относящихся к зеленому поясу города. Больше половины площадей насаждений пришлось реанимировать: подсаживать новые саженцы, лечить больные растения. Но на эти мероприятия правительство денег практически не выделяло. Работы проводились эпизодически, в основном по личной инициативе местных лесоводов и комсомольских дружин. В те годы все средства и все усилия народа были направлены на восстановление разрушенного города.

СТАЛИНСКИЙ ПЛАН ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ПРИРОДЫ

В самом начале 1950-х годов наметился сдвиг в восстановлении зеленого пояса Сталинграда. Руководство страны запустило новый амбициозный проект — «Великий план преобразования природы». Перед трудящимися массами поставили задачу окончательно ликвидировать угрозу суховеев на юге России. В этом могли помочь восемь крупных лесных государственных полос общей протяженностью 5300 километров, которые и были созданы в течение трех пятилеток. Зеленый пояс Сталинграда вошел в эту программу. И уже в 1954 году площадь полей, на которых развернулись работы по созданию зеленой защиты города, расширилась до 10 тысяч гектаров.

В 1960-е годы работы достигли своего апогея: создавались полосные насаждение лесных культур, закладывались сплошные массивы орошаемых садов, на песках вновь появлялись сосновые леса. К 1964 году Зеленое кольцо Волгограда уже включало в себя восемь изолированных массивов общей площадью 7387,2 гектаров, а также три лесопарковых массива площадью 370 гектаров, предназначенных для отдыха жителей и гостей города. В те годы у Зеленого кольца появилась новая особенность: своими «зелеными клиньями», — по балкам и речным долинам, — оно стало проникать вглубь городских кварталов. На опытных станциях, приуроченных к зеленому окольцовыванию Волгограда, так же, как и в начале пути, трудились опытные ученые-лесоводы Всесоюзного НИИ агролесомелиорации, а также специалисты сельскохозяйственных институтов Волгограда и Саратова. Так как Зеленое кольцо опоясывало в основном промышленные районы областного центра, то ученые предлагали к посадке наиболее стойкие к газам деревья и кустарники: тополи, вязы, шелковицы, ясени, клены, робинии, лжеакации, гледичии, можжевельники казацкие, аморфы кустарниковые, бирючины, жимолости, караганы древовидные. К концу 1980-х годов пригородные

степи Волгограда превратились в сплошные лесосадовые массивы, надежно защищавшие горожан не только от давно забытых суховеев, но и от неблагоприятного воздействия расплодившихся повсюду промышленных предприятий.

ОБРАТНО К «УНЫЛЫМ» ЛАНДШАФТАМ

В начале 1990-х годов Зеленое кольцо вступило в черную полосу упадка и деградации. Недофинансирование статьи расходов по уходу и возобновлению лесопаркового фонда города приняло хронический характер. Система орошения садов Зеленого кольца была разворована, и большая их часть усохла. Отсутствие должного ухода за лесным и лесопарковым фондом также стало причиной гибели насаждений. Несмотря на, казалось бы, внушительное наследство, доставшееся волгоградцам от советских времен (общая площадь Зеленого кольца в самом начале XXI века превышала 13,8 тысяч гектаров), не менее 80% деревьев и кустарников представляли собой старовозрастные посадки с выраженными процессами усыхания. Свою лепту в уничтожение Зеленого кольца внесли участившиеся пожары, масштабная вырубка в ходе строительства коттеджных поселков, многоквартирных домов и торговых центров, а также захламление Зеленого пояса Волгограда бытовыми и строительными отходами. Территория городских лесов Волгограда в 2010-х годах стала совсем не приспособлена к рекреационному их использованию. Меры по улучшению ситуации не принимались. Так, площадь посадок, в которых производился уход за лесными культурами, в 2016 году составил всего 863,5 гектара. В 2017 году этот показатель снизился до 666,8 гектаров. Подготовка же почв под культуры будущих лет в 2016 году составила мизерные 28,9 гектара, а в 2017 году эти работы вовсе не проводились. Получить в администрации города данные за 2018 и 2019 годы автору статьи не удалось.

Зеленое кольцо Волгограда, созданное самоотверженным трудом многих поколений, исчезает. Древесная защита миллионного города с ее фитонцидными, ионизационными, антисмоговыми, антишумовыми, кислородопроизводительными и эстетически-рекреационными функциями буквально на глазах сводится на нет. Зеленый пояс вытесняют «унылые» ландшафты. Пыльные бури возвращаются.

ОПТИМИСТИЧЕСКИЙ ПОСТСКРИПТУМ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ

21 августа 2019 года в Общественной палате Волгоградской области обсуждали вопросы восстановления и расширения Зеленого кольца Волгограда. Проект схемы лесопаркового зеленого пояса Волгограда участникам слушаний презентовала заместитель председателя комитета природных ресурсов, лесного хозяйства и экологии Волгоградской области Елена Православнова. Чиновница сообщила об оптимистических изменениях, произошедших в профильном законодательстве. В 2016 году федеральные власти подтвердили давно забытое право местных властей на создание в границах городов лесопарковых зеленых поясов с ограниченным режимом природопользования. Эти территории, по мнению законодателей, будут теперь составлять с городами единую экологическую систему и выполнять ряд важных функций — от природоохранных до рекреационных.

Вопрос о включении лесов, расположенных на землях населенных пунктов, в состав таких лесопарковых зеленых поясов рассмотрел и президент Владимир Путин, который дал Правительству России и органам государственной власти субъектов федерации поручение разобраться с этой проблемой. Губернатор Волгоградской области Андрей Бочаров откликнулся на призыв президента своим постановлением. По его заданию в регионе была образована рабочая группа, которая 5 июля 2019 года на своем первом заседании рассмотрела предложение администрации Волгограда по созданию городских лесов и одобрила проект лесопаркового зеленого пояса. В него предлагается включить и часть лесного фонда Светлоярского и Волгоградского лесничества, которые прилегают к границам Волгограда. Ориентировочная площадь нового лесопаркового зеленого пояса превысит 16,5 тысяч гектаров, из которых 13,7 тысяч гектаров лесов будут посажены на городских землях, а 2,9 тысяч гектаров — на землях Светлоярского и Волгоградского лесничества. По словам Елены Православновой, «это будет многоэтапная работа».

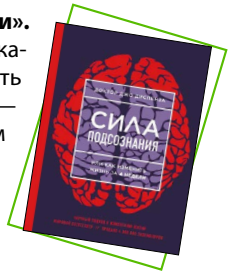
Пока же чиновники намерены обозначить границы уже существующего зеленого пояса. В работах по лесовосстановлению будут использовать, как и раньше, засухоустойчивые породы деревьев и кустарников, выращенные в местных питомниках. Таким образом, согласно презентованному на заседании в Общественной палате проекту, к имеющимся уже 13,8 тысяч гектарам существующего Зеленого кольца будет добавлено еще 16,5 тысяч гектаров, и общая площадь зеленого пояса Волгограда и его пригородов превысит 30 тысяч гектаров насаждений. Проект этот находится на стадии разработки, и пока нет ясности по многим вопросам, как то: источники и объемы финансирования, сроки и этапы его реализации, проблемы единого управления хозяйством зеленого пояса. Ответы на эти вопросы отсутствуют. Но надежды на возрождение Зеленого кольца Волгограда уже появились.

MUST READ: выбор, создающий тебя

Редакция журнала «Деловой Волгоград» продолжает свой проект «MUST READ» / «ЭТО СТОИТ ПРОЧЕСТЬ», в котором известные предприниматели Волгограда рассказывают о прочитанных книгах и рекомендуют лучшие.

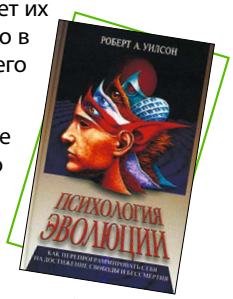
Андрей Ивашина

Агентство развития бизнеса «MIT Group», управленец, маркетолог и предприниматель



Джо Диспенза, «Сила подсознания, или Как изменить жизнь за 4 недели». Книга-руководство для тех, кто всерьез намерен достичь в жизни большего. Никакой мистики и метафизики, строго научный и системный подход: как освободить свою жизнь из плена эмоций и установок, и превзойти «большую тройку» — свое окружение, тело и время. Разве не удивительно, что осознанный разум руководит нами только на 5%, в противовес 95% действий, приходящихся на долю автоматических подсознательных программ! Поэтому вместо того, чтобы постоянно беспокоиться о будущих травмах и стрессах, основываясь на прошлом опыте, не лучше ли думать о новых интересных приключениях, которые нас ждут?

Стас Триммер, «Как сделать правильный выбор». Наш земляк, волгоградец, в этой книге делится своим взглядом на технологии принятия правильного решения. Выбор — неотъемлемое свойство жизни человека. Но как делать правильный выбор, который приведет тебя к достижению цели, какие факторы нужно рассматривать, чтобы не ошибиться, и каковы критерии правильного выбора? Как уже с детства приучать своих детей использовать право выбора, а не следовать стандартным установкам, которые сводят на нет их индивидуальность, не давая реализовать потенциал? Для этого нужно в полной мере осознавать: действительно ли это твой выбор, и каковы его последствия.



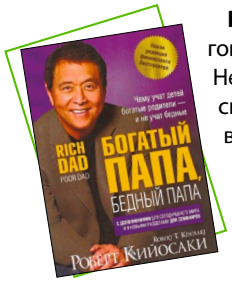
Роберт Антон Уилсон, «Психология эволюции». «Мы все титаны, воспитанные пигмеями», — говорится в предисловии этой книги. Но чтобы проснуться, нужно чтобы тебя кто-то разбудил, самому — никак. И получив короткий опыт пробужденного состояния ума, ты, по-прежнему спотыкаясь и периодически падая в забытье, начинаешь двигаться сам и помогать просыпаться другим, окружая себя новыми «будильниками».

Николай Забрулин

Руководитель юридической компании «Агент»

Максим Божко, «Слепая зона правового конфликта: о чем не знают те, кто хочет выиграть суд». Каких целей мы можем достичь с помощью суда? Книга дает возможность заглянуть за кулисы юридического мира, посмотреть, как он устроен, и узнать, как много неочевидных порой факторов влияют на победу в юридическом споре.

Глеб Архангельский, «Тайм-драйв. Как успевать жить и работать». В книге приводятся советы по организации рабочего времени и отдыха, по мотивации и целеполаганию, планированию, расстановке приоритетов, эффективному чтению и т.д. Однако я применяю не все инструменты из книги, поскольку считаю некоторые неработающими.



Роберт Кийосаки, «Богатый папа, бедный папа». Не бойтесь рисковать, говорит автор, но просчитывайте рентабельность и риски перед сделками. Не перекладывайте вину на других. Книга побуждает к подсчету своих пассивов и активов, продумыванию способов увеличить доход. Но главный вывод — необходимо изменить свой образ мыслей, хотя это самое сложное.

Дэвид Майстер, «Управление фирмой, оказывающей профессиональные услуги». Незаменима для руководителей организаций, оказывающих профессиональные услуги. Автор дает простые, но, тем не менее, отлично работающие рекомендации.

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

Принципы жизни и бизнеса *Александра Вязовика*

«Деловой Волгоград» продолжает спецпроект «Принципы жизни и бизнеса», где волгоградские предприниматели делятся своими установками и базовыми императивами. Сегодня наш гость — Александр Вязовик, управляющий Поволжской дирекцией юридической фирмы «VEGAS LEX».

Мои основные принципы в жизни:

- Приоритет содержания над формой: нужно быть, а не казаться.
- Искренность, честность по отношению к себе и окружающим.
- Эмпатия: всегда ставь себя на место человека, с которым общаешься.
- Целеустремленность: не имея цели, невозможно получить удовлетворения от результата.

Предоставлять клиенту ценность

Это то, за чем клиент приходит, его цель. Невозможно получить лояльного клиента, не предоставляя никакой ценности. Конечно, в нашем деле и форма важна – клиентский сервис играет существенную роль в позиционировании фирмы и, в конечном счете, стоимости ее услуг. Но нельзя его переоценивать: услуга не должна сводиться к продаже красивой обертки.

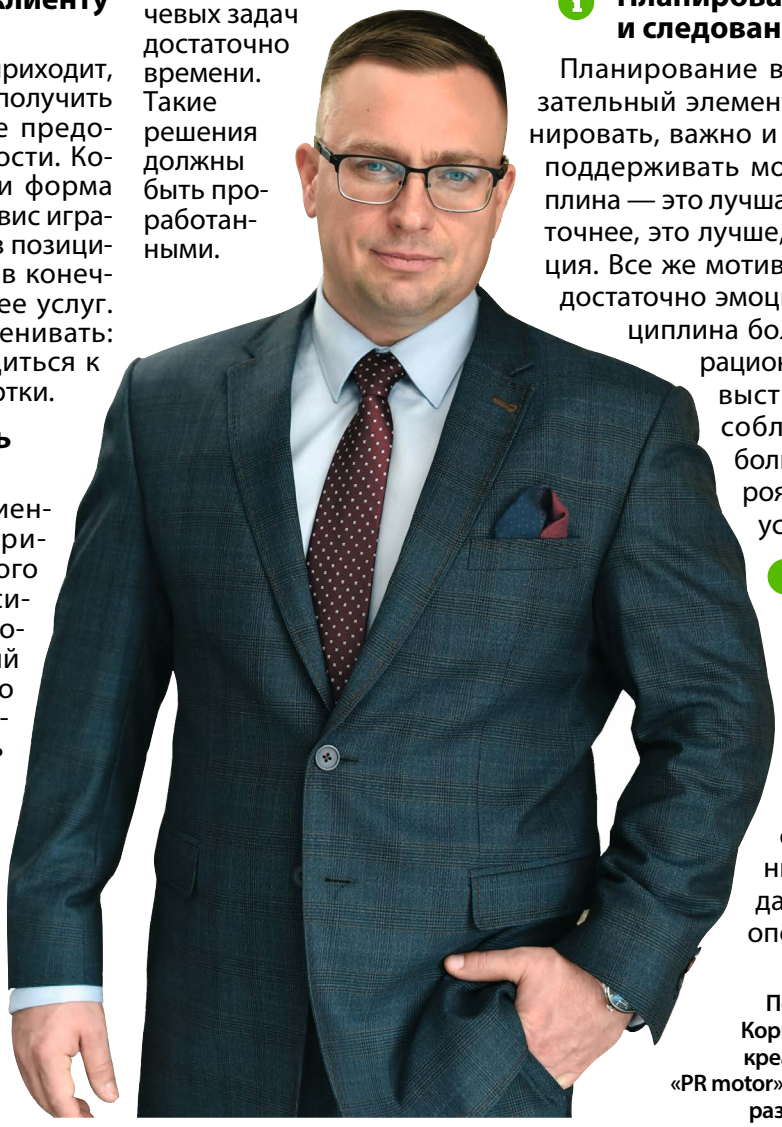
Желание помочь клиенту

Желание помочь клиенту — безусловный приоритет для юридического консультанта, независимо от коммерческой составляющей отношений с ним. Кстати, у нас по законодательству адвокатская деятельность до сих пор не считается коммерческой. Фактически это не соответствует сложившейся практике, конечно. Но искреннее желание помочь — это один из признаков, который отличает хороших адвокатов, уверен, лиенты это чувствуют и ценят.

Например, когда к нам обращаются с вопросами, по которым наша фирма не консультирует, мы всегда стараемся направить клиента к специализирующимся в этой отрасли коллегам.

Своевременность принятия решений

Часто правильное, но поздно принятое решение имеет более негативные последствия, чем неверное, принятое быстро. При этом следует отводить на решение ключевых задач достаточно времени. Такие решения должны быть проработанными.



Планирование и следование плану

Планирование в бизнесе — обязательный элемент. Но мало запланировать, важно и следовать плану, поддерживать мотивацию. Дисциплина — это лучшая самомотивация, точнее, это лучше, чем самомотивация. Все же мотивация — это вещь достаточно эмоциональная. А дисциплина более управляема и рациональна. Правильно выстроенный и четко соблюдаемый план с большей степенью вероятности приведет к успеху.

Не отступать от своих принципов

Принципы — это скелет нашей личности. То, что помогает принимать решения, особенно в сложных ситуациях, когда нет возможности опереться на опыт.

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

ДОСЬЕ

Александр Вязовик

Место рождения: г. Волжский Волгоградской области.

Образование: ВолГУ, специальность — «Юриспруденция».

Деятельность: партнер, руководитель направления по банкротству и управляющий Поволжской дирекцией юридической фирмы VEGAS LEX; адвокат Адвокатской палаты Волгоградской области, член Совета по улучшению инвестиционного климата Волгоградской области при губернаторе Волгоградской области.

Достижения: Рекомендован: Best Lawyers 2010-2020; The Legal 500 EMEA 2015.

National Business
ЖУРНАЛ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ
+
ДЕЛОВОЙ ВОЛГОГРАД
региональный журнал о бизнесе

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
«ДЕЛОВОЙ ВОЛГОГРАД»

- ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДЕЛОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ
- БОЛЬШЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
- БОЛЬШОЙ ОХВАТ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ

РЕЗУЛЬТАТ: Поддержка экономики региона и страны в целом!

ЭНЕРГИЯ СЛОВА — В РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

тел.: +7 961 694 53 32, +7 961 679 44 66
www.delosmi.ru
www.nb34.ru

Организатор:

ВТПП

Партнеры:

Генеральный информационный партнер Деловой Волгоград

ПИЛОТ РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

ВСК СТРАХОВОЙ ДОМ

Mercedes-Benz

ХОЛОДОВ ЗА КАЧЕСТВО В ОТВЕТЕ !

ВЕТЕРИНАРНАЯ КЛИНИКА Доктора Чуковой

XI ЕЖЕГОДНЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПРАЗДНИК РУКОВОДИТЕЛЕЙ

День Шефа в Волгограде

«ФИЛЬМ, ФИЛЬМ, ФИЛЬМ...»

24 октября 2019 г.

Сити Холл Южный

Приглашение по тел.: +7 (8442) 26-78-77