

БИЗНЕС-КЛАСС



ISSN 2078-7693

ЭКСПРЕСС

www.BCLASS.ru

Архангельск



Новый «Петр&ский» – в центре Архангельска

В ТРЦ «Гранд Плаза» в Архангельске 29 ноября состоялось торжественное открытие нового супермаркета Торговой сети «Петр&ский». Акцент традиционно сделан на свежую, в том числе местную продукцию.

При этом в супермаркете представлен весь привычный ассортимент: мясо и рыба, овощи и фрукты, сыры и колбасы, хлеб и сладости, молочная продукция – словом, всё, что мы покупаем практически каждый день. За месяц до Нового года особое место отведено для подарков и сувениров, ёлочных украшений, козуль, напитков и продуктов к праздничному столу. При магазине также есть небольшая фирменная пекарня с любимой горожанам свежей выпечкой и возможностью отдохнуть, выпить чашечку горячего кофе или чая.

В день открытия для покупателей звучала живая музыка – на саксофоне играл Виктор Хабаров. Гостей угощали конфетами из корзинок, прошло несколько дегустаций.

Как рассказал «Бизнес-классу» основатель торговой сети Владимир Петровский, просьбы открыть большой магазин именно в этом, центральном районе Архангельска от горожан звучали давно. А здесь всё сплослось: нашлось подходящее место в «Гранд Плазе», получилось договориться с арендодателем на оптимальных условиях. Уже очевидно, что

ТС «Петр&ский» станет одним из якорных арендаторов ТРЦ.

«У нас налажена очень хорошая обратная связь с покупателями. Мы прислушались к советам о том, что в этом районе города нашего магазина пока нет, хотя торговых точек много, и окраины не исключение. К слову, я сам живу в пяти минутах ходьбы от «Гранд Плазы», а ближайшим нашим магазином был «Гиппо». Теперь появился супермаркет здесь, на Троицком проспекте. Это второй «Петровский» в торговом центре. Первым, как вы знаете, стал гипермаркет в «Петромосте», – отметил Владимир Петровский.

В целом сложные для торговли времена имеют свои исключения, и продуктовый ритейл находит возможности для развития.

«Я живу в привокзальном районе (рядом с домом, кстати, тоже есть «Петровский»), но узнала, что сегодня состоится торжественное открытие супермаркета в «Гранд Плазе», и специально приехала сюда. На мой взгляд, в «Петровском» – отличный выбор, я предпочитаю эту сеть другим продуктовым магазинам. Мне нравится, что здесь особенно много свежей – не замороженной или консервированной – натуральной продукции, в том числе местного производства. Всегда есть интересные акции для покупателей. Сегодня взяла фрукты, мясо, козулю – уже к Новому году. Хорошо, что «Петровских» становится больше в разных районах города», – поделилась впечатлениями покупательница Татьяна Родина.

Сейчас у торговой сети «Петр&ский» 53 торговые точки разного формата в Архангельске, Северодвинске и Новодвинске. Один из самых популярных архангельских магазинов – «Гиппо» – в этом году отметил своё 15-летие. А самый маленький формат – пекарня, в 2022 году их открылось пять, и этот опыт планируется продолжать.

ТС «Петр&ский» – среди немногих примеров уверенного роста региональной торговой сети не только в Архангельской области, но и в России. При том что доля федерального ритейла повсеместно продолжает увеличиваться.

«Мы нашли свою нишу и сильно отличаемся от коллег федерального уровня. Слоган торговой сети – «Выбирай местное!», и мы

стараемся этому принципу следовать. Но и местным поставщикам порой непросто попасть на полки наших магазинов: у нас свои требования к качеству, оно должно быть высоким и неизменным. Что касается нового магазина в «Гранд Плазе», вскоре увидим, какая продукция именно здесь пользуется наибольшим спросом. Подстроим ассортимент и эту продукцию и будем предлагать. В этом наша гибкость. Главное – ничего не навязывать покупателю. Выбор только за ним», – подчёркивает основатель торговой сети.

В 2023 году Владимир Петровский и его команда обещают порадовать покупателей новыми позитивными событиями, включая увеличение количества магазинов разных форматов.

2 Эхо недели

Пульс города

«Стратегия и должна быть амбициозной»

Самыми обсуждаемыми вопросами ноябрьской сессии Архангельской городской Думы стали принятие в первом чтении бюджета города на предстоящий трёхлетний период и утверждение Стратегии социально-экономического развития Архангельска до 2035 года. У текущих практических подсчётов и долгосрочных планов немало точек соприкосновения. А значит – цели реальны.

Бюджет Архангельска на 2023 год и плановый период 2024–2025 годов принят в первом чтении. Как подробно рассказывал «Бизнес-класс», доходы муниципальной казны в 2023 году увеличатся на 3 млрд – до 14,7 млрд рублей. Важно, что, несмотря на общую сложность экономической ситуации, запланирован рост собственных доходов бюджета. Предпринимательская активность в городе не снижается. Крупные предприятия подтверждают сохранение производств, рабочих мест, увеличение фондов оплаты труда.

Расходы городского бюджета в 2023 году составят 15,3 млрд рублей. По словам **директора департамента финансов Веры Лычёвой**, учтены все социальные обязательства, в том числе повышены МРОТ, тарифов ЖКХ, индексация заработной платы бюджетников. При этом, как подчеркнул **заместитель главы Архангельска по вопросам экономического развития и финансам Даниил Шапошников**, в городе продолжится реализация всех национальных проектов. Крупные инвестиции связаны, в частности, с продлением Московского проспекта, реконструкцией привокзальной площади.

Вопросов у депутатов было много, но касались они, в основном, решаемых в рабочем порядке задач: выделения средств на ремонт подъездов к детским садам и школам, дорог третьей категории, восстановления повреждённых игровых площадок в округах.

Сейчас идёт работа над поправками ко второму чтению бюджета.

КОНЦЕПЦИЯ ДОКАЗАННОГО ДЕЙСТВИЯ

Новая Стратегия социально-экономического развития Архангельска на период до 2035 года (далее – Стратегия) не зря привлекла всеобщее внимание. Ничего «фантастического» в ней нет. Предыдущая Стратегия развития города от 2008 года принесла вполне конкретные результаты.

«В 2016–2017 годах мы провели её корректировку, и именно это позволило Архангельску получить средства по национальным проектам в том объёме, в котором мы хотели. В частности, более масштабно войти в нацпроекты «Безопасные качественные дороги», «Формирование комфортной городской среды». Напомню, что Архангельск среди первых выступил с предложением о льготах для инвесторов в Арктической зоне России, наши инициативы стали основой для внесения изменений в областное законодательство, касающихся реализуемых сейчас масштабных инвестиционных проектов. Именно в той Стратегии, в её обновлённом варианте, для нашего региона появилось понятие Архангельской агломерации. Уже в том документе особое место отводилось Северному Арктическому федеральному университету. Конечно, Стратегия доказала свою действенность для привлечения



Фото: Николай Гернега

федеральных средств», – отметил на сессии Даниил Шапошников.

Многие целевые показатели прежней Стратегии, отражающие качество жизни горожан, достигнуты. Например, даже выше запланированного оказались среднемесячная заработная плата, количество архангелогородцев, вовлечённых в занятия физкультурой и спортом.

Стратегию социально-экономического развития Архангельска до 2035 года для нас подготовил Институт региональной экономики и межбюджетных отношений Финансового университета при Правительстве РФ. Поэтому не стоит забывать о том, что наличие такого документа долгосрочного планирования станет дополнительным аргументом в пользу нашего города при распределении федеральных средств на реализацию инфраструктурных и социальных проектов.

ГОРОД СЕГОДНЯ И ЧЕРЕЗ 12 ЛЕТ

Институт региональной экономики и межбюджетных отношений Финансового университета при Правительстве РФ стал автором Стратегии, победив на конкурсе, в котором принимали участие более 10 организации. На сессии Архангельской городской Думы презентацию Стратегии провёл директор этого института **Павел СТРОЕВ**.

В течение нескольких месяцев специалисты детально изучали информацию о жизни города – по некоторым направлениям с конца 90-х годов. Общались с предпринимателями, руководителями крупных предприятий, представителями науки, общественной и благотворительных организаций, преподавателями и студентами. Провели целую серию рабочих встреч с администрацией города и депутатами. В ноябре проект прошёл публичные слушания. Кроме того, опрос населения Архангельска. Так что при формировании Стратегии учтены и сотни объективных статистических показателей, и наши представления и пожелания.

В полной версии программного документа – свыше 280 страниц, затронуты все основные направления развития города до 2035 года. Архангельск – опорный город развития Арктики, привлекательный и комфортный для горожан, туристов и бизнеса: так сформулирована ключевая миссия. Приоритетными направлениями определены сохранение и наращивание человеческого капитала, формирование научно-образовательного центра мирового уровня и транспортно-логистического хаба.

По каждому из этих направлений авторами Стратегии предложены конкретные проекты – например, связанные с развитием островных территорий, МСП, IT-индустрии, которые также должны вырасти в городские и региональные программы. Как уточнил Павел Строев, документ соотносится со Стратегией развития Архангельской области, и некоторые параметры в правительстве региона у специалистов института уже запросили.

«С одной стороны, мы как представители Финансового университета при Правительстве РФ исходим из реальных возможностей города, а с другой – из целей, к которым надо стре-

миться», – добавил Павел Строев.

Депутаты поддержали Стратегию большинством голосов, но и сомнений было высказано немало.

«Стратегия должна быть амбициозной, чтобы стимулировать принятие комплексных и смелых решений. Напомню, что на уровне муниципалитета обязательно по разработке такого документа планирования нет, но его наличие даёт большие преимущества, особенно при рассмотрении крупных, дорогостоящих проектов. Эту Стратегию от нас ждут в Министерстве РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики. Реализовывать «вырванные из контекста» проекты гораздо сложнее – на них средства из вышестоящих бюджетов никто не даст. Например, если речь идёт о капитальном ремонте моста, необходимо разъяснить, какой мультипликативный эффект это принесёт: какие предприятия находятся рядом, какие новые производства могут появиться, как это важно для бизнеса. Тогда на проект смотрят совсем по-другому. Перед нами стоит задача показать на федеральном уровне, что мы готовы делать уже сегодня», – подчеркнул Даниил Шапошников.

Рита ИЛЬИНА

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



Дмитрий МОРЕВ, глава Архангельска:

– Возможность получить хорошее образование, а затем – рабочее место с достойной заработной платой, в полной мере реализовать свои способности и планы, жить в комфортных условиях – эти аргументы имеют решающее значение для горожан. Стратегия социально-экономического развития Архангельска на период до 2035 года прежде всего ориентирована на достижение этих целей.

Второй блок задач связан с тем, что Стратегия станет основой для наших обращений в федеральный центр по поводу включения Архангельска в различные социальные и промышленные проекты, программы. Архангельск позиционируется как опорная точка в Арктической зоне РФ, а данному направлению сейчас уделяется особое внимание.

Отмечу также, что особая роль в Стратегии принадлежит нашим университетам – САФУ и СГМУ. Для города создание научно-образовательного центра мирового уровня – это и увеличение человеческого капитала, и гарантированная реализация инфраструктурных проектов.

Резонанс

Архангельский «Водоканал» планируют «схлопнуть»

На состоявшейся 30 ноября сессии Архангельской городской Думы депутатам предстояло решить: дать или не дать согласие на совершение крупной сделки МУП «Водоканал». По сути, речь идёт о продаже дебиторской задолженности предприятия в три с лишним раза дешевле её балансовой стоимости. Попутно выяснились и другие интересные факты.

Напомним, что МУП «Водоканал» переживал многосерийные финансовые кризисы, которые для горожан закончились с заключением первого концесси-

онного соглашения с «РВК-Архангельск». Само муниципальное предприятие банкротом не является, хотя его долги превышают 150 млн рублей и увеличиваются примерно на 2 млн рублей в месяц. Об этом на сессии сообщил заместитель главы Архангельска по городскому хозяйству Владислав Шевцов.

В штате «Водоканала» сейчас пять человек, и работают они, по словам Шевцова, «по типу ликвидационной комиссии». Дело в том, что, опять же цитируя Владислава Викторовича, МУП планируют «схлопнуть», объединив его с МУП «Водоочистка».

При этом у «Водоканала» имеется и дебиторская задолженность на сумму почти 183 млн рублей. Из них около 134 млн рублей должны физические лица и 49 млн – юридические. Эту «дебиторку» предлагается продать с огромным дисконтом – за 53,5 млн рублей. Естественно, у депутатов – Андрея Махлягина, Ивана Воронцова, Марии Харченко, Александра Гревцова, Ростислава Васильева и других – возникли вопросы.

Прежде всего, среди должников «Водоканала» оказались муниципальные учреждения, другие ресурсоснабжающие организации, включая МРСК и ТГК-2,

управляющие компании и т.д. То есть доля далеко не безнадёжных долгов достаточно велика. Кроме того, в списках нашлись давно не существующие юрлица и индивидуальные предприниматели, среди которых, к примеру, спикер городской Думы Валентина Сырова с удивлением обнаружила свой много лет назад закрытый ИП. Одним словом, представленные списки были явно устаревшими и составленными некорректно.

Андрей Махлягин предложил Владиславу Шевцову и и.о. директора МУП «Водоканал» Сергею Истомину, по меньшей мере, подготовить актуальную и достовер-

ную информацию по «дебиторке», реальную таблицу безнадёжности долгов.

Как пояснил заместитель главы Архангельска, рыночную стоимость дебиторской задолженности по договору оценивала сторонняя коммерческая компания, многие замечания депутатов резонны. Однако в месяц «Водоканалу» удаётся выбивать только по 200–500 тысяч рублей долгов, и этот процесс может затянуться на неопределённое время. Тогда как убытки МУПа лишь растут. «Водоканал» имеет тариф на транспортировку холодной воды, но текущих расходов предприятия он не покрывает.

Из 156 млн рублей долгов «Водоканала» почти 134 млн – это задолженность перед ООО «РВК-Архангельск» по независимым гарантиям в рамках первого концессионного соглашения. Продажа «дебиторки» позволит муниципальному предприятию хотя бы частично рассчитаться с Росводоканалом.

Голосование получилось неравномерным, но в итоге разрешение на заключение крупной сделки «Водоканалу» дали. Скорее всего, уже в первом квартале 2023 года многострадальный МУП прекратит своё существование как самостоятельная единица.

Перестановки

■ Экс-глава Северодвинска стал министром труда Архангельской области

Игорь Скубенко стал новым министром труда, занятости и социального развития Архангельской области. Напомним, что ранее Игорь Васильевич объявил о своём досрочном уходе с поста главы Северодвинска и приглашении на работу в региональное правительство.

Напомним, что кресло министра труда, занятости и социального развития стало вакантным в середине сентября, когда его оставил Сергей Свиридов. Свиридов входил в число чиновников, с которыми нынешний губернатор Архангельской области Александр Цыбульский работал в Ненецком автономном округе. Из министерства



фото: divnnews.ru

он ушёл по собственному желанию. Последние месяцы исполняющим обязанности министра (без особых претензий на повышение) был Владимир Торопов.

Что касается Игоря Скубенко, для него это возвращение в правительство области: в период с 2013-го до 2017 года он являлся министром образования и науки. Затем в порядке конкурсного отбора и при протекции экс-губернатора Игоря Орлова стал главой Северодвинска. Его полномочия в должности истекли в этом году. Изначально Скубенко планировал пойти на второй срок, но в итоге 21 ноября объявил о своём уходе из администрации города. Анонсировал он и переход в правительство области, не уточняя конкретную позицию.

Между тем 30 ноября в Северодвинске состоялся конкурс по отбору кандидатур на должность гла-

вы города. Из шести претендентов комиссия выбрала двоих.

Изначально на пост главы Северодвинска претендовали семь человек, однако в итоге к конкурсу были допущены шесть кандидатов. Это заместитель главы Архангельска, экс-глава Плесецкого района (округа) Игорь Арсентьев, начальник сектора в ПКБ ОАО «ПО «Севмаш» Игорь Калеминцев, главный инженер АО «Соломбала Молл» Олег Лобачев, гендиректор АО «Северодвинский торговый центр» Роман Машенькин, предприниматель Алексей Полозов и заместитель главы Северного округа Архангельска Дмитрий Попов. 28 ноября начальник контрольного управления адми-

нистрации Северодвинска Вячеслав Филатов отозвал своё заявление об участии в конкурсе.

На заседании комиссии кандидаты прошли тестирование на знание законодательства РФ и собеседование, представили свои программы развития города.

В итоге председатель конкурсной комиссии – первый заместитель губернатора Архангельской области Алексей Алсуфьев назвал двух кандидатов, набравших наибольшее количество голосов: это Игорь Арсентьев и Дмитрий Попов. Окончательное решение примут депутаты Северодвинского городского Совета на сессии 13 декабря. Судя по всему, выбор будет сделан в пользу Игоря Арсентьева.

Финансы

Владимир КЛЫЧНИКОВ:

«Спрос на банковские продукты начинает восстанавливаться»

Масштабные изменения в экономике страны, внешние санкции оказали значительное влияние на банковский сектор. Однако уже с июля ситуация начала стабилизироваться с учётом новых условий. О текущем положении дел на рынке банковских услуг Поморья и главных угрозах финансовому благополучию жителей региона в эксклюзивном интервью «БК» рассказал бизнес-лидер банка «Открытие» в Архангельской области Владимир КЛЫЧНИКОВ.

– Владимир Иванович, как обстоят сейчас дела у банков, работающих в Архангельской области? Насколько большие убытки они понесли из-за изменения экономической ситуации? Та же просрочка по кредитам наверняка выросла самым драматическим образом?

– Сейчас уже можно смело констатировать, что опасения весны этого года – о скором и неминуемом банковском кризисе по образцу и подобию кризиса 1998 года, с крахом системообразующих банков, паникой среди частных вкладчиков и разорением компаний среднего и даже крупного бизнеса – не сбылись. Сфера банковских услуг в условиях беспрецедентного экономического давления со стороны западных стран доказала свою устойчивость. А Банк России, как регулятор финансовых рынков, ещё раз наглядно продемонстрировал решимость и профессионализм, готовность идти на непопулярные, но крайне эффективные меры для поддержания финансовой устойчивости страны.

В результате уже в июле – августе положение дел и в экономике, и в банковской сфере стабилизировалось, а осенью вновь начал оживать спрос и на вклады, и на кредиты. По предварительным расчётам, большинство даже тех банков, что попали под жёсткие экономические санкции, сумеют избежать по итогам года значимых убытков, а некоторые даже получают прибыль. Этому, в том числе,

будет способствовать неожиданно хорошая ситуация с просрочкой кредитов. Технически доля просроченных кредитов несколько выросла, но даже этот небольшой рост во многом результат исключительно статистический, и связан он с тем, что на фоне снижения объёмов выдачи новых кредитов весной – летом нынешнего года снизились и объёмы кредитных портфелей банков. В результате абсолютная величина просрочки, например в 10 000 рублей, которая ранее составляла 1% от портфеля кредитов на 1 млн рублей, при снижении портфеля до 900 тысяч рублей стала равна 1,1%. При известном желании, конечно, можно интерпретировать такого рода цифры как рост просрочки на 10%, но на самом деле это совершенно не так.

– Как изменились потребительские предпочтения клиентов банков в этом году? Что для них стало главным?

– Главным для людей по-прежнему являются жизнь и здоровье их близких. К денежным потерям жители, в частности Архангельской области, по-прежнему относятся значительно проще, особенно если речь идёт о какой-нибудь гипотечной ипотеке, которую они взяли в ипотеку. Но вместе с тем нельзя не отметить, что финансовая грамотность наших клиентов за последние месяцы стала выше: к примеру, они стали реагировать не только на декларируемую тем или иным банком ставку по вкладу, но и обращать внимание на нюансы начисления процен-

тов – выплачиваются ли они в конце срока или, скажем, ежемесячно присоединяются к сумме вклада, что повышает его доходность.

– Но это правда, что люди вернулись к накопительной модели поведения?

– Весной на фоне роста ставок по рублёвым вкладам до уровня в 22% годовых многие действительно пришли в банк и разместили свои сбережения на депозитах. С кредитами произошла обратная ситуация: поскольку спрос на них, и готовность банков их выдавать – даже под залог недвижимости – с апреля по июль резко снизились, то получилось так, что ключевым продуктом на банковском рынке вновь, как и двадцать лет назад, стали вклады.

Кроме того, многие жители Архангельской области из-за возникшей ситуации экономической неопределённости вновь стали активно формировать финансовую подушку безопасности. Осенью мы видим продолжение этого тренда. Конечно, вкладов со ставками выше 20% уже нет, но зато банки стали вновь активно предлагать сезонные вклады с повышенным уровнем доходности, и клиенты активно используют возможность разместить свои сбережения пусть на 1–1,5%, но всё же выше стандартного уровня ставок по депозитам.

– Каковы тенденции на рынке кредитования частных лиц? Что больше всего пользуется спросом:



фото: Алексей Липинского

ипотека, кредиты наличными, кредитные карты?

– Спрос на кредитные продукты – на фоне снижения ключевой ставки Банка России до уровня в 7,5% годовых – начал плавно увеличиваться. В целом за последнее время число и объём заявок на кредиты выросли примерно на треть. В результате с начала года мы выдали в качестве кредитов наличными в сумме миллионов рублей.

Мы также вновь наблюдаем традиционное предновогоднее оживление на рынке ипотечного кредитования. Поскольку многие заёмщики опасаются, что государственные льготные программы закроются, а совместные программы банков и застройщиков – со ставками на уровне 0,01% годовых – будут свернуты из-за позиции ЦБ РФ, который справедливо считает, что они несут в себе существенные риски для устойчивости банков.

Отдельно стоит отметить и резко возросший спрос на кредитные карты – особенно на те из них, что имеют опцию кешбэка. Клиенты оформляют их и в наших офисах и заказывают до-

ставку карты курьером в любое удобное для них время.

– Правда ли, что в Архангельской области вновь растёт число финансовых мошенничеств? Что вы предпринимаете для борьбы с такими мошенниками?

– Проблема мошенничества в этом году стала как никогда острой. Именно поэтому все сотрудники нашего банка проходят обучение по противодействию методам социальной инженерии и обязаны обращать особое внимание на наличие в действиях, поведении клиента признаков, указывающих на то, что он находится под психологическим контролем со стороны злоумышленников.

Приведу, наверное, знакомый вам пример. Мошенники звонят клиенту, представляясь работниками службы безопасности какого-либо банка, аппарата Центрального банка РФ или сотрудниками правоохранительных органов. Далее собеседника извещают, что неизвестные лица пытаются на его имя оформить кредит, и начинают настаивать, что

с целью сохранения денег клиент якобы должен оформить кредит самостоятельно, чтобы им не воспользовались мошенники, и разместить полученные денежные средства на специальном, якобы застрахованном счёте или банковской карте.

К сожалению, многие, особенно пожилые люди, в результате становятся жертвой такого рода аферистов, лишь иногда планы мошенников удаётся сорвать в самый последний момент. Так, наши сотрудники с начала года предотвратили два случая такого рода мошенничества, сохранив клиентам деньги и нервы. Но как показывает наша практика, лучшим способом избежать таких драм является работа на опережение, подробное объяснение и напоминание своим не только пожилым, но и всем легко внушаемым родственникам, что любые коммуникации с людьми, которые проявляют агрессивную «заботу» о чужих деньгах, нужно сразу же обрывать, не вступая в перепалки и словесные игры с мошенниками.

Беседовал Михаил СОМОВ.

4 Деловая среда

Как ИТ-технологии помогают предпринимателям адаптироваться к новым экономическим реалиям

Бизнес в цифре: ИТ-решения рядом с вами

Малый и средний бизнес – наиболее гибкий и динамичный сектор экономики страны. Чтобы выжить, предпринимателям быстрее других нужно осваивать нововведения и адаптироваться к новым условиям рынка. Однако количество инструментов для привлечения клиентов МСП, продвижения товаров и услуг тоже растёт в геометрической прогрессии. И самое важное для каждой компании – подобрать те сервисы, которые будут действительно качественно решать индивидуальные задачи бизнеса.

О том, как ИТ-технологии помогают предпринимателям, какие услуги сегодня особенно актуальны для бизнеса и как оптимизировать различные процессы, «БК» рассказал директор филиала МТС в Архангельской области Григорий БЕДРИН.



– Григорий Михайлович, по данным Минэкономразвития, с начала этого года количество занятых в сфере малого и среднего бизнеса в нашей области выросло на 4,6 процента, что составляет около 29 процентов всех занятых в регионе. Это говорит о том, что предприниматели успешно адаптируются к актуальным условиям ведения бизнеса. Какую роль в этом играют ИТ-технологии?

– Последние несколько лет мы наблюдаем постоянный рост интереса архангельского бизнеса к отечественным цифровым решениям, которые позволяют автоматизировать процессы в самых разных отраслях. Рост спроса виден как со стороны крупных предприятий, так и со стороны среднего и малого бизнеса.

Например, в малом бизнесе мы наблюдаем тенденцию к персонализации услуг и созданию для каждого клиента уникального торгового предложения. Маркетинговые активности выстраиваются таким образом, чтобы «закрыть» потребности не всех клиентов сразу, а каждой из групп в отдельности. Здесь на помощь приходит аналитика Big Data, которая позволяет не только находить новых потенциальных клиентов в потоке, но и оценивать эффективность действующих проектов.

Например, мы наши салоны как раз открываем, используя технологию Big Data. Анализируем проходимость различных локаций, составляем цифровой портрет посетителей и затем уже принимаем решение об открытии точки. Такая же аналитика интересует и наших клиентов, особенно в сфере ритейла и услуг.

Другой тренд последних лет – автоматизация процессов, что влечёт за собой повышение скорости работы и эффективности бизнеса в целом. В первую очередь его оценили крупные предприятия нашего региона. Ещё лет

десять назад цифровые сервисы были очень дорогими и позволить их себе могли только большие компании. Сегодня пришло время для «оцифровки» малого бизнеса. Мы уже видим первые шаги и перспективы этого направления.

– Компании малого и среднего бизнеса вынуждены балансировать между экономией и повышением качества услуг. Существуют ли универсальные технологические решения, которые помогают предприятиям в этом контексте?

– Безусловно, мы стараемся поддержать региональный бизнес, которому приходится нелегко в условиях сильнейшей турбулентности, предлагая различные решения, позволяющие максимально комфортно оптимизировать многие процессы и при этом существенно сэкономить. Например, в 2020 году компания запустила направление «облачных» сервисов для бизнеса, которые включают настройку, управление и поддержку ИТ-инфраструктуры, что открывает для наших корпоративных клиентов широкий спектр возможностей для переноса данных и бизнес-процессов в «облако».

В связи с переходом многих покупателей в Интернет, онлайн-ритейлеры вынуждены вкладываться в цифровые решения, чтобы справляться с растущей нагрузкой и не терять в качестве сервиса. Особенно это актуально для бизнеса, который сталкивается с сезонной нагрузкой. Например, мы понимаем, что в период новогодних праздников значительно увеличивается количество заказов в магазинах электроники и продуктовых супермаркетах, соответственно, кратно возрастает нагрузка на ИТ-инфраструктуру, а потом, наоборот, наблюдается спад.

Раньше, чтобы система (сайт, приложение) справилась с наплывом клиентов, покупалось и устанавливалось специальное оборудование, привлекались дополнительные кадры. Но это решение достаточно затратное, а также требует постоянного обслуживания. Альтернативой стали «облачные» сервисы, которые автоматически масштабируются и равномерно распределяют нагрузку



и запросы пользователей между дата-центрами. Это удобно, так как резерв мощностей подключается и оплачивается только на время, необходимое, чтобы справиться с нагрузкой.

– Как вы уже упомянули, за последние три года многие сферы перешли в онлайн. Как вы думаете, по какому пути компании пойдут дальше?

– Считаю, что цифровизация будет развиваться и дальше. Например, многие люди оценили удобство доставки еды и товаров, и, как следствие, в Поморье вырос спрос на доставку. Компании расширили штат курьеров, а значит, стало сложнее их координировать. Вот тут возникла потребность в платформе для организации и контроля работы разъездного персонала. У нас есть сервис, который помогает предпринимателям в этом, – «Мобильные сотрудники». Это решение позволяет ставить задачи специалистам, работающим удалённо, и контролировать их выполнение, получать отчёты о перемещениях и посещениях отмеченных на карте объектов, распределять заказы в автоматическом режиме в зависимости от местоположения и загруженности сотрудника.

Наши клиенты довольны, мы анализируем результаты: сервис позволяет в среднем на 10% снизить расход топлива уже в первый месяц после установки и увеличить число обработанных заказов на 20% без увеличения штата. Можно, конечно, «по старинке» объединить всех в общий чат и раздавать

задачи там, но это не так эффективно, как отдельный сервис. К тому же софт не нужно «писать» – готовое решение требует минимальных настроек и небольшого количества времени на внедрение.

– Понятно, что в нынешних условиях повышенной конкуренции для представителей среднего и малого бизнеса важную роль играет реклама. Можно ли как-то сократить затраты на продвижение с помощью ИТ-решений?

– Ещё недавно компании вынуждены были тратить огромные деньги на услуги рекламных агентств, чтобы повысить свою узнаваемость, привлекать новых клиентов и информировать о новых акциях и бонусах.

Среди запросов со стороны малого и среднего бизнеса в Архангельске стоит отметить популярность сервиса для самостоятельного запуска таргетированных рассылок и рекламы «МТС Маркетолог». В основе решения лежит наша «палочка-выручалочка» – Big Data МТС. Это обезличенные данные, которые позволяют показывать рекламу только той аудитории, которую она может заинтересовать. Отправка сообщений осуществляется в мессенджерах или через СМС.

Как это работает в малом бизнесе? Например, вы открыли пекарню или салон красоты – рассылка позволит рассказать о вас тем клиентам, кто живёт или работает рядом. Рекламные кампании можно настроить по таким параметрам, как пол, возраст, географическое положение – там несколько десятков характеристик. Благодаря использованию «МТС Маркетолог» бюджеты на рекламу снижаются, а её эффективность – растёт. По нашим данным, конверсия такого инструмента 7–10% – это достаточно высокий результат.

– С приоритетами представителей бизнеса в контексте цифровизации мы определились. Понятно, что для успешного внедрения и функционирования инновационных решений их постоянно нужно совершенствовать и масштабировать. Как это происходит в Архангельской области?

– Чтобы многочисленные сервисы были доступны как для абонентов, так и для корпоративных клиентов в Архангельской области, мы постоянно работаем над улучшением качества связи и расширением территории покрытия нашей сети. С началом пандемии, когда предпочтения и потребности пользователей начали стремительно меняться, нам удалось значительно улучшить качество связи, в первую очередь в отдалённых районах региона и дачных кооперативах, что дало возможность нашим клиентам наладить удалённую работу.

Мы продолжаем сотрудничать с органами власти по установке оборудования в тех населённых пунктах, где ранее мобильной связи не было. Зачастую в таких поселениях живут 90–100 человек, нам важно дать им возможность пользоваться мобильной связью.

Также мы активно развиваем собственную энергоэффективную сеть для интернета вещей NB-IoT: в этом году обеспечили покрытие всех крупных городов и промышленных центров области. Это ещё одна возможность для бизнеса Поморья сократить затраты, оптимизировать процессы и уменьшить риски.

Сеть обладает улучшенной проникающей способностью, что обеспечивает уверенный сигнал в труднодоступных для других стандартов связи местах, например в подвалах, машинных отделениях, цехах, под землёй и на транспорте.

Стоит отметить, что в этом году мы также фиксируем значительный рост спроса на решения на базе NB-IoT, которые помогают бизнесу применять различные технологии интернета вещей, такие как дистанционное управление приборами, удалённый мониторинг ключевых параметров оборудования и автоматический сбор данных. Всё это широко применяется на производствах, в транспортной сфере, энергетике, ЖКХ. Застройщикам и коммунальным компаниям наличие сети NB-IoT даёт возможность использовать умные счётчики ресурсов, датчики перемещения, открытия окон и дверей и так далее. При этом IoT-сенсоры и датчики могут работать до 10 лет без замены батареи.

Беседовал Виктор ОРЕФЬЕВ

Личный опыт: Компания из Котласа более 20 лет занимается изготовлением печатей и штампов

Ваш знак качества

Двадцать лет назад на деятельность по изготовлению и уничтожению всех видов печатей и штампов требовалась отдельная лицензия, а выдавало её профильное министерство РФ (печати и информации) за подписью заместителя министра. Предприниматель из Котласа Максим ТРУБАЧЁВ получил такую в 2001 году. Сейчас это уже история, однако он работает на рынке до сих пор, сохраняя основной профиль деятельности.

Илья ЛЕОНИК **БК**
журналист

Сегодня печати и штампы по-прежнему достаточно востребованы. Многим может показаться, что мир бизнеса стремительно перешёл на электронный документооборот, но это далеко не так. Кроме того, к юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям у изготовителей печатей и штампов добавились новые клиенты – представители креативной индустрии, все те, кто занимается хэндмейдом, создаёт интересные вещи не только для себя, но и на продажу.

«Представьте, к примеру, что у вас есть продукция, которую вы сами производите. Или заказываете по своим эскизам и образцам у другого предприятия-изготовителя. В данном случае отклик с вашими контактными данными – это не как печать на документе, а такая маркетинговая фишечка для узнавания, и такие вещи пользуются спросом. При этом штамп всегда рядом с вами:

не нужно каждый раз бежать в полиграфический салон, чтобы распечатать новую партию бирок или визиток», – поясняет Максим Трубачёв.

Предприниматель активно ведёт группу в социальной сети «ВКонтакте», используя её как инструмент для продвижения собственной продукции: делает посты, снимает видео, даёт советы по выбору печатей, рассказывает о новинках и о предпринимателях, которые используют его предложение. Новые записи в сообществе появляются фактически каждый день. Для небольшого Котласа в группе внушительное количество участников – почти четыре тысячи нынешних и будущих клиентов.

В активе Максима Трубачёва – тысячи изготовленных печатей, штампов и оттисков. Некоторые из них особенно памятные. Предприниматель рассказывает, что интересные заказы поступают нередко.

«В 2019 году мы получили один из самых необычных заказов – на штемпель для гашения юбилейных конвертов в честь



115-летия нашего земляка Николая Герасимовича Кузнецова. «Печатный» образ Адмирала Флота Советского Союза был списан с открытки и помещён в круглую автоматическую оснастку. А потом Валерий Салдин, член президиума Котласского городского совета ветеранов, от лица своей организации подарил нам набор конвертов и открыток с изображением адмирала. Приятно вдвойне. Часто штампы заказывают ученики для своих классных руководителей: это такой оригинальный подарок, которым педагоги пользуются с удовольствием», – рассказывает предприниматель.

Максим отмечает, что секрет успеха в «печатном деле» состоит из нескольких факторов. Первый – это технология изготовления: на предприятии используется наиболее надёжный и современный способ – лазерная гра-



вировка, такие печати долговечны. Второй – конкурентная цена. Третий – скорость доставки, и она сегодня выходит на первый план. Предприниматель заключил договоры с транспортными компаниями, что позволяет принимать заказы не только в родном городе, но и по всей России. Важна и скорость изготовления. Сейчас печать можно сделать и за два часа, правда, она будет стоить чуть дороже, так как заказ срочный, но это та самая ложка, которая дорога к обеду. На скорости строится и система лояльности. К примеру, если можно изготовить что-то не сильно срочное раньше заявленной даты, производитель непременно это делает. Клиентам такой подход нравится.

Максим Трубачёв занимает активную предпринимательскую позицию. Достаточно давно сотрудничает с Агентством регионально-



АГЕНТСТВО
РЕГИОНАЛЬНОГО
РАЗВИТИЯ
MSP29.RU

**МОЙ
БИЗНЕС**
центр оказания услуг

го развития Архангельской области – по направлению информационной поддержки бизнеса. Кроме того, он неоднократно становился спикером на мероприятиях АРР, касающихся открытия собственного дела и особенностей налогообложения.

#закулисамибизнеса

В поиске трендов

Впервые посетила Архангельский торговый форум. Села на заднем ряду и внимательно слушала представителей региональной и федеральной власти. Уважаемый человек, федеральный госслужащий, по конференц-связи говорил мне и всему залу: за 10 лет отток населения из Архангельской области составил 20%, падение товарооборота за год – 10%. Люди переходят на «бережливое потребление» – покупают только товары первой необходимости, при этом растут продажи кондитерских изделий, алкоголя (и красной помады – этой информацией со мной поделились продавцы косметики)... Прямо как во времена Великой американской депрессии. Не удивил этот спикер – скажем откровенно. Вопрос: как нам выжить в этой реальности?

Нам – это людям, чья профессия «предприниматель», представителям малого бизнеса. Например, я – собственник небольшого производства текстиля, сувениров, ремесленных мастерских. Последние несколько месяцев не думаю о прибыли, хотя цель любого бизнеса – прибыль. На окупаемость бы сработало... Чтобы были деньги на зарплату сотрудникам, аренду, закупки и не залезать в налоговый фонд.

Есть представление, что предприниматель – это человек, у которого куча денег и нет проблем. Ерунда. Образ предпринимателя, который рисует нам Интернет, инфокучи, книги про успешную успешность – неактуальный стереотип из 90-х. Вот и представитель власти из Минпромторга со сцены сказал с придыханием: «Рентабель-

ность у бизнеса уже не та, что была в 90-е...» Слово мысли мои прочитал. Вот оно, ключевое слово каждого бизнеса – рентабельность. Такой рентабельности, как в 90-е, у современных небольших бизнесов из реального сектора экономики даже близко нет. Сейчас предприниматель – это пахарь, который часов по двадцать в сутки работает и находится в мыслях о постоянной нехватке оборотных средств, решении операционных задач, поиске возможностей. Собственно, в поисках этих возможностей, идей я и пришла на форум.

В первый же час мероприятия стал понятен акцент: за дискаунтерами будущее, и только цена определяет поведение клиента. Возможно. Однако федеральный тренер в процессе своего мастер-класса говорил, что са-



мое главное в бизнесе – отношение. И я с ним согласна. Малый бизнес – это о построении системы отношений, крупный бизнес – о построении системы продаж. Систему продаж могут выстроить и наёмные сотрудники. Отношения – только собственник. Так и попадаем в «день сурка», когда все коммуникации в бизнесе крутятся вокруг нас, а сколько энергии на это уходит... Но времена непростые – выжить надо. Поэтому слушаем дальше.

Спикер сказал важную вещь: надо восхищать клиента, а не только удовлетворять его потребности. Чтобы он стал частью компании и стал ассоциировать себя с компанией. Высший пилотаж, когда клиент считает твою компанию своей: «мой ресторан», «моя парикмахерская», «мой магазин». Это действи-

тельно круто. Акционер без акций. «Акции» – эмоции, которые дарит заведение. Компания существует, пока есть люди, которым можно помочь с помощью продукта или услуги вашей компании. Люди и отношения с людьми – главные ресурсы для малого бизнеса.

Концепция очень рабочая. При нормальной экономике. Но насколько важны отношения на падающих рынках? Или, как сказали в начале форума, главное – цена?

Надо искать новые форматы – для магазинов, общепита, сферы услуг и т.д. Формат «фри-фло» актуален везде, а не только в общепите: минимум персонала, максимум открытости, оптимизация всех затрат. В сфере торговли – вероятно, да. А что делать производителям – и маленьким, и большим?

И где взять деньги на реализацию этих новых форматов, грамотно разработать концепции? Изменения требуют ресурсов, в том числе финансовых. А инвесторы сегодня предпочитают вкладываться в виртуальные сектора экономики: там выше та самая рентабельность, да и рынки растут, а не падают. Брать очередные кредиты... Нет. Даже комментировать не буду почему.

Тренд на туризм, экопродукты, сельское хозяйство – вот это радует. Что положительные тренды есть. Туризм может многое дать, но он же требует больших вложений. Туризм – это впечатления и инфраструктура. Без второго первое меркнет и тускнеет. Спасибо за грантовую поддержку туризма со стороны государства. В последнее время идёт реальная помощь: так говорят мои друзья из этой сферы. Но дороги бы ещё

построить, а самое главное – логичную и последовательную стратегию развития туризма в Архангельской области. Чем мы выделяемся на фоне других? Зачем к нам ехать? Какие у нас бренды? Хотелось бы внятного позиционирования. А в голове сразу попутная мысль – только бы у людей вообще были деньги на путешествия...

С кадрами беда на всей территории России. Молодое поколение не горит особенным желанием работать в реальной экономике, стремится к фрилансу, экономике виртуальной и имеет смутное представление о ценности личного вклада в общее дело. Большие производства инвестируют деньги и ресурсы в мобильные производственные отряды, возят школьников и студентов на предприятия, организуют экскурсии. А что делать небольшим компаниям? Какую мотивацию создавать?

Очень много вопросов осталось в голове после форума. Есть вопросы – будем искать ответы. В этом суть предпринимательства: всегда находить решения. И действовать.

А совсем скоро – Новый год. Хотелось ёлку, мандарины и чтобы президент впервые за последние восемь лет сказал: «Это был насыщенный год, и нам есть чем гордиться в экономике, уровень жизни нашего населения растёт...» Пока только мечты.

Успехов нам всем и берегите себя, уважаемые создатели бизнесов и разных проектов!

**Надежда
ЛУЧИНИНА-ПОНОМАРЕВА,
руководитель, собственник
компании «Северная
мануфактура»**

Внимание: конкурс

■ Предпринимателей Поморья приглашают на нацпремию «Бизнес-Успех»

Национальная премия «Бизнес-Успех» – это площадка, на которой предприниматели из всех уголков Архангельской области могут рассказать о своей истории успеха, продемонстрировать самые лучшие решения для развития бизнеса. Участие бесплатное! Спешите подать заявку до 12 декабря.

ЗАЧЕМ УЧАСТВОВАТЬ?

- Чтобы стать частью сообщества успешных предпринимателей: в среде единомышленников вы узнаете о десятках работающих бизнес-идей, которые смогут вдохновить и дать дополнительную мотивацию.
- Вы сможете бесплатно представить свой бизнес широкой аудитории, установить новые деловые связи, без денежных затрат найти новых потенциальных клиентов.
- Материалы об участниках премии публикуются в крупнейших федеральных и региональных СМИ.
- Победители могут стать спикерами и экспертами образовательных программ и форумов, проводимых оргкомитетом премии в разных регионах России.
- Победители получают символ премии – «Золотой домкрат» и бизнес-литературу от издательства «Альпина Паблишер». Несколько финалистов выиграют сертификаты на участие в бизнес-акселераторе (г. Москва), один из победителей сможет бесплатно пройти обучение Mini MBA от университета «Синергия».

Поборются за звание лучших из лучших предприниматели региона могут в 10 номинациях:

- «Лучший молодёжный проект»;
- «Лучший экспортный проект»;
- «Лучший производственный проект»;
- «Лучший женский проект»;
- «Лучший социальный проект»;
- «Лучший сельскохозяйственный проект»;
- «Лучший проект в сфере торговли и услуг»;
- «Лучший проект в сфере ЗОЖ»;
- «Цифровая экономика»;
- «Народный предприниматель».



Финал состоится 20 декабря в Архангельске в рамках Всероссийского форума «Территория бизнеса – территория жизни». Для участников и гостей запланированы выступления спикеров, мастер-классы и пленарная сессия, на которой будут обсуждаться актуальные для предпринимателей вопросы. Так, выступят представители корпорации «Синергия», «ОПОРЫ РОССИИ», Торгово-промышленной палаты РФ, «Яндекса», «Промсвязьбанка», Правительства Архангельской области. Финал в качестве зрителя может посетить любой желающий бесплатно, нужна только регистрация на сайте bsaward.ru.

«Предприниматели – это движущая сила экономики, её опора, это новые рабочие места и инвестиции. Конкурс позволяет разглядеть яркие проекты и популяризировать предпринимательство», – отметил генеральный директор Агентства регионального развития Максим ЗАБОРСКИЙ.

Мероприятие проводится при поддержке Агентства регионального развития, Центра услуг «Мой бизнес». Генеральным спонсором мероприятия выступает «Промсвязьбанк».

АРХАНГЕЛЬСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА ИНФОРМИРУЕТ

15 декабря 2022 года в 10.00 начнёт работу 44-я сессия Архангельской городской Думы 27-го созыва. Постановление о созыве сессии подписала председатель городской Думы Валентина СЫРОВА.

Место проведения: г. Архангельск, пр. Троицкий, д. 60, зал заседаний Архангельской городской Думы.

Взгляд

НОВЫЙ ГОД К НАМ МЧИТСЯ...

На прошлой неделе мы перешагнули из ноября в декабрь, из календарной осени в календарную зиму. Настоящая зима в этом году поторопилась, началась раньше сроков, предписанных ей календарём. Нам же теперь остаётся беспокоиться – хватит ли снега до Нового года, или опять, как уже не раз бывало, придётся встречать его под дождём... А дискуссии по поводу празднования этого самого любимого большинством россиян дня, вернее, ночи, уже обступают нас со всех сторон.

Кирилл ФЕЛЬДМАН
эксперт «БК»



Подчас они возникают в самых неожиданных местах. Ну вот, например, в одной из социальных сетей появилось сухое сообщение о том, что по сравнению с 2021 годом в 2022-м россияне в пять раз активнее готовятся к празднованию Нового года. В Москве спрос на праздничную атрибутику вырос на 365%: покупают ёлочные украшения, светодиодные звёзды, камин, фонари и фигурки, свечи, еловые венки, искусственные ели, серпантин. И вот этот-то абсолютно невинный пост вызвал несоразмерный шквал в комментариях.

Первый его порыв, как и следовало ожидать, был выдержан в духе неприязни по признаку места жительства: «Москва – это отдельное государство в России». Но тут в дискуссии вступил как раз москвичи: «В этом году к НГ не готовлюсь вообще. Никак. Совсем. Ни стол, ни ёлку, ни-че-го. Потому что» «Вокруг меня соседи – дом 8 подъездов, 25 лет тут живу, всех знаю, и тоже – никакой активности. Откуда цифры 365%?...» Дальше пошли попытки найти, откуда же взялись такие цифры, видимо, с намёком на инфляцию: «просто сравнивают чеки с чеками прошлого года». Нашлись и конструктивные критики: «а как вы хотите увидеть активность? Вы ко всем в сумки заглядываете?» Наиболее продвинутые сторонники Е-торговли нашли друг друга объяснение: «Люди все сейчас заказывают в маркетплейсах... сдуру сунулась в вайлдберис на днях, ... несколько ёлок точно было, ну и наверха новогодней атрибутики тоже навалом...»

Появились и попытки связать с текущим моментом: «какраз у кого не было настроения или возможности два ковидных года заниматься всей этой ерундой и мишурой, в этом году делают и собираются праздновать...» Нашлись и пессимисты: «Бред какой-то, а чё праздновать то?!», «Это больше похоже на пир во время чумы», «Настроение похоронное, какой Новый год...», «... объединяются семьи, хочется поддержки и тепла... Год будет жутким и трудным, хотя, как будто в последние несколько

лет у нас были другие». А самые ярые конспирологи и вовсе заявили, что новость и цифры больше похожи на заказную рекламу новогодней мишуры...

Как в таких случаях принято писать, орфография и пунктуация оригинала сохранены. Действительно, соцсети расхолаживают – и стилистика, и правила грамматики здесь соблюдать не обязательно. Они создают опасную иллюзию сопричастности, ощущение, что можно что-то в этой жизни изменить, не вставая с дивана, не вылезая из смартфона. Для возмущённых теми или иными событиями они – клапан, через который весь пар уходит в свисток, избавляя наш котелок от взрывов и потрясений. Не зря же все самые страшные, самые кровавые революции произошли до того, как появились социальные сети.

А в остальном они – великое изобретение человечества! Именно соцсети дают возможность обменяться мнениями людям, между собой в реальном мире незнакомым, живущим друг от друга за тысячи километров, в разных странах, в разных часовых поясах. Как мы жили без них – даже представить себе трудно. Но и преувеличивать их значение не стоит: в «доинтернетное» время мы встречались, обсуждали проблемы в своих семьях и в обществе, покупки и кинофильмы. Круг был, конечно, уже, но таких кругов было гораздо больше.

Иногда кажется, что новое отменяет старое, и так действительно происходит, если речь идёт просто о технологическом прогрессе. А там, где речь о людях, их взаимодействии, меняются только формы, суть же остаётся. Помните, как один из героев бессмертного фильма Владимира Меньшова говорил: «Ничего не будет: ни кино, ни театра, ни книг, ни газет – одно сплошное телевидение». Без малого полвека тому назад никто и представить себе не мог, что у всемогущего телевидения появится молодой и ещё более мощный соперник – Интернет. Но ни он сам по себе, ни вместе с телевидением не сумели отменить, упразднить ни кино,



Фото: vk.com/otkrytiyarkhangelsk

ни театр, ни книги, ни газеты, ибо всё вышеперечисленное наравне с тем самым телевидением и тем самым Интернетом является лишь более или менее творческими формами обмена мыслями, чувствами и эмоциями, суть – зеркалами происходящего в реальности.

Сами же мысли, чувства и эмоции от технического прогресса зависят мало. Однажды в купе поезда, сначала мчавшегося, а потом, как водится, неторопливо катившегося из Москвы в Архангельск, встретились трое: менеджер обувного магазина, начальник отдела маркетинга какой-то алкогольной сети и политолог. Это не анекдот и не притча, а вполне реальная история, случившаяся три года и три недели тому назад. Где-то уже после Плевсеца, когда поездка изрядно поднадоела, когда всё важное, насущное и актуальное уже обсудили, очередь дошла до разговоров про наступающий 2020 год, даром что он тогда был ещё дальше, чем сегодня – наступающий 2023-й.

Завела их дама-менеджер, начавшая с сетованной, что этот праздник для неё бледнее с каждым годом, а закончила – с некоторым кокетством – намёком на приближение старости. Маркетолог, как истинный джентльмен, тему возраста не поддержал, а вместо этого выразил готовность принять часть ответственности на себя, вернее, на своих коллег, которые в погоне за ростом продаж открывают сезон чуть ли не в октябре и «размазывают» предвкушение Нового года. Бог ведает, прав ли он был. Не раз и не два психологи объясняли, что, дескать, для человека важнее не само событие, а его ожидание: через месяц... через неделю... послезавтра... завтра! Как психологическое обоснование футуризма такая формула годится, но в нашем случае ясности не добавляет, скорее наоборот.

Вот вагонный спор и катился неспешно в никуда, совершая виражи, покупая поезд неторопливо ка-

тил до Обозерки, а там – в преддверии длинной стоянки и прогулки – завял сам собой. То ли греки что-то напутали, то ли мы спорить не умеем, но истину тогда найти так и не удалось.

Политолог не то что бы был поклонником Галича, но «Старательский вальсок» помнил хорошо: «...поскольку молчание – золото, то и мы, безусловно, старатели...» ТОГДА он отмолчался. Может быть, зря? Не было тогда не только специальной военной операции, но и про коронавирус ещё не слыхивали даже в Китае. А с другой стороны – что было сказать? Что с каждым годом своей жизни и в самом деле всё труднее верить в новое счастье в следующем календарном году? Он хорошо помнил «Старательский вальсок», да и по собственному опыту знал, что «Мы давно называемся взрослыми и не платим мальчишеству дань...» Возражать, что для мальчишества важен возраст не тела, а души? Как говорил Городничий, тётка и коллега Галича по цеху, «чтоб взрослым было нам завидовать нельзя, чтоб можно было нам завидовать мальчишкам?»

Впрочем, календарь равно не зависит ни от нашего возраста, ни от наших эмоций. Новый год уже мчится к нам, и – в отличие от поторопившейся нынче зимы – придёт точно по расписанию. А уж с каким настроением каждый из нас его встретит, что от него ждёт – дело строго индивидуальное. Как поётся в старой песенке «Аварии»,

*Новый год к нам мчится,
Скоро всё случится,
Сбудется, что снится...*

Вот дальше, наверное, лучше не вспоминать. Кому хочется – пожалуйста, текст нетрудно найти в Интернете, в том числе и на сайтах с детскими песнями на Новый год, хотя детям-то такие песни точно не стоит слушать, тем более – петь.

А о том, что год наступающий может принести нам всем вместе, мы ещё успеем поговорить, ведь до его наступления осталось почти четыре недели.

Реставрация

Петру Первому в Архангельске вернут пушку

В Архангельске завершилась реставрация памятника Петру Первому. Работы стартовали в середине лета и были приурочены к 350-летию со дня рождения императора.

Реставрацией памятника занималась архангельская компания ПК «Стройиндустрия», которая уже имеет опыт подобных работ. В частности, именно она в 2021 году вполне качественно и в срок провела реставрацию обелиска «Жертвам интервенции 1918–1920 годов». За приведение в порядок памятника Петру фирма получит 7,931 млн рублей.

С новым объектом компания вновь справилась в срок. Была выполнена расчистка памятника, его обработали от разрушения и покрыли защитным слоем. Реставрация проводилась вручную, различными химическими составами. Восстановление затронуло не только саму скульптуру, но и гранитный постамент и цепи.

Кроме того, у памятника вновь появится пушка. По словам подрядчика, ранее здесь стоял «новодел». Теперь же планируется сделать копию пушки тех времён. Отлить её будут в Северодвинске.



Фото: архив.ru

CLASSIFIED

Продвигайте свои товары и услуги, используя возможности раздела строчных объявлений CLASSIFIED.

Основу раздела составляют рубрики, интересующие наших постоянных читателей: НЕДВИЖИМОСТЬ, РАБОТА, ОБРАЗОВАНИЕ, КОНФЕРЕНЦИИ, ТОРГИ, ДЕЛОВЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, АВТО, ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ, КОНСАЛТИНГ, ПРОЧИЕ УСЛУГИ.

Стоимость разовой публикации стандартного объявления (до 10 слов) – 200 рублей (каждое дополнительное слово +10 руб. Максимум – 50 слов). Выделение текста полужирным шрифтом – дополнительная оплата + 50%. Написание текста заглавными буквами не допускается. Для рубрики ТОРГИ количество слов в одном объявлении не ограничено, выделения в тексте полужирным шрифтом – бесплатно.

Объявления в рубрику CLASSIFIED можно отправить на эл. почту редакции 29rbk@mail.ru. Тел. (8182) 20-44-02, 65-25-40 по рабочим дням с 10.00 до 18.00.

■ **Организатор торгов, конкурсный управляющий ФГУП «Холмогорское»** (164567, Архангельская обл., Холмогорский р-н, д. Харлово, ул. Ветеранов, д. 14А, ОГРН: 1022901564531, ИНН: 2923004142) - Шураков Дмитрий Андреевич (163000, г. Архангельск, пр. Ломоносова, д. 92, корп. 2, оф. 2, ИНН: 290100194190, СНИЛС: 04972350881, shurakov14@bk.ru, (8182)657922), член Союза АУ «Союзидание» (119019, г. Москва, Нащокинский пер., д. 12, стр. 1, почт. адрес: 119034, г. Москва, а/я 115, ОГРН: 1027703026130, ИНН: 7703363900), действующий на основании решения АС Архангельской области по делу №А05-4017/2017 от 18.12.17 г. и определений от 26.02.18 г., 28.04.22 г., сообщает о результатах повторных торгов, назначенных на 02.12.22 г. (сообщение №12010331494 в газете «Коммерсантъ» №197 от 22.10.22 г.). Торги не состоялись ввиду отсутствия заявок.

Бизнес в деталях

HoReCa: рост во время кризиса

События последних трёх лет серьёзно повлияли на сегмент HoReCa (отели, рестораны и кафе). Но, как известно, любой кризис – это не только испытание на прочность, но и время возможностей. Этой теме была посвящена панельная дискуссия, которая прошла в рамках регионального форума «Поморская HoReCa» в конце ноября в Архангельске. Представители отрасли рассказали о перестройке бизнес-процессов в период кризиса, новых подходах и даже поделились собственными фишками развития своего дела.

Как вам удаётся справляться со всеми сложностями? С этого вопроса началась панельная дискуссия, которую вёл управляющий партнёр ресторана-клуба «Паратовъ» Александр НАЗАРЕНКО. Участие в ней приняли основатель ресторана «Анров» и Inside Владимир ФИЛИПЬЕВ, основатель бренда «Грядка» Дмитрий РОМАНОВ, управляющий AJ Catering Светлана ГОЛОУШКИНА и совладелец бара русских вин «Рекольтант» Алексей ЧАЙКА.

Одним из определяющих факторов сохранения и развития своего дела, по мнению Светланы Голоушкиной, является плотное взаимодействие с коллегами.

«Очень помогает то, что наша сфера достаточно сплочённая. Мы делим-

ся ресурсами, поддерживаем друг друга. Всегда находимся в диалоге с коллегами, и это позволяет пережить даже самые сложные времена», – отметила управляющий AJ Catering.

Основатель бренда «Грядка» Дмитрий Романов убеждён в том, что один из самых важных аспектов – самодисциплина. При этом «путеводной звездой» для любого бизнеса должна быть идея, чтобы команда знала, для чего она работает.

«В рамках большого бизнеса нельзя запрещать себе мечтать, при этом нужно планомерно идти к своей цели. Мы преодолели все трудности и поставили перед собой задачу – быть представленными по всей России. И сегодня открываем предприятия в Москве», –



Фото: vk.com/gryadka29

поделился опытом Дмитрий Романов.

«Грядка» – успешно развивающийся бренд в индустрии гостеприимства. В Архангельске работает 11 точек сети, в Москве – уже 5, и это не предел.

«Мы отходим от формата кулинарии и делаем ставку на большие заведения. Осенью открыли в районе станции метро «Киевская» в Москве «Грядку» на 1200 «квадратов». При этом в столице потолка нет: можно хоть каждый день открывать что-то новое. Мы работаем в формате «фри-фло», наши столовые среднего ценового сегмента. Не секрет, что сегодня по стране «проседают» премиальные заведения, зато наш сегмент, напротив, набирает обороты и растёт», – добавил ресторатор.

ФОКУС НА ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Один из важнейших аспектов успешной работы в сегменте HoReCa – это хорошая команда. Толковых специалистов найти непросто, особенно на локальном уровне. Ещё сложнее – их удержать. Как эффективнее управлять персоналом?

«Всё начинается с найма сотрудников. Нужно чётко понимать, кто вам нужен, в том числе представлять его психологический портрет. При этом не менее важно и то, чтобы человек хотел работать именно

в вашей команде», – считает Владимир Филипьев.

Есть объективные сложности с управлением персоналом на расстоянии, особенно если у сети много точек в разных городах. Везде своя специфика подбора кадров.

«Персонал – это самое важное. И нет разницы, чем вы занимаетесь и в каком сегменте развиваетесь. Мы работаем не с товарами, которые производим, а с людьми, и именно им нужно уделять большое внимание, причём ещё на начальном этапе», – подчеркнул Дмитрий Романов. – Самое главное – правильная адаптация и возможность роста внутри компании. Это очень хорошо работает! Есть масса примеров, когда люди с наёмных сотрудников вырастают до генеральных директоров. В основном это те, кто обладает «чуйкой». Зачастую им проигрывают сотрудники, у которых несколько высших образований и значительный опыт работы».

В продолжение разговора об удалённом управлении бизнесом основателя бренда «Грядка» спросили о контроле качества продукции во всех точках сети.

«Для этого изначально была задумана фабрика – централизованное место, откуда можно отследить качество продукции. У нас много ступеней проверки. Кроме того, каждый день

я получаю более 500 фотографий из разных точек. Меня нет в соцсетях, вместо этого я пролистываю огромное количество снимков из «Грядки» и даю обратную связь по тем, где мне что-то не нравится», – рассказал ресторатор. – Люблю и сам ездить на наши предприятия, причём не предупреждая сотрудников об этом. И ещё – принципиально работаем только с отрицательными отзывами. То, что у нас хорошо, мы и сами знаем».

«С ФЕВРАЛЯ ВСЁ ИЗМЕНИЛОСЬ»

Пандемия и связанные с ней ограничения, безусловно, серьёзным образом перестроили работу всего сегмента HoReCa. Но и текущий год принёс немало изменений. По оценкам рестораторов, февральские события привели к росту закупочных цен, особенно на зарубежную продукцию. В первую очередь подорожали алкоголь и ряд продуктов питания. Предсказать развитие ситуации в начале года было сложно, поэтому некоторые рестораторы приостановили реализацию своих проектов.

«Мы провели ребрендинг ресторана «Огонёк», теперь он называется Inside. В нём появилось новое пространство – винная гостиная. Когда мы задумывали этот проект, ситуация была иная, но потом случился февраль. Мы взяли паузу на несколько

месяцев, чтобы понять, как нам дальше выстраивать работу с поставщиками. Изначально хотели открыться весной, но в итоге это сделали лишь осенью», – рассказал Владимир Филипьев. – Конечно, перебои с поставками временами случаются, но это удаётся сглаживать за счёт достаточно большой номенклатуры продукции».

Спокойнее ситуация у тех, кто работает преимущественно с отечественными поставщиками. Но даже они в этом году столкнулись с существенным ростом цен и нехваткой продукции.

«Повышение цен происходит ежегодно, и чаще всего планомерно. Однако с февраля ситуация начала меняться. Стоимость некоторых локальных позиций выросла на 50–70%, – отметил совладелец бара русских вин «Рекольтант» Алексей Чайка. – В целом особые проблемы с поставщиками у нас сейчас нет. Кроме того, начинают зарождаться новые производства».

Последние несколько лет активный рост демонстрирует рынок оказания услуг кейтеринга. Архангельская область не стала исключением. В регионе работает большое количество игроков, которые конкурируют друг с другом и борются за новых клиентов.

«Этот сегмент действительно расширяется, и в последнее время супермаркеты тоже уходят в кейтеринг. Мы решили не идти по пути доставки комплексных обедов, остаёмся в ресторанном сегменте и хотим развивать именно это направление. Делаем упор на качество блюд и красивую подачу», – рассказала управляющий AJ Catering Светлана Голоушкина. – Чтобы оставаться конкурентными, делаем упор на поиск новых площадок, планируем коллаборации, разрабатываем новые продукты. Чтобы сохранять устойчивость, важно следить за тем, как развивается ресторанный бизнес в России. Не жить во вчерашнем дне, а идти только вперёд».

Анастасия НЕЗГОВОРА



Фото: vk.com/ajcatering

Читальный зал



«Золотая» книжная полка Ольги Абакшиной

«Золотая полка» – виртуальная, а для кого-то, возможно, и реальная коллекция самых любимых, актуальных сегодня книг для души и работы. В гостях у традиционной рубрики «БК» – директор муниципального учреждения культуры «Архангельский городской культурный центр» Ольга АБАКШИНА:



– Я до недавнего времени была из тех людей, про кого можно сказать «запойный читатель». У нас дома была большая библиотека, и всю русскую, известную зарубежную классику прочитала довольно рано, до того как стали проходить её в школе. Конечно, это было ещё детское восприятие, но всё-таки эти книги уже тогда стали мне понятны.

Учитывая количество прочитанного, говорить о любимых книгах сложно, но, тем не менее, они есть. На первом месте среди избранных – роман И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев». Мне крупно повезло купить полный авторский вариант этого произведения, который читается абсолютно по-другому, особенно те фрагменты, которые когда-то были исключены цензурой.

Был период, когда на меня очень сильно подействовало творчество Рихарда Баха. С интересом прочитала и «Чайку по имени Джонатан Ливингстон», и «Бегство от безопасности», и «Мост через Вечность». Это мотивирующие, умные и «тёплые» книги, которые всегда под рукой.

Безусловный шедевр и книга книг – роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита», когда-то ставший просто потрясением и зачитанный сегодня буквально до дыр. Мне думается,

ДОМ КНИГИ

Читать можно!

г. Архангельск, пл. Ленина, 3; тел. (8182) 65-38-79
Наша группа ВК: vk.com/dom_knigi
ООО «АВФ-книга». Реклама.

что это невероятно глубокое, заставляющее думать о вечном произведение.

Недавно мне подарили замечательный труд В. Зисмана «Путеводитель по оркестру и его задворкам», в котором очень доходчиво, живым и ироничным языком описаны «изнанка и фасад» жизни симфонического оркестра. Очень приятно было увидеть там упоминание о нашем земляке Владимире Резицком. Книга будет полезной для молодого поколения, особенно для музыкантов и тех, кто планирует связать свою жизнь с музыкой.

Обед в ресторане «Почтовая Контора 1786 г.»

Европа или Север – выбор за вами!

Обеденный перерыв – особое время буднего дня, когда хочется на час оторваться от рабочего процесса, сменить обстановку и не просто перекусить, а провести время в атмосфере тепла и гостеприимства. В ресторане «Почтовая Контора 1786 г.» считают, что концепция, уровень сервиса и качество блюд в обеденном предложении должны непременно оставаться на традиционно высоком уровне.

Обеды в «Почтовой Конторе 1786 г.» станут отличным поводом для знакомства с кухней Русского Севера для ваших гостей и партнёров из других регионов страны. Это такое же гастрономическое путешествие, как и посещение ресторана в выходной день: блюда готовятся и подаются с тем же качеством и высоким подходом к сервису. Обеденное время бывает ограничено, но и его вполне хватит для первого знакомства с кухней ресторана, чтобы влюбиться в неё и прийти в «Почтовую Контору 1786 г.» ещё не раз. Деловые люди зачастую используют обеденный перерыв как время для рабочих встреч, и успех такого мероприятия напрямую зависит от выбранного места.

«В стандартном понимании бизнес-ланч – это быстрая подача блюд по фиксированной стоимости. Мы не хотели отходить от сложившейся парадигмы, но главная задача для нас – остаться в гастрономической концепции ресторана «Почтовая Контора 1786 г.» Поэтому мы обновили формат. Сегодня на обед гостям предложат два меню: «Европа» и «Север», чтобы они могли выбрать, что им по душе. Каждый день мы подаём разные блюда, поэтому впереди у вас долгое путешествие по гастрономии Европы и Севера от нашего шефа Константина МАХНЁВА», – рассказывает **ресторатор Григорий РЯБОВ.**

Меню обедов в ресторане меняется ежедневно. Напри-

мер, в один из дней в предложении «Север» гости смогут попробовать на обед оливье с говяжьим языком, уху из белых видов рыб и куриную печень в сметане, в предложении «Европа» в этот же день гостей ждёт салат с куриной грудкой, томатами и баклажанами, куриный бульон с лапшой, а также оладьи из лосося со сметаной.

Обедаем по-прежнему в будни с 12:00 до 16:00, стоимость фиксированная: в формате «салат / суп + горячее» – 650 рублей или «салат + суп + горячее» – 750 рублей. Напитки также соответствуют гастрономической концепции ресторана: в меню на выбор гостей – облепиховый морс по классическому северному рецепту, привычные чай и кофе. На десерт вы сможете попробовать фирменный чизкейк или копчёный творог с щавелем и морошкой.

Ресторан
«Почтовая Контора 1786 г.»
г. Архангельск, ул. Набережная
Северной Двины, д. 78
Телефон: (8182) 40-78-40
www.pk1786.ru



Электронная подписка на полезную газету

ДОМАШНЯЯ

ЖИЗНЬ

ГАЗЕТА ДЛЯ НЫНЕШНИХ И БУДУЩИХ ПЕНСИОНЕРОВ 12+

на сайте Почты России:

podpiska.pochta.ru

Отличный подарок для ваших родных!

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИСОЕДИНЕНИЯ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ

ПОДАЧА ЗАЯВОК:

Архангельск, наб. Сев. Двины, д. 112/3, каб. 133

ДНИ И ВРЕМЯ ПРИЁМА:

пн, ср, пт с 8-00 до 17-00, обед с 12-00 до 13-00
Тел. +7 (8182) 44-22-04 доб. 1, office@elektseti.ru

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).

№ 46 (1100), 5 декабря 2022 года
Подписано в печать 2.12.2022, по графику в 17:00, фактически в 17:00.
Отпечатано в **ООО «Типография «Правда Севера».**
(163002, г. Архангельск, пр. Новгородский, 32).
Заказ 3141. Тираж номера 10 000.

Материалы номера и архив доступны на сайте **bclass.ru** (аудитория с 1.01.2022 по 2.12.2022 – 378 500 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+.**