

газета

## дело

ИЮНЬ, 2026 | № 5(167)

## экономика |

Кто и как пишет  
сценарий развития  
региона

8



## финансы |

Игорь Чугаев,  
«ЛК Титан» – о том,  
почему у лизинговых  
инструментов огромные  
перспективы

10



## бизнес |

Елена Борнер:  
«Пока собственник  
не в порядке,  
бизнес не спасти»

13

# «Ставка на российское оказалась пророческой»

**Ирина Селезнева,**  
владелец торговых марок  
avantage Кадриль, «Па-Роль» и PARÉE

2

4 | **МАЛЫЙ БИЗНЕС**  
Первые итоги налоговой реформы

6 | **КОММУНАЛЬНЫЕ ТАРИФЫ**  
Конкурентное преимущество региона или риск?

16 | **ПЛАТНЫЕ ПАРКОВКИ**  
Готов ли Иркутск?

# «Ставка на российское оказалась пророческой»

Ирина Селезнева, СЕЛЕЗНЕВСгрупп – о перспективах модного ритейла и развитии бизнеса в регионах

25 лет назад, создавая свой бизнес в сфере сервиса продаж женской одежды, Ирина Селезнева сделала ставку на российских производителей модной индустрии. «Для того времени, когда все продавали Турцию или Италию, это было непопулярное решение, но, как показала жизнь, оно оказалось не просто правильным, а пророческим», – говорит руководитель компании СЕЛЕЗНЕВСгрупп и владелец торговых марок *avantage* Кадриль, «Па-Роль» и *PARÉE* Ирина Селезнева. В эксклюзивном интервью Газете Дело она рассказала, как учёный-математик стала успешной бизнес-леди, чем продажи принципиально отличаются от торговли, как амбиции и вера в собственное дело способны изменить рынок и почему маркетплейсы не конкуренты для салонов модной одежды.

## «Я всегда выстраивала глобальную компанию»

**Ирина, как появилась идея бизнеса, в котором вы уже 25 лет?**

– Можно сказать, что идея появилась случайно и... не случайно. По образованию я математик, занималась научной деятельностью, но при этом понимала, что это не моё дело жизни. Поэтому мной было принято нестандартное для нашей профессорско-преподавательской семьи решение уйти из науки. Но во мне были заложены вкус и чувство стиля, я с детства в этом знала толк: мой дед был портным, а бабушка вела домашнее хозяйство в лучших традициях прошлого – накрахмаленные простыни и салфетки, порядок и эстетика во всем.

**Ушли в ритейл?**

– Нет. Сначала в частную компанию, где моя деятельность была связана с компьютерами: тогда такая специализация была очень редкой. Потом в моей профессиональной практике был опыт сотрудничества с зарубежными партнёрами. Но в конце 90-х, когда случился кризис, и работать в валютной зоне стало некомфортно, моя жизнь в очередной раз круто изменилась: я познакомилась с российским брендом одежды «Панинтер» и его основателем Александром Паникиным, была приятно удивлена качеством изделий этого производителя. Именно Александр, видя мою системность и ответственное отношение, предложил мне эксклюзивные условия сотрудничества и безлимитное доверие. Тут, наверное, всё и сложилось: я уехала в Москву и стала сотрудничать с компанией в отделе оптовых закупок. Замечу, что на тот момент это был, наверное, лучший производитель одежды и текстиля в России, и вместе с ним в 2000-м году мне удалось построить здесь сеть магазинов «Панинтер».

Для того времени, это было непопулярное решение, потому что все продавали одежду из Турции или Италии, а на Россию смотрели косо. Но, когда мы открылись, к нам встала очередь. Это было подтверждением того, что всё сделано правильно. Магазины марки, открытые мной в Иркутской области, стали одними из первых по объёмам продаж в России.

**Сеть магазинов была только в Иркутске?**

– Нет. Мы сразу открылись в Ангарске и Братске, так как эффективность бизнеса может обеспечить только сетевой формат. Я всегда выстраивала свой бизнес как глобальную компанию с точки зрения продвижения, отношения к делу, обучения персонала, современных технологий продаж. Именно тогда была сформирована наша целевая аудитория и наше имя на уровне региона: сейчас уже и «Панинтера» нет, а люди помнят, что эту историю здесь начинали именно мы.



Ирина Селезнева

Фото: Е.Козырева

## «Наша стратегия – воплощать желания женщин, быть эффектными и яркими»

**Что сейчас входит в ваш бизнес?**

– Компания объединяет магазины женской одежды «Па-Роль» в Иркутске, экспертный салон женской брендовой одежды от российских дизайнеров *avantage* Кадриль, а также наш новый товарный знак и проект салонов женской одежды – *PARÉE*. Под этим брендом уже работает магазин в Братске, и в ближайшее время состоится открытие торговых площадок в Иркутске и Ангарске.

Сейчас мы включили в

вого формата – пространства стиля и вкуса.

По сути, это не торговые площадки, а объединение нестандартных эстетических и технологических решений, которые заложены и в *avantage* Кадриль, и в «Па-Роль», и в *PARÉE*, как отклик на запросы нашей целевой аудитории, сложившейся за 25 лет работы компании.

**В чём заключается разница между торговыми марками компании?**

– Прежде всего, каждая марка – это философия. Это не просто название. С помощью марок мы сегментируем предложение, выбираем площадки, определяем форматы взаимодействия с клиентами, закладываем смыслы в работу подразделений. Одежда как искус-

**и в Новосибирске. Почему для его развития вы выбрали именно этот город?**

– Это наша стратегия развития – перешагнуть Красноярск и уйти в Новосибирск. Изначально мы думали, что там всё будет просто, но новосибирцы долго не понимали, почему одежда в нашем салоне стоит дороже, чем та, что представлена в их в городе. Дело в том, что в Новосибирске находится много компаний по производству одежды, но по качеству эта продукция значительно уступает нашим коллекциям. Потребовалось определённое время, чтобы сформировать потребительский опыт и аудиторию, которой важно отлично выглядеть и производить впечатление за счёт чего-то особенного. Мы этого достигли, и сейчас наш стратегический план – открыть в Новосибирске новый проект. Экономически мы всё просчитали, и видим в этом потенциал.

**Шагнуть дальше Новосибирска не планируете?**

– На очереди стоит Улан-Удэ. Там есть большой запрос на качественную женскую одежду, и мы туда пойдём.

## «Маркетплейсы для нас не конкуренты»

**Ирина, вы открываете салоны в Иркутске и Ангарске, выходите за пределы Иркутской области, развиваете новые форматы продаж, а экспер-**

**ты и аналитики одёжного ритейла в один голос утверждают, что офлайн-торговля постепенно умирает, магазины массово закрываются, всё и все переходят на маркетплейсы. Вы не почувствовали снижения спроса?**

– Нет. Вы знаете, когда говорят о снижении спроса, трафика, я всегда спрашиваю: а что вы делали до этого? И что делаете сейчас? Ведь всё можно отрегулировать, просто для этого потребуется какое-то время. Мы не можем изменить общеэкономическую ситуацию, но у нас есть другие ресурсы. Например, можно привлечь аудиторию там, где она освободилась, потому что миграция на уровне общего потребления происходит в любом случае.

Кроме того, многое зависит от ассортимента. Если вы привозите лимитированные коллекции, рассчитанные на конкретную целевую аудиторию, это одна история, а если массово закупаете ширпотреб, это уже другая история.

**Тем не менее, по разным прогнозам, в 2026 году в России может закрыться от 15 до 40% модных магазинов. Вы, участник рынка с большим опытом, как оцениваете ситуацию?**

– То, что происходит сейчас на рынке, абсолютно закономерная история его очищения и обновления потребительского поведения и опыта. И если вы обратите внимание, то увидите, что федеральные сети разных специализаций наоборот наращивают как раз офлайн-формат, но делают его более локальным и более ориентированным на клиента. Время требует других технологий продаж – старые магазины, какие-то павильоны, в которых работают усталые и не очень эмпатичные люди, должны уйти. Останутся только те, куда всегда приятно прийти, где эстетически красиво, где женщина чувствует реальную заботу о себе и получает не столько одежду, сколько эмоцию. Плюс полезную информацию о правильном подходе к выбору одежды.

И ещё, судя по моим многолетним наблюдениям, истинная женщина не может долго отказываться от красивой, качественной одежды. Через неё мы позиционируем себя, это наш российский менталитет. Может быть, в какой-то другой стране футболка и джинсы на 5 лет – нормальное явление. В нашей – нет.

**То есть, маркетплейсы вам не конкуренты? Разве такие же товары, как в ваших салонах, не могут быть представлены на онлайн-площадках у других продавцов?**

– Нет. Они могут быть представлены только самими производителями на их интернет-ресурсах. Или это будут стоковые коллекции, снятые с продажи.

**А у вас есть формат онлайн-продаж?**

– Да, сейчас мы готовим к запуску интернет-магазин для проекта *PARÉE*. Это своеобразный виртуальный хаб, где

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ,  
РЕКЛАМНОЕ ИЗДАНИЕ 16+

газета **дело**

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

**Главный редактор:**  
Дементьева Е.В.

**Выпускающий редактор:**  
Понамарева Н.Ю.  
Цена свободная.

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

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

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

**E-mail:** delo@sia.ru

**WEB-сайт:** www.sia.ru/delo

Набрано и сверстано  
в компьютерном центре  
ООО РЦ «ИНФОРМРЕСУРС».  
№5 (167)  
Дата выхода в свет: 05.06.2026 г.  
Отпечатано в «Облформпечать –  
Международный департамент».  
Адрес типографии:  
664003, Иркутская область,  
г. Иркутск, ул. Сухэ-Батора, д. 18.  
**Заказ №5. Тираж 4000 экз.**

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

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



Фото: Е.Козырев

можно получить информацию абсолютно обо всём ассортименте, в том числе, из прошлых коллекций, не представленных в офлайне, и комфортно всё посмотреть. И уже подготовленным прийти непосредственно в торговый зал, чтобы окунуться в особую атмосферу красоты и моды: прикоснуться к тканям, почувствовать их фактуру, примерить вещь, сделать окончательный выбор, получить полноценную консультацию специалиста. Кроме того, здесь можно встретиться с подругой, пообщаться, узнать какие-то новости, выпить кофе.

Это уже другой уровень потребительской культуры, который мы поддерживаем и развиваем, поэтому для наших клиентов зайти в любой из магазинов компании СЕЛЕЗНЕВСГрупп, чтобы просто выпить кофе – обычное дело.

**В чём ещё выражается эта особая потребительская культура?**

– Когда я открывала бизнес, то сразу хотела делать его на очень высоком уровне, а не просто «смасте-

назад я поставила себе задачу омоложения коллектива. При всём уважении к коллегам, с которыми начинала бизнес, мне было понятно, что уровень энергии в компании падает и без кадровых изменений наступит стагнация.

Сейчас у нас сложилась отличная команда специалистов, у которых есть понимание общих целей и которые делают свою работу без моего постоянного участия. Это энергичные, активные женщины, которым интересно повышать свой профессиональный уровень и в коммуникациях, и в технологиях продаж.

**А с недобросовестной конкуренцией приходилось сталкиваться в своей практике?**

– Мы сейчас оказались именно в такой ситуации. Но, сохранив внешнюю оболочку предложения, такие конкуренты не могут наполнить его соответствующим содержанием, к которому привыкла наша аудитория. Оказалось, что даже с помощью искусственного интеллекта невозможно достичь того уровня

рованные торговые марки и логотипы висят в наших салонах на стенах. Мы это сделали как раз специально для того, чтобы избежать путаницы с недобросовестными конкурентами.

**«Продаём только то, что сделано в России»**

**Ирина, вернёмся к вашему бизнесу. Правильно я понимаю, что вы сознательно исключаете производителей из других стран?**

– Да, все 25 лет продаём только то, что сделано в России. Мы эксперты в этой области – большинство отечественных производителей одежды контактировали со мной через предложение.

**Расскажите про ассортимент, который представлен на ваших площадках.**

– Мы особенно гордимся тем, что у нас в портфеле есть дизайнерская женская одежда таких премиум-брендов, как VASSA&Co, Александр Богданов, M.REASON. Их коллекции составляют основу салона avantage Кадриль.

Что касается «Па-Роля» и PARÉE, то здесь представлены российские семейные компании, которые смогли выстроить на нашем рынке полный цикл производства модной одежды. Они не выпускают свою продукцию с целью «лишь бы быстро продать». У этих компаний сложилась своя особая культура, есть ценности, уважение к потребителю, безупречное качество продукта. Это трикотажная одежда Tipona, петербургская торговая марка GRIOL, Дизайнерский дом Татьяны Тягиной, который специализируется на производстве дамских брюк и другие отечественные бренды. Практиче-

ски все они – семейные компании, которые смогли выстроить полный цикл производства, где сложилась своя, особая культура.

**Почему вы выбрали именно их?**

– Это, прежде всего, моя экспертная ответственность перед нашей аудиторией. Я знаю, что за каждой вещью стоит тщательный подбор тканей и фурнитуры, качество пошива, а также ценности производителя. Это не просто брюки за 5 тысяч рублей, которые можно купить «за углом». В этих изделиях продуман каждый шов, каждая выгачка, каждый припуск. Это целая философия. И качество такое, что если срезать ярлыки, вы вообще не поймёте, где сделана вещь: у нас, или, к примеру, в Италии. Могу с уверенностью сказать, что в плане технологий рынок России абсолютно преуспевающий, и 25 лет назад я приняла правильное решение, сделав ставку на отечественную модную индустрию. Более того, как показала жизнь, мой выбор был не просто верным, а пророческим.

И ещё отмечу, что хорошо знаю ситуацию внутри каждого производителя. Прежде чем принять решение о сотрудничестве, я выезжаю на производство и знакоюсь с ним непосредственно на месте. Например, чтобы выстроить конструктивный диалог с компанией BUSINESS LINE, приехала в Ульяновск: там этого не ожидали, но с удовольствием показали производственные площадки, лаборатории, кабинеты. Это мой принцип: если я рассматриваю долгосрочные отношения с каким-то брендом, то должна понимать с кем работаю, и за что несу ответственность перед своей целевой аудиторией.

**«К нам приходят не просто за модной юбкой»**

**А какая ваша целевая аудитория? Растёт ли она со временем?**

– Изначально я рассчитывала на думающую аудиторию, для которой важно понимание, что внешний вид – это отражение внутреннего мира, и к нам она приходит не просто купить какую-то модную юбку. Нас выбирают женщины, для которых не стоит вопрос цены за качество. Для них важны эмоции, впечатления, которые они здесь получают, общая культура и отношение персонала.

В основном, наша аудитория складывалась постепенно в течение 25 лет, и сейчас уже приводит сюда своих детей. Также новые клиенты присоединяются к нам и через соцсети. Не скажу, что это резкий рост, но мы и не ставим себе такую задачу. В любом случае, нас открывают для себя новые люди.

**Отмечается ли динамика спроса на предложение компании?**

– Да, я вижу динамику спроса на наш ассортимент. Клиенты становятся всё более продвинутыми, более требовательными к функциональности одежды. При этом, они хотят быть особенными и отличаться от других.

Изменения происходят и в каждом бренде, которые у нас представлены: так же, как и во всех модных домах, туда приходят другие дизайнеры, появляются новые направления и они внедряются в линейку продуктов. Либо мы находим новое предложение и точно, нишево, предлагаем клиентам: наша задача и обязанность как баеров, мониторить рынок, работать с предложением, посещать выставки, чтобы чётко понимать, на какой позиции находимся и насколько прогрессивны. Мы ведь не можем всегда оставаться в одних рамках, поэтому, если появляется какой-то интересный бренд, обязательно идём с ним в эксперимент.

При этом отмечу, что отечественные производители хорошо знают россиянок, их предпочтения и уже на них накладывают общемировые тренды. Мы ориентируемся на такие универсальные коллекции, в которых вещи не кричат, а гармонично вписываются в образ женщины. Думаю, в этом тоже есть залог нашей стабильности.

**В чём ещё вы видите залог вашей стабильности и успешности?**

– Идеология компании все 25 лет пронизана особым отношением к покупателям, которое формирует и эстетику торговых площадей, и выбор брендов одежды, и ассортимент, который мы предлагаем нашим клиентам, и работу всего персонала. И это, как ни странно, является отличием от многих – даже очень дорогих сетей, поскольку там всё формализовано: покупатели не чувствуют, что их ждут и с ними готовы говорить.

Политика нашей компании закреплена в девизе «Сердце в ладонях» – это символ того, что мы отдаём покупателям всё, что у нас есть. «Сердце в ладонях» – про отношение наших сотрудников не как к работе, а к делу жизни, про уважение себя в профессии и в таком бизнесе как продажи, а не торговли. В этом есть большая разница. Продажи – это технологии, которые предполагают определённый набор профессиональных навыков и знаний. Наши консультанты энергичны, заряжены на позитив, у них горят глаза, они знают и понимают свой продукт, могут рассказать всё о его ценностях, потому что, когда вещь висит на плечиках или надета на манекен, это не всегда очевидно. И ещё – они знают желания наших клиентов и помогают им с выбором. Повторюсь, что можно копировать технологии продаж, но не уникальные решения конкретного человека.

**Почему вы остаётесь в ретейле одежды только для женщин?**

– Нам часто предлагают открыть направление для мужчин, но мы считаем себя экспертами женской одежды, и будем делать то, что умеем делать не просто хорошо, а отлично.

Мы позиционируем себя как первую и уникальную региональную компанию в офлайн-продажах. Намерены системно развивать это направление и демонстрировать лучшие технологии в сфере, где желания клиентов всегда в приоритете.

Анастасия Хмельницкая

Адреса салонов:

Иркутск

**Па-Роль**

ул. Литвинова, 17, ТК «Город магазинов», 2 этаж, п.203

**avantage**  
**Кадриль**

ул.Байкальская, 107а/2

Братск

**PARÉE**

ул. Кирова, 27

Новосибирск

avantage Кадриль,  
ул. Орджоникидзе, 27

Политика нашей компании закреплена в девизе «Сердце в ладонях» – это символ того, что мы отдаём покупателям всё, что у нас есть

ритель павильончик». Для меня торговое пространство – это всегда эстетика и всегда значительные вложения. Мне поступало много предложений о партнёрстве от московских компаний, которые в своё время открывались здесь как грибы, и у многих из них возникал вопрос: «Зачем вкладываться? Клиент этого не оценит. Всё можно сделать проще». В таких случаях я сразу отказывалась от сотрудничества, потому что наша женщина всегда готова платить за сервис: она зарабатывает деньги и хочет внимания, уважения, открытости и профессионального совета. И как показала практика, я была права.

**«Быть на вершине – мало, на ней нужно удержаться»**

**Ещё одна актуальная проблема, с которой в последнее время приходится сталкиваться одёжному офлайн-ретейлу, всё более жёсткая конкуренция. Как справляетесь с этим вызовом?**

– Конкуренция есть всегда. Даже если вы считаете, что лучшие на рынке. Быть на вершине – мало, на ней ещё нужно удержаться. Я всегда подчёркиваю, что открыть магазин легко, а держать его открытым – уже искусство. Поэтому здесь очень важно конкурировать прежде всего с собой: постоянно расти, развиваться, становиться лучше, меняться, даже если это связано с непопулярными решениями. К примеру, около десяти лет

экспертности, который нарабатывался мною все 25 лет. И люди чувствуют этот обман, даже несмотря на заверения, что это просто ребрендинг нашего магазина.

**Как клиент может разобраться в такой ситуации?**

– Все наши бренды – «Па-Роль», avantage Кадриль, PARÉE – принадлежат одному собственнику. Все свидетельства на официально зарегистри-



# «95% предпринимателей говорят, что ситуация в их бизнесе ухудшилась»

## Что и почему происходит с малым бизнесом?

Недавно Торгово-промышленная палата России и «Опора России» подвели первые итоги налоговой реформы. Предварительные выводы и предложения были озвучены на совместном заседании Комитета по поддержке и развитию МСП ТПП РФ. Мы изучили материалы и приводим наиболее важные моменты – с комментариями экспертов.



Изображение сгенерировано нейросетью

### «Реформа наложила на охлаждение экономики»

Налоги, по мнению экспертов, – только один из факторов усилившегося экономического давления на предпринимателей. Помимо них, огромное влияние на общее самочувствие бизнеса оказывают снижение потребительского спроса, рост неналоговых издержек, удорожание сырья, сложности с трансграничными поставками, конкуренция со стороны зарубежного бизнеса, пользующегося преференциями собственных юрисдикций и т.п.

– Налоговая реформа наложила на общее охлаждение экономики, – пояснил Александр Изюков, председатель комитета по поддержке и развитию МСП ТПП РФ. – Согласно



данном мониторинга состояния сектора МСП, который проводит ЦБ РФ, более 50% компаний столкнулись с сокращением заказов. Их доходная часть обрушилась. Примерно половина компаний сегодня не испытывает дефицита кадров – это говорит о том, что экономика замедляется. Есть сложности с оборотными средствами: примерно треть компаний планирует брать банковский кредит в ближайшие шесть месяцев, причём большинство – на пополнение «оборотки». То есть за прошлый год компании «проели» оборотные средства.

Александр Изюков также отметил продолжающееся снижение инвестиционной активности бизнеса. Причём по итогам трёх месяцев на первое место среди причин вышли не высокие ставки по кредитам (как год назад), а общая неопределённость – её назвали 35% респондентов. В топе причин – низкий спрос и низкая рентабельность.

Как подчеркнула вице-президент ТПП РФ Елена Дыбова, падение инвестиций в основные фонды – это проблема с долгими последствиями, по сути, речь идёт о рисках для промышленного потенциала страны.

– Сегодня ситуация такова, что в ряде отраслей, чтобы не отстать, менять оборудование нужно каждые два



года. Если мы сейчас не покупаем оборудование, нас на рынке скоро не будет. Потому что соседние страны, которые конкурируют с нами, не стоят на месте, они работают над производительностью такими темпами, которых мы вообще пока не видели.

### «Предприниматели просто хотят работать в долгую»

В результате такого наложения, как сообщил Андрей Шубин, вице-президент «Опоры России», бизнес рисует довольно мрачную картину.

– Мы провели опрос среди более чем трёх тысяч предпринимателей в разных регионах. Согласно ему, подавляющее большинство опрошенных (94,7%) заявили, что ситуация в их бизнесе ухудшилась, причём три четверти из них сообщили, что она ухудшилась значительно. Около 70% отметили снижение выручки. И 38% указали, что их фискальная нагрузка выросла больше чем на 20%, – привёл он цифры.



По словам Андрея Шубина, сегодня едва ли не единственной лакуной, позволяющей бизнесу даже не развиваться, а выживать, остаётся АвтоУСН. По данным опроса, число её плательщиков увеличилось на 11,5%.

– При этом мы слышим, что, раз бизнес побежал в УСН, значит, побегал прятаться от налогов. На самом деле бизнес искал выход для того, чтобы сохраниться, чтобы не упасть, не закрыться. У нас уже давно другая ситуация – предприниматели просто хотят нормально, спокойно, честно работать. Хотят работать в долгую, – прокомментировала Елена Дыбова.

Проблема не только в абсолютных цифрах налогов и взносов, но и в сроке, который дали предпринимателям на то, чтобы сориентироваться в новых условиях: 22 октября поправки в Налоговый кодекс были приняты Госдумой в первом чтении, в конце ноября – в третьем. А в силу они вступили 1 января.

Марат Самитов, налоговый консультант, и вовсе заявил, что по факту на адаптацию был дан один день – 31 декабря.

– 25 декабря 2025 года вышло постановление правительства РФ, определяющее перечень отраслей, которые имеют право на пониженные социальные взносы. А 30 декабря – список ОКВЭДов, которые могут применять пониженную ставку упрощённого налога. По факту же

## «Садитесь и думайте, что будет дальше?»



**Виктор Кондрашов**, основатель проектов «Дока», «Порт Ольхон», «Медная гора»:

– Я всегда говорю: наш мир как калейдоскоп – покрутил немного, одно стекло упало – весь рисунок поменялся. Поэтому я постоянно спрашиваю – себя, экспертов – что произошло такого, что может изменить нашу жизнь в ближайшем будущем?

Первые признаки кризиса все почувствовали в прошлом году. В октябре-ноябре мы по своему бизнесу поняли, что становится тяжело. И мы начали задумываться и искать возможности. Первое: оптимизировали все затраты, какие можно. Остановили проект, который перестал приносить доход. Второе: стали искать новые ниши. И буквально за 2–3 месяца мы нашли три направления, которые актуальны на сегодняшний день.

Одно я нащупал на приёме у нотариуса. Прихожу по свои делам – в коридоре очередь. Спрашиваю у него: «А почему народа так много стало?» Оказалось, что много стало банкротств, растёт спрос на доверенности на продажи и так

далее. То есть появляется целое направление юриспруденции, которое мы внутри холдинга никогда не трогали. И мы начали собирать [под него] команду юристов.

Второе направление – энергетика. Дифтарифы привели к огромным счетам. Что мы делаем: ищем на рынке, тестируем первую установку для отопления. И я понимаю, что весь Байкальский тракт – это просто один большой рынок. У всех ценник за отопление вырос, коттеджи продают – мы начинаем предлагать дешёвые топливные установки, чтобы люди в зимний период тарифы держали в норме.

И таких направлений, если поискать, в период кризиса много. Мой совет: изучайте рынок. Садитесь и думайте, разговаривайте с экспертами, что будет дальше?

Другой совет: ищите людей. Я зашёл на портал вакансий, дал объявление: требуется заместитель директора холдинговой компании. И за месяц сам обработал порядка 360 заявок. При-

шел к выводу, что соискатели пока не созрели. Мы предлагаем иркутскую зарплату, а они выклики к уровню московской и не хотят снижаться. Мы пока никого не взяли на работу из топов, но с «нефтянки» забрали одного энергетика, который заменил нам трёх специалистов по АХЧ и по стройке. Зарплата у него хорошая, но всё же меньше, чем у трёх человек, – то есть мы сэкономили и эффективность получили.

Но самое главное, я понял такую вещь: не торопись, посиди под дождём. Кризис даёт возможность нам перевооружиться, потому что основной ресурс – это всегда люди. Сейчас амбиции соискателей пошли на спад. И многие компании, которые понимают ценность работников, наберут себе хороших людей.

Самое ценное, что есть у нас, у предпринимателей, – это возможность самим вершить свою судьбу. И это вселяет такую уверенность! Главное, правильно использовать наше время, чтобы это сохранить.

в открытый доступ этот список был выложен 31 декабря, когда все уже резали салатики. Ни один предприниматель не смог бы адекватно спланировать свои налоговые обязательства, а значит, – верно определить цены на товары и услуги, – пояснил Марат.

**«Неналоговые платежи влияют на суммы, которые могли бы поступать в бюджет»**

Растёт нагрузка на бизнес и по линии неналоговых платежей. Как указала Елена Дыбова, их становится всё больше, и они серьёзно влияют на те финансовые потоки, которые могли бы поступать в бюджет.

– Это и страховые взносы, выросшие для большинства МСП. Прежняя льгота [по размеру взносов] была существенным фактором, который влиял на экономическую модель практически всех компаний, особенно производственного сектора. Эта льгота, кроме того, стимулировала обеление зарплат, – заметила она. – Это и акцизы, и пошлина, и утилизационный сбор, с которым мы боремся, это система «Платон» (с первого

марта ставка выросла с 3,71 до 5,19 рубля за километр). «Честный знак» уже становится слишком значимым фактором – и дело не в стоимости самой марки, которая наклеивается на каждую единицу продукции, а прежде всего в его администрировании, из-за которого серьёзно возрастают затраты бизнеса на всех этапах.

Андрей Шубин призвал обратить внимание на проблему платежей малому и среднему бизнесу по контрактам, которые заключены и исполнены:

– Масштаб таков, что уже министр экономики РФ Максим Решетников был вынужден создать целый федеральный штаб по неплатежам бизнесу.

Кстати, по данным Корпорации МСП, с начала 2026 года на специальной платформе МСП.РФ поступило свыше 800 обращений от малого и среднего бизнеса, что на 60% превышает аналогичный показатель прошлого года. Более 50% из них связано с неплатежами госзаказчиков. На сегодняшний день предприниматели смогли получить более 1 млрд рублей задолженности от госкомпаний по договорам в рамках 223-ФЗ.

**«Не перейти рубежи, за которыми все становится бессмысленно»**

Елена Дыбова заявила, что сейчас необходимо перенастроить работу с малым бизнесом, сделав ее более гибкой, иначе сектор откатится в своем развитии на 10-15 лет назад.

Чем больше мы сейчас закучиваем, давим, наказываем, тем хуже всем. Потому что есть рубежи, после которых заниматься предпринимательской деятельностью становится бессмысленно. И это больше всего настораживает. Пять лет действовал нацпроект по поддержке малого и среднего бизнеса – 600 миллиардов рублей вложили, чтобы поставить предпринимателей на ноги. Если сейчас всё это пойдёт в обратную сторону, все это будет напрасно. Нельзя разрушать то, что строилось годы.

По ее словам, сейчас от правительства РФ ждут предложений, как перезапустить экономику, как выйти на траекторию роста. И бизнес-обществу необходимо донести свое видение.

Екатерина Вострикова

**ЗАМЕТКИ НА ПОЛЯХ**

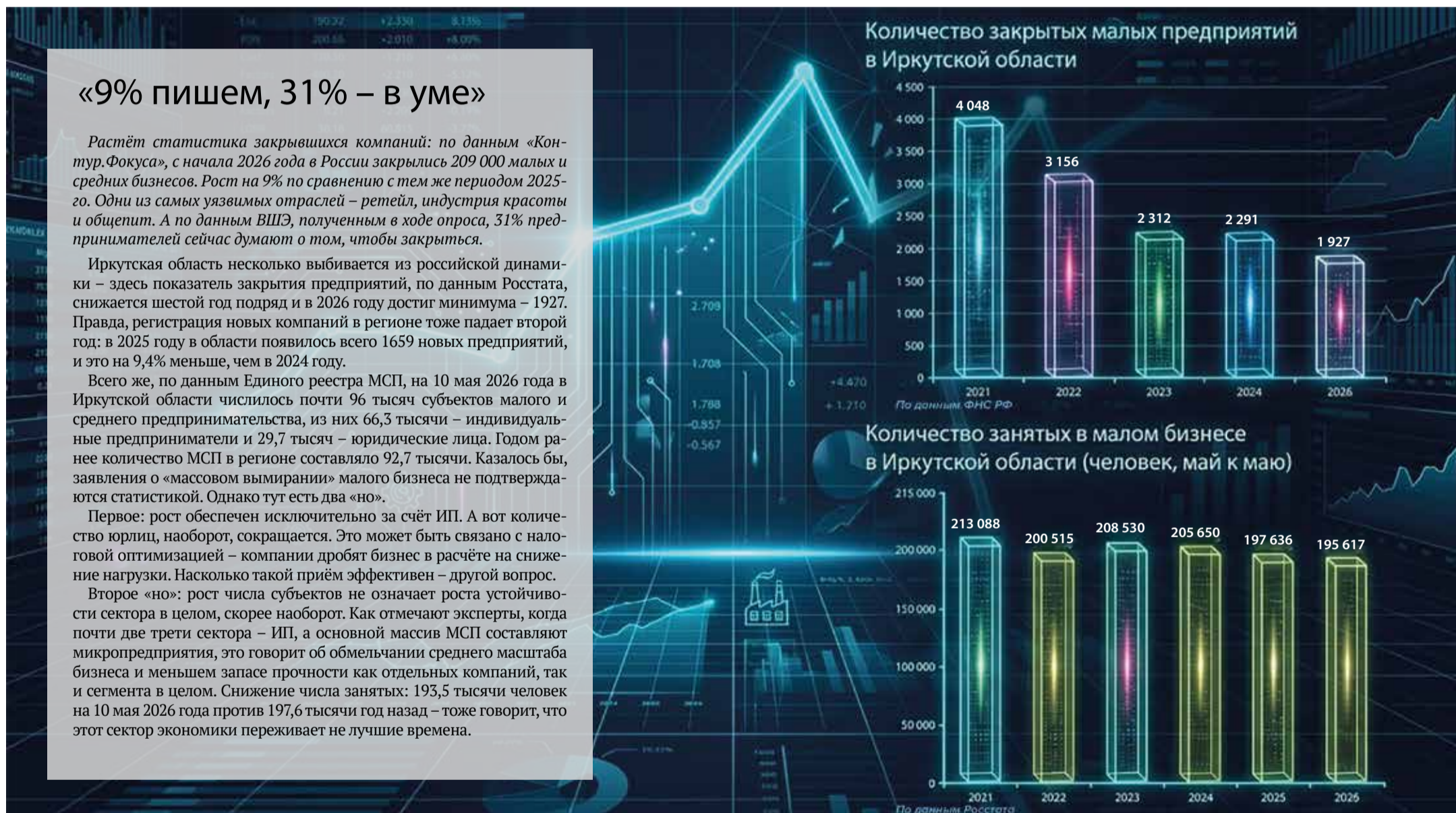
**Реструктуризация маскирует «просрочку»**

По данным Банка России на 1 декабря 2025 года, объём просроченной задолженности МСП в России составил 567,4 млрд рублей. А по информации на 1 апреля 2026 года, «просрочка» выросла до 631 млрд.

При этом, как отмечается в исследовании Национального рейтингового агентства, ситуация во многом маскируется за счёт реструктуризации задолженности. Это подтверждается цифрами: за 2025 год банки получили 280,9 тыс. заявлений от субъектов МСП о реструктуризации, что на 68% больше, чем в 2024 году. Это, отмечается в исследовании, создаёт «отложенную нагрузку»: часть этих заемщиков может перейти в категорию проблемных.

«Реструктуризация стала штатным инструментом адаптации. Но массовость (рост на 68%) указывает на то, что значительная часть заемщиков балансирует на грани безубыточности. При сохранении ставки мы неизбежно увидим вторую волну – повторные реструктуризации, которые уже не будут безболезненными. Поэтому корректнее рассматривать текущий рост как отложенную проблему, которую временно заморозили, но не решили», – приводит в исследовании мнение Павла Самиева, генерального директора аналитического агентства «Бизнес-Дром».

В целом, по данным Банка России, по итогам 2025 года субъектам МСП было предоставлено кредитов на сумму 14,5 трлн руб., что на 14,9% меньше, чем в 2024 году.



**«Нет контроля – нет дохода»**



**Игорь Мальцев, основатель компании «Система Растущих Продаж»:**

– Всё, что давит на рынок – охлаждение экономики, инфляция, рост налогов, дефицит эффективных кадров, нарушение привычных каналов маркетинга – отражается на наших клиентах. Они стали требовательнее, осторожнее и медленнее, жёстче считают деньги. Цикл работы с клиентами удлиняется. Падают конверсии, падает средний чек, растёт себестоимость, снижается маржинальность. Действий становится больше, но в деньги они не превращаются.

Сегодня, чтобы остаться на рынке, собственникам нужно лично погружаться в компанию, в ее процессы. Поймите: не придёт «волшебный» РОП или директор. Собственник сам должен озадачиться структурой дохода. Мы проводили эксперименты: просили владельца зайти в отдел

продаж и находиться там какое-то время. Уровень дохода, когда владелец находился в компании, выросал всегда не меньше чем в два раза. Всегда. Почему? Потому что собственник знает – что досмотреть, что сделать, что говорить.

Сегодня как никогда собственнику нужна максимальная ясность и понимание, как устроена структура дохода в его бизнесе. Признайте новый закон 2026 года: «Нет контроля – нет дохода». Не обязательно делать всё самому, но контролировать – обязательно. А для того чтобы что-то контролировать, это надо ясно и чётко понимать.

Второй закон: любая технология, любые инструменты и сотрудники будут деградировать без контроля.

Используйте всего два инструмента контроля дохода. Первый – еженедельный отчёт с планом действий на следующую неделю.

Второй – реестр возражений и трудностей клиентов с предложениями от руководителя отдела продаж или директора по маркетингу. Начинайте каждый день с того, чтобы просто прослушивать все неуспешные сделки через реестр возражений – только так до вас дойдут реальные боли и изменения рынка. Если до собственника не доходит информация – какие трудности, боли, как рынок поменялся, – он не будет этим заниматься.

И третий закон вытекает из второго: куда направляешь внимание и энергию – то начинает расти.

Ищите и устраняйте «узкие горлышки» – точки утечки дохода – последовательно. Выбрали одно узкое место на месяц, убрали его – взялись за следующее. Когда ты понимаешь процесс, понимаешь боли, ты знаешь, где искать узкие места.

# Кто заплатит за экономию?

Эксперты о низких коммунальных тарифах: конкурентное преимущество региона или риск?



Фото: И. Мерзляков

Тарифы на ЖКХ в Иркутской области самые низкие в СФО. Но пока жители региона радуются этому факту, назревает проблема: трубы гниют, оборудование местами исчерпало второй срок эксплуатации, а денег на ремонт нет. Можно ли считать низкие тарифы конкурентным преимуществом региона или это путь к ЧП, почему бизнес и жители находятся в одной лодке и кто в итоге заплатит за «экономию»? На эти вопросы мы искали ответ у экспертов отрасли.

## ЯЗЫКОМ ЦИФР: ДЕШЕВЫЕ СВЕТ, ТЕПЛО, ВОДА

По данным Иркутскстата, Приангарье возглавляет список сибирских регионов с самыми низкими тарифами на коммунальные услуги. Статистическое ведомство указывает, что жители области платят меньше всех в СФО за электроснабжение квартир – 180 рублей за 100 кВт/ч, отопление – 2 тысячи рублей за Гкал, холодное водоснабжение и водоотведение – 56,5 рубля за кубометр.

Также Иркутская область находится в тройке субъектов с минимальными ценами на горячее водоснабжение – 149,1 рубля за кубометр, взносы за капремонт – 10,5 рубля за кв. м общей площади. А среднестатистический тариф за содержание жилья здесь – 26,65 рубля за кв. м.

Эксперты единодушны: коммунальные платежи – это всегда чувствительный вопрос для населения, но в таких тарифах заложен огромный инфраструктурный риск.

По мнению доктора экономических наук Надежды Грошевой, декана САФ ИГУ, изношенная инфраструктура становится «бомбой замедленного действия».

– Мы уже видели пример Бодайбо. Иркутск, я думаю, находится не в

«**Коммунальные платежи – это всегда чувствительный вопрос для населения, но в таких тарифах заложен огромный инфраструктурный риск**»

лучшей ситуации, – считает Надежда Грошева.

Ее опасения подтверждаются заявлением *зампреда правительства Иркутской области Александра Суханова*, который



после аварии в Бодайбо назвал ее «тренировкой» и официально признал, что количество технологических нарушений в коммунальной сфере области с сентября 2025 выросло на четверть по сравнению с аналогичным периодом прошлого отопительного сезона и параметры коммунальной инфраструктуры продолжают ухудшаться. По мнению наблюдателей, это объективная оценка ситуации, без сгущения красок. Зампред правительства также добавил, что в региональном правительстве не сидят на месте, а ищут способы поправить ситуацию.

Кроме того, для развития новых районов в том же Иркутске нет ни свободных мощностей тепла и электроэнергии, ни сетей. И эта проблема, как указывает эксперт, тоже упирается в деньги.

– Расходы на реновацию и развитие коммунальной инфраструктуры либо должен взять на себя бюджет, либо их необходимо включать в тариф. Но в бюджетах денег нет, а на повышение тарифа никому идти не хочется, тем более в преддверии выборов, – замечает Надежда Грошева.

## «ЕХАТЬ НА НИЗКИХ ТАРИФАХ МОЖНО ТОЛЬКО В СТОРОНУ ЧП»

Ресурсоснабжающие организации при этом указывают: за счет бизнеса такие задачи не решить, поскольку то же теплоснабжение – это регулируемый вид деятельности, где стоимость услуги опреде-

ляется не рыночными реалиями, а чиновниками. А значит прибыли, необходимой чтобы аккумулировать средства на такие проекты, у бизнеса нет.



В своем телеграм-канале *генеральный директор БЭК Олег Причко* пояснил, что без включения расходов в тариф, ни о каком развитии речи идти не может.

– Чтобы развивать инфраструктуру, в том числе для теплоснабжения, существуют инвестиционные программы. Они принимаются властями по каждому городу, а средства на их реализацию закладываются в тарифы для пользователей, – говорит он.

Задача энергетиков – сформировать своего рода «меню» мер, необходимых для поддержания теплосетей и теплостанций, и включить их в проект программы. А перечень конечных «блюдов» определяют чиновники. На основе их решений формируется утвержденный перечень мероприятий и, как следствие, итоговый чек, который в будущем появится в платежках горожан.

– Чем ниже тариф, тем меньше сетей можно переложить в летний период, куда скромнее будет выглядеть и модернизация тепловых мощностей на ТЭЦ, а значит, риск аварийных ситуаций увеличивается. Скажем, чтобы тепловые сети работали как часы, каждый год необходимо их перекладывать в объеме 4-5%. Сегодня этот показатель по области в 10 раз ниже, – указывает Олег Причко.

В одном из недавних подкастов, он сравнивает сферу теплоснабжения с автомобилистом, который ездит на лысых покрышках, однако на замену всех четырех денег у него нет, и поэтому он покупает две и продолжает рисковать. Между тем, по словам главы БЭК, запасы прочности, заложенные еще в совет-

ское время, давно исчерпали себя и «ехать» на старом наследии можно только в сторону коммунальных ЧП.

А чтобы оплата за коммунальные услуги не оказывала существенного влияния на семейный бюджет, существуют различные меры поддержки населения, которые активно применяются во многих регионах. Кроме того, часть средств можно получить через государственные программы, например, нацпроект «Инфраструктура для жизни», предусматривающий повышение улучшения состояния котельных, тепловых сетей, систем водоподготовки и питьевого водоснабжения.

Кстати, с водопроводными сетями ситуация, как можно понять, не лучше. МУП «Водоканал», по данным пресс-службы администрации Иркутска, планирует в 2026 году отремонтировать чуть более 2 км водопроводных и 937 метров канализационных сетей. В прошлом году переложили вдвое меньше: 1025 метров водопровода и 585 метров канализации.

Между тем, согласно Стратегии развития строительной отрасли и ЖКХ РФ до 2030 года, ежегодная замена коммунальных сетей должна составлять не менее 3% от их общей протяженности. Нетрудно подсчитать, что в Иркутске, где МУП обслуживает 904 км водопровода и 821 км канализации, необходимо ежегодно менять минимум 27 км сетей водоснабжения и 24-25 км водоотведения.

## «РАСХОДЫ НА СОДЕРЖАНИЕ ЖИЛЬЯ МЕНЬШЕ, ЧЕМ НА ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРЫ»

Управляющим компаниям тоже есть что сказать по поводу тарифов. *Александр Калугин*, генеральный директор ООО «Южное управление

## Низкие тарифы – это конкурентное преимущество?

*Надежда Грошева*, д. э. н., декан САФ ИГУ:



– Конкуренция между регионами действительно существует, но никто ещё не приехал жить в Иркутск, потому что у нас ниже тариф.

Никто ещё не сказал: «Я остаюсь в Иркутске, потому что здесь дешевое электричество». Ключевым фактором выбора места для проживания являются не тарифы, а наличие комфортного жилья, социальной и интеллектуальной инфраструктуры, рабочих мест и перспективность территории.

## «В споре жильцов и УК правы обе стороны»

*Александр Багаев*, эксперт Ассоциации СРО «Гильдия ЖКХ» по экономическим вопросам:



– С одной стороны, тариф на содержание жилья действительно с трудом покрывает текущие расходы. С другой – жители обоснованно возмущаются резкой индексацией на фоне падения собственных реальных доходов. Справедливым можно считать только тот тариф, который рассчитан индивидуально под конкретный дом и полностью прозрачен для собственников. Универсальной цифры для региона не существует.



ЖКС», считает, что УК на российском рынке остаются фундаментально недооцененными.

– Если сравнить расходы граждан на содержание жилья с расходами на другие услуги, это становится наглядным. Скажем, месячная оплата мобильной связи за один смартфон часто превышает средний платёж за содержание жилья с квартиры. Обслуживание автомобиля: стоимость нормо-часа на СТО несопоставима с затратами на обслуживание инженерных систем (лифтов, насосов). Подписка на онлайн-кинотеатры может обходиться жильцам дома дороже, чем труд команд дворников и сантехников, – указывает Александр.

По его сло-

Чтобы развивать инфраструктуру, в том числе для теплоснабжения, существуют инвестиционные программы. Они принимаются властями по каждому городу, а средства на их реализацию закладываются в тарифы для пользователей

вам, исторически так сложилось, что тарифы на содержание жилья растут медленнее инфляции, притом что стоимость материалов – быстрее. Однако постоянное искусственное занижение тарифов ЖКХ создаёт лишь иллюзию экономии, а в реальности ведёт к скрытому кризису.

– Бизнес не может работать в убыток. Если тариф занижен, УК начинает экономить на качестве. Сокращаются объёмы ремонта, закупаются дешёвые расходники, урезаются зарплаты. В итоге происходит лавинообразное ухудшение состояния дома, – отмечает Александр Калугин.



**Сергей Белых**, генеральный директор ООО «Северное управление ЖКХ», добавляет, что низкие тарифы не позволяют проводить рекон-

струкцию изношенных сетей и не дают возможности создать аварийный резерв.

– Когда в разгар отопительного сезона выходят из строя терморегуляторы, циркуляционные насосы и иные приборы системы отопления дома, промедление при проведении работ катастрофически опасно, – предупреждает эксперт.

### «НЕДОФИНАНСИРОВАНИЕ БЬЕТ ПО КАРМАНУ»



**Георгий Чернявский**, председатель совета дома в микрорайоне Солнечный, настаивает, что тариф должен напрямую зависеть

от наполнения услугами. Для качественного сервиса он всегда будет выше муниципального на 15–30%.

– Жители часто требуют услуг сверх базового тарифа (например, уборку 2–3 раза вместо положенного по нормативам одного), но голосовать за повышение платы ради качества отказываются. Но это не значит, что УК имеет право обманывать жителей, максимально сокращая свою работу, и при этом брать среднюю плату по городу, – настаивает он.

Вместе с тем Георгий напоминает, что хроническое недофинансирование бьёт жителей по их собственному карману.

– Системное занижение тарифов запускает «спираль деградации». А дальше из-за неужоженных подъездов, разрушающегося фасада и вечно подтапливаемого подвала квартиры в таком доме стремительно теряют в цене. Получается, что собственники экономят копейки на тарифе, но теряют сотни тысяч рублей на стоимости своего имущества, – отмечает эксперт.

С ресурсоснабжающими организациями, по его мнению, та же история. Низкий тариф для населения не покрывает реальную модернизацию сетей.

– То, что в самом Иркутске до сих пор не случилось катастрофы подобной той, что произошла в подмосковном Подольске или в Бодайбо, – это исключительно заслуга оперативных аварийных бригад, климатического везения и иссякающего запаса прочности, заложенного ещё в советский период, – полагает иркутянин.

Темпы старения труб опережают темпы их замены, считает Георгий Чернявский. Поэтому нужно ускоряться с модернизацией и заменой.

### «ВАЖНЫ НЕ СТОЛЬКО ЦИФРЫ, СКОЛЬКО ПРОЗРАЧНОСТЬ РАСХОДОВ»

Эксперты сходятся и в том, что важна не только величина тарифа, но и то, насколько прозрачно расходуются собранные с населения средства.

– Чтобы найти здоровый баланс, управляющие компании должны детально раскрывать структуру тарифа, чтобы люди видели, за что именно они платят. Тогда пропадает заблуждение, что 26 рублей уходят в никуда, – говорит Георгий Чернявский.

По мнению Надежды Грошевой, во многом из-за отсутствия прозрачности любое повышение тарифов воспринимается в штыки.

– Люди вполне обоснованно требуют: «Объясните нам, почему вдруг ни с того ни с сего тарифы выросли. Куда идут эти деньги, на что расходуются? Где карты подлежащих замене сетей? Где объекты, которые нужно делать в первую очередь?» Нужна открытая, прозрачная и понятная жителям инвестиционная программа. Пока её нет, повышение тарифа вызовет здоровое недовольство любого пользователя, резюмирует она.

### ВЫВОД

Эксперты единодушны: хотя тарифы остаются чувствительной темой для общества, попытки искусственно удерживать их ниже уровня себестоимости услуг неизбежно приводят к деградации инфраструктуры и снижению качества жизни. Поэтому ключевым фактором сегодня становится не столько борьба за минимальную цифру в платёжке, сколько прозрачность формирования тарифа и контроль за целевым использованием средств, чтобы потребитель понимал: он платит не за воздух, а за поддержание жизненно важной инфраструктуры в рабочем и безопасном состоянии.

## Иркутяне активнее всех в стране копят на будущее детей

Чуть меньше половины (44%) жителей Иркутска формируют сбережения для ребёнка, в первую очередь – на оплату образования и покупку жилья. Горожане хотели бы накопить на эту цель 6,4 млн рублей. Это на 2,1 млн рублей больше, чем в среднем по стране, видно из исследования партнёров СберИнвестиций – СберСтрахования жизни и СберНПФ – в преддверии ПМЭФ.

Жители Иркутска хотят обеспечить детей не только финансово. В первую очередь горожане называют здоровье (87%), достойное воспитание (86%) и хорошее образование (79%). Далее в списке приоритетов располагаются жильё для ребёнка или помощь с его покупкой (56%), возможность найти хорошую работу (44%), финансовая грамотность (21%), стартовый капитал (7%).

«В Иркутске 44% опрошенных откладывают на будущее детей. Это самый высокий показатель в стране. Город оказался на четвёртой строчке рейтинга по сумме детских сбережений: иркутские родители хотят накопить 6,4 млн рублей. Сделать это поможет, например, полис накопительного страхования жизни или программа долгосрочных сбережений (ПДС). В обоих случаях человеку доступны налоговые льготы, а по ПДС дополнительно можно получать господдержку на личные взносы», – Рушан Сахбиев, председатель Байкальского банка Сбербанка.

Самыми активными сберегателями на будущее детей оказались россияне 31–40 лет – 39%, а также 18–30 лет – 35%. Женщины копят на эту цель чаще: в 32% случаев против 24% у мужчин.



Исследование проводилось в мае 2026 года в 37 городах с населением свыше 500 тысяч человек по репрезентативной выборке.

## «Сами становитесь блогерами»

Как держать коммуникацию с клиентами, когда привычные каналы не работают

«Сегодня ни один эксперт не скажет, куда мы идем в сфере коммуникаций, и что будет в итоге. Как никто год-два назад не мог бы предсказать то, с чем мы сталкиваемся сегодня. В этих условиях предприниматель должен знать одно: мы обязаны работать в тех условиях, которые есть. Иного не дано. Самое страшное – прижать уши и ничего не делать», – говорит Александр Откидач, блогер, эксперт по продвижению в социальных сетях.



Александр Откидач

Фото из личного архива

Сегодня мы имеем три пласта соцсетей. «Правильные»: ВКонтакте, Одноклассники, Макс и RuTube. «Неправильные»: приторможенные, но пока работающие Telegram и YouTube. И запрещённые.

С российскими площадками работать непросто – по-моему, никто не понимает до конца, как работают их алгоритмы, как они используют вложенные пользователями бюджеты. У меня есть профессиональное подозрение, что они накручивают просмотры и охваты. Я не могу это

утверждать, но мы с коллегами видим миллионы просмотров а доходность ноль, переходов ноль. Такого быть не должно.

Тем не менее нужно методично прорабатывать «правильные» площадки – добрая часть населения там. Надо искать ключики и выкручиваться. Таргет ВК и ОК, работа с блогерами, создание контента, выпуск постов в пабликах – это ещё работает.

Да-да, ОК тоже. 800 тысяч жителей Иркутской области – там. В про-

шлом году на форуме «Байкал 2020» спросил у участников про соцсети. Аудитория 30 человек от 18 до 25 – 80% процентов сидят в ОК. Я не знаю, что они там делают, но они – там.

В ВК сегодня у любого из вас, даже с 200–300 друзьями, будет точно такой же охват, как у меня. А ваши подписчики поверят вам больше, чем мне. Сегодня вы становитесь круче любого блогера в Иркутске. Настраиваете таргеты на свой пост – на ту аудиторию, которая вам нужна, платите и получаете просмотры. Кто из блогеров будет так заморачиваться с таргетингом? У вас выход один – сами становитесь блогером. Не понимаете как – разберитесь. Не умеете писать – наймите человека.

Сегодня, когда все считают деньги, логично пользоваться принципом баланса ограничений и эффективности. Не спешите уходить из замедляемых «неправильных» площадок – да, просмотры там упали. У меня раньше пост набирал 7500 просмотров теперь 2500. Но люди все еще ими пользуются. Работать надо там, где ваша аудитория.

Используйте сторис. Кто их смотрит? Не ваша телефонная книжка. А те, у кого ваш номер телефона «забит» в их книжке. И тут самое интересное: блогеры больше вам не нужны. Вам нужен тот, чей телефон есть много у кого. Это мастера маникюра–педикюра, врачи, юристы. Ищите этих людей и выстраивайте с ними отношения.

Еще совет: когда всё плохо, побеждает тот, кого виднее всех. Переходите к креативу. Но не к ИИ – если ваш пиарщик пишет текст в «нейронке» – увольняйте! Это невозможно читать.

И последнее. Даже сегодня не надо пытаться уволить полштата и всё сложить на одного человека. Каждый должен заниматься своим делом.

# «Продюсер территории»

## Кто и как пишет сценарий развития региона

В День российского предпринимательства иркутские новаторы собрались в Центре «Мой бизнес», чтобы обсудить главный вопрос: как, опираясь на культурный код, построить будущее региона? Ведь сегодня креативный бизнес – это не просто идея, а смелость, гибкость и умение видеть возможности в технологиях. Мы побывали на форуме «Формула креативного бизнеса» в рамках Недели предпринимательства в Иркутской области на панельной дискуссии «Продюсер территории».

“

### Креативные индустрии – это новая реальность

Искусственный интеллект уже вошёл в нашу жизнь, бизнес и образование, – заявила руководитель Центра «Мой бизнес» Дилера Окладникова, открывая мероприятие роликом, созданным с помощью ИИ. – Но технологии не должны стирать идентичность. Главный вызов сегодня – не потерять себя, свою сущность. Мы собрались здесь, чтобы задать вектор развития на годы вперёд: какие смыслы мы заложим в наш регион за горизонтом 2030-2033 годов?

Тема панельной дискуссии «Продюсер территории» в этом контексте прозвучала максимально точно: участники обсудили, как власть, бизнес и креатив могут создать новый код региона.

Мероприятие было организовано Центром «Мой бизнес» и стало частью реализации задач национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика», который направлен на поддержку предпринимательской инициативы и развитие новых отраслей.



Фото: А.Фёдорова

## «Пилить лес и качать нефть уже не главное»

Как создать регион, «где хочется жить и куда хочется возвращаться»



Заместитель председателя правительства Иркутской области **Александр Анчугин**, говоря о потенциале региона, напомнил: это последняя территория СССР, которая комплексно осваивалась в 1960-80-е годы через создание мощных территориально-производственных комплексов. Именно тогда здесь была заложена основа: промышленность, транспорт, энергетика, инфраструктура. Но сегодня этого недостаточно. В основе новой стратегии – не просто добыча ресурсов, а повышение качества жизни. «Мы хотим, чтобы люди связывали своё будущее с Прибайкальем. Чтобы молодёжь хотела здесь не просто работать, а создавать и реализовывать самые смелые идеи. Одним из ключей к этому является креативная индустрия. Это те смыслы и энергия, которыми дышит наша молодёжь, то, что меняет облик городов и превращает наше уникальное наследие в точки притяжения».

По мнению чиновника, Иркутск привлекателен тем, что здесь активно развивается культурная среда: музеи, галереи (кстати, в «Моем бизнесе» все Дни предпринимательства работало арт-пространство Галереи «Диас»). Точкой притяжения становятся и масштабные музыкальные фестивали: «Звёзды на Байкале», «Джаз на Байкале», фестиваль русской оперы в Тальцах.

По словам Александра Анчугина, в ближайших перспективах – реализация крупных проектов: создание «Союза Стихий» – международного центра креативного туризма с киноконцертным залом и мастерской. На центральной пешеходной улице Иркутска идёт работа по созданию «Гайдай-Центра» – будущей лаборатории сибирского кино, вокруг которой вырастет целый креативный квартал.

Сегодня власть отлично понимает: просто продавать сырьё – это идея прошлого. «Пилить лес, качать нефть, копать уголь, всё это везти куда-то на продажу – уже недостаточно. Нужно создавать то, что будет работать вдолгую, – регион, где хочется жить, куда хочется возвращаться», – подытожил Александр Анчугин.

## «Город фестивалей» на Ангаре

Как мэр Свирска превратил промцентр в точку притяжения



Малым городам сложно конкурировать за людей и деньги. Мэр Свирска **Владимир Орноев** знает это не понаслышке. Он рассказал, как в городе удалили отходы мышьякового завода, копившиеся 70 лет, построили дорогу к федеральной трассе и создали туристический кластер с помощью бетонных скульптур, кузнечного ремесла и... пельменей.

Правительство разрабатывает стратегии, а муниципалитеты и бизнес – те, кто претворяют их в жизнь. Малым территориям приходится конкурировать не только за государственное финансирование, но и за людей, бизнес-проекты и саму жизнь. Мэры в таком контексте становятся «главными режиссёрами» своих городов.

Своим опытом поделился мэр Свирска Владимир Орноев. Город расположен в живописном месте на левом берегу Ангары, в 140 км от Иркутска. Компактность – одно из главных достоинств Свирска: здесь всё находится в шаговой доступности. Несмотря на статус промышленного центра, сейчас город делает ставку на развитие туризма и событийной повестки, чтобы стать привлекательным для инвесторов и гостей.

В городе проходит множество интересных мероприятий: фестиваль кузнечного ремесла «ДарХан», фестиваль бетонной скульптуры «Творимир», который вошёл в книгу рекордов Иркутской области как лучшее культурное событие, иммерсивный аудиоспектакль «Свирск – жемчужина Ангары», фестиваль пельменей, ледовый переход «Ангарские бусы» и др.

Рассказывая о секрете успеха, Владимир отметил: «Все жалуются на отсутствие поддержки, мы же используем любые механизмы, чтобы привлечь инвесторов». Но, прежде чем делать это, власти Свирска решили две ключевые задачи: экологическую (более 70 лет город ассоциировался с отходами мышьякового завода – в городе был реализован уникальный для России проект по их полной ликвидации, что устранило главный репутационный барьер) и логистическую (построили прямую дорогу к федеральной трассе М-53; теперь путь от нее до Свирска занимает всего 10 минут).

Теперь инвесторы стали заходить в город активнее. Комплексный подход к развитию территории и ставка на событийный туризм сделали своё дело: Свирск стал местом, куда хочется возвращаться.

### ВАЖНО

## Четыре силы региона

По словам зампреда правительства Иркутской области Александра Анчугина, в регионе разработан и в декабре 2025 года защищен проект региональной стратегии развития креативных индустрий. Вот сильные стороны Иркутской области, которые выделила власть.

- 1. Природный потенциал.** Озеро Байкал как главный резервуар пресной воды (20% от мирового запаса) и сибирская тайга. «Сейчас все прекрасно понимают: цена чистой питьевой воды давно превысила стоимость многих продуктов высокой химии», – отметил Александр Анчугин.
- 2. Культурное наследие.** Уникальная архитектура и предметы дизайна. «Для гостей с запада наши памятники деревянного зодчества – главная точка притяжения. Наша задача – вовлечь их в оборот»

- 3. Исторический код.** Богатая история – от декабристов до Великой Отечественной войны и комсомольскихстроек.

- 4. Географический хаб.** Уникальное «серединое» положение на карте страны («Любимый Иркутск – середина Земли») делает регион идеальным транспортным хабом и узлом для развития не только креативной экономики. «Это одна из причин, почему здесь должен быть новый аэропорт», – убежден чиновник.

МНЕНИЯ

## «Предприниматель – это звучит гордо»



Бизнес-омбудсмен Андрей Лабыгин поделился на Дне предпринимателя своей мечтой: чтобы отношение к предпринимателям в обществе изменилось, а 26 мая стало настоящим праздником.

– Мы знаем, как чувствуют учителей и врачей, называя их профессии благородными. Но кто поздравит вас? – обратился Андрей Лабыгин к собравшимся в Центре «Мой бизнес». – Между тем вы – настоящая находка для государства. Вы не просите помощи, но платите налоги, содержите семьи и создаёте рабочие места. Вы смотрите в будущее на годы вперёд, в отличие от многих, кто планирует лишь на месяц. Я хочу, чтобы такие праздники меняли отношение общества. Предприниматель – это звучит гордо. И мы должны сделать так, чтобы об этом знала вся страна.

## «В креативе всё должно бурлить»



«В креативной индустрии должно всё бурлить, кипеть. Должно происходить беспрецедентное взаимодействие разных, порой разнонаправленных личностей и творческих объединений», – убежден организатор фестиваля Olkhon Ice Fest Семён Майор. Именно такая синергия, по его словам, и рождает новые смыслы.

Яркий пример – сам фестиваль, который в этом году сделал стратегический шаг от простого развлечения к высокому искусству. «Развитие ледового искусства – одна из главных задач проекта. Ледовая скульптура – один из самых молодых и перспективных видов современного искусства», – отметил Семён Майор.

Эту мысль подтвердили и федеральные эксперты. По мнению Татьяны Ушковой, основателя Гильдии креативных продюсеров, именно такой переход выводит региональное событие на новый уровень и меняет масштаб мышления: «Переход регионального события от «просто туризма» к работе с художественным высказыванием – это шаг в плоскость креативных индустрий. Именно такой масштаб мышления способен вывести регион на новый уровень».

## «Этого Иркутску не хватает»



Анастасия Скиба, издатель и генеральный директор «Собака.ru» в Иркутске, отмечает, что сотрудничает с Центром «Мой бизнес» не первый год.

«Для нас важно участвовать в мероприятиях, которые способствуют развитию региона. Мы стремимся популяризировать Иркутск как внутри области, так и за её пределами – это наша миссия.

Форум проходил два дня: первый был посвящён малому и среднему бизнесу, а второй полностью отдал под креативные индустрии. В Иркутск мы привезли настоящих лидеров рынка из сферы лёгкой промышленности и фэшн-индустрии.

Заниматься развитием креативных индустрий здесь критически важно. Необходимо в регион привозить новые кадры и новые лица, чтобы они способствовали росту и узнаваемости нашего города. Именно этого Иркутску сейчас не хватает».

# «Вы сидите на золоте»

## Федеральный эксперт – о потенциале региона

«Вы уверены, что знаете, почему турист должен ехать в Иркутск, и что ваше главное сокровище – это Байкал?» – с этого вопроса начала свое выступление на Дне предпринимателя федеральный эксперт Полина Пушкина. Она рассказала, как превратить «серо-коричневые» номера в отелях и майки с надписью «Байкал» в мощный бренд, и почему именно отели, сувениры и общественный транспорт могут добавить уникальности Приангарью.



Полина Пушкина

Фото А.Федорова

### «Никто не назвал зодчество»: почему стратегия расходится с реальностью

«Назовите пять причин, зачем ехать в Иркутскую область?» – спросила Полина Пушкина у участников и зрителей панельной дискуссии «Продюсер территории». Этот вопрос федеральный эксперт задает на всех площадках во всех регионах страны.

Ответы иркутян были искренними, но разрозненными: «попробовать вкусную воду», «увидеть байкальский лёд», «побывать на Ольхоне», «посетить стеклодувную мастерскую в Тальцах», «слетать в Китай через дешёвый перелёт из Иркутска»...

«Почему я задаю этот вопрос? Мы начинали пленарную дискуссию с обсуждения стратегии развития креативных индустрий. И самое интересное, что она не очень совпадает с тем, что у вас в головах», – отметила эксперт. – Заметьте, никто не назвал деревянное зодчество или кино».

### «В голове каша»: как пробиться к туристу через информационный шум

Полина Пушкина предложила взглянуть на продвижение региона глазами самого путешественника.

«Если 5 лет назад внутренний туризм только набирал обороты, то сейчас все 89 регионов России борются за внимание одного и того же туриста. Представьте: он, условно, сидит в Москве, на Патриарших прудах, и на него льётся чудовищный информационный поток. В голове – полная каша».

По словам Полины, в этой битве выигрывает не тот, кто громче кричит, а тот, кто чётче формулирует ответ на вопрос: «Зачем ехать именно к нам?»

«Если регион научил своих жителей называть одни и те же пять причин, и этот хор звучит одинаково – это срабатывает. Турист, которого мы хотим видеть, должен чётко понимать, что он получит».

### «Не прошлое, а будущее»: чем поможет забытый драйвер экономики

Полина Пушкина, анализируя ответы предпринимателей о привлекательности региона, указала на колоссальный, но неиспользуемый актив.

«Для большинства людей Иркутская область – это гигантский промышленный центр. Но при обсуждении туризма я не услышала об этом ни слова. Вы сидите на золотой жиле и забываете о ней».

По её словам, промышленный туризм – это мощнейший тренд и самостоятельная креативная индустрия, которая сейчас находится на подъёме.

«Это не просто экскурсия на завод. Это очень дорого, это привлекает состоятельных туристов и самое главное – эти деньги остаются у вас в регионе. Я запускала такие проекты в Туле, и я знаю, о чём говорю. Промышленность – это не прошлое, это будущее вашего туризма».

### «Вирусный эффект за копейки»: как креатив превращает сувениры в золото

Креативность – это не просто способ самовыражения, а мощный инструмент монетизации. Она позволяет получить огромный охват и тиражирование, потратив при этом минимальный бюджет.

«Я ходила по Иркутску и видела, что везде продаются одинаковые майки с надписью «Байкал». Это не работает», – поделилась наблюдениями эксперт. По её словам, суть не в том, чтобы просто нанести логотип.

«Признак хорошей сувенирной продукции – когда к человеку подходят и спрашивают: «Где ты это взял?» Если такой вопрос звучит, вы создали шедевр». Надпись «Байкал» на футболке не вызывает эмоций. А вот смешная, дерзкая или очень стильная надпись, отражающая дух места, – это «вирус».

Себестоимость производства креативной футболки и обычной – абсолютно одинакова. «Но идея, которую вы вложите в продукт, может запустить такое сарафанное радио и создать такой вирусный эффект, что это принесёт вам фантастические результаты, несопоставимые со стоимостью производства».

### «Как в любой точке мира»: почему отелям не хватает идентичности

«Я побывала в нескольких отелях Иркутск – и везде всё одинаково, меня это беспокоит», – поделилась эксперт. – С одной стороны, это хорошо: сервис и качество номеров выросли. Но с другой – ты заходишь в номер и понимаешь: такой может быть абсолютно в любом городе мира».

По словам Полины, современный путешественник ищет не просто кровать и завтрак, а уникальный опыт. Отсутствие локальной идентичности – это упущенная выгода. «Я не хочу жить в серо-коричневом номере. Попадая в отель, я должна сразу понимать: я в Иркутске. Это не значит, что нужно раскрасить стены петроглифами. Это значит, что нужно добавить детали, которые рассказывают историю места».

Та же проблема касается и завтраков. «Ты проснулся с пятичасовой разницей во времени, открыл глаза – и сразу должен понять: я в Иркутске! Но этой идентичности я не увидела. Да, завтраки хорошие – но безликие». Эксперт подчеркнула: турист приезжает, чтобы «пропитаться» атмосферой, узнать что-то новое и тиражировать эти впечатления. Но отели не дают ему этой «зацепки».

«Этого же не хватает и в общественном транспорте. Классное решение, которое есть во многих городах России, – когда автобусы раскрашивают в национальные мотивы по итогам городского голосования. При всём великолепии Иркутска локальной идентичности мне здесь не хватило».

### «Золото под ногами»: почему Иркутск не ценит своё главное сокровище

«Моя задача была – поговорить про «золото под ногами». И я вижу, что вы совершенно недооцениваете своё деревянное зодчество», – заявила Полина Пушкина. – Я москвичка в седьмом поколении, я первый раз в ваших краях, и я в полном восторге. Ходила с открытым ртом!»

По её словам, в России есть города, известные работой с наследием, однако Иркутск – это совершенно другой масштаб и уровень ценности. И 130-й квартал, известный в Москве, не покрывает эту задачу.

«Восстановлением памятников, например, серьёзно занимаются в Вологде. Но у них всё это очень сконцентрировано в одном месте. А здесь... ты едешь по Иркутску – и видишь их везде. Это бриллианты, рассыпанные прямо под ногами. Это не музейный экспонат, а живая ткань города».

Эксперт подчеркнула: памятники архитектуры – это не просто старые дома, а мощнейшая точка притяжения, невероятный актив. «Вы буквально сидите на сокровище и не используете его потенциал на 100%. Это то, что должно стать фундаментом вашей идентичности и главным магнитом для туристов со всего мира».

# «Мы не гонимся за объемом, мы работаем на качество»

Игорь Чугаев, «ЛК Титан» – о том, почему у лизинговых инструментов огромные перспективы

«В начале «нулевых», когда мы вышли на рынок, лизинг стал драйвером, позволявшим обновить морально или физически устаревшие фонды предприятий. Сегодня процент износа оборудования и техники в стране все так же велик. А это значит, работы у нас по-прежнему непочтый край», – говорит управляющий директор «Лизинговой компании Титан» Игорь Чугаев. О том, что кризис не повод замедляться, почему компания активно работает с агросектором и что делает лизинг «волшебной палочкой» для предпринимателей, он рассказал в интервью Газете Дело.

## «Диверсификация портфеля придает нам устойчивость»

**В прошлом году рынок лизинга серьезно просел: грузовой транспорт — на 68%, стройтехника — на 38%. При этом выручка «Титана» выросла. В чём секрет? С какими вызовами вы столкнулись и как адаптировались?**

– Вы правы, наша выручка за 2025 год заметно выросла, почти на 25% и составила 405 млн рублей. Новый бизнес тоже показал рост. Но прибыль при этом снизилась – хотя и не так катастрофично, как у многих наших коллег по отрасли.

Одним из факторов, влияющих на прибыль, в прошлом году оставалась, конечно, высокая ключевая ставка. Напомню, в первой половине года она держалась на уровне 21% и только в июне началось ее плавное снижение, что сохраняло высокими и процентные расходы. Ставка влияла и на спрос лизингополучателей, и на их дальнейшую платёжеспособность.

Сказывается курс валют. Ведь практически вся техника, все оборудование приобретается за рубежом. И каждый лишний рубль за доллар или юань в цене контракта превращается в миллионы – а это дополнительное бремя для наших лизингополучателей.

Но в целом мы чувствуем себя неплохо благодаря диверсификации портфеля: мы следим, чтобы доля каждого сегмента не превышала 40%, это даёт устойчивость. Скажем, процент грузового транспорта и спецтехники в портфеле по итогам 2025 года у нас несколько снизился (при этом в абсолютном выражении сегмент, напротив, показал рост). Зато выросла доля оборудования – сейчас оно на первом месте, а наши ключевые партнёры – это сельскохозяйственные компании и производства.

**Насколько нам известно, одна из последних ваших сделок как раз в сфере сельского хозяйства?**

– В этом году при нашей поддержке в Иркутском районе открылся консервный цех по производству тушенки. С помощью АО «Братский АНКБ» – нашего банка-партнера – предприниматель приобрел производственную базу, а «Лизинговая компания Титан» профинансировала приобретение самого оборудования – производственной линии.



Игорь Чугаев

Фото А. Федорова

Это как раз история о реальном производстве. Наш клиент нацелен на качество продукции, ориентируется на высокий стандарт. Мы все слышали о монгольской тушенке с высоким содержанием мяса. Продукция нашего лизингополучателя, я считаю, не уступает ей.

Еще один крупный проект в сфере сельского хозяйства мы профинансировали в Карачаево-Черкесской Республике – приобрели оборудование для компании, которая выращивает фрукты и овощи.

**По некоторым данным, сейчас на рынке наблюдается некоторое оживление. Ключевая ставка вновь откладывалась спрос, по словам банкиров, пошел за кредитами. Вы чувствуете это оживление в лизинге?**

– Я бы не сказал, что спрос пошел резко вверх. Да, в марте по сравнению с январем-февралем мы наблюдали некоторое оживление, но это, скорее, сезонная волатильность, а не устойчивый тренд. Кроме того, разрыв между ключевой ставкой и реальными ставками по кредитам остается

значительным: при «ключе» 14,5% стоимость кредитных ресурсов для субъектов МСП составляет свыше 17,5% годовых. Поэтому те, кто могут подождать, предпочитают дождаться более выгодных условий.

Но спрос все же есть: те, у кого заключены контракты, приняты обязательства, продолжают обращаться за приобретением техники. К тому же мы предлагаем клиентам плавающую ставку, привязанную к ключевой.

**Лизинг дает такие преимущества как возможность возмещения НДС со всей суммы лизинговых платежей, а также уменьшение налогооблагаемой базы по налогу на прибыль**

чей: будет снижаться «ключ», будет уменьшаться и стоимость контракта.

Так что за первый квартал этого года наш портфель увеличился на 5%. Это неплохо в нынешних условиях.

## «Мы не работаем на объём, мы работаем на качество»

**За счет чего вам удается расти, когда остальные падают?**

– Прежде всего, мы не работаем на объём, мы работаем на качество. Еще не так давно на рынке лизинга шла настоящая гонка: кто больше заключит сделок, у кого больше объем выдачи.

Сегодня мы видим последствия – многие лизингополучатели не в состоянии обслуживать платежи, лизинговые компании изымают предметы лизинга. Объем стоков изъятых машин, спецтехники в прошлом году побил все рекорды и продолжает расти в нынешнем. Оперативно реализовать такой объем имущества в текущих условиях нереально: на вторичном рынке сейчас жуткая конкуренция –

огромное количество техники, продавцов, все толкаются локтями, а спрос сжимается. Лизинговая отрасль несет убытки...

Наша установка – работать с реальным сектором экономики, с предпринимателями, которые что-то производят. Мы финансируем то, что создает добавленную стоимость – оборудование, строительную технику, самосвалы, недвижимость, водный транспорт. Разумеется, если нашим клиентам в процессе работы понадобится еще и легковой автомобиль, наша компания его предоставит.

Мы подходим индивидуально и прозрачно: не навязываем ни страховую компанию, ни поставщиков. Наша задача – определить, что именно необходимо бизнесу для успешного старта и дальнейшего развития. Если клиент сомневается в выборе, мы готовы проконсультировать, оказать техническую, юридическую и бухгалтерскую поддержку.

Ну и, кроме того, мы финансируем предметы лизинга с ограниченным спросом, например, аэролодки, с которыми не все готовы работать.

Такой подход позволяет нам небольшими, но уверенными шагами двигаться вперед и преодолевать все внешние кризисы.

## «Быть региональной компанией – это преимущество»

**Найти устойчивые компании в сегодняшней экономике непросто. Как вы выбираете клиентов? С какими отраслями предпочитаете работать?**

– Одно из наших преимуществ в том, что мы региональная компания. Мы лучше понимаем местный рынок, более гибки в оценках лизингополучателей.

Поэтому мы присутствуем в пищевой промышленности, в золотодобывающей, в производстве и переработке макулатуры, в сельском хозяйстве и т.д. Даже в лесной отрасли, хотя, казалось бы, лесозаготовка и деревопереработка сегодня в глубоком кризисе.

По моему опыту, в любой отрасли, что бы в ней ни происходило, всегда есть успешные истории. Поэтому мы работаем точно с теми клиентами, которые строят свою историю успеха.

Конечно, мы активно используем механизмы минимизации рисков, в том числе с помощью гарантийных обязательств. Но главное, мы хотим, чтобы наши партнёры росли – мы будем расти вместе с ними.

**Вы сказали, что «Титан» – региональная компания. Это означает, что она ограничена рынком Иркутской области? Не тесно?**

– Действительно, компания создавалась именно для локального рынка. Наш учредитель видел задачу в том, чтобы поддерживать местных предпринимателей. Но постепенно мы начали выходить в другие регионы: клиенты стали буквально передавать нас «из рук в руки». Сначала мы вышли на рынок Бурятии, потом в Красноярск, затем появились проекты в Якутии, в Приморском крае... Сегодня мы работаем по всей России.

## «Налоги растут, но лизинг позволяет их корректировать»

**В этом году многие предприниматели перешли с упрощённой системы налогообложения на НДС. А лизинг, как мы знаем, позволяет возместить этот налог, тем самым оптимизировать расходы. Рассматриваете ли вы этот фактор как расширение вашей потенциальной аудитории?**

– Пока мы видим в этом, скорее, фактор уменьшения прибыли у компаний. Предприниматели на упрощённой системе налогообложения и так активно пользовались лизингом. Последние годы банковский сектор настолько ужесточил требования к заёмщикам, что многие не могли получить необходимое финансирование на развитие или модернизацию. Лизинг стал для них «волшебной палочкой». Но если налоги растут, прибыль, которую можно было бы инвестировать в модернизацию, сокращается.

Но в чем вы точно правы – это в том, что лизинг действительно позволяет получать налоговые преференции. Во-первых, можно возместить НДС 22% со всей суммы лизинговых платежей. Во-вторых, за счет лизинговых платежей уменьшается налогооблагаемая база по налогу на прибыль. Это одно из преимуществ лизинга перед иными кредитными инструментами.

**Тем не менее экономические сложности повышают риск неплатежей и по договорам лизинга. Если клиент попадает в сложную ситуацию, как вы с ним работаете?**

– Конечно, мы стараемся подойти индивидуально: пытаемся понять суть проблемы нашего лизингополучателя, насколько она долгосрочна и можно ли ее решить. Где-то идём навстречу: переносим платёж, рассматриваем реструктуризацию. А в каких-то случаях оптимальным решением вопроса для предпринимателя является реализация предмета лизинга через продажу или перевод обязательств по договору финансовой аренды на нового лизингополучателя.

**Чего вы ждёте от 2026 года и куда планируете двигаться?**

– Наша ключевая задача – удержать свои позиции и планомерно наращивать портфель. Планируем показать рост не менее 15%, как и по итогам 2025 года. Это соответствует рыночным прогнозам: средневзвешенный прирост рынка в 2026 году ожидается на уровне 16%.

Отраслевая структура останется диверсифицированной: транспортные услуги, производство, сельское хозяйство и т.д.

В целом перспективы лизинга в нашей стране огромны. На сегодняшний день сохраняется высокий износ основных фондов в России. Моральное и физическое устаревание оборудования ограничивает эффективность производства и модернизацию, достигая в некоторых отраслях до 70%.

Екатерина Деметьева

## Самые необычные предметы лизинга в истории компании

- 1. Самолёт.** «ЛК Титан» не просто приобрела воздушное судно, но и отремонтировала его. Реализовать проект удалось совместно с ключевым банком-партнёром компании – АО «Братский АНКБ».
- 2. Профессиональные видеокамеры для телекомпании.** Это был первый опыт работы с подобной техникой, и для сотрудников «ЛК Титан» стало открытием, как дорого она может стоить.
- 3. Линия для мясоперерабатывающего завода в республике Бурятия.** Сотрудники австрийской компании, которые ее монтировали, признались, что не так много предпринимателей в Австрии могут позволить себе такое современное оборудование.
- 4. Оборудование для фотостудии** – от осветительных приборов до камер, тоже очень дорогих.
- 5. Производственный цех в Иркутске.** В 2004 году открыли для себя лизинг недвижимости и все его нюансы.

**ЛК ТИТАН**  
ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ

г. Иркутск, ул. Марата, 56  
office@titanleasing.ru  
+7 (3952) 486-326



## На границе Иркутской области и Якутии запустили добычу нефти на Чонской группе месторождений

Группа «Газпром» начала полномасштабную добычу нефти на Чонской группе месторождений, расположенной на границе Иркутской области и Республики Саха (Якутия).



Игорь Кобзев. Проект создает импульс для укрепления промышленного потенциала Приангарья и открывает перспективы для дальнейшего освоения ресурсов Восточной Сибири», – подчеркнул губернатор Игорь Кобзев.

Он также отметил, что многолетнее сотрудничество Иркутской области и «Газпрома» вышло на принципиально новый уровень, охватив не только газоснабжение региона, но и масштабное развитие нефтедобычи.

В Чонскую группу входят Игнялинский, Тымпучиканский и Вакунайский лицензионные участки, их разработкой занимается «Газпром нефть». Введенный в эксплуатацию производственный комплекс включает свыше 150 инфраструктурных объектов. Применение передовых решений позволило сделать разработку запасов чонской нефти рентабельной: ранее это считалось невозможным, так как нефть залегают в породах со сложным строением – пласты отличаются низкой температурой, небольшой толщиной и высокой засоленностью. Для освоения запасов была создана цифровая геолого-гидродинамическая модель залежей.

В торжественном запуске приняли участие председатель правления ПАО «Газпром» Алексей Миллер, губернатор Иркутской области Игорь Кобзев, глава Якутии Айсен Николаев и другие руководители нефтегазового сектора.

«Реализация таких проектов имеет стратегическое значение для экономики региона: это дополнительные налоговые поступления в бюджет, загрузка для смежных отраслей и новые рабо-

## Эн+ – победитель премии «Бренд работодателя года» 2026

Эн+ получил главный приз Employer Branding Awards в категории «Бренд работодателя года» в энергетическом секторе.



Награда присуждена за комплексную HR-политику энергохолдинга: заботу о персонале, программы адаптации и вовлеченности, масштабное корпоративное обучение, возможности карьерного роста и проекты социальной ответственности в регионах присутствия.

Жюри, в состав которого вошли ведущие HR-эксперты, рассмотрело более 50 заявок лидеров рынка. Премия подтвердила, что в центре стратегии Эн+ находятся люди – это обеспечивает стабильный рост бизнеса и повышенную эффективность, выгодно отличая компанию от многих участников рынка.

Компания продолжает поддерживать семейные традиции в энергетике, инвестирует в отечественную инженерную школу и активно участвует в экологических инициативах, способствующих развитию комфортной городской среды.

Напомним, Эн+ стремится использовать и развивать передовые мировые практики в сфере безопасности труда и устойчивого развития. На предприятиях Эн+ реализуются программы обучения и повышения квалификации сотрудников, на всех уровнях ведётся работа среди молодёжи по укреплению кадрового потенциала. Холдинг начинает работать со школьниками младших классов, стараясь заинтересовать их робототехникой и инженерными науками, а затем плавно сопровождает ребят до вуза и работы в сфере энергетики Сибири. Поддерживает она и своих сотрудников, поощряя карьерное продвижение и инициативные проекты. Эн+ также активно участвует в развитии территорий, на которых она работает, поддерживает социальные и экологические проекты, направленные на улучшение качества жизни местного населения и сохранение природных ресурсов, включая озеро Байкал.

## «Память дает силы для рывка»

Почему в эпоху усталости бизнес ищет опоры в прошлом

Этнические мотивы, национальные коды, возвращение к корням – кажется, этим сейчас пропитано всё: интерьеры, вывески, упаковка... Мода? Бренд-технолог Гомбо Зориктуев уверен: нет. Это попытка нащупать опоры в эпоху информационной усталости. Газете Дело он рассказал, какую ценность может таить в себе «пыльный чулан» истории и почему в названиях не обязательно упоминать Байкал.

### Люди устали от одинаковых решений

В эпоху информационной усталости бизнес все чаще обращается не к новизне, а к памяти. И это не модный жест, а способ вернуть человеку эмоцию, узнавание и чувство опоры, уверен Гомбо Зориктуев.

– Представьте: человечество построило межзвёздный космический корабль. Набрали экипаж. Летят в другую галактику. Год, два, десять лет. То, что покинули, уже далеко позади. То, куда стремятся, ещё не видно. В какой-то точке наступает усталость. И люди начинают вспоминать то уникальное, что у них было когда-то. Память даёт силы сделать следующий рывок, – говорит Гомбо.

С бизнесом происходит то же самое, считает эксперт. Люди устали от одинаковых решений, одинаковых упаковок и одинаковых смыслов. Поэтому все чаще ценится то, что связано с местом, историей, культурой, узнаваемым человеческим опытом.

– Информационная усталость накрыла всех. И обращение к памяти – это пауза, передышка, переоценка себя. Но память не работает сама. Надо заглянуть в «пыльный чулан», вытащить оттуда ценное, почистить и показать под нужным углом. Тогда возникает гордость, восторг, узнавание, эмоциональная привязанность. А ведь бизнесу это и нужно! Вы, например, знали, что уроженка Иркутска Варвара Базанова владела самой крупной в мире частной коллекцией Фаберже? Многие не знают. И зря – потому что это история не про яйца с эмалью, а про масштаб личности и вкус, на которые может опереться почти любой иркутский про-

Информационная усталость накрыла всех. И обращение к памяти – это пауза, передышка, переоценка себя. Надо заглянуть в «пыльный чулан», вытащить оттуда ценное, почистить и показать под нужным углом

ект: от ресторана до гостиницы. Такие факты не должны пылиться в архивах. Они должны усиливать ваш бизнес, – уверен бренд-технолог.

### Этника – палка о двух концах

Этнические мотивы – это память, выкрученная на максимум. Люди хотят эмоций, привязки к месту. Хотя чувствовать: я на Байкале, прикоснулся к чему-то древнему. И бизнес это понимает. Но вот в чём штука: если продукт едет в другие регионы, этника – палка о двух концах. Байкал, шаманы, бубны цепляют, глаза загораются. Но переборщишь с экзотикой – и в соседнем регионе уже не поймут.

– Хорошее решение – найти архетип, который откликается у разных народов. Так появился бренд «Духи дыма», который я разработал для линейки российских благовоний. Мы ушли от жёсткой национальной привязки. А внутри – пожалуйста: кому «Шёпот шамана», кому алтарные



Гомбо Зориктуев

Фото А. Федорова

палочки. И бизнес от этого только выигрывает, – настаивает Гомбо.

### «Байкалов» стало слишком много

А теперь представьте обратную ситуацию: когда все хотят одно и то же слово в названии. На Байкале это особенно заметно, объясняет Гомбо:

– Обязательное присутствие в названии «Байкал» кажется беспронизынным. Но на деле такие названия уже слишком распространены. Сильный бренд должен быть не прямолинейным, а точным. Иногда лучше работает не прямое указание на территорию, а более глубокий архетип – образ, который считается шире и вызывает отклик у разных людей.

Если вы работаете здесь, на Байкале, и хотите добавить национальный колорит, не обязательно он должен быть бурятским. Прибайкальский регион – это разноцветье, разнотравье культур. И этим можно пользоваться тонко и гармонично.

У моих хороших друзей, еврейской семьи, несколько поколений которой живут в Иркутске, есть ресторан в Большом Голоустном. Когда искали название, пришли к образу седьмого колодца – жизненного источника. Еврейский гость считает отсылку к Торе, бурят или русский увидит просто красивое, глубокое название.

Или другой случай. Приходит ко мне бизнесмен. Армянин. Много лет живёт в Иркутске, строит отель. Говорит: «Гомбо, хочу, чтобы в названии было слово Байкал или Сибирь. Ну мы же здесь живём». Я ему аккуратно объясняю: с «Байкалом» доменное

имя взять сложно, запатентовать – та ещё история. А главное, как вы потом из этого бесконечного ряда похожих названий выделяться будете? А к концу беседы спрашиваю: «Вы же в Иркутске много лет живёте?» – «Да». – «Получается, вы иркутянин?» – «Да». – «И Байкал для вас родной?» – «Конечно». – «Представьте, сколько эта территория вмещает людей, культур, верований? Вы, представитель древнего этноса, приехали сюда когда-то и пустили корни. Я бы назвал ваш отель «Армат» – «корень» по-армянски. Он так и поступил.

### Ловушка несоответствия

Но бывает иначе. Название – в точку, а всё остальное – пустота. И это огорчает эксперта даже больше, чем огорченно слабые бренды.

– Настоящий провал, если за названием ничего не стоит. Это особенно заметно в туристическом бизнесе. Можно придумать красивую вывеску, но если за ней плохой сервис, слабая архитектура и случайная атмосфера, проект быстро теряет силу. Бывает, приезжаешь в отель с этническим названием, ждёшь колорита. А там – двухэтажный корпус, обшитый сайдингом. Разочарование сразу, с порога. Один раз красивое название сработает на привлечение, но второго визита не будет.

Многие понимают этнику слишком поверхностно, признает Гомбо Зориктуев. Кажется: добавил орнамент, шамана, юрту или отсылку к Байкалу – и продукт сразу стал сильнее. Но это работает только, когда за внешним есть содержание. Этнический мотив должен вызывать чувство связи с местом, а не ощущение бутафории.

Наталья Понамарева

\* Варвара Петровна Базанова-Кельх (25 апреля 1869, Иркутск – 1959, Париж) – русская меценатка и благотворительница, наследница семейного состояния сибирских промышленников Базановых.

# Ключевой элемент антикризиса: целостность вместо гордыни

На бумаге бизнес – это стратегии и процессы. В реальности зачастую – хаос, перегруз и рынок, который меняется быстрее, чем успевают переписать регламенты. Организатор форума «Ключевой элемент» Елена Борнер собрала на одной площадке владельцев бизнеса из разных городов и отраслей: от производства до бьюти-индустрии. Каждый прошёл через кризисы последних лет и рассказал о своем опыте. Из этих историй складывается система взглядов на бизнес. В ее основе – способность собственника сменить установку с «мне должны» на «я отвечаю».



Фото М.Дубас

## Кризис – это возможность переоружиться

Этот тезис прошёл красной нитью через выступления большинства спикеров. Восприятие кризиса как конца света – ловушка, в которую попадает тот, кто смотрит назад, а не вперёд, считают они. Вопрос не в том, плохо или хорошо на рынке. Вопрос в том, успел ли ты перестроиться.

– Когда началась пандемия коронавируса, я задал себе вопрос: что будет делать человек, который не один месяц просидел на самоизоляции? Наверняка первым делом он захочет отдохнуть, поесть, погулять. Значит, туризм взлетит, – рассказал **Виктор Кондрашов**, бизнесмен, экс-мэр Иркутска, создатель ряда проектов в туристическом и ресторанном бизнесе на Байкале.

Пока другие видели только потери и запреты, предприниматель строил туристический бизнес. Через полтора года его компания стала одной из самых быстрорастущих в Иркутской области.

**Ильназ Набиулин**, основатель одного из крупнейших в России и СНГ бьюти-холдинга **INBREND**, в котором более тысячи точек в пяти странах мира, призывает кардинально сменить оптику. Кризис, по его убеждению, не аномалия, а новая норма, в которой нужно уметь работать.

– Почему многие говорят, что сейчас сложно, а раньше было хорошо? Может быть, сейчас – нормально, а тогда было слишком просто?

Опыт **Юлии Васильцовой**, владелицы производственного холдинга «Спектр-Пак» (Ростов-на-Дону), математика и экономиста по образова-

нию, подтверждает этот подход.

– Моей компании уже четырнадцать лет, и я пережила три больших кризиса, которые стали для меня точками роста. Именно в них я научилась выстраивать новую стратегию, анализировать рынок и, опираясь на сильные стороны, выделять свои конкурентные преимущества, – рассказала Юлия.

## Отказаться от роли жертвы

То, что происходит в бизнесе, во многом определяется внутренними установками собственника, уверены спикеры. Если внутри сидит убеждение, что государство, партнёры, сотрудники, рынок тебе что-то должны, то бизнес обречён на вечный поиск виноватых.

– Роль жертвы удобна: она снимает ответственность и даёт иллюзию правоты, – говорит **Елена Борнер**, основатель Академии бизнеса, организатор форума и одноимённого бизнес-сообщества. – Но привычка жаловаться и искать объяснения неудачам пожирает энергиикратно больше, чем сама проблема.

Курс Центробанка не изменишь. Решение крупного контрагента – тоже. Но изменить своё отношение к происходящему, свои действия, а вслед за ними и результаты – вполне реально, с этим согласны все спикеры.

– Принимая как данность, что нам никто ничего не должен, мы обретаем свободу и способность самим вершить свою судьбу, – говорит Виктор Кондрашов. – Позиция «Я отвечаю» – не про героизм, а про честный выбор: определить, на что ты реально можешь повлиять, а на что – нет.

## Собственник – не главный исполнитель

Брать на себя ответственность – это в том числе и умение вести за собой команду. На форуме прозвучала мысль о том, что создать бизнес и самоустраниться из него без последствий не получится. За любой сильной командой стоит собственник, который эту команду создал, зарядил и ведёт за собой.

– Поймите: не придёт «волшебный» РОП или директор. Собственник сам должен озадачиться структурой дохода, – рассказал

**Игорь Мальцев**, основатель компании «Система растущих продаж». Математик и инженер по образованию, он поделился тем, что увидел, работая с компаниями клиентов. – Мы проводили эксперименты: просили владельца зайти в отдел продаж и находиться там какое-то время. Уровень дохода, когда владелец находился в компании, выросал всегда не меньше чем в два раза. Всегда. Почему? Потому что собственник знает – что смотреть, что делать, что говорить.

Но есть важный нюанс, на который обратила внимание участница форума Юлия Васильцова, владелица производственного холдинга «Спектр-Пак» из Ростова-на-Дону. Она долгое время была и генеральным директором, и коммерческим директором, и начальником производства.

– Я как в сказке «Маша и Медведь» – на всех стульчиках по очереди сидела, и это длилось долго. Но, когда я захотела масштабировать бизнес, стало очевидно: я должна научиться делегировать и создавать сильную команду, которая будет работать без моего стопроцентного вовлечения. Потому что пока я не перестану быть главным пожарным в компании и не начну заниматься стратегией, мой бизнес упреется в потолок, и этим потолком станет моя личная выносливость.

## Для роста нужна система

На первых порах бизнес действительно держится на энергии собственника. Сам продаёт. Сам проверяет. Сам вдохновляет. Без этого невозможно запуститься. Но рано или поздно наступает момент, когда прежние методы перестают работать. Типичная ситуация: до ста точек всё летело на энтузиазме, а на сотой – встало. Спикеры считают, что проблема не в рынке и не в конкуренции. Если системы нет, начинается хаос.

**Влад Ковальчук**, основатель питомника растений из Москвы, прошёл через это. Он занимался управлением, но даже хорошие специалисты не могли навести порядок. Дело было не в людях – просто не было системы, в которую их можно было бы встроить. Когда Влад это понял, он взялся за систематизацию: описал функции, собрал инструкции, создал банк знаний.

– Мы начали с того, что зафиксировали функциональную структуру предприятия. Выделили все функции – от производственных до управленческих, их набралось около ста. Ходили по сотрудникам, записывали их конкретные действия. Так собрали полный банк инструкций. И теперь у нас прописано девяносто процентов должностей – новички заходят быстро и эффективно.

Важно отметить, что система нужна не всегда. На старте регламенты только мешают, объяснил Ильназ Набиулин.

– На первом уровне задача компании – выжить любой ценой. До регламентов и структуры нужно дозреть. За месяц, пока вы пишете, у вас или процесс меняется, или сотрудник, а то и бизнес закончится. А когда бизнес вышел на крейсерскую скорость, система необходима: она не убивает драйв – она позволяет не расплываться, уверен Ильназ. Именно система становится трамплином для перехода на следующий – стратегический – уровень, где собственнику предстоит сделать выбор: масштабировать компанию, продать её или пересо-

брать. И все три – норма. Главное – не застревать в неопределённости.

## Люди – главный ресурс, но управлять ими нужно жёстко

Какую бы стратегию ни выбрал собственник, реализуют её люди. А значит – следующий вопрос: как с ними работать. Можно считать людей главной ценностью и при этом решительно расставаться с теми, кто не справляется. Именно такой подход отличает сильные компании, единодушны спикеры.

– В среднем от момента осознания, что с сотрудником пора расставаться, до самого увольнения проходит девять месяцев. О ком вы вспомнили в первую очередь? Умножьте его зарплату на девять и узнаете цену вашей нерешительности, – предложил Ильназ Набиулин. – Мы зачастую терпим слабых сотрудников, потому что боимся: «Уволю – не найду замену». Но пока вы не уволите слабого, на его место не придёт сильный. В бизнесе, где велика доля линейного персонала, например, в бьюти-индустрии, текучесть даже в семьдесят процентов не считается катастрофой. Скорее это реальность, в которой нужно уметь работать.

Конечно, это не значит, что нужно избавляться от всех подряд.

– Линейный персонал работает только руками. Они взаимозаменяемы. Это люди-трава: среза-ли, – выросла другая, – говорит

**Евгений Осинковский**, сооснователь и CEO группы компаний «Снэк Мания» (Ставрополь) и сооснователь международного бизнес-сообщества «Эволюм». – Мидл-руководитель – половину времени работает руками, половину головой. Топ-менеджер работает только головой. Если он работает руками – это плохой руководитель. В любом кризисе я режу линейку, а ключевых сохраняю, инвестирую в них: обучаю, дорого им плачу. В 2024 году у нас было 350 человек, в 2026 стало 290, а выручка при этом выросла на 30%. Мы стали работать эффективнее.

## Тот, кто не читает, – кандидат на вылет

Спикеры убеждены: эффективность ключевых сотрудников напрямую зависит от их готовности учиться. Евгений Осинковский считает, что самый простой способ проверить эту готовность – чтение.

– Чтобы развиваться, нужно постоянно учиться. А чтобы обгонять конкурентов – знать и уметь надо вдвое больше. Книга – это самая дешёвая инвестиция в собственное образование. При этом статистика неумолима: средний предприниматель читает меньше одной книги в год. В нашей компании обучение стало корпоративным стандартом, – рассказывает Евгений. – Топ-менеджмент собирается, выбирает книгу, месяц читает, пишет эссе, а затем мы обсуждаем, как применить найденные идеи в бизнесе.

Те, кто не хочет читать и учиться, считают, что всё знают. Они останавливаются в развитии. Это первые

кандидаты на вылет. Такой же подход у нас и к рядовым сотрудникам. Приходит человек и говорит, что хочет больше зарабатывать? Отлично. Вот десять книг. Прочитай и перескажи. На этом этапе отсеивается девяносто процентов желающих. Остаются те, кто не просто хочет, а делает.

### Главный навык 2026 года – это навык фильтровать

Желание без действий не работает. Но и действие без направления – тоже. У предпринимателей,

как отметили спикеры форума, есть хроническая болезнь – суета. Им кажется, что если они не будут постоянно куда-то бежать, с кем-то встречаться, хвататься за новые идеи и тренды, то они обязательно что-то упустят. Парадокс в том, что путь к успеху начинается не с попытки успеть везде, а в умении отказываться от лишнего.

– Главный навык 2026 года для предпринимателей – это навык фильтровать, – считает Ильназ Набиуллин. – Проблема большин-

ства компаний не в недостатке активности, а в её бессистемности. Вместо того чтобы один раз выстроить воронку продаж и контролировать её, они каждый месяц меняют каналы. Вместо того чтобы углубиться в собственный продукт, гонятся за чужими успехами. Поэтому стратегия заключается не в том, что вы говорите «да» новым возможностям, а в том, от чего вы сознательно отказываетесь, – подчёркивает Ильназ.

### Целостность как фундамент

Но чтобы уметь отказываться, нужен внутренний стержень. Елена Борнер, подводя итог двух дней форума, вернулась к теме личности собственника. Не сдаваться, а продолжать действовать в кризис и идти к цели, по её словам, позволяют жизнестойкость и целостность.

– Жизнестойкость – это не врождённый талант, – уверена Елена. – Это навык, который вырабатывается через падения и слёзы. Если у вас не было

трудностей, вы не сможете его выработать. Но одного умения выдерживать удары судьбы недостаточно. Нужен фундамент. И этот фундамент – целостность. Она даёт внутренний стержень и смысл, без которого деньги превращаются в самоцель, а бизнес – в беличье колесо. И главный вопрос, который каждый собственник должен задать себе сегодня, звучит не «как спасти бизнес», а «где я всё ещё ищу виноватых вместо решений?» Честный ответ на этот вопрос – и есть начало антикризиса.

Наталья Понамарева

# «Пока собственник не в порядке, бизнес не спасти»

Представьте: бизнес угасает, перспектив не видно, предприниматель в тоске и растерянности. Или бизнес стабилен, а собственник растерял былой энтузиазм и его ничто не радует. Команда это чувствует и начинает тормозить. Елена Борнер, основатель Академии бизнеса, организатор федерального форума и сообщества «Ключевой элемент», последние 10 лет системно упаковывает бизнес и восстанавливает его владельцев. Её подход: сначала привести в порядок голову собственника, потом – бизнес. В обратном порядке не работает.

### Из банка – в консалтинг

Елена – кибернетик по образованию, 12 лет проработала в банковской сфере, где занималась внедрением ИТ-систем. А ещё была оценщиком бизнеса и недвижимости. Она видит, какой финансовый потенциал есть у компании, а где его нет и не будет.

– В консалтинг я пришла после тяжёлого развода: осталась в декрете с двумя детьми без жилья и денег. Первой целью было выжить, поэтому вернулась в банк, – рассказала Елена. – Но зарплаты не хватало даже на аренду квартиры. Значит, нужно искать другой путь.

Сначала были тренинги по личным финансам. Но быстро выяснилось: с людьми, которые жалуются на низкий доход, но ничего не меняют, работать тяжело и малопродуктивно.

– А с предпринимателями – совсем другое дело. У них есть запрос на развитие, они умеют ставить цели и достигать их. Это даже более серьёзная опора в жизни, чем наличие активов.

### Тупик или перекресток

Когда Елена начинает работать с предпринимателем, первым делом она смотрит на динамику бизнес-показателей, – и часто видит картину, которую сам владелец уже не замечает. По её словам, далеко не всегда ощущение тупика связано с отсутствием старания.

– Иногда проблема в ограниченном взгляде на проблему, – пояснила Елена. – Если анализ показывает, что рынок мёртв, и спасать нечего, главной задачей становится не оптимизация, а принятие реальности, которое позволит предпринимателю перестать терять время и начать заново. А бывает, запрос звучит так: «Не знаю, что делать с бизнесом. Хочу другое, но непонятно, как к этому подступиться, страшно начинать новое».

После работы с Еленой Борнер у клиента отношение к жизни и бизнесу меняется: оно становится более осознанным. Предприниматель ставит новые чёткие цели, перестаёт бояться закрывать отжившее и начинать новое дело. Он быстрее и легче принимает решения.

Однажды к Елене пришёл предприниматель, который владел сервисом тяжёлых машин, но давно хотел уйти в металлообработку. Старое направление его тяготило, но как с ним расстаться – было неясно. Ему не хватало внутренних ресурсов, решимости, незавершённые задачи тянули назад. В бизнесе вместе с ним работал его друг, который после развода оказался в тяжёлом эмоциональном состоянии и не видел никаких перспектив в жизни, кроме как пойти на военную службу по контракту. Каждому было плохо по-своему, и общее дело из-за этого сильно тормозило.

Программу прошли оба. Предприниматель обрёл силы и решимость передать сервис другу и сфокусироваться на новом. Друг – выйти из найма и возглавить направление. Воодушевленный и энергичный, он создал новую – счастливую – семью. В итоге оба бизнеса работают и приносят доход своим владельцам, дружба и партнерство сохранилась.

– Со стороны ситуация может выглядеть очевидной, – отмечает Елена, – но решение может вырваться годами, и всё это время неопределённость забирает огромное количество энергии.

### Когда собственник – главное узкое место

Клиенты Елены – в основном собственники и топ-менеджеры с техническим складом ума. Они



Елена Борнер

Фото из личного архива

ценят порядок, системы, регламенты. Но рано или поздно наступает момент, когда привычные инструменты перестают работать.

– Потому что дело не в схемах. Дело в самом владельце. Когда его силы на нуле – бизнес тоже пробуксовывает. Откуда берётся ноль? Годы ошибок, неудач, предательства. Человек начинает винить всех вокруг. Или сам совершил неэтичный поступок – и теперь оправдывает себя. Плюс страх снова ошибиться. Этот груз не исчезает, он копится и искажает восприятие. Предприниматель уже не видит ситуацию такой, какая она есть – он смотрит через призму страха, обиды или вины. Выбирает не тех партнёров, не те проекты. Бизнес вязнет. Особенно остро это проявляется в партнёрствах. Люди вкладывают разный смысл в одни и те же слова. Пока эти смыслы не совпадают – любые договорённости будут ломаться.

### Диагностика за 4 часа

В отличие от классической бизнес-диагностики, Елена начинает не с компании, а с самого владельца. Но без «вспоминания детства».

– Мы просто начинаем разбирать понятия, которыми человек пользуется каждый день. Что такое «ответственность»? Что такое «контроль»? Для чего большего мы создаём бизнес? Как выбирать лучших людей в команду? Часто уже на этом этапе происходит инсайт: «Ах вот почему у меня люди саботируют...»

Сама диагностика длится 3-4 часа и стоит 15 тысяч рублей. В ходе беседы Елена оценивает 10 ключевых установок. Например, берёт ли человек ответственность на себя или ищет крайних, способен ли контролировать ситуацию или плывёт по течению, действует из позиции силы или занимает роль жертвы.

– По итогу клиент получает профиль своих искажений – что именно мешает ему зарабатывать, реализовывать новые возможности и развивать бизнес. И понятные рекомендации: с чем можно работать самостоятельно, а с чем лучше прийти на программу.

Программа «Возрождение потенциала лидера» – это 3 месяца, которые меняют владельца. Программа Елены в 2024 году получила международную премию ГЕММА как лучший продукт в сфере повышения личной эффективности.

– Это не тренинг выходного дня, – рассказала Елена. – Это полное погружение в своё состояние, ответственность и ограничения. Я даю технологию. Клиент получает инструменты – и начинает разбираться в себе, в окружении, в том, что мешает. Он учится управлять людьми на работе и строить эффективные отношения за её пределами, прорабатывает накопленный деструктивный опыт. Мы вместе проясняем каждую тему. Клиент выполняет задания. В результате психоэмоциональное состояние заметно улучшается, а диагностика позволяет измерить и зафиксировать изменения.

Если же человек не делает задания – мы остаёмся на месте.

### Что в итоге?

Восстанавливается способность контролировать ситуацию, брать ответственность, принимать решения. Человек начинает улыбаться, меньше критиковать, перестаёт избыточно рефлексировать, быстрее принимает решения, действует и доводит до результата. Самокритика уходит – остаётся здоровая самооценка.

– Пришел ко мне технический директор девелоперской компании. Был подавлен, сомневался, потенциал не реализован. Говорил: «Потерпел до марта». Через день, сразу после диагностики, сказал: «Я уволился». После программы он обрёл уверенность, перестал заикливаться на страхах, наладил контроль над процессами и начал понимать, как создать свою компанию, управлять ею и собрать команду. Он открыл бизнес, купил франшизу, потом запустил самокаты. Дом построил. В общем, сделал то, что раньше казалось невозможным.

После персональной диагностики можно заняться настройками бизнеса, – рассказала Елена. – Мы работаем в формате трекинга, что позволяет обнаруживать и устранять ограничения в бизнес-про-

цессах либо мышлении руководителей. Выстраиваем систему управления, прописываем регламенты, меняем постановку задач, настраиваем честную обратную связь, обучаем не только руководителей, но и команду. В общем, убираем хаос, который мешает работать компании и не даёт расти прибыли. Это второе направление моей работы.

### Не консалтинг, а экосистема

Сегодня деятельность Елены Борнер – это не просто консалтинг. Она создаёт экосистему, которая объединяет обучение, сообщество и живые встречи.

Центральное звено экосистемы – федеральный деловой форум «Ключевой элемент», который Елена проводит в Иркутске. В отличие от типичных бизнес-форумов здесь обсуждают не только цифры и стратегии, но и внутреннюю устойчивость лидера. Как справляться со стрессом? Как удерживать команду, когда тебя самого штормит? Как не сползаться, когда бизнес поджимают со всех сторон? Эти темы всегда в повестке. После форума появилось и деловое сообщество «Ключевой элемент».

– Сейчас я переносу Академию в онлайн, – рассказала Елена. – Сопровождаю клиентов по России и Белоруссии. Создаю «Школу сотрудника», где будут развивать навыки самоуправления: обучать жизнестойкости, мотивации и инструментам работы с трудностями. Это позволит сделать подход доступнее для предпринимателей и их команд из любых городов.

Главное, что объединяет все проекты Елены Борнер, – миссия.

– Я убеждена, что настоящий предприниматель – не просто владелец бизнеса, а создатель ценностей, который сочетает прибыльность с ответственностью, а личный успех – с развитием региона и общества. Именно эта философия лежит в основе моей академии, форума и всей экосистемы, которую я строю.

### Кому стоит прийти к Елене?

#### Тем, кто:

- чувствует, что упёрся в потолок – и подозревает, что дело не в рынке, а в нём самом;
- потерял интерес к бизнесу или к жизни в целом;
- понимает, что привычные инструменты перестали работать;
- топчется на месте, боится принимать решения, не знает, как начать новое;
- готов за 4 часа получить честную диагностику без пустых слов «просто поверь в себя».

«Я не беру всех подряд. Если человек не совпадает по ценностям или находится в деструктивной позиции – я отказываю. Потому что это моя репутация. И я не хочу тратить время на того, кто не готов меняться, – говорит Елена. – Но если уж берусь – довожу до конца. Не понимаю, как можно взяться за дело и не закончить его».

Наталья Понамарева

Коучинговая программа «Возрождение потенциала лидера» [borner.business/potential](https://borner.business/potential)  
Адрес: г. Иркутск, ул. 5 Армии, д. 29, оф. 203  
Телефон: +79500708050  
[borner.business](https://borner.business)



## ВТБ пояснил, как будет строиться партнерство с Вайлдберриз



ВТБ и Группа RWB договорились о стратегическом партнерстве. Оно будет направлено на совместное развитие розничного бизнеса, разработку и внедрение новых продуктов, повышение доступности передовых финансовых услуг. Сделка станет примером первого прямого сотрудничества одного из крупнейших банков страны и ведущего игрока сегмента электронной коммерции.

«Мы считаем, что такое взаимодействие – очень важный шаг для нашего банка и в целом для развития финансовых услуг на базе платформенной экономики. Для нас это продвижение наших продуктов и услуг на платформе Вайлдберриз. В банке ВТБ около 30 млн клиентов, у Вайлдберриз – 80 млн, и они далеко не всегда пересекаются, поэтому для нас это, конечно, выход на совершенно другой уровень, другие масштабы клиентской работы. И, конечно, у Вайлдберриз широкая клиентская база в малом бизнесе – для нас это тоже очень важно, мы можем предложить им целый ряд дополнительных сервисов и услуг», – заявил президент-председатель правления ВТБ Андрей Костин.

Для ВТБ это, по сути, запуск новой вехи в развитии розничного бизнеса, отметил первый заместитель президента-председателя правления банка Дмитрий Пьянов.

«Для нас это ускорение скорости набора активной клиентской базы в рознице, как первая цель. Второй приоритет – это реклама и доступ продуктов банка ВТБ на экосистеме платформы. Ну и третий момент – это совместное использование больших данных для индивидуального ценообразования и минимизации рисков. Это огромное конкурентное преимущество в розничном бизнесе», – подчеркнул Пьянов.

В результате соглашения ВТБ приобретает 5% доли в WB Банке с потенциальной возможностью увеличения доли в банке, а WB Банк, входящий в группу RWB, получает доступ к инфраструктуре ВТБ. Для России это принципиально новый этап в развитии экономики с глобальными синергетическими эффектами как для потребителей, так и для бизнеса.

## Для выпускников «РУСАЛ-класса» в Шелехове прозвучал последний звонок

В этом году из «РУСАЛ-класса» шелеховской школы № 5, которая совместно с Иркутским алюминиевым заводом компании РУСАЛ готовит абитуриентов для технических вузов, выпускаются 27 учеников. Многие из ребят планируют поступать в один из ведущих университетов Приангарья – ИРНИТУ, чтобы затем влиться в команды крупных промышленных холдингов.

«Выпускники «РУСАЛ-класса» – это те ребята, которыми школа очень гордится, среди них есть победители корпоративных олимпиад компании. Хочется поблагодарить Иркутский алюминиевый завод за постоянную помощь в организации образовательного процесса – за дополнительные профильные уроки, проектную деятельность с сотрудниками завода, возможность посещать корпоративные мероприятия компании», – отметила директор школы №5 Олеся Демьянова.

Часть учащихся получила дополнительные баллы для поступления в ИРНИТУ.

«Мы проводим для школьников углубленную довузовскую подготовку, выездные смены на базе университета с погружением в образовательную среду, профориентационные мероприятия и встречи с экспертами РУСАЛа и преподавателями ИРНИТУ», – прокомментировала начальник

управления по работе с абитуриентами ИРНИТУ Наталия Вострикова.

Для Шелехова это первый выпуск «РУСАЛ-класса», ребята 2 года проходили углубленную подготовку. Особенность обучения – усиленные занятия по математике, физике, химии и информатике.

«Наша компания уделяет особое внимание подготовке молодых специалистов. Возможно, сегодняшние выпускники – это будущие профессионалы высокого класса. Самое главное, чего хочется пожелать всем, кто заканчивает школу, – найти себя и свое призвание», – обратилась к одиннадцатиклассникам директор по персоналу ИркАЗа Елена Мартынова.

Поддержка образования и молодежи – это часть социальной политики, принципы которой сформулировал еще 20 лет назад основатель РУСАЛа Олег Дерипаска.



## Образовательная экосистема для талантов: итоги восьмого сезона программы ИНК и ИГУ

В Иркутске и Усть-Куте завершился восьмой сезон образовательной программы «Академия ИНК» – масштабного профориентационного проекта, реализуемого Иркутской нефтяной компанией (ИНК) совместно с Иркутским государственным университетом (ИГУ).

В период с сентября 2025 года по май 2026 года участниками уникальной образовательной экосистемы стали более 350 учащихся 7–11 классов. Отличительной особенностью восьмого сезона стала интеграция «Академии ИНК» в проект «От идей к технологиям». Это позволило системно масштабировать проектную деятельность и обеспечить глубокую профильную подготовку школьников к участию в научных конференциях и феде-

ральных конкурсах. При экспертной поддержке наставников учащиеся разрабатывали собственные проекты по современным дисциплинам, демонстрируя высокий уровень прикладных знаний и креативного мышления.

Системный подход программы традиционно раскрывается через реализацию трех взаимосвязанных направлений, которые комплексно развивают потенциал каждого участника.

Трек «Знание» предложил школьникам углубленные курсы по наиболее востребованным направлениям: IT-технологии, графический дизайн, робототехника, 3D-моделирование, анализ данных и машинное обучение. Учащиеся осваивали дисциплины, проходили образовательные интенсивы и предзащиты, а затем представляли свои работы на итоговых защитах и конференциях «Ген&ум» и НТК ИНК. Отдельным фокусом стала системная подготовка к ОГЭ и ЕГЭ для 10–11 классов по русскому языку, математике, физике, химии и информатике. Бесплатные занятия с преподавателями ИГУ помогли не только улучшить результаты, но и сформировать долгосрочную индивидуальную образовательную траекторию для каждого ученика.

Трек «Карьера» позволил стать частью профессионального сообщества ИНК. Участники смогли глубоко погрузиться в корпоративную культуру, приняв участие в серии онлайн-мероприятий с действующими сотрудниками компании и посетив корпоративный музей.

Трек «Развитие» был направлен на формирование важнейших общекультурных компетенций и осознанную профориентацию. Команда Академии

выстроила работу с образовательными учреждениями Усть-Кутского района, проведя выездные мероприятия и детально рассказав о возможностях проекта и перспективах дальнейшего трудоустройства в ИНК.

«Академия ИНК – это наша системная инвестиция в будущее. Для компании проект стал еще одним инструментом подготовки кадрового резерва со школьной скамьи: мы растим специалистов, которые уже погружены в нашу корпоративную культуру. Для самих ребят это мощный социальный лифт: они получают бесплатный доступ к передовым знаниям, помощь в подготовке к экзаменам и возможность осознанно выбрать профессию. А в масштабах Иркутской области мы решаем глобальную задачу по удержанию талантов. Мы создаем такую образовательную экосистему, в которой молодежь видит перспективы и остается здесь жить, учиться и развивать родной регион», – отметила заместитель генерального директора по управлению персоналом Виктория Илюхина.

Уникальность проекта также заключается в обеспечении массового и равного доступа к качественному образованию. Для школьников из отдаленных территорий была выстро-

ена непрерывная гибридная модель обучения: организованы онлайн-мероприятия, регулярные выездные встречи, дистанционные курсы по подготовке к ОГЭ и ЕГЭ по физике, а также научно-популярные лекции, доступные как в офлайн-, так и в онлайн-форматах.

Ключевыми событиями сезона, подтверждающими высокий статус инициативы, стали финал Национальной технологической олимпиады по профилю «Технологии дополненной реальности», Межрегиональная научно-технологическая конференция «Ген&ум» и Научно-техническая конференция ИНК.

«Академия ИНК» – это проект с выверенной системной методологией. Запущенная в 2022 году совместная образовательная программа ИНК и ИГУ знакомит школьников с востребованными профессиями нефтегазовой отрасли, предоставляет новые компетенции и формирует портфолио для поступления в вузы. За весь период выпускниками образовательной системы стали уже более 3000 школьников. Следующий сезон стартует в сентябре, актуальная информация и условия участия доступны на официальном сайте проекта.



# «На новенького»

## Алексей Кузьмин, Сбербанк, - о первых шагах в Иркутске и вызовах для бизнеса

Несколько недель в должности – достаточный срок, чтобы понять вопросы, волнующие региональный бизнес. Новый управляющий Иркутским отделением Сбербанка Алексей Кузьмин начал с главного – прямого разговора с теми, кто развивает экономику региона. Стратегические диалоги с крупными корпорациями, точечные встречи с малым бизнесом, переговоры с властью... Затем – открытый диалог с журналистами. Говорили о риторике ЦБ, доступности кредитов и технологическом разрыве между теми, кто зарабатывает, и теми, кто теряет рынок. О вопросах, которые волнуют предпринимателей, и ответах, которые дает банк – в нашем материале.

### Два берега Байкала: чем иркутский бизнес отличается от бурятского

Алексей Кузьмин – пример руководителя, который может сравнивать регионы не по отчетам, а по личному опыту. Семь лет он продуктивно проработал в Бурятии и теперь вернулся в родную Иркутскую область с багажом лучших практик.

– Бурятия – регион с сильной вертикалью власти, глубоким уважением к традициям и культуре. Там выстроены конструктивный диалог с бизнесом, властью, обществом. Партнёры открыты к обсуждению и быстро включаются в работу над стоящими идеями, – поделился Алексей Кузьмин.

Банкир не скрывает, что скучает по Улан-Удэ. Но возвращение в Иркутск – это серьёзный профессиональный вызов: по большинству показателей регион больше Бурятии в 2,5–3 раза.

– При этом никакой конкуренции между отделениями нет – есть взаимный обмен, – пояснил Алексей Кузьмин. – Мы постоянно подсматриваем успешные практики друг у друга. Пока я работал в Бурятии, мы ориентировались на Иркутск, а иркутяне в это время изучали наш опыт. Всё, что находит одна территория, сразу подхватывают остальные: Иркутск, Бурятия, Забайкалье, Якутия. Мы открытая команда, – подчеркнул он.

Общая тема для двух берегов – участие в федеральной

за стол не обсуждать кредитную линию, а совместно прорабатывать цели бизнеса, – пояснил Алексей Кузьмин.

Есть запрос, который касается точечной поддержки в реализации конкретных проектов на территории региона. Спектр – от инициатив уровня правительства до проблем небольшого локального бизнеса. Банкир не скрывает: предприниматели поднимают темы самого разного масштаба, порой неожиданные.

– Такой формат живого общения позволяет нам оставаться в контуре реальных проблем региона. Видно, что и бизнес, и власть в регионе настроены на системную работу и всерьёз занимаются технологической повесткой, – резюмирует Алексей Кузьмин итоги первых недель знакомства с иркутским бизнес-ландшафтом.

Строительная отрасль чувствует себя достаточно комфортно, золотодобытчики – в плюсе. В любой сфере есть те, кто чувствует себя хорошо, и те, кому приходится меняться. Кто раньше других перевёл бизнес на технологические рельсы, с ИИ и цифровыми решениями, чувствуют себя комфортнее. Остальные вынуждены догонять, чтобы просто остаться на рынке.

### Цифровизация и власть: как Сбер внедряет ИИ в регионе

Этот же подход – ставку на технологии – Алексей Кузьмин обозначил как приоритет и в диалоге с властью. Одной из первых его встреч в новой должности стало совещание с Законодательным собранием Иркутской области.

– В диалоге с властью повестка та же – искусственный интеллект. С Законодательным собранием, например, обсуждаем внедрение электронных протоколов и ИИ для обработки документов – то, что делает внутренние процессы эффективнее.

В качестве уже реализованных примеров Алексей Кузьмин привел проект с детской областной больницей. Там врачи удалённо консультируют детей из Усть-Илимска, Тайшета и других отдалённых городов. Проводят осмотр, ставят диагноз, поэтому семье не нужно везти ребёнка в областной центр.

В МФЦ искусственный интеллект обрабатывает обращения граждан, ускоряя работу и снижая нагрузку на сотрудников. С вузами банк развивает лаборатории ИИ – площадки для разработки и тестирования решений.

### «ГигаЧат Бизнес»: ИИ-помощник для бизнеса

Развитие технологий в регионе касается не только власти и социальной сферы. Алексей Кузьмин обратил внимание на новый инструмент для предпринимателей – корпора-



Алексей Кузьмин

Фото А.Федорова

тивную платформу «ГигаЧат Бизнес» (GigaChat Enterprise), которую недавно представил «Салют для бизнеса» (входит в группу Сбер).

– По сути, это персональный ИИ-помощник, обученный под конкретные задачи компании. Он подключается к CRM, базам знаний, офисным приложениям – и берёт на себя рутину: от поиска аналогов оборудования до подготовки сложных отчётов. Что важно: все данные остаются в защищённом контуре компании, – рассказал Алексей Кузьмин.

Платформа уже доступна бизнесу в трёх вариантах: облачном, гибридном и в виде программно-аппаратного комплекса – в том числе для объектов критической информационной инфраструктуры.

– Предприниматели часто спрашивают, как повысить эффективность уже сейчас. Такие платформы – один из ответов. Это инструмент, который реально экономит время и ресурсы, – прокомментировал он.

### Кредитование: что происходит со спросом и доступностью

Предпринимателей, которые приходят на встречи с новым управляющим, волнует не только макроэкономика и цифровизация, но и вполне прикладной вопрос: можно ли сейчас

В терминалах Сбера появилась новая опция: клиент может выбрать рассрочку на два месяца во время оплаты. Продавец при этом получает 100% суммы мгновенно

получить кредит и насколько это сложно? Алексей Кузьмин отвечает: процедура получения кредита упрощена до предела. Количество отказов со стороны банка, по его словам, осталось на прежнем уровне.

– Другое дело – структура спроса. Высокая реальная ставка заставля-

ет бизнес пересматривать кредитную стратегию. Короткие деньги на пополнение оборотных средств по-прежнему востребованы – без них бизнес просто встанет, – пояснил Алексей Кузьмин.

Что касается физических лиц, здесь картина неоднородна. Потребительское кредитование и кредитные карты традиционно популярны, и это поддерживает спрос в ритейле и услугах. В ипотеке основной поток уходит в первичный рынок и льготные программы, а на вторичном рынке многие предпочитают подождать.

– Отдельно стоит сказать про ипотеку на индивидуальное жилищное строительство: здесь мы фиксируем кратный рост. Причём Иркутская область – один из лидеров по востребованности нового для этого сегмента механизма эскроу.

Сбер участвует в программе с самого начала, а сервисы на «Дом-Клик» помогают и подрядчикам, и заказчикам. Строители не тратят время на холодные звонки, а клиенты получают гарантию, что исполнители проверены и аккредитованы, – отметил Алексей Кузьмин.

### Эквайринг и новые сервисы: битва не за тариф, а за данные

Ещё одна из актуальных для предпринимателей тем – эквайринг. Доля Сбера на этом рынке в регионе – около 80%.

– Клиент оценивает все в совокупности: и цену, и обслуживание, и бесперебойность, – пояснил Алексей Кузьмин. – Поэтому нередко точки, которые пробовали работать с другими банками, все же возвращаются в Сбер.

С 2026 года эквайринг облагается НДС по ставке 22%, и для малого бизнеса на спецрежимах, которые не могут принять налог к вычету, это

чувствительно. Поэтому для бизнеса с оборотом до 20 млн рублей Сбер запустил компенсацию 50% НДС.

– Эта программа действует на постоянной основе, – рассказал Алексей Кузьмин, – за первый квартал ей уже воспользовались 109 тысяч предпринимателей по стране. В Байкальском банке – более 4 000 бизнесменов, соответственно.

Но цена не единственный плюс эквайринга от Сбера. Главное ценное преимущество, которое выделил управляющий, – аналитика. Владелец торговой точки может видеть обезличенный портрет клиента и его маршрут: куда ещё ходит покупатель, какие у него привычки.

– Что касается конкретных новинок, в апреле в терминалах Сбера запущены сразу две: клиент в момент оплаты может выбрать рассрочку на два месяца – кнопка расположена прямо на платёжном терминале. При этом продавец получает 100% средств сразу. Вторая новинка – бесконтактные чаевые. Раньше можно было использовать QR-коды, до которых у гостей не всегда доходили руки, теперь благодарность можно оставить непосредственно на экране терминала.

Подводя итог, Алексей Кузьмин ещё раз вернулся к главному: банк намерен оставаться в прямом диалоге с бизнесом.

– Совсем недавно в Иркутске состоялся региональный этап премии «Мой любимый малый бизнес». Финансисты в мае представят Иркутскую область, Бурятию, Читу и Якутию на всероссийском конкурсе. У таких предпринимателей можно поучиться. Они любят регион, развивают социально ответственный бизнес. С ними приятно вести дело. Есть и те, у кого не получилось – спрос упал или перераспределился в пользу федеральных сетей. Но мы здесь, чтобы оказывать поддержку любому предпринимателю – и тому, кто на пике, и тому, кто испытывает сложности, – подчеркнул он.

Наталья Понамарева

Сейчас в фокусе Сбера – концессии, поиск инвесторов, причальная инфраструктура и комплексное развитие прибрежных территорий по обе стороны озера. Главное, чтобы туристы не проезжали мимо Иркутска сразу в Листвянку или на Ольхон, а находили возможности для отдыха в самом городе и возвращались снова

программе «Пять морей и озеро Байкал», напомнил Алексей Кузьмин.

– Сейчас в фокусе Сбера – концессии, поиск инвесторов, причальная инфраструктура и комплексное развитие прибрежных территорий по обе стороны озера. Главное, чтобы туристы не проезжали мимо Иркутска сразу в Листвянку или на Ольхон, а находили возможности для отдыха в самом городе и возвращались снова, – пояснил он.

### Первые выводы: о чём спрашивает бизнес

Туризм и развитие территории – это лишь один из сюжетов, которые управляющий обсуждает с бизнесом и властью. На встречах, которые идут с первого дня назначения, повестка охватывает десятки тем – от цифровизации экономики до проблем конкретного предприятия.

Предприниматели приходят за партнёрством: у них есть цели на ближайшие годы, и они хотят понять, как банк поможет их достичь.

– В Сбере для этого уже несколько лет практикуется формат стратегических диалогов. Мы садимся

# Цена доступности

## Готов ли иркутский бизнес к платным парковкам?

Этой весной в Улан-Удэ заработала первая платная парковка на 270 мест – у Гостиных рядов. Ранее платные парковочные зоны появились в Красноярске и в Новосибирске. Омские власти также анонсировали появление платных паркомест с 2027 года. Похоже, очередь за Иркутском.

В начале этого года на депутатских слушаниях прозвучали планы появления платных парковочных мест в центре Иркутска.

В частности, председатель комитета городского обустройства администрации Иркутска Сергей Гаврин, выступая перед депутатами, рассказал, что первым этапом предлагается организовать 2000-2300 парковочных мест в границах улиц Карла Маркса, Ленина, Горной, Декабрьских Событий. Вторым – еще 1800 паркомест. Деталей, хотя бы приблизительных сроков исполнения этих планов пока никто не сообщает. Но учитывая, что все крупные региональные центры Сибири пошли по этому пути, не минует он и Иркутск. Готов ли к этому бизнес?

Как ни парадоксально, но сокращение бесплатных парковочных мест вовсе не означает однозначный минус для компаний, работающих в центре. **Алексей Левашев, доцент кафедры «Менеджмент и логистика на транспорте»**

**ИРНТУ, генеральный директор Байкальской транспортной лаборатории ООО «Б216»**, указывает на то, что центр Иркутска сегодня перегружен автомобилями, и это ограничивает его доступность для горожан. А платная парковка меняет транспортное поведение жителей и, как следствие, может вернуть центру экономическую активность.

– Каждое утро около 15% потенциальных посетителей находятся в состоянии «отложенного спроса» – они не приезжают в центр в нужное время, потому что встать нигде. Наши исследования показывают: до 80% парковочных мест в центре с

9 утра и до вечера заняты машинами тех, кто там работает. Они не создают клиентского трафика и даже наоборот, мешают ему. Когда парковка становится платной, стоять целый день невыгодно. Машины уезжают, и на их место приходят новые – те, кто приехал по делам, на встречу или за покупками. Это называется повышением оборачиваемости парковочного места – больше людей может воспользоваться одним и тем же парковочным карманом, – говорит Алексей.

Кроме того, при замене бесплатной парковки на платную, по мнению эксперта, можно высвободить огромные площади уличного пространства под благоустройство, сделать центр более комфортным для людей.

Безусловно, эти перемены потребуют от бизнеса решения ряда задач: для начала – понять, насколько критичной будет для его клиентов стоимость парковочного часа (а это во многом зависит от тарифов), найти варианты парковки для сотрудников или пойти на компенсацию расходов. Кому-то, возможно, придется задуматься о смене локации.

– Вопрос тарификации платных парковок, безусловно, важен. И как видно, цена в разных городах отличается: в Новосибирске, например, это 50-100 рублей в час в зависимости от зоны. В Екатеринбурге – 50 рублей. В целом, для расчета платы за час парковки есть четкая методика от Минтранса РФ, привязанная к стоимости проезда в общественном транспорте и величине среднедушевого дохода населения в месяц. Исключения есть: к примеру, в Улан-Удэ установлена

плата в 30 рублей – цена символическая на период тестирования системы управления парковками, но дальше ее необходимо будет пересматривать, – поясняет **Александр Михеев, эксперт в сфере транспортного планирования**.

Впрочем, и сегодня компаниям приходится решать похожие вопросы с парковкой – только по причине того, что центр города сегодня заставлен автомобилями.

– Мы продумали, как сделать парковку удобной и для наших сотрудников, и для врачей задолго до открытия клиники, – делится опытом главврач Центра стоматологии «Зубная формула» Алена Светличная. – Договорились с коммерческой стоянкой рядом со зданием нашего

Центра: по кодовому слову сотрудники и пациенты получают скидку на размещение машины. Все довольны, не надо думать, где оставить машину.

Однако для достижения нужного эффекта платные парковки должны работать в комплексе с другими мерами, напоминает Алексей Левашев.

– Это удобная схема общественного транспорта, с качественным подвижным составом. Это перехватывающие парковки на подступах к центральной части города, которые примут на себя часть нагрузки. Это развитие пешеходных связей между берегами Ангары. Только все это вместе делает центр доступным и привлекательным для людей, а значит поможет добиться высокого полезного трафика, – убежден эксперт.

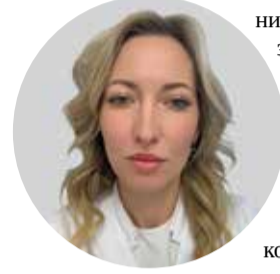
### МНЕНИЕ

**Александр Откидач, блогер, эксперт по продвижению в социальных сетях**, в своем канале описал впечатление от парковок в Улан-Удэ:

– Возвращались из Монголии через Улан-Удэ. <...> Решили заскочить за кофе. Пока ехали, я думал, где припарковаться. В Улан-Удэ, так же как и в Иркутске, автомобильный ад. <...> Но что-то сразу пошло не так. Куча парковочных мест, и мы встали прямо напротив кафе. <...> Нам объяснили: теперь в центре парковка платная. 15 минут бесплатно, за час 30 рублей. Многодетным семьям, ветеранам боевых действий, собственникам электроавтомобилей, а вечером всем – бесплатно!

Я говорю: «Нам, гостям, очень удобно. А тебе, как предпринимателю?» – «Саш, вот мой автомобиль, мне не жалко отдать деньги за возможность стоять там, где мне комфортно. А еще я перестала выслушивать от гостей, что они к нам перестали ходить, потому что «у вас не припаркуешься». Так что, как по мне, это очень здорово!»

А я вспомнил, как пару недель назад кружил вокруг сквера Кирова и нашел парковочное место только через 40 минут... Вот бы и у нас платные парковки! И бюджету хорошо, и бизнесу в центре, и сам центр города со свободными парковочными местами выглядит намного лучше.



Каждое утро около 15% потенциальных посетителей находятся в состоянии «отложенного спроса» – они не приезжают в центр в нужное время, потому что встать нигде. Наши исследования показывают: до 80% парковочных мест в центре с

Каждое утро около 15% потенциальных посетителей находятся в состоянии «отложенного спроса» – они не приезжают в центр в нужное время, потому что встать нигде. Наши исследования показывают: до 80% парковочных мест в центре с



Фото А. Федорова

### КЕЙС

**Михаил Замаратский, управляющий предприятия «Фортуна»:**

В ноябре 2024 года предприятие приняло решение об организации контролируемого въезда на парковочное пространство торговых центров «Фортуна».

Задача стояла и стоит не заработать на парковке или создать неудобства для покупателей, а предложить максимально комфортные условия прежде всего для наших посетителей, так как из всей емкости парковочных мест регионального комплекса – что составляет порядка 700, около 500 ежедневно занимались сотрудниками близлежащих офисных центров и их клиентами, а также нашими арендаторами. Парковочные места занимались с самого утра до окончания рабочего дня, что существенно ограничивало возможность припарковаться для посетителей торговых объектов. При этом предприятие определило и выделило специальные парковочные зоны для своих арендаторов и продавцов – вне контура парковочного пространства для покупателей, но в шаговой, 2-3 минутной, доступности.

Мы провели анализ и пришли к выводу, что в среднем наш покупатель тратит от одного до двух часов для приобретения необходимого товара на территории комплекса торговых центров, поэтому было принято решение первые три часа парковки определить бесплатными, а далее ввести «отсекающий» тариф в размере 200 рублей в час.

В выходные и праздничные дни парковки не закрываются, так как близлежащие офисы не работают.

На сегодняшний день можно сделать вывод, что проведенные мероприятия себя оправдали и парковаться на территории комплекса торговых центров стало гораздо проще: всегда есть возможность оставить автомобиль у интересующего вас торгового объекта.

## Вышел новый продукт «Формы с комментариями о рисках по госзакупкам (44-ФЗ и 223-ФЗ)» от КонсультантПлюс

В нем представлено более 100 образцов заполнения документов, которые потребуются при выполнении государственных и муниципальных заказов по законам 44-ФЗ и 223-ФЗ. Готовые формы помогут снизить антимонопольные и юридические риски. Формы актуализируются ежедневно!

Формы подготовлены для различных ситуаций:

– по Закону 44-ФЗ (соглашение о расторжении государственного контракта; образец требования о выплате по независимой гарантии и др.);

– по Закону 223-ФЗ (возражение (отзыв) на жалобу в ФАС России; соглашение о замене стороны по

договору и др.);

– формы, защищающие интересы заказчика;

– формы, защищающие интересы поставщика;

– кадровые документы для контрактной службы (положения, должностные инструкции).

В новых формах найдете:

– примечания с практическими

рекомендациями и предупреждениями о рисках, полезные при подготовке документов;

– варианты безопасных формулировок для условий, которые могут отличаться в зависимости от конкретных обстоятельств.

Новый продукт пригодится специалистам по закупкам, юристам и кадровикам, разрабатыва-

ющим документы для контрактной службы организации.

В системе КонсультантПлюс есть и другие формы с комментариями о рисках:

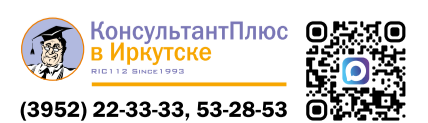
– формы с комментариями о рисках по налогам и кадрам;

– формы с комментариями о рисках для договорной работы;

– формы с комментариями о

рисках для корпоративной работы.

**Подробную информацию о новшестве узнавайте в сервисном центре КонсультантПлюс.**



(3952) 22-33-33, 53-28-53

# Турист как на ладони

Как большие данные помогают понять, что нужно гостям региона

Летний туристический сезон на пороге – каким он будет для Прибайкалья? Власти и турбизнес признают: конкуренция за гостей выросла – и между регионами, и между локациями. Чем привлечь туриста, что сделать, чтобы он остался доволен и захотел вернуться? В этом могут помочь большие данные (big data). Как «цифра» помогает понять, что нужно гостям, рассказал директор МТС в Иркутской области Константин Зимин.



Константин Зимин

Фото из архива компании

## ПОПАСТЬ В ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ

Большие данные, по словам Константина Зимина, могут показать основные туристические тренды – просчитать численность турпотока, пол и возраст гостей, определить регионы откуда чаще всего приезжают в Иркутскую область (и откуда не приезжают). С помощью аналитики на основе этих данных можно даже составить портрет путешественника – командировочный или отпускник, отдыхает один или с семьей, какого возраста у него дети, прилетел на самолете или приехал на поезде, а может, он вообще автотурист. Куда он ходит, чем интересуется, на чем передвигается по городу – все это можно понять с помощью современных геоаналитических платформ.

– Скажем, на основе наших данных мы составили «портрет» типичных туристов на Байкале. Примерно каждый третий гость – это селфи-турист. Такие путешественники не задерживаются у нас дольше чем на 1–2 дня и за это время стараются посетить самые топовые точки, чтобы выложить эффектные фото в соцсети. Семейные туристы составляют около 28% отдыхающих. Для них важны комфорт и безопасность. Каждый пятый (20%) – экотурист, который ходит в горы, в сплавы, в походы. И наконец, ещё 17% – это командировочные, транзитные путешественники и т.п., – приводит пример Константин.

Каждой из категорий нужна своя инфраструктура и наполнение отдыха. Имея эту информацию, бизнес и власти смогут адресно развивать нужные направления, попадая в целевую аудиторию и не расходуя напрасно ресурсы.

При этом данные, которыми оперируют подобные сервисы, обезличены. Они формируются за счет цифрового следа, который оставляют пользователи мобильных телефонов: звонки, СМС-ки, выход в онлайн, GPS-трекеры.

## ПОСЧИТАЮТ ДАЖЕ «НЕВИДИМОК»

Важно, что цифровые данные куда более надёжный источник информации, чем традиционные статотчёты. «Цифра» видит даже тех приезжающих, которые в поле зрения обычной статистики не попадают, например, туристов выходного дня из числа местных жителей или транзитных путешественников – они ведь тоже оставляют деньги в регионе. В целом, аналитика больших данных оценивает потоки примерно вдвое точнее.

Прошлым летом специалисты МТС проанализировали старт ралли «Шелковый путь» в Иркутске с помощью платформы «Геоэффект». И выяснили: 25% зрителей приехали из других регионов и стран. Были гости из Монголии, Кыргызстана, ОАЭ и Туркменистана, но больше всего интуристов приехало из Китая и Беларуси. В лидерах по числу российских зрителей оказались Москва и Санкт-Петербург, а ещё Татарстан, Якутия, Нижегородская и Новосибирская области. Местных тоже хватало: отметились жители 27 районов Приангарья, в том числе из далёких Бодайбинского, Усть-Кутского, Усть-Удинского.

## С ТОЧНОСТЬЮ ДО МЕТРОВ

Цифровая платформа умеет распределять гостей по уровню активности: кому нужны концерты, кому – экскурсии или тихий отдых. Она также «видит», какая часть туристов добирается к достопримечательностям на автомобилях. А значит – помогает рассчитать нужное количество парковок, понять, хватает ли мест в кафе и гостиницах в точках притяжения, и даже выяснить, где эффективнее размещать рекламу того или иного события.

– Наша платформа позволяет также внимательно взглянуть на экологические аспекты туризма. Например, если данные показывают, что реальный туристический поток в той или иной заповедной местности превышает экологически допустимый, сотрудники особо охраняемых природных территорий (ООПТ) могут ограничить посещение, а туроператоры – перераспределить потоки так, чтобы не нанести ущерб экосистеме, – замечает Константин Зимин.

Понятно, что без базы – разветвлённой сети вышек сотовой связи – такие детальные данные не собрать. А поскольку МТС активно модернизирует сеть и усиливает сигнал LTE даже в глухих и труднодоступных местах Иркутской области – вдоль федеральных и местных дорог, – её цифровая платформа способна охватить и проанализировать потоки туристов на огромной территории. В частности, в этом году компания обеспечила бесшовный LTE на Байкальском и Култукском трактах, а также усилила сеть в популярных туристических локациях – в Листвянке, Большом Голоустном, Больших Котах, Байкальске, Новоснежной на границе с Бурятией и других.

– Сегодня как никогда важно понимать гостя, предсказывать его поведение и потребности, чтобы обеспечить ему незабываемый отдых и побудить вернуться снова. И наши продукты способны помочь в этом и нашему турбизнесу, и местным властям, – заверил Константин Зимин.

# “ От запрета к празднику: как иркутская сеть АЗС БРК защищает детей от опасностей и дарит им лето мечты ”



**Вероника Шородок,**  
руководитель сети АЗС БРК

*В последнее время проблема безопасности детей вблизи автозаправочных станций обострилась из-за растущей популярности самокатов, скутеров и питбайков. Руководитель сети АЗС БРК Вероника Шородок рассказала о том, как компания решает эту проблему в Иркутской области, Забайкальском крае и Бурятии.*

## Безопасность превыше всего

Территория АЗС – зона повышенной опасности. Чтобы исключить риски, сеть БРК ввела собственное правило: не заправлять транспортные средства под управлением лиц младше 18 лет. Это касается автомобилей, мопедов и электросамокатов.

«Сердце замирает, когда видишь 14-летнего парня на питбайке у колонки», – говорит **Вероника Васильевна**. – Мы не можем рисковать их жизнью. Территория АЗС – место повышенной опасности: здесь и горючие материалы, и движущийся транспорт».

## Региональные особенности и законодательство

Компания полностью поддерживает обсуждаемый в Иркутской области законопроект, который с 1 сентября 2026 года запретит продажу ГСМ несовершеннолетним.

Исключение для подростков старше 16 лет с правами категорий М или А1 – они смогут заправляться по предъявлению документов. Так же предусмотрены штрафы за нарушение: от 2 тыс. рублей для граждан и до 50 тыс. рублей для юрлиц при повторном нарушении. По мнению руководителя БРК, отсутствие водительского опыта делает подростка угрозой для себя и окружающих не только на дороге, но и во время заправки.

«Мы работаем в трёх регионах, и везде наша задача – обеспечить безопасность. В Забайкальском крае прямого запрета на заправку пока нет, но действуют ограничения на нахождение детей без взрослых ночью. В Бурятии ситуация схожая: специальных норм по топливу нет, но есть общие требования к безопасности и запрет продажи табака. Во всех трёх регионах мы также учитываем федеральные нормы: запрет продажи алкоголя, табака и товаров со сжиженными газами детям», – комментирует Вероника Шородок.

Таким образом, политика БРК сочетает собственную инициативу с соблюдением региональных и федеральных законов, ставя безопасность подрастающего поколения на первое место.

## От запрета к празднику: как БРК радует юных гостей

Тем не менее Вероника Шородок уверена: настоящая забота о детях – это не только строгие запреты ради их безопасности, это ещё и создание атмосферы радости там, где они бывают вместе с родителями.

«Мы очень любим детей и хотим, чтобы визит на АЗС стал для них праздником!» – делится руководитель сети. Поэтому на всех станциях БРК маленьких гостей ждёт атмосфера праздника. У нас на всех станциях есть яркие игрушки и сувениры, которые можно получить прямо у кассы, полезные и вкусные напитки, выпечка, попкорн и разные сладости, любимое детское лакомство – мягкое мороженое в хрустящем рожке».

Но главная инициатива компании приурочена ко Дню защиты детей (1 июня). В этом году БРК провела масштабную акцию «Каникулы в подарок!» и разыграла 6 путевок в одни из лучших детских лагерей страны.

«Это «Океания» и «Смена» в Анапе – море, солнце, активные игры и новые друзья на берегу Чёрного моря, и путёвки в новосибирский лагерь «Сиббери клуб» – современный лагерь с насыщенной программой, творческими мастер-классами и спортивными активностями. Целых 6 путевок!»

Компания берёт на себя абсолютно все расходы, чтобы подарить детям незабываемый отдых. В стоимость входит перелёт, трансфер, проживание, пятиразовое питание и участие во всех образовательных и развлекательных программах.

И ещё одна добрая традиция, которая уже стала визитной карточкой компании: 1 июня сеть АЗС БРК всегда дарит всем детям, которые приходят на наши АЗС, воздушные шары, наполняя этот день улыбками.

Вероника Шородок подводит итог, который идеально описывает философию бренда: «Мы убеждены: настоящее уважение к детям проявляется не в том, чтобы разрешить им всё, а в том, чтобы оградить от опасностей и подарить яркие впечатления. Запрет на заправку несовершеннолетних – это наш вклад в безопасность. А мороженое, игрушки и путёвки в лагерь – проявление нашей любви и заботы. Мы хотим, чтобы детство оставалось детством – беззаботным, радостным и под надёжной защитой».

# Новое поколение OMODA C5: кибердизайн и свобода на 540 градусов

Редакция Газеты Дело совместила приятное с полезным: взяла в тест-драйв обновленный OMODA C5 для рабочей поездки в пригород Иркутска. Почему именно его? Нам показалось, что по своему классу и своим возможностям OMODA C5 отлично подходит для жителя современных загородных поселков, который ценит близость к природе, но каждый день ныряет в агрессивную среду городских улиц. Спойлер: наш главный редактор Екатерина Дементьева влюбилась в эту модель, однако нашла и пару «но».



Фото: Е. Козырева

## ПЕРВОЕ ЗНАКОМСТВО: ЗДРАВСТВУЙ, ХИЩНИК!

Новое поколение C5 вышло на рынок в новом кузове: потеряло узнаваемую решетку радиатора (и, субъективно, ее жаль – она придавала OMODA неповторимый шарм), обзавелось новой формой капота и багажника, новой оптикой, стоп-огнями в форме молний. В целом экстерьер стал более хищным и более футуристичным.

В стенах шоурума официального дилера на Ширимова, 32, автомобиль смотрится внушительно. Настолько, что закрались сомнения: справлюсь ли? Я много лет вожу праворульную японскую малолитражку. А тут левый руль, да и габариты совсем другие... В реальности кроссовер оказался компактнее, чем представлялось, а

привыкание к нему – быстрым (за что спасибо разным электронным «нянчкам»).

Обновленный салон C5 – столь же футуристичный – позаимствован у старшей модели C7. Модный квадратный руль напоминает геймпад от игровой консоли и заточен под параллельный хват (об этом говорит расположение выемок под большие пальцы, кнопок управления и микшеров регулировки громкости). Для фанатов киберспорта и ралли – зачетно. Для «олдскулов» с классической постановкой рук на 10 часов и 2 часа – странно. Жесткого дискомфорта не вызывает, но привыкать придется.

Сидения тоже перекочевали из C7. Тот же геймерский дизайн и эргономика, удобная поддержка спины и головы. От более корпулентных водителей слышала, что кресла тесные, но сама такого не заметила. А вот то, что установлены

они довольно высоко, – факт. Само по себе это, с моей точки зрения, плюс: люблю высокую посадку, как на стуле. Нюанс в том, что салон в C5 невысокий, а кресла по высоте не регулируются – их можно только двигать вперед-назад и менять угол наклона спинки. Даже при моем росте 173 см в прямой посадке потолок оказался буквально в 4-5 см от макушки. Высоким водителям, которые не любят откидываться в кресле, стоит внимательно примериться.

## ДЕТАЛИ: ПРОДУМАНО ДО МЕЛОЧЕЙ

Решения разных мелочей в C5 можно рассматривать долго. Из полезного: ниша на два мобильного с беспроводной подзарядкой. Удобно расположенные подстаканники. Просторный закрывающийся бардачок в подлокотнике – у меня легко поместилась дамская сумка (и не мелкий клатч, а модели «хорошая сумка, большая»), также в него может войти планшет, маленький ноутбук.

Приборную панель в новом поколении C5 производитель разделил на две части: одна – для основных показателей (скорость, обороты, уровень топлива, одометр, давление в шинах), другая – для управления (климат-контроль, связь, музыка). На ней же – навигация и изображения с камер. Дополнительная панель стала больше – 15,6 дюйма по диагонали, и это очень удобно. Основная – меньше, зато ее хорошо видно в просвете руля.

Во втором ряду места достаточно, чтобы поместилось 3 человека, но не более того. Задние сиденья не регулируются, зато посередине откидывается столик-подлокотник. Также сзади имеются два разъема USB, регулировка подогрева.

Багажник достаточный, чтобы ездить за покупками или на пикник. При желании можно уместить складную коляску, или пару детских самокатов, или малышей беговел, легко по-

местится складной мангал и ящик сами знаете чего. По словам Виктора Прокопенко, эксперта по продажам «Акцент-М», официального дилера OMODA в Иркутске, производитель поработал с эргономикой: пол багажника теперь можно устанавливать в двух уровнях. В нижнем положении объем увеличивается с 378 до 422 л. А при сложенных спинках задних сидений – до 1149 л. Под полом находится штатная докатка (раньше, говорят, было полноценное пятое колесо). Для себя я отметила два плафона подсветки по бокам – не надо держать фонарик в зубах, когда роешься в поисках нужной мелочи.

Открыть багажник можно из салона, можно кнопкой на задней двери. Или просто постояв несколько секунд позади машины с ключом в кармане – не надо махать руками, ногами, искать под бампером сенсор. Кстати, угол открывания багажника можно настроить под себя – умная машина запомнит настройки.

## ДИНАМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ: МАШИНА ДЛЯ ГОРОДА И ПРИГОРОДА

Первое знакомство состоялось, пора в путь. Наш маршрут пролегает по Байкальскому тракту в поселки «Камертон» и «Хрустальный парк». Можно оценить, как машина ведет себя и в городском потоке, и на оперативном просторе.

Под капотом у OMODA C5 полуторалитровый бензиновый турбомотор мощностью 147 лошадей и крутящим моментом 210 Н·м. По словам Виктора, он разработан при участии австрийской компании AVL (OMODA вообще отличается тем, что ее ключевые узлы и агрегаты разрабатывались европейскими автомобильными брендами). Коробка передач – шестиступенчатый робот, разработка компании Getrag, в разные годы поставлявшей КП для BMW, Daimler, Ferrari, Mitsubishi, Porsche.



Фото: Е. Козырева

На практике C5 можно водить в двух режимах: «эко» и «спорт». «Эко» – экономичный режим для городских условий. Плавные разгон и торможение (для экспрессивных водителей, наверное, даже слишком плавные, зато расход топлива в таком режиме реально снижается). Есть функция «смарт-стоп», но я сразу попросила ее отключить. Бензина с ней особо не сэкономишь, а место в потоке потеряешь.

Но вот мы выезжаем на Байкальский тракт и переходим в режим «спорт». Характер машины моментально меняется: она реагирует на малейшее движение ноги на «газетке», шустро набирает скорость. Может, 147 «лошадачок» – это и не спорткар, но благодаря турбине в кресло вжимает!

Между скоростями машина переключается плавно, без рывков. По словам Виктора, робот подстраивается под владельца авто: после пары недель активной эксплуатации понимает стиль вождения и адаптирует настройку.

Подвеска мягкая – на хорошем асфальте прямо-таки убаюкивает. Но как только въезжаешь в кочко-ямочную реальность, рельеф чувствуется в деталях. Будем честны в ожиданиях: OMODA C5 – это не деревянный УАЗик, но и не премиум за 10 миллионов. Это уверенный, «нашпигованный», но все же городской кроссовер.

### НА ТРАССЕ: ЖЕЛЕЗНАЯ НИНЯ

Тракт – хороший повод поиграть с настройками адаптивного круиз-контроля. Можно выставить постоянную скорость, можно – расстояние до идущей впереди машины. В режиме «работа-дом» такие функции обычно недооценивают, но я сразу вспомнила свои командировки в Тулун в 2019–2021 годах. Как бы мне тогда пригодилась такая машинка!

В ту же копилку – функция подруливания. Датчики авто считывают разметку, и при попытке перестроиться без поворотника (машина расценивает это как потерю водителем контроля) ощущаешь деликатное, но настойчивое сопротивление на руле.

Даже с включенным поворотником, но при поехе справа или слева (например, приближение другой машины) срабатывают датчики контроля слепых зон – на боковых зеркалах зажигаются предупреждающие значки, машина пищит, а на руле появляется все то же ощущение сопротивления.

Меня OMODA уберет от мотоциклиста, лихо лавирующего в междурядье. Очень, ОЧЕНЬ полезная функция, учитывая, что звукоизоляция в новой модели C5 на высоте, и услышать приближение такого лихача не всегда реально. Не машина, а ангел-хранитель.

Кстати, про дальнюю дорогу: по словам Виктора, фары на C5 имеют функцию умного переключения. Когда впереди появляется другой

автомобиль, фары автоматически переключаются на ближний свет; когда встречная машина минует, возвращаются в режим дальнего. «На C5 оптика по контрастности, яркости и по уровню наклона фар вообще настроена таким образом, что не будет слепить встречные автомобили, а для вас дорога будет хорошо освещена», – подчеркнул он.

### ЖИЛАЯ ЗОНА: КОНТРОЛЬ 360 ГРАДУСОВ

В поселках представилась возможность испытать ещё одну фишку – камеру кругового обзора. Для владельцев продвинутых авто это уже рядовая опция. Для тех же, кто пересаживается с машины попроще и поменьше, а особенно с правого руля, – это настоящая палочка-выручалочка.

Запарковаться или выехать без эксцессов, когда тебя рискованно поджали, развернуться, сдать назад в ограниченном пространстве, не боясь задеть «кормой» забор, соседскую машину, внезапного пешехода – на OMODA C5 все это возможно в буквальном смысле по приборам. Датчики OMODA считывают окружающее пространство, а процессор выводит на экран проекцию машины сверху. Водитель и сам может оценить безопасность маневра, и машина, как только расстояние до ближайшего объекта становится меньше безопасного, начинает подавать звуковые сигналы.

«А еще у этой модели есть датчики перекрестного столкновения: скажем, вы выезжаете задом из ворот, у вас ограниченный обзор, а наперерез движется машина – бортовой компьютер ее заметит и предупредит», – рассказал Виктор.

### ЛЕГКОЕ БЕЗДОРОЖЬЕ: ЗА ГРИБАМИ И ЗА МИРОМ В СЕМЬЕ!

Ну и конфетка на десерт: на новом OMODA C5 камера не просто на 360, а на все 540 градусов обзора. Дополнительные 180 – это дорога под машиной.

Поселок «Камертон» расположен на берегу залива, соблазн подъехать к воде возник сам собой. Вот только к берегу ведет довольно разбитая грунтовка. И тут OMODA показал себя во всей красе. Виктор нажимает кнопку, и на панель выводится трансляция дорожной поверхности с проекцией колес – куда и как машина движется прямо сейчас, что находится под днищем – видно, как на ладони.

«Да на ней можно за грибами ездить!» – восклицают я.

В городе эта опция поможет не попасть колесом в яму, не наскочить на бордюр. В загород-



Фото: Е.Козырев

ных условиях – не наехать на клумбу, на грабли, на брошенную без присмотра игрушку. (Все мы знаем, что машинка, кукла, совочек с формочками и т.п., неделями валяющиеся по двору, становятся самыми нужными, самыми любимыми именно в тот момент, когда трещат под колесом родительского авто. Так что OMODA C5 – это не только безопасность движения, но и мир в семье.)

Справедливости ради напомним, что OMODA – это всё-таки не рамный внедорожник, а классический паркетник, поэтому забираться на нем туда, куда волки ходить боятся, не стоит. Но легкое бездорожье машина преодолевает блестяще.

Кстати, автодилер анонсирует поступление полноприводной модификации C5. В иркутских шоурумах она появится, ориентировочно, в начале лета.

### «ПРИВЕТ, „ОМОДА“!»: ЧТО ОНА ЕЩЕ УМЕЕТ?

Писать про C5 можно много. Машина действительно впечатляет. Вот короткий список полезностей, которые оценила лично я.

– Полноценный зимний пакет: обогрев всех сидений (а у водительского – ещё и вентиляция), зеркала, стекла. В нашем климате – обязательно.

– Штатная аудиосистема SONY приятна для ушей, а эквалайзер поможет донстроить ее по своему вкусу.

– Про звукоизоляцию я уже упомянула – в сравнении с предыдущим поколением новая C5 заметно выигрывает по этому пункту.

– Навигация имеется штатная, можно подключить по беспроводной связи CarPlay, Android Auto, «Яндекс Карты», Google Карты.

– Система безопасности: хитрое авто не снимается с ручника, если водитель не пристегнут.

– Управление голосом! OMODA C5 понимает до 20 команд: «Привет, „ОМОДА“! Опустить водительское окно!», «Включи кондиционер!», «Открой люк!», «Включи музыку!». Не нужно отвлекаться от дороги, умная машина все сделает сама.

### И САМОЕ ГЛАВНОЕ: ПРО ДЕНЬГИ

Цена на новое поколение C5 не сильно отличается от предыдущего – около 2 400 000 в базовой комплектации, примерно 2 800 000 в топовой (цены указаны по прайсу). Да, по сравнению с младшими собратьями по концерну Chery, OMODA чуть дороже. Но и начинка у нее побогаче.

Кроме того, как отмечает Виктор Прокопенко, автопроизводитель предоставляет программы поддержки для покупки авто в кредит. Поэтому в среднем по рынку ставки для покупателя оказываются ниже банковских.

«В моей практике люди ориентируются на комфортный ежемесячный платеж. В зависимости от условий, от первоначального взноса, срока кредитования сегодня это 30-50 тысяч рублей в месяц. Неудивительно, что сейчас 85 процентов покупок авто проходят в кредит либо в лизинг», – поясняет он.

Весомый аргумент – официальная гарантия 3 года или 100 000 км пробега. А еще – высокая остаточная стоимость автомобиля. Модель набирает популярность в регионе, а значит, через 3–5 лет её можно будет быстро и выгодно реализовать на вторичном рынке. Во всяком случае, предыдущие модели, которые покупатели меняют по трейд-ину, сегодня на экспозиции не задерживаются.

«И конечно, не стоит забывать о стоимости владения: можно купить машину на вторичном рынке вдвое дешевле, но дальнейшее обслуживание, ремонт будут обходиться в куда большую сумму, чем эксплуатация авто из салона. К тому же OMODA C5 даже в базе укомплектована так, что покупателю не придется тратить ни рубля на дополнительные опции: звукоизоляцию, «музыку», зимний пакет», – подчеркнул Виктор.

**ОМОДА**

Официальный дилер Акцент-М  
Иркутск, улица Ширямова, 32  
+7 3952 500-611

**Итог:** OMODA C5 – это не просто машина. Это гаджет на колесах. Если вы хотите чувствовать себя в безопасности, любите удобства «из будущего» и не готовы переплачивать – вам за ней. Кстати, в мае у «Акцент-М» стартовая цена на эту модель ниже, чем в прайсе, и начинается от 2 199 000 рублей.

#### Понравилось:

- Броский дизайн;
- Обилие электронных ассистентов, камера на 540 градусов;
- Хорошее оснащение даже в базовой комплектации.

#### Не понравилось:

- Жалко прежнюю решетку радиатора;
- Странный руль;
- Низкий потолок и ограниченные настройки водительского кресла.



Фото: Е.Козырев



Фото: Е.Козырев

СМОТРИТЕ ШИРЕ С

**PROSTOR GROUP®**

Премиальное панорамное остекление

г. Иркутск  
ул. Ф. Энгельса 8, офис 302  
+7 (3952) 484-777  
PROSTORGROUP.RU

