



БИЗНЕС-КЛАСС



ISSN 2078-7693

Бизнес-класс

Архангельск

ЭКСПРЕСС

www.BCLASS.ru

Бренд, подсказанный малышами

Эта история началась тогда, когда Анастасия КЛИМОВА получила в своё пользование бабушкины запасы ткани, иголок и пуговиц, а главное – швейную машинку. Позже увлечение переросло в полноценный бизнес: бренд «Мама Медведица» сохраняет устойчивость и сегодня.



→ 8

Фото Алексея Липницкого

**САЛОН ДВЕРЕЙ
КРАСНАЯ СТРОКА**

**15
ФАБРИК
ДВЕРЕЙ
В ОДНОМ
МЕСТЕ**

Г. АРХАНГЕЛЬСК,
ПР. НОВГОРОДСКИЙ, Д. 32,
КОРПУС А, 2 ЭТАЖ

8-921-292-0015
ДВЕРИ29.РФ
KRASNAYA_STROKA_ARH

**PROFIL
DOORS**

ФИРМЕННЫЙ САЛОН
ДВЕРЕЙ
И СИСТЕМ ОТКРЫВАНИЯ
PROFILDOORS

Г. АРХАНГЕЛЬСК,
ПР. НОВГОРОДСКИЙ, Д. 32,
КОРПУС А, 2 ЭТАЖ
PROFILDOORSARH.RU
SEVDOORS@MAIL.RU
+7-921-243-02-72

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО
«ИМИДЖ-ПРЕСС»

**ИНФОРМАЦИОННАЯ
ПОДДЕРЖКА:**

- ▶ ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ
- ▶ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ
И ОБЪЕДИНЕНИЙ
- ▶ ДЕПУТАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
- ▶ ПРЕДПРИЯТИЙ ВСЕХ ФОРМ
СОБСТВЕННОСТИ

**ПОДРОБНОСТИ ПО ТЕЛЕФОНУ
+7(921)720-0273**

Стратегия: В Архангельской области внедряют региональный инвестиционный стандарт

Единое окно для новых инвестпроектов



На площадке Агентства регионального развития 12 июля прошла деловая встреча предпринимательского сообщества и представителей власти. Цель встречи – знакомство с инвестиционным стандартом региона, а также получение обратной связи от бизнеса по вопросам улучшения экономического климата, индивидуальной работе по проектам, а также обсуждение сложностей, которые возникают на пути реализации той или иной инициативы.

В мероприятии приняли участие руководители и представители более 30 организаций, а также Торгово-промышленной палаты, регионального отделения «Деловой России», Союза промышленников и предпринимателей Архангельской области.

Стоит отметить, что сегодня регион ждёт инвесторов и, что особенно отмечают в министерстве экономического развития, промышленности и науки Архангельской области, по инициати-

ве которого и прошла встреча, инвестиционные проекты не обязательно должны быть капиталоемкими. Бизнес может рассчитывать на преференции уже при сумме вложений от 1 млн рублей. Проводником для инвесторов как раз и станет внедрённый стандарт.

Стандарт включает пять элементов: это инвестиционная декларация и карта, свод инвестправил, наличие на территории агентства развития и инвестиционного комитета.



Инвестиционная декларация – документ, в соответствии с которым регион в лице губернатора и Правительства Архангельской области берёт на себя обязательство по неухудшению условий ведения предпринимательской деятельности. Сама по себе декларация содержит принципы работы каждого элемента стандарта и основы стратегии инвестразвития региона. В ней указаны ответственные исполнители по каждому элементу стандарта.

Ознакомиться с документами можно на профильном ресурсе – инвестиционном портале Архангельской области, там же размещена инвестиционная карта с информацией о предполагаемых площадках для инвестпроектов. Важно, что вся информация актуальна и будет обновляться в режиме онлайн.

Если будущий инвестор хочет построить, к примеру, складской комплекс, то можно найти подходящую площадку из числа имеющихся на карте и в один клик получить полную информацию: о площади территории, виде собственности, категории земель и виде разрешённого использования, возможности подключения коммуникаций и пр. Такой подход позволяет ускорить принятие соответствующего коммерческого решения.

«Основная задача внедрения в регионе инвестиционного стандарта – сократить путь инвестора от идеи до осуществления капиталовложений и запуска проекта. Стандарт основан на лучшем опыте работы с бизнесом и практиках его внедрения Агентством стратегических инициатив в ряде других регионов», – отметила **заместитель министра экономического развития, промышленности и науки Архангельской области Мария АНИСИМОВА.**

По оценкам экспертов, сегодня есть три основные болевые точки, с которыми сталкиваются потенци-

альные инвесторы: дороги, подключение к коммунальной инфраструктуре и кадры. Однако, как показывает практика, преодолевать эти сложности можно, в том числе благодаря существующим мерам господдержки (программы льготного кредитования, субсидии на создание коммунальной и дорожной инфраструктуры, налоговые льготы, в том числе для резидентов АЗРФ) и работе в ещё не занятых нишах. И таких примеров достаточно много в наиболее перспективных отраслях экономики: судоремонт, лесная и рыбная промышленность, добыча полезных ископаемых, туризм, цифровая экономика, транспорт и логистика.

Важно уже на старте получить максимальное количество экспертной информации: о мерах поддержки, средних сроках окупаемости проектов, налоговой на-

грузке и предлагаемых профильными министерствами алгоритмах. «Клиентский путь» инвестора новой волны, согласно рекомендациям, должен начинаться именно с изучения стандарта. Ознакомиться с ним можно на инвестиционном портале Архангельской области.

Функции по работе с инвесторами в режиме «одного окна» выполняет Агентство регионального развития. Предпринимателям предоставлен широкий спектр услуг, которые позволяют снизить издержки при создании и реализации проектов.

Подробную информацию о региональном инвестиционном стандарте и мерах поддержки бизнеса можно получить по телефону 8-800-100-7000, на сайте msp29.ru.

Адрес электронной почты: office@msp29.ru.

Илья ЛЕОНИК

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



Максим ЗАБОРСКИЙ, генеральный директор АНО АО «Агентство регионального развития»:

– Сегодня на сопровождении Агентства регионального развития находятся более 210 инвестпроектов с общим объёмом финансирования свыше 260 млрд рублей. Одна из самых востребованных мер поддержки в этой сфере – резидентство в Арктической зоне (более 112 млрд рублей инвестиций), а также присвоение статуса приоритетного или масштабного инвестпроекта, который даёт право на получение земельных участков без торгов и налоговые преференции. Активно развивается государственно-частное партнёрство – портфель таких инициатив содержит проекты на 60 млрд рублей.

Успех: Гендиректор компании из НАО – полуфиналист конкурса «Лидеры строительной отрасли»

«Старые идеи даже не рассматривались»

Объявлены имена полуфиналистов III Всероссийского конкурса «Лидеры строительной отрасли». В 2023 году в этом конкурсе приняли участие 12 027 руководителей и представителей компаний из 70 регионов страны, а также из-за рубежа. По итогам отборочного этапа в полуфинал прошли только 300. В их числе – генеральный директор ООО «РСК НАО» Виктор ХАБАРОВ.

«Лидеры строительной отрасли» – это открытый конкурс управленцев, имеющих опыт работы в государственной или коммерческой организации строительной сферы на руководящих позициях различного уровня. Конкурс проводится Всероссийским центром национальной строительной политики при поддержке Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ, а также других министерств и ведомств, отраслевых институтов, объединений и союзов, что подчёркивает его высокий статус.

Главные цели – выявление перспективных управленцев, получение ими новых знаний, навыков и практического опыта, поддерж-

ка лидеров организаций и предприятий в строительстве и ЖКХ, повышение престижа этих отраслей и профессий в российском обществе.

Широкая география участников конкурса свидетельствует о большом интересе к нему со стороны профессионального сообщества. В этом году конкурс вышел на международный уровень: впервые свои заявки подали представители Китая, Республики Беларусь и Казахстана.

Представляем участника от Архангельской области и Ненецкого автономного округа. «Ремонтно-строительная компания НАО» («РСК НАО») была основана в 2006 году. За время



работы она ввела в эксплуатацию более десятка зданий и сооружений в НАО – жилых, административных, коммерческих и хозяйственных. Проведено свыше сотни текущих и капитальных ремонтов. Компания также специализируется на создании и доработке проектов зданий и сооружений. Входит в СРО «Союз про-

фессиональных строителей» и СРО «Союз проектировщиков».

Отсутствие круглогодичного дорожного сообщения с так называемой Большой землёй, суровые погодные условия, сложная логистика и, как следствие, более сжатые сроки строительства – со всем этим умеют справляться в «РСК НАО». Сегод-

ня компания стала узнаваемой и за пределами региона.

«Этот конкурс имеет для нас очень большое значение, – рассказал «Бизнес-классу» **генеральный директор ООО «РСК НАО» Виктор Хабаров.** – Прежде всего в нём участвуют управленцы высшего звена, в том числе директора компаний, заместители, главные инженеры, представители бизнеса и госструктур. Основной упор сделан на инновации в строительстве. Мы как профессионалы, эксперты в своей отрасли вносим свои предложения о том, что необходимо внедрить, изменить. Этому и были посвящены конкурсные работы. Старые идеи и проекты даже не рассматривались членами жюри. И то, что наше эссе вошло в список лучших работ, – уже большой успех. Особенно важно, что теперь эти инновационные решения могут и будут применяться на федеральном уровне».

Став полуфиналистом, Виктор Хабаров получил право пройти бесплатное обучение, которое нача-

лось 28 июня и продлится до 31 июля.

«Занятия проходят в онлайн-формате, их ведут авторитетные эксперты, включая представителей Администрации Президента РФ, Государственной Думы РФ, Минстроя России, а также спикеры от крупных строительных компаний, финансовых учреждений, проектных организаций. Конечно, в целом в рамках конкурса есть стремление донести и свои идеи, пообщаться с коллегами-профессионалами, узнать что-то новое для себя и... дойти до финала!» – добавил Виктор Хабаров.

Очный финал, включающий в себя групповые и индивидуальные оценочные мероприятия, форсайт-сессии с участием ключевых лиц строительной отрасли РФ и торжественное награждение победителей III Всероссийского конкурса управленцев «Лидеры строительной отрасли», в этом году пройдёт в Новосибирске в преддверии Дня строителя.

Рита ИЛЬИНА

Телеком

МегаФон: сохраняя лидерство

Мобильная сеть МегаФона признана лучшей в России – оператор сохранил лидерство по покрытию сети и скорости мобильного интернета в 2023 году. Об этом свидетельствуют итоги независимого исследования международной компании Ookla®.

Результаты исследования основаны на замерах скорости мобильного интернета, которые абоненты всех операторов делали со своих устройств с помощью приложения Speedtest® в течение

первого полугодия. Такие данные от пользователей позволяют оценить скорость в любой локации на всей территории России. Для составления рейтинга Ookla проанализировала 5 млн замеров с 1 млн различных устройств. Чтобы оценить покрытие мобильных сетей, аналитики изучают наличие и качество сервисов операторов на каждом участке площадью 100×100 метров на всей территории страны, где есть мобильная связь. По этому показателю эксперты Ookla проанализировали более 3,2 млрд замеров, получен-

ных от 2 млн уникальных устройств. МегаФон признан лидером по этому показателю второй год подряд. По скорости мобильного интернета МегаФон сохраняет за собой первенство уже на протяжении семи лет. Медианная скорость скачивания в сети составила 29,34 Мбит/с, а скорость загрузки данных – 9,71 Мбит/с. На сегодня это самые высокие скорости в России для пользователей мобильной связи. «За прошедший год потребление трафика продолжало расти, и мы активно работали над качеством свя-

зи – сейчас нашим абонентам доступна скорость скачивания в среднем на 20% выше, чем у ближайшего конкурента. Мы не только расширяем покрытие сети, в том числе в регионах, в небольших населённых пунктах, но и повышаем эффективность инфраструктуры. Только за счёт программы рефарминга – перевода частот, задействованных в сетях связи 2G и 3G, в современный стандарт LTE – мы смогли повысить скорость в 24 регионах на треть. Мы также оперативно реагировали на увеличение трафи-

ка отдельных сервисов и использовали технические возможности для повышения скорости соединения. Например, с начала года увеличили пропускную способность в каналах связи с сервисами VK и Telegram более чем на 40%», – отмечает **технический директор МегаФона Алексей ТИТОВ**. Оператор сохраняет лидерство по стране благодаря непрерывному развитию сетей. С начала года только в Архангельске и области инженеры компании запустили и модернизировали около 460 объектов связи. Ско-

ростной выход в интернет появился в небольших посёлках Усть-Пинега и Белогорский Холмогорского района, а также в популярной у путешественников локации – Свято-Троицком Антониево-Сийском монастыре. МегаФон первым внедряет новые технологии для абонентов. Так, в 2022 году оператор был признан лидером по развитию VoLTE в России – технологии звонков с мгновенным соединением и чистым звуком, а также первым дал доступ абонентам по всей стране к технологии VoWiFi.

Политика

Конкуренция в пределах нормы

В минувший вторник, 11 июля, завершился приём документов кандидатов от политических партий для участия в едином дне голосования. Напомним, что 10 сентября жителям Архангельской области предстоит выбрать депутатов областного Собрания, Архангельской городской Думы и Собрания депутатов Котласа.

До 26 июля кандидаты, выдвинутые политическими партиями по единому избирательному округу, должны представить документы, необходимые для регистрации, а потенциальные одномандатники – направить их в соответствующую окружную избирательную комиссию.

7 или 8?

Теперь уже можно говорить определённо – в выборах примут участие не более восьми политических партий: парламентскую пятёрку – «Единая Россия», ЛДПР, СРЗП, КПРФ и «Новые люди» – организационно поддерживают «Родина», «Коммунисты России» и «Зелёные». Последним ещё предстоит подтвердить свою заявку подписями жителей Архангельской области, так что пока их политическая состоятельность под вопросом.

Всего от партий выдвинулись 372 кандидата по партспискам и 132 по одномандатным округам. Есть, хотя и совсем немного, самовыдвиженцы – их двое. Лучшее из всех, что неудивительно, представлена на выборах «Единая Россия» – 89 человек по спискам и 24 по одномандатным округам. СРЗП на втором месте – 69 и 23, на третьем КПРФ – 57 и 21. ЛДПР удалось набрать партсписок из 45 кандидатов, а по одномандатным округам выставить 22. «Новые люди» довольно неожиданно определились с командой – 29 человек по спискам и 15 по округам, столько же кандидатов у «Коммунистов России» – 27 и 17. Партию «Родина» представят 27 человек по спискам и 10 по одномандатным округам, «Зелёные» решили собрать подписи лишь для партийного списка в составе 29 канди-

датов. Участие парламентских партий в выборах вполне естественно, но что побуждает политические силы «второго плана» выставлять кандидатов в Архангельской области? Здесь может иметь значение как расчёт укрепить позиции, добиться успеха, так и стремление помешать кому-то из соперников.

Первичное знакомство с персоналиями наводит на мысль о том, что семена межпартийной борьбы уже вброшены: так, по третьему округу КПРФ представляет Ростислав Васильев, а «Коммунистов России» – Васильев Максим. Однако здесь всё не так однозначно, ведь технология выдвиженцев-двойников давно уже стала в Поморье своего рода способом привлечь внимание к отдельным фигурам.

ПОБЕДИТЬ = ПОМЕШАТЬ

Как представляется, достаточно надёжным индикатором установки на успех на выборах политической партии является анализ перечня кандидатов с точки зрения места их проживания. Едва ли партия может рассчитывать на симпатии жителей Архангельской области, если таковых нет или совсем мало среди тех, кто выдвигается по спискам или по одномандатным округам. И здесь рекорды ставит «Родина»: в рядах её кандидатов на выборы в Архангельское областное Собрание насчитывается не менее 19 жителей других регионов России. В основном это представители Читы и Забайкальского края, хотя имеются и москвичи, жители Московской, Владимирской, Кемеровской, Ульяновской областей. В лидерах партсписка – Виталий Гришаев, он постоянно про-

живает в Сыктывкаре, является начальником отдела материального обеспечения – начальником квартирно-эксплуатационной службы Управления Росгвардии по Архангельской области, то есть работает в Архангельске. В этом смысле Гришаев мало чем отличается от единороссов Александра Цыбульского или Максима Арбузова, также имеющих постоянную прописку в Москве.

Но когда больше половины кандидатов иногородние – вопросы не могут не возникнуть. А ещё «Родина» выставила кандидатом по округу № 1 заместителя гендиректора по взаимодействию с властью АО «Ненецкая нефтяная компания» Андрея Ружникова, что – по крайней мере, теоретически – может сказаться на результате «Единой России», которую представляет здесь заместитель командира лётного отряда АО «Нарьян-Марский объединённый авиаотряд» Александр Король.

На втором месте по числу «иноземцев» – «Новые люди», хотя их всего шесть. Представлены Новгород, Петербург, Рязань, Ярославская и даже Амурская области. Впрочем, порой их присутствие вполне объяснимо местными корнями. Во главе списка депутат Госдумы Григорий Шилкин и гендиректор ООО «Арктикстройсервис» Андрей Каракин.

В рядах «жириновцев» удалось определить всего четырёх таких кандидатов: из Санкт-Петербурга, Ленинградской, Московской областей и одного бывшего северянина, осевшего в Калмыкии. Не считая лидера списка москвича Леонида Слуцкого. Список ЛДПР возглавили нынешние лидеры региональной парторганизации, депутаты облсобрания: заместитель председателя комитета по ЛПК, природопользованию и экологии Александр Федорков и руководитель фракции Георгий Губанов.

Ещё меньше – всего два петербуржца – в СРЗП, включая депутата Госдумы, а в прошлом киноак-

трису Елену Драпеко. Руководитель регионального отделения, депутат облсобрания Олег Черненко также выдвигается в головной части списка и идёт как кандидат по одномандатному округу № 3. Примечательно, что в список СРЗП не вошла и экс-руководитель регионального отделения Ирина Чиркова: заняв должность заместителя главы администрации Архангельска, от партийных дел она, видимо, отошла.

Зато среди кандидатов от СРЗП можно встретить неожиданные имена. Участница недавних праймериз, сотрудник АНО по развитию цифровых проектов в сфере общественных связей и коммуникаций «Диалог Регионы» Ксения Бидная представлялась на предварительных выборах членом партии «Единая Россия», а теперь идёт от СРЗП по спискам в округе № 3. А в списках СРЗП по округу № 9 числится председатель правления известного по временам протеста по поводу Шиеса и Рикасихи «Союза садоводов города Северодвинска» Пётр Васильев.

Удивительно, но список «Коммунистов России», возможно, один из самых «помористых» по своему составу. Возглавляет его ректор Северного института предпринимательства, а в прошлом сотрудник прокуратуры Архангельской области Сергей Ореханов.

«Зелёные» тоже состоят из местных жителей, в лидерах партсписка – Илья Насекин, спортсмен-инструктор «Регионального центра спортивной подготовки «Водник».

Измерить количество «пришельцев» из списка КПРФ на момент написания материала не представлялось возможным, так как их данные ещё не успели ввести на сайт. Хотя известно, что в первую тройку списка вошли первый секретарь обкома КПРФ, вице-спикер Архангельской городской Думы Александр Гревцов, заместитель председателя облсобрания Надежда Виноградова и заместитель предсе-



дателя Собрания депутатов городского округа «Котлас», первый секретарь Котласского горкома КПРФ Наталья Ивашина.

ВЕЖЛИВЫЙ ОТКАЗ

Среди кандидатов от «Единой России» скольконибудь значительного количества скрытых варягов не найдено, представленные в облсобрание списки в целом соответствуют результатам праймериз.

А вот по части кандидатов в Архангельскую городскую Думу у «Единой России» имеются кое-какие изменения – в них не оказалось отдельных лидеров предварительных выборов. Так, в 1-м округе (Цигломень) вместо Вадима Дудникова значится воспитатель ГБОУ АО «Архангельская санаторная школа интернат № 2» Наталья Братина. По 9-му округу должна была пойти сотрудник ООО ПК «Титан», управляющая отелем «Двина» Наталья Боровикова, но вместо неё оказалась предприниматель Кристина Саблина, принимающая в выборах участие как кандидат-одномандатник в АОСД по округу № 6. По 5-му округу праймериз выиграла ди-

ректор школы № 35 Елена Сидорук, а на выборы идёт бывший директор центра «Патриот», ныне гендиректор ООО «Стройгарант» Антон Ямов.

По словам руководителя городского отделения партии Ивана Воронцова, здесь никаких подводных камней нет – такой была воля победителей. Возможно, кто-то просто, всё взвесив, не желал делать дальнейшую политическую карьеру, хотя и получил желаемый высокий результат на праймериз.

Что же, следует признать: эти выборы будут конкурентными, хотя, возможно, не все участники и настроены одержать победу. Так что автоматической гарантии качества агиткампании и, что особенно важно, качества финального отбора это, увы, не даёт. С другой стороны, если кто-то и полагает конкуренцию болезнью или патологией политического процесса, то в Архангельской области тоже всё идёт как надо. Не случайно выдающийся политический обозреватель «Известий» Александр Бовин любил говорить так: «патология в пределах нормы».

Герман КУЗНЕЧИХИН

Нововведения: В Поморье расширяют перечень труднодоступных местностей



Территории, где бизнес нуждается в поддержке

Более двух тысяч населённых пунктов планируется включить в обновлённый перечень труднодоступных территорий.

По инициативе депутатов регионального парламента Правительство Архангельской области расширяет перечень труднодоступных населённых пунктов, где бизнес может работать на льготных условиях. Подготовка документа продолжалась не один месяц. Ожидается, что в ближайшее время новый перечень будет наконец утверждён.

Анастасия НЕЗГОВОРОВА

журналист

БК

Напомним, что в декабре 2021 года областным законом были установлены пониженные налоговые ставки при применении упрощённой системы налогообложения для некоторых видов деятельности, в том числе для розничной торговли. Если объектом налогообложения являются доходы, ставка составляет 1%. Для бизнеса, применяющего УСН по базе «доходы минус расходы», ставка установлена в размере 5%. Льгота введена с 1 января 2022 года и действует до конца 2024 года. Основным условием её предоставления является работа на территории населённых пунктов, включённых в перечень труднодоступных. Важный момент: чтобы воспользоваться льготными ставками, предприниматели должны получать 50% выручки от реализации товаров именно на этих территориях.

А КАК БЫТЬ С ОСТРОВАМИ?

Этой весной депутаты приняли законопроект, который расширяет перечень труднодоступных местностей на 383 населённых пункта. По словам заместителя председателя Правительства Архангельской области **Виктора ИКОННИКОВА**, ранее к этой категории были отнесены 413 географических точек. В перечень включили муниципалитеты в Верхнетоемском, Вилегодском, Виноградовском, Каргопольском, Плесецком, Лешуконском, Мезенском, Котласском округах и Онежском районе.

Это малонаселённые пункты, с абсолютным большинством из которых отсутствует круглогодичное транспортное сообщение. Предприниматели, работающие на таких террито-



Фото: aasb.ru

риях, несут больше издержек, что сказывается на стоимости товаров повседневного спроса. Поэтому главная цель нововведений – снизить для них налоговое бремя.

Однако правом применения пониженных налоговых ставок по упрощённой системе налогообложения дополнительно смог воспользоваться всего 41 предприниматель. Кроме того, эта редакция областного закона не предусматривала включение в список многих других не менее труднодоступных территорий, среди которых, к примеру, архангельские острова Бревенник, Хабарка, Кегостров.

«В законе были положения, которые не позволяли включить в перечень ряд

труднодоступных территорий. Хотя транспортное сообщение между ними и ближайшими административными центрами осуществляется с помощью паромных, понтонных и ледовых переправ», – уточнил **председатель комитета по вопросам бюджета, финансовой и налоговой политике Сергей МОИСЕЕВ**.

БОЛЬШЕ «АРКТИЧЕСКИХ» ТЕРРИТОРИЙ

Работа над расширением перечня труднодоступных территорий продолжалась. Этот вопрос неоднократно обсуждался на заседаниях комитета по вопросам бюджета, финансовой

и налоговой политике. Депутаты представили в правительство региона список населённых пунктов, которые необходимо включить в перечень. Особое внимание было уделено муниципалитетам, относящимся к Арктической зоне.

«Льготный режим не распространяется на некоторые «арктические» территории, с которыми нет постоянного наземного транспортного сообщения, из-за критерия численности населения – не более 200 человек, прописанного в другом областном законе, – подчеркнул **заместитель председателя комитета по вопросам бюджета, финансовой и налоговой политике Андрей МАЛЫШЕВ**. – Это

«вычёркивает» из перечня населённые пункты, где бизнес действительно нуждается в поддержке. Например, Койнас, Койду, Майду, Ценогору, Долгощелье и другие. Поступают закономерные вопросы от предпринимателей: почему льготы получают бизнесмены в населённых пунктах, где есть бесплатные, субсидированные из областного бюджета переправы, а в населённых пунктах, до которых просто нет дорог, льгот нет».

Как пояснили представители правительства области, просто отменить критерий численности населения нецелесообразно, поскольку это чрезмерно расширит количество потенциальных льготников, что негативно скажется на собираемости налогов по всему региону. Депутаты предложили точно проработать перечень, включив туда ряд труднодоступных территорий. Он будет утверждён постановлением Правительства Архангельской области.

В список, в частности, войдут территории, которые были исключены из дей-

домского округов, Приморского, Красноборского округов (районов).

СЛОЖНОСТИ АКТУАЛИЗАЦИИ

Как сообщил на заседании комитета Виктор Иконников, в проект перечня вошло уже 2005 населённых пунктов. Подготовка документа затянулась по ряду объективных причин. Сложности с актуализацией перечня связаны и с проводимой в регионе муниципальной реформой. Как было упомянуто выше, на смену районам пришли округа, поменялось административное устройство.

«Длительное время заняла выверка населённых пунктов. К сожалению, не все данные оказались актуальными. К тому же в списки попадали деревни и сёла с одинаковыми названиями, где-то они дублировались, но были и просто одноимённые населённые пункты. Каждую позицию приходилось отрабатывать буквально в ручном режиме», – пояснил Виктор Михайлович.



Фото: aasb.ru

ствующего перечня в связи с преобразованием районов в округа. Также его пополняют населённые пункты, где проживают не более 200 человек и есть трудности с транспортным сообщением. В него включают и островные территории Архангельска, отдельные территории Северодвинска, Верхнетоемского, Устьянского, Нян-

Главная задача на сегодня – актуализировать список труднодоступных территорий, исключив все несоответствия. Вместе с правительством над подготовкой документа работает депутатский корпус.

«Мы с Андреем Васильевичем Малышевым провели ряд встреч и консультаций с профильными министер-

ствами и также пришли к выводу, что нужно получить дополнительную информацию от муниципалитетов. Работа продолжается», – уточнил **депутат Сергей ЭММАНУИЛОВ**.

КОМПЕНСАЦИЯ С РАСШИРЕНИЕМ

Также в Архангельской области предоставляют субсидии на возмещение расходов по доставке товаров в труднодоступные населённые пункты.

«В министерство поступали обращения по расширению перечня получателей такой компенсации. Сегодня мы планируем дополнительно включить в него 11 населённых пунктов в Пинежском районе, столько же в Приморском, восемь в Мезенском округе и четыре в Лешуконском, – рассказал **депутат Александр ШЕВЕЛЁВ, заместитель министра агропромышленного комплекса и торговли Архангельской области**. – Да, понимаем, что это повлечёт дополнительные траты как со стороны областного, так и со стороны муниципальных бюджетов. Региональная часть составит более 2,1 млн рублей, ещё 3,5 млн нужно будет найти муниципальным образованиям. Работу ведём. Соответствующие документы в установленном порядке в августе внесём для дальнейшего рассмотрения на сессии областного Собрания».

Расширение перечня труднодоступных территорий – инициатива важная и нужная. Это позволит сделать ведение бизнеса на отдалённых территориях более экономически целесообразным, что в конечном счёте позитивно скажется на качестве жизни людей.

«Мы долго выверяли это решение. Надеюсь, что в ближайшее время коллеги доработают расширенный перечень и утвердят его. Это позволит снизить налоговую нагрузку на предпринимателей на действующих труднодоступных территориях», – подытожил Сергей Моисеев.

В атмосфере лета: Tele2 открыл онлайн-парк в Архангельске

Пространство для кино и новых знаний



Площадь перед Архангельским театром драмы им. М. В. Ломоносова украсил онлайн-парк Tele2. Это новое летнее пространство, где можно посмотреть кино и спектакли театра на большом экране, послушать образовательные лекции об искусстве. На сайте оператора есть полное расписание активностей, которое включает и занятия спортом, танцами под открытым небом.

Открытие парка, а работает он с 7 июля, стало логичным продолжением фестивального лета в Архангельске. Стоит отметить, что все активности на площадке оператора Tele2 – бесплатные и рассчитаны на разные возрастные группы: в расписании есть фильмы для всей семьи, мультики для детей, научно-популярные лекции для взрослых, а также занятия йогой, силовые тренировки, танцы... Кроме этого, на площадке парка пройдёт тэг-батл, где сразятся известные граффитисты города. Для любителей уличного искусства будут организованы мастер-классы по стикер-арту.

На территории есть быстрый Wi-Fi на базе мобильного интернета Tele2, поэтому горожане могут использовать парк и как комфортное пространство для работы на свежем воздухе.

Ещё одной фишкой площадки стал запуск аудиотуров «Архангельск

на связи»: с помощью телеграм-бота можно прослушать серию коротких роликов, прогуливаясь в центре города. Прогулка начинается в Петровском парке. Пройти увлекательным маршрутом и погрузиться в историю связи Поморья может каждый. Участники экскурсии узнают много фактов про телеграф и телефон, а также про первого сотового оператора Архангельской области – кстати, именно на его базе сейчас работает Tele2. Понадобятся только заряженный телефон, наушники, мессенджер Telegram и бот (@Tele2_Arh_bot). Программа пришлёт точки на карте, к каждой из которых подгружены аудиотрек и фото. Гид бесплатный. В его создании участвовали актёры театра драмы.

Онлайн-парк будет работать бесплатно в течение всего лета.

Расписание событий можно посмотреть на сайте: park.tele2.ru/arhangelsk.



ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Александр КУЛЬБА,
директор архангельского филиала Tele2:

– Онлайн-парк Tele2 – это настоящий кинотеатр под открытым небом, с большим экраном и качественным звуком. До 31 августа здесь будут проходить различные мероприятия для горожан. С помощью платформы Wink показываем кинофильмы. Также в парке можно послушать образовательные онлайн-лекции от проекта «Правое полушарие Интроверта» и посмотреть записи спектаклей Архангельского театра драмы. Трансляции организованы с помощью надёжного мобильного интернета Tele2.

Программа очень насыщенная, каждый найдёт занятие на свой вкус, поэтому приходите с друзьями и близкими. Отдельного внимания заслуживает онлайн-экскурсия, во время которой можно узнать много интересного об истории развития связи в Архангельской области.

Бизнес-блокнот

■ Когда сотрудники работают по гражданско-правовому договору

Налоговая инспекция решила, что компания неправомерно включила в расходы выплаты своим штатным сотрудникам по гражданско-правовым договорам за выполнение работ, которые не составляли их основную трудовую деятельность. И доначислила компании УСН в сумме 8,5 млн, пени в 1,5 млн и штраф на 565 тысяч рублей.



К участию в судебных разбирательствах в качестве третьих лиц были привлечены индивидуальные предприниматели, с которыми у компании были заключены договоры гражданско-правового характера, они же являлись штатными сотрудниками компании. Решением судов первой и второй инстанции требования компании были удовлетворены – решение ИФНС признано недействительным.

Николай НЕКРАСОВ, управляющий ООО «БЭНЦ» (Бухгалтерский Экспертный Налоговый Центр), на примере из арбитражной практики (см. дело А50-14762/2022) анализирует эти решения арбитражных судов, в которых поддержана правомерность позиции налогоплательщика. По договорам ГПХ вполне можно силами штатных сотрудников проводить работы, которые не входят в их должностные обязанности, – так было и так будет всегда.

Подробности на сайте bclass.ru, раздел «Финансы/Совет аудитора». Для быстрого перехода к полному тексту материала просто отсканируйте QR-код.



Городское хозяйство

■ В Архангельске началось обследование ливнёвки

Из городского бюджета выделены средства на обследование сетей дренажно-ливневой канализации. К выполнению этой работы приступило муниципальное предприятие «Городское благоустройство».

Напомним, что в этом году у Архангельска наконец-то появилась финансовая возможность заняться дренажно-ливневой канализацией: провести её обследование для того, чтобы определить «масштабы бедствия». Это позволит в дальнейшем уже с конкретными цифрами и технологическими деталями войти в федеральные программы, получить финансирование и решить этот больной вопрос. С качеством «ливнёвки» связаны и сохранность только что отремонтированных дорог, и проблема стоков – ежегодных дождей «морей».

«Обследование ливневой канализации рассчитано на два года. В МУПе мы сформировали производственно-технический отдел, куда вошли специалисты с большим опытом. В 2025 году начнётся реализация программы по очистке Северной Двины, и к этому времени мы должны решить проблему с пересечением хозфекальных и ливневых стоков», – пояснил директор МУП «Городское благоустройство» **Александр КУЗНЕЦОВ**.

Понятно, что хозфекальные стоки не должны попадать в ливневую канализацию, однако исторически сложилось так, что в некоторых кварталах сделаны «врезки» в систему ДЛК. В ходе работы по исследованию системы принимаются те ли иные решения: часть выпусков будет тампонироваться, часть – передаваться «РВК-Архангельск» с перенаправлением стоков на ЦОСК для дальнейшей очистки.

Также в Архангельске до сих пор эксплуатируются сети ДЛК в деревянных лотках. Их состояние тоже обследуется, составляется перечень участков, которые требуют первоочередной реконструкции.

При утверждении федеральной программы по строительству и ремонту систем ЖКХ Архангельск будет подавать заявку на участие в ней.



Фото: Алексей Литвицкий

Мнение практика

Особенности работы бизнеса на зрелых рынках

Бизнес сегодня ищет точки роста продаж произведённого или закупленного товара, услуг. Размышляет о том, как повысить прибыль, что необходимо сделать, чтобы получить ясную картину происходящего. Бизнес функционирует на определённых рынках, которые характеризуются размером или ёмкостью, темпом развития, доходностью, зрелостью и привлекательностью.

Наталья МЧЕДЛИДЗЕ

директор по маркетингу
ООО «Норд-Коммерц»,
бизнес-консультант



Перечисленные факторы формируют тренды, которые следует учитывать, оценивая сложившуюся ситуацию и принимая определённые стратегические решения. Поэтому на первое место выходит необходимость сбора и анализа рыночной информации.

Цель такой аналитики – получение ответов на вопросы. Первый: ёмкость рынка большая или маленькая? Чем она меньше, тем сложнее получать необходимый бизнесу доход. Эту информацию легко просчитать, используя демографию территории, статистические отчёты. Если размер целевой аудитории товара или услуг высок, то есть возможность увеличить продажи, создав эффективно работающую систему продаж и подкрепив её программами продвижения. Если ёмкость рынка мала, следует рассмотреть иные территории продаж, где условия работы лучше.

Второй вопрос: темп роста развития рынка высокий или низкий? Если он меньше единицы – это сигнал о низкой привлекательности. Характерна такая ситуация для зрелых рынков. Предложение превышает спрос. На рынке много товаров и услуг, которые слабо отличаются друг от друга. Поэтому бизнесу нужно прилагать значительные усилия, чтобы продать произведённое или закупленное. Высока активность конкурентов и преобладает ценовая борьба за потребителя, в которой побеждает тот, у кого больше ресурсов. И это не региональный бизнес. Потенциал роста продаж при таких условиях невысок.

КОМАНДА ИЛИ «ТОЛЬКО ПО ПУГОВИЦАМ»?

На доходность (рентабельность) бизнеса оказывают влияние количество и качество продаж, затраты, которые несёт компания, и поведение конкурентов.

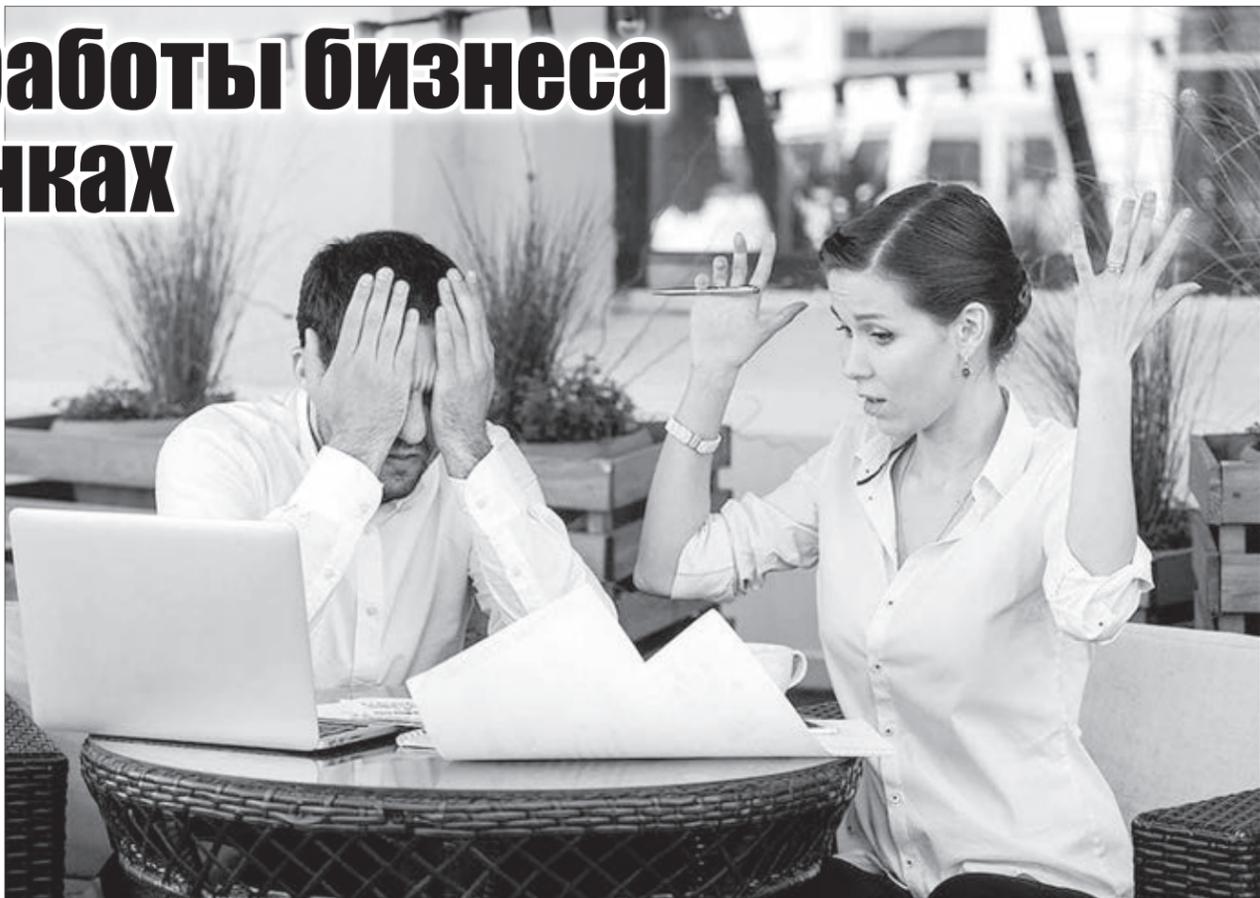
Следовательно, нужно обратить внимание на систему продаж, которая, как

показывает практика, слабо развита в региональных бизнесах. Нередко в компании она напоминает не работу единой команды, а ателье из юморески Райкина: «Я по пуговицам. У вас к пуговицам претензии есть?»

Что такое система продаж и какой она должна быть? Это сформированный бизнес-процесс, который включает в себя определённые цели продаж, аналитику, планирование, организацию и контроль. Под жёсткий контроль в этих условиях берутся затраты компании. Прорабатываются бюджеты и оцениваются результаты их использования. Разрабатываются мероприятия по сокращению затрат. Пересматриваются мотивирующие программы персонала. Акцент делается на результативность работы.

Кроме того, оценке подлечит каждая компания-конкурент. Целью является оценка возможности отстроиться от конкурентов. Это может быть отстройкой по товарному предложению, ценовой политике, программе лояльности и так далее. Например, общение с клиентами конкурента показало, что они не удовлетворены определёнными условиями его работы. Значит, у вашей компании есть возможность переманить клиента, выполнив работу, которой он был недоволен, лучше.

Привлекательность рынка определяется количеством и качеством потребления товаров и услуг. На что здесь следует обратить внимание? Прежде всего: кому продавать? Это клиенты из категорий B2C (конечные потребители товара, услуги) или B2B (посредники)? Маркетологи выдают отделу продаж «портрет потребителя» и результаты сегментирования клиентов. Проводят оценку поведения клиентов при выборе товаров или услуг. Обеспечивая обратную связь и проводя оценку индекса потребительской лояльности (NPS), помогают отделу продаж понять запросы целевых аудиторий бизнеса, внести коррективы



в предлагаемый ассортимент, ценовую политику компании, повысить качество сервиса. Менеджеры отдела продаж оценивают объёмы, частоту, средний чек покупок клиентов, выделяя активные и пассивные периоды продаж. Такой командной работой и формируются конкурентные преимущества компании.

МЫ ВЫБИРАЕМ

Другой важный ориентир – уровень доходов целевой аудитории. Чем он ниже, тем хуже будут продажи и наоборот.

Что мы сегодня имеем? По данным исследования, проведённого по заказу РИА «Новости», по итогам 2022 года Архангельская область заняла 35-е место в рейтинге регионов по доходам населения: среднедушевой месячный доход позволяет иметь 1,59 фиксированного набора товаров и услуг – это почти в два раза меньше, чем в соседнем Ненецком автономном округе. При этом за «чертой бедности» проживает 10,9% населения региона. Как следствие: частота и объём покупок будут и далее сокращаться.

Ценовая политика компании должна быть гибкой. Если принято решение сфокусироваться на низкой цене, то следует оптимизировать товарный портфель, выделяя лидеров продаж. Искать новых поставщиков товаров или сырья, которые, как правило, выйдут на рынки с лучшими ценовыми предложениями. Учиться новым технологиям продаж и закупок. Сокращать затраты. Ярким примером этой стратегии являются магазины формата жёсткого и простого дискаунтера, которые имели высокую популярность 10 лет назад.

Как часто потребитель покупает ваш товар или услугу? Чем чаще, тем выше

потенциал продаж. Если товары или услуги имеют выраженный сезонность, продажи будут скачкообразны, и получить стабильный доход в этом случае непросто. Товаров бывает много, и продать всё сразу не представляется возможным. Да и клиентам весь перечень порой не нужен. Поэтому необходимо создать товарный классификатор, который делит весь ассортимент на группы, категории, подкатегории и позиции.

Оценить результативность товарного портфеля компании можно, используя разные инструменты. ABC-анализ позволит оценить результативность продаж. VCG – анализ, который покажет, сбалансирован ли товарный портфель компании. XYZ – анализ, показывающий возможность прогнозирования продаж. Цель применения этих инструментов – понять, какие товары или услуги должны быть в приоритете для разных сегментов клиентов. Показатели оценки: объём выручки, прибыль, тренды потребления, рентабельность, наценка и маржа. Маркетологи подключаются с разработанными программами продаж, учитывая жизненный цикл товара, особенности клиента, с целью привлечения внимания потенциальных потребителей.

ГДЕ ПОКУПАЮТ?

Как правило, компания должна быть там, где есть её клиенты, если мы ищем точки роста продаж. Потребителей можно разделить на четыре сегмента по тому, как они выбирают места покупки: ориентированные на цену; на удобство совершения покупки; на выстроенные отношения с персоналом компании; на ценность предложения. Исходя из этого они выбирают разные каналы продаж. Следовательно, необходимо сделать анализ резуль-

тативности всех используемых компанией каналов. Выбрать самые результативные, оценив все составляющие, и отказаться от нерезультативных.

Для оценки рекомендую воспользоваться такими показателями, как: выручка, прибыль, воронка продаж и конверсия, количество и качество клиентов, бюджеты на продвижение, затраты на функционирование канала. В каждом выбранном компанией канале должна быть разработана своя система продаж и программа лояльности. Это позволит эффективно управлять клиентами в сфере B2B и рационально использовать маркетинговый бюджет.

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ – В ДЕТАЛЯХ

Как привлекать клиентов и продвигать товары? Маркетологи составляют контент-план на основании поставленных целей и задач, в котором находят отражение инструменты, мероприятия и запрашиваемый бюджет, необходимый для их достижения. Чем разнообразнее контент, тем больше шансов добиться роста продаж, привлекая внимание клиентов. В мероприятиях предусматриваем возможность развития клиентов и повышения доверия к компании.

Итогом, следующим из собранной информации, будет понимание трендов рынка. Именно они и определяют стратегические решения бизнеса.

Например, исследование, проведённое Сбербанком для рынка туризма, результаты которого были опубликованы в середине 2022 года, показало, что на интерес россиян к отдыху в том или ином регионе влияет развитость инфраструктуры, территориальная доступность, а также туристический бренд – визитные карточки регио-

на, местные достопримечательности – и широкая линейка туристических продуктов – различных вариантов для отдыха: экстремального, культурно-познавательного и так далее.

При этом исследование, проведённое агентством NielsenIQ, показали, что индекс потребительского оптимизма снизился. Люди избегают лишних трат на одежду, экономия на развлечениях вне дома, сократили число посещений заведений общественного питания. Пользуясь приведённой информацией, туристическая компания региона может уделить особое внимание разработке широкой линейки турпродуктов невысокого ценового сегмента. Продавая туры с высоким уровнем цены, она получит большое число отказов. Слабой стороной предложения будет развитость инфраструктуры, на которую туристическая компания оказывать влияние не сможет.

Важным аспектом в этой работе является то, что компания использует командную работу, не забывая, что сегодня клиенту нужен профессионализм в деталях. Поэтому вот он, ответ на вопрос, какие технологии продаж применять. Прежде всего обеспечиваем отдел продаж такими инструментами, как воронка продаж, скрипты, если навыки продаж слабые, инструкции, стандарты, ассортиментные матрицы и пр. Изучаем и формируем навыки применения консультационных продаж у менеджеров. Особое внимание уделяем построению связей с клиентами. Разрабатываем новый KPI.

И главное – не стоим на месте, двигаемся, опираясь на полученную информацию, которая позволяет применять различные стратегии и справляться с кризисными ситуациями.

Образование

Комплексный подход в обучении – залог успеха

В Северном (Арктическом) федеральном университете сейчас работает приёмная комиссия. Старший преподаватель кафедры инжиниринга транспортно-технологических средств и оборудования Высшей инженерной школы Алексей ПРОХОРОВ рассказал «БК» о профиле подготовки «Инжиниринг технологии и оборудования механообрабатывающих производств». Эта специальность является очень востребованной среди работодателей, причём не только в Архангельской области, но и в других регионах России, включая Москву и Санкт-Петербург.

Мария ДЕНИСОВА 
журналист

На направлении «Технологические машины и оборудование» готовят специалистов в области технологии машиностроения, в том числе технологии любых механообрабатывающих производств. Также большое внимание в процессе обучения уделяется основам конструирования и структурам металлов, то есть материаловедению.

В лабораториях есть возможность изучить технологию механообработки, лазерную сварку, химический анализ металлов. Так, в лаборатории микроструктур студенты под микроскопом исследуют структуры материала.

Три предмета посвящены станкам ЧПУ, то есть автоматизированному механообработывающему производству. Их ведёт Алексей Прохоров.

«Особенность станков ЧПУ в том, что они имеют международный код, и, научившись работать на одном станке, студенты легко смогут освоить любой другой. Ручные станки начинают отходить на второй план – оборудование сейчас часто автоматизировано, физический труд уже не задействуется так, как раньше. Нужно написать программу, нажать кнопку – и готово, деталь выточена. А задача опе-

она либо больше не производится, либо не поставляется, либо потеряна её конструкторская документация. В таком случае необходимо проанализировать эту деталь, снять размеры, оценить технологичность, химический состав материалов, подобрать аналог, спроектировать чертежи и технологию, а затем изготовить деталь. Реверс-инжиниринг – популярное направление, но и достаточно сложное. В рамках профиля «Инжиниринг технологии и оборудования механообрабатывающих производств» реверс-инжиниринг изучают и в теории, и на практике.

СТУДЕНЧЕСКОЕ КОНСТРУКТОРСКОЕ БЮРО

В этом году на базе Технопарка САФУ было сформировано студенческое конструкторское бюро, которое курируют Алексей Прохоров и директор технопарка Евгений ПАНКРАТОВ. Бюро возникло как кружок по конструированию, но потом появился запрос со стороны промышленных предприятий, и кружок превратился в студенческое конструкторское бюро. В свободное время поработать с программами и чертежами на компьютерах туда могут прийти все желающие, независимо от направления подготовки – главное быть студентом САФУ и иметь стремление учиться. Однако больше всего студентов там, конечно, с профиля «Инжиниринг технологии и оборудования механообрабатывающих производств», потому что эти ребята особенно эффективно работают в реверс-инжиниринге.

«Занятия в бюро проходят бесплатно. Мы задействуем наших студентов в проектах, а они получают хорошее портфолио и огромный опыт. Ребятам выпадает возможность выполнять реальные заказы предприятий. Да, под руководством

более опытных преподавателей, но студентам всегда очень приятно смотреть, когда по их чертежам и проектам изготавливаются новые детали», – отметил Алексей Прохоров.

Студентов кафедры инжиниринга транспортно-технологических средств и оборудования всегда поощряют в желании участвовать в научно-исследовательской работе, написании научных статей, проведении различных исследований. Ребята также могут проявить себя в конкурсах, группами подавать заявки на гранты. От конструкторского бюро они в будущем тоже смогут участвовать в конкурсах по разработке проектной документации.

ПРАКТИКА И ТРУДОУСТРОЙСТВО

«Станки у многих ассоциируются с заводами, но из наших выпускников, если посмотреть статистику, на заводах работает только около 25%. Мы учим больше на технологов – это специалист, который создаёт технологию, и уже потом рабочие по этой технологии делают детали. Но не зная, как действуют станки, невозможно разработать технологию. При этом мы не специализируемся на каком-то одном станке: изучаем станки в общем, чтобы дать базу для разработки технологии», – объяснил Алексей Прохоров.

Акцент в процессе обучения делается именно на технологические навыки, знание материала и принципов его обработки, а это нужно не только на промышленных заводах и механообрабатывающих предприятиях, но и практически на всех предприятиях, связанных с ремонтом, производством, экспертной, конструкторской и проектной деятельностью.

Летом студенты проходят практику. На первом курсе это обычно ознакомительная практика. К примеру, в этом году ребят принимали в компании «Трактордеталь» и на Соломбальском машиностроительном заводе. Студенты получили возможность познакомиться с предприятиями, посмотреть производство, изучить процесс, а потом написали подробные отчёты. Во втором и третьем курсах – проектная практика и технологическая практика на предприятиях. Студентов приглашают и такие производственные гиганты, как Архангельский ЦБК, Севмаш, «Звёздочка».

«Если ребята показывают хорошие результаты, после практики их часто трудоустраивают. Сейчас мы делаем акцент на проектную деятельность: когда студент за-



КСТАТИ:

Основной этап приёма документов на обучение в САФУ стартовал 20 июня и продлится до 25 июля. Выделено 4105 бюджетных мест для приёма новых студентов. Причём более 2500 из них – для будущих бакалавров и специалистов. Практически половина бюджетных мест приходится на инженерное дело, IT и естественнонаучные специальности.

Стоит отметить, что студенты арктического вуза имеют высокую востребованность на рынке труда не только в родном регионе, но и за его пределами. Выпускниками активно интересуются представители строительного и лесного бизнеса, судостроительной и рыболовной отраслей, IT-компаний и целлюлозно-бумажных предприятий. Как показывает практика, большинство выпускников на выходе имеют несколько предложений от работодателей и могут выбирать наиболее подходящую для себя вакансию.

Телефон приёмной комиссии 8(800) 222-06-11.

нимается проектами, у него очень сильно развивается креативное мышление, увеличивается навык командной работы. А человек с креативным мышлением и навыком командной работы любому работодателю как воздух необходим», – убеждён Алексей Прохоров.

Выпускники специальности «Инжиниринг технологии и оборудования механообрабатывающих производств», которая сейчас является очень востребованной среди работодателей, могут работать практически на любых механообрабатывающих производствах не только в Архангельской области, но и в Москве, Санкт-Петербурге и городах по всей России.

АДАПТАЦИЯ К СТУДЕНЧЕСКОЙ ЖИЗНИ

Это аспект также немаловажен, в том числе для родителей будущих студентов.

Алексей Прохоров является куратором первых и вторых курсов. Его задача – смягчить переход ребят из школы в вуз, помочь студентам адаптироваться и легко пройти этот сложный период. Куратор вводит студентов в курс дела, всё объясняет, подсказывает, как правильно распределить время, потому что сама специфика учёбы в высшем учебном заведении отличается от школьной. Объяснить, как грамотно подходить к учёбе, – тоже задача куратора.

«Куратор по возможности, если нужно, заказывает у психолога тренинги по тайм-менеджменту. Наша задача – максимально адаптировать студентов к новым условиям. Поэтому мы организовываем экскурсии, ездим на предприятия, проводим тренинги. И, конечно, стараемся максимально интегрировать студентов в жизнь вуза», – добавил Алексей Прохоров.



Фото предоставлено пресс-службой САФУ

Личный опыт

Бренд, подсказанный малышами

Эта история началась тогда, когда Анастасия с лёгкой руки бабушки по папиной линии получила в своё пользование бабушкины запасы ткани, иголок и пуговиц, а главное – швейную машинку. Эту бабушку – швею-самоучку и бригадира швейной бригады ателье – Анастасия почти не знала: её не стало, когда девочке было два года. Получив такое наследство, она начала шить – для кукол. Уже позже увлечение переросло в полноценный бизнес: бренд «Мама Медведица» сохраняет свою устойчивость и сегодня.

Елизавета ЛОЧЕХИНА **БК**
журналист

«МАМА ПРЯТАЛА ОТ МЕНЯ ИГОЛКИ...»

Анастасия КЛИМОВА рассказывает, что сначала мама даже прятала бабушкину машинку: «Боялась, что я её испорчу, хотела, чтобы она досталась мне, когда вырасту. Прятали от меня и иголки». Именно тогда 10-летняя Настя придумала шить шнурочками: изготавливала из ткани что-то напоминало жгутиков и ими сшивала части одежды. Мама называла дочку «бархольщицей», а та неустанно шла обновки для своей куклы Барби. Первую «взрослую» вещь Настя сшила в 14 лет на уроках труда, решив порадовать кофточкой маму будущего племянника. «Это была настоящая кофточка с капюшоном, красивыми обработанными швами, петлями и пуговицами», – вспоминает Анастасия.

Дальше были и юбки, и платья, но девушка не собиралась связывать свою жизнь с шитьём, хотя в 11-м классе хотела поступать на факультет технологии и предпринимательства Поморского госуниверситета. Тогда считалось, что на ФТИП поступают те, кто не осилил «серьёзные» специальности, и мама категорически запретила Анастасии даже думать об этом. Но какие платья шили студентки этого факультета!.. Анастасия же выбрала строительный институт САФУ.

Когда заканчивала вуз и уже работала инженером, будущий муж подарил ей новую швейную машинку. Анастасия сшила себе платье на выпускной – говорит, что наобум. Хотелось красиво обработать срезы,

но нужных знаний не было. Не помогли и видеоуроки: в 2015 году информации в интернете появлялось много, но слишком примитивной, учили шить в основном из трикотажа.

«Мне же хотелось понять, как вещь должна выглядеть фабрично, как она шьётся от начала и до конца, какой способ обработки пройм и петель должен быть использован. Мне нужны были правила, границы, чёткое решение», – продолжает собеседница «БК».

Инженерный склад ума не давал покоя: Анастасия разыскала швею с 60-летним стажем и училась у неё в течение месяца. Всё это время шили взахлёб.

Заказы стали поступать тогда же, в 2015 году. Их было много, и в какой-то момент пришлось признать, что физически не справиться со всем объёмом. Перегорела. Просто перестала шить.

ВОЗВРАЩЕНИЕ К МЕЧТЕ

Новый виток случился в 2017-м, когда Анастасия узнала о своей беременности и начала готовить первый гардероб для малыша: «Сшила много малюсеньких боди, слипов, ползунков, все вещи на выписку... И поняла, что мне очень нравится шить детскую одежду». «Хитрый» умысел сыграл не последнюю роль: Анастасия предполагала, что не сможет всю жизнь работать в офисе, начнёт своё дело. К слову, в тот момент она нашла свою первую помощницу-швею, с которой сотрудничает до сих пор. В 2019-м они вместе на пробу сшили 12 пижам, которые стали продаваться.

Название бренда Анастасии Климовой «Мама Медведица» родилось

не сразу – какое-то время пижамы шли под наименованием Sweet Kids. Но Анастасии хотелось чего-то родного, северного. Пазл сложился во время участия в федеральном конкурсе «Ты – предприниматель».

Пижамы, кстати, тоже появились не случайно. Когда старшему ребёнку Анастасии исполнился год, у него, по словам мамы, «были дикие проблемы со сном – просто невозможно уложить!» В тот момент в семье появились особые ритуалы. Анастасия решила, что пижамы и сказки – как бы одно целое. И на конкурсной защите именно эта идея была презентована. Тогда нашей собеседнице казалось фантастикой то, что она придумала: швея, производство, принты собственной разработки... Но за два месяца нашлось буквально всё необходимое, чтобы это реализовать. Вот только названия не было.

МАМА И ВОДОХВОНЕНИЕ

«Для меня пижама – это часть ритуала сна, когда мама читает сказку ребёнку, – делится своими мыслями Анастасия. – Это их единение. Ты с ребёнком. Без телефона, без различных дел по дому. Это ваш момент. Обнимаешь малыша, и он ложится спать счастливым...»

Роману уже четыре года, Ксении – два. И на деле Анастасия, как активная мама, проводит не так много времени со своими детьми. И это ей тоже хотелось отразить в названии бренда. Образ медведицы привлёк внимание: медведица сильная, она вроде бы сама по себе, но в то же время никогда не даст своего ребёнка в обиду. Так в январе



Фото из личного архива Анастасии Климовой

2020 года появилась первая коллекция детских пижам с северными принтами под наименованием «Мама Медведица».

«Это мой мир, моя философия, – поясняет Анастасия. – Это мир мамы, которая работает, самореализуется, что-то может не успевать, но в то же время заботится о своих детях. И одежду мы создаём по этим принципам».

Сейчас в арсенале бренда «Мама Медведица» – детская одежда, которая продумана мамой и придумана для мам. Пижамы – с удлиненными спинкой и манжетами, футболки – можно надеть и не гладить. Есть шапки и шлемы, прикрывающие и защищающие уши.

«Мы шьём одежду для сна, прогулок и детского сада – это три основные категории, отражающие ситуации, когда ребёнок особенно уязвим и нуждается в защите, – объясняет Анастасия. – Наша одежда защищает ребёнка во время сна, чтобы мама лишней раз не проснулась; во время прогулки, чтобы мама не беспокоилась; и, естественно, когда он находится в садике».

Жить исключительно желаниями и интересами семьи и детей – не её путь. Иногда достаточно знать, что они в безопасности и в порядке. «Каждая мама устаёт от де-

к жизни родителей, а не наоборот: «Дети учатся всему через наше с мужем восприятие окружающего мира, мы очень часто ездим в походы, на природу – и зимой, и летом. Роман и Ксения растут продвинутыми и смыслёнными».

Анастасия Климова не только активно продвигает свой бренд на рынке, но и занимается наставничеством: помогает девушкам превращать хобби в бизнес и учит не усложнять этот процесс. В планах – увеличить поставки на маркет-плейсы и подготовить коллекции для местных магазинов.

«Я знаю, для чего работаю, – говорит Анастасия Климова. – Меня вдохновляет, что могу быть свободной и поехать куда захочу, оплатить детям частный садик, частную клинику. Вдохновляет свобода мысли, свобода действий, свобода использования всех ресурсов, вдохновляет, что могу позволить себе что-то большее. То есть обычные житейские вещи вдохновляют меня больше, нежели дорогие».



Фото из личного архива Анастасии Климовой

БИЗНЕС-КЛАСС
Архангельск

Газета зарегистрирована 22 декабря 1999 года. Свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 29-00302 от 07.10.2011 выдано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Архангельской области и Ненецкому автономному округу.

Учредитель и издатель – ООО «ИМИДЖ-ПРЕСС».
Шеф-редактор Алексей Липницкий.
Главный редактор Д. А. ЕМЕЛЬЯНОВА.
Директор по рекламе: Илья Леонюк.

Адрес редакции и издателя:
163001, г. Архангельск, пр. Сов. Космонавтов, 169 – 83.
Телефоны редакции и рекламной службы:
(8182) 20-44-02, 65-25-40, факс (8182) 20-44-02.
E-mail: bclass@mail.ru (редакция), 29rbk@mail.ru (отдел рекламы).

№ 26 (1130), 17 июля 2023 года
Подписано в печать 14.07.2023, по графику в 17:00, фактически в 17:00.
Отпечатано в ООО «Типография «Правда Севера» (163002, г. Архангельск, пр. Новгородский, 32).
Заказ 2509. Тираж 10 000.

Материалы номера и архив доступны на сайте: <https://bclass.ru> (аудитория с 1.01.2023 по 14.07.2023 – 228 000 уникальных посетителей).

Цена в розницу и по подписке свободная.
Подписка в редакции и во всех отделениях связи Архангельской области, подписной индекс – 83745.
Отдел доставки: +7 900 912-66-22. Ограничение по возрасту 16+.

Читальный зал



«Золотая» книжная полка Филиппа Шкаева

«Золотая полка» – виртуальная, а для кого-то, возможно, и реальная коллекция самых любимых, актуальных сегодня книг для души и работы. В традиционной рубрике «БК» – режиссёр, актёр Архангельского молодёжного театра Филипп ШКАЕВ:

– Стараюсь избегать формулировки «любимые книги» – литературные пристрастия меняются со временем и в зависимости от ситуации. Расскажу о книгах, к которым я часто возвращаюсь. Больше половины из них входят в мировой фонд литературы, но у нас известны не так широко. Американского писателя К. Маккарти в России знают по книгам «Дорога» и «Старикам тут не место», но я одним из величайших считаю его роман «Кровавый меридиан». Он основан на сравнительно недавних событиях, но производит впечатление чего-то древнего, мистического, в нём стёрта грань между мифом и реальностью.

Немного в противовес идёт германская эпическая поэма конца XII века «Песнь о Нибелунгах» – можно сказать, что это древний памятник литературы. Очень увлекательно и читается как блокбастер – настолько иную картину мира с точки зрения средневекового автора видит читатель.

Из современных писателей очень нравится француз М. Уэльбек. Мне интересно всё его творчество, из наиболее значимых отмечу романы «Возможность острова», «Карта и территория» и «Платформа».

Люблю произведения российского писателя К. Рябова, советую всем его роман «777». Это тоже своеобразный эпос – смешной, жутковатый, но интересный.

Как человек, увлекающийся комиксами, рекомендую серию из двенадцати выпусков All-Star Superman. Читал их в оригинале, а в русскоязычной версии она называется «Блистательный супермен». У американцев нет своей мифологии, поэтому они создали супергероев. Этот комикс прекрасно раскрывает суть самого героя, суть мифа и суть культурного феномена в целом.