16+

Деловая газета.юг

Вторник | 30.09.2025

№ 09 (654)

Детский сад «Елочка» поздравляет
с Днём воспитателя и всех дошкольных
работников в России!

ЁЛОЧКА

Уникальный детский
сад-музей «Ёлочка»

Это место, где дошкольное
образование гармонично сочетается
с музейной педагогикой.

Центр развития и обучения,
выявления и поощрения
новых способностей
вашего ребенка.

Когда музей пошел к детям,
а не дети пошли
на экскурсию в музей.



www.sadelochka.ru
+7 (906) 433-44-11

Лицензия на общеобразовательную деятельность от № 09701 от 24.08.

0+
Реклама

ЛУННАЯ ПОЛЯНА
КУРОРТНЫЙ КОМПЛЕКС

СТАНЬТЕ ЧАСТЬЮ КУРОРТА БУДУЩЕГО В АРХЫЗЕ







ВЫБЕРИ СВОЕ СОЗВЕЗДИЕ • ВЫБЕРИ СВОЕ СОЗВЕЗДИЕ •

*1205

lp2-arhyz.ru

РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ООО «СЗ ЛУННАЯ ПОЛЯНА 2». ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ HTTPS://НАШ.ДОМ.РФ. ПОДРОБНЕЕ НА САЙТЕ HTTPS://LP2-ARHYZ.RU/. 18+

ДОМ РФ
ФИНАНСИРОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА
АО «Банк ДОМ.РФ»

16+

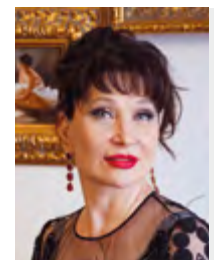
Цена свободная

Деловая газета.юг

Вторник | 30.09.25 | № 09 (654)



ГОСТЬ НОМЕРА,
Владимир Соловьев
О человекоцентричности в бизнесе → 4



ОБРАЗОВАНИЕ
Маргарита Тихонова
О воспитании будущих поколений → 9

БИЗНЕС ДЛЯ ЛЮДЕЙ

Новая эпоха потребителя:
как бизнесу менять стратегию





ОКСАНА СТРЕЛКОВА,
главный редактор издания «Деловая газета.Юг»

Сегодня успех и стабильность бизнеса зависят не только от продуктивности или качества предоставляемых услуг. Важным условием развития становится ориентация на ценности потребителей. В новом номере «Деловой газеты.Юг» собрали информацию о ценностях разных поколений и советы экспертов, как продавать зумерам и «альфам». Кроме того, узнали, как за последние годы изменились представления людей о хорошем образовании, комфортном жилье и других сферах, а также почему человекоцентричность становится основой конкурентоспособности бизнеса.

От бумеров до зумеров

Согласно теории поколений, история развивается циклично, и каждые несколько десятилетий рождается новая группа людей с общим мировоззрением, ценностями и моделями поведения. Сейчас исследователи выделяют бумеров, которые привержены статусу брендов, миллениалов, сконцентрированных на пользе, зумеров, которые тянутся за индивидуальностью, а также поколение «альфа», представители которого видят мир как игру. Предприниматели и эксперты в сфере маркетинга рассказали, как бизнесу взаимодействовать с клиентами разных возрастов, ориентируясь на их ценности, и как изменится продвижение, когда поколение «альфа» и зумеры станут основным платежеспособным населением.



Фото: midjourney.com

БУМЕРЫ И СТАВКА АВТОРИТЕТ

Как рассказала председатель комитета по ВЭД и международным отношениям Краснодарского краевого отделения «Опоры России» Екатерина Балашова, бумеры, люди старше 55 лет,— полностью аналоговое поколение. Они могут пользоваться гаджетами только как внешним хранилищем информации, в которую верят, но при этом верят они только тому, что знают сами.

«У бумеров консервативные фильтры восприятия, их опыт изобилует социальными и экономическими кризисами, сменой власти, идеологии, обесцениванием денег, знаний и ценностей. Любую попытку интерактива — обучение, сбор обратной связи — воспринимают как попытку разрушить их личный привычный мир, т. е. негативно»,— сказала она.

Для такого поколения, по словам Балашовой, необходим физический товар и основанное на прописных истинах обоснование его ценности: чем больше общеизвестных фактов, тем лучше. По словам эксперта, в маркетинге для них хорошо работает ссылка на авторитет: «одобрено Министерством здравоохранения», «лицензия Министерства образования» и др.

Как отметила владелица «Не Школы Барабанов» в Краснодаре Алина Малинина, главные ценности этого поколения — стабильность и надежность.

«Исследования показывают, что 70% покупателей старше 55 лет остаются верны бренду именно из-за привычки и качества. Для них важны гарантии и сервис “без сюрпризов”. При этом лучше всего работает смысл “Мы с вами надолго”»,— сказала Малинина.

По словам коммерческого директора федерального девелопера AVA Тамары Коломийцевой, этому поколению важно сохранять привычную среду.

«Поэтому они нечасто меняют локацию, а жилые комплексы выбирают те, где все есть под рукой. Кроме того, они более всех остальных обращают внимание на качество как самого строительства, так и используемых материалов»,— сказала Коломийцева.

Как отметил директор по маркетингу ГК «Абрау-Дюрсо» Василий Дмитриев, для бумеров важны честность, стабильность и традиции, поэтому тон общения с ними должен быть профессиональным, но с теплотой.

По словам эксперта в сфере продаж и доверительного маркетинга Инны Поповой-Левиной, бумерам важно, чтобы им не просто продали товар, а объяснили все нюансы и детали. Они преданы бренду и готовы покупать больше и дороже, если будут уверены в надежности и качестве.

«Пример из моей практики: косметолог Елена из Краснодарского края работала по классической схеме “Скидка 50% на пилинг! Только сегодня!” Результат — 2–3 клиента в неделю. После того как поработали над маркетингом, она начала вести бесплатные онлайн-встречи без агрессивных продаж, только советы, истории клиентов, реальные фото до и после. Через 3 месяца — 17 записей в неделю, потому что она поставила перед собой цель не продать любой ценой, а стать другом. Бумеры не покупают у тех, кто кричит. Они покупают у тех, кто находится рядом и говорит тихо, но искренне»,— сказала Инна Попова-Левина.

МИЛЛЕНИАЛЫ И СТРЕМЛЕНИЕ К ОСМЫСЛЕННОСТИ

По словам председателя комитета по ВЭД и международным отношениям Краснодарского краевого отделения «Опоры России» Екатерины Балашовой, миллениалы, люди старше 29 лет, родились в период спада рождаемости и не испытывали жесткой конкуренции. Заботу общества об их благе они воспринимают как потребность самого общества.

«Это поколение, вынужденное формировать собственное отношение к принципиально новым явлениям для человечества, таким как глобализация, интернет, пандемия, массовое потребление и международный терроризм. Отсюда их тяга к осмысленности, запрос на понимание своего места в обществе и мире: экологичность, разумное потребление, толерантность, инновационность и прочее. Интернет стал для них не просто средством коммуникации, но и инструментом, который позволял решить важные смысловые вопросы, на которые не могло ответить окружение. Он стал

№ 09(654) 30.09.2025
Деловая газета.юг
16+

Главный редактор: Стрелкова О. С.
Дизайн и верстка: Рубашкин А. Е.
Корректор: Белолипецкая И.А.

Учредитель: ООО «Союзники»
Регистрационный номер (выписка о регистрации СМИ): серия ПИ № ФС 77 - 86146, выдана Роскомнадзором

Отпечатано в типографии: НАО «Печатный двор Кубани», 350072, г. Краснодар, ул. Тополиная, 19
Заказ 2481 от 26.09.2025
Тираж — 7000 экз. Цена свободная
Дата выхода в свет — 30.09.2025
Время подписания в печать: установленное: 20:00; фактическое: 20:00.

Адрес редакции и издателя: 350000, г. Краснодар, ул. Рашпилевская, 67/1, помещ. 2, эт. 2
Тел. +7 (861) 290-80-80

Реклама: sale@dg-yug.ru
Редакция: info@dg-yug.ru

@DGAZETA
@DGAZETA

местом социализации и носителем смыслов, средством общения и местом работы»,— сказала Балашова.

При этом миллениалов интересует собственная выгода, для них хорошо работают старые техники продаж — им можно рассказать, что они получат от приобретения товара и услуги, добавила эксперт.

Основательницы бренда DNK Russia Анна и Ольга Ничковы отметили, что миллениалы выбирают сочетание качества и идентичности.

«Например, в одежде им близки капсулы с глубоким смыслом. Для них важна история за вещью. С ними нужно говорить через эмоционально-экспертный язык на видеохостингах и через мессенджеры»,— отметили они.

Директор по маркетингу ГК «Абрау-Дюрсо» Василий Дмитриев отметил, что с этим поколением держать коммуникацию проще всего в социальных сетях, где можно делиться креативными визуальными историями, связанными с брендом. «Привлекать миллениалов будет позитивный и искренний стиль общения»,— сказал он.

Помимо этого, для миллениалов важны прозрачность, опыт и эмоциональная связь. Они ценят проверенные и личные бренды, верят экспертному мнению и живым людям, при этом не доверяют «корпоративным миссиям», отметила Инна Попова-Левина.

«Из кейсов: дизайнер интерьеров из Москвы, которая сразу предлагала "стиль за 100 тыс. рублей" и теряла 90% лидов. Сейчас она ведет соцсети, где обучает людей, как создать стильный образ дома без дорогостоящего ремонта, рассказывает о вещах, которые портят атмосферу дома, и о многом другом. Ни одного прямого предложения о продаже услуг у нее нет, только полезные советы и интересные кейсы. Результат: 80% клиентов приходят сами, говоря: "Я уже знаю, что ты меня понимаешь. Я просто хочу, чтобы ты сделал это для меня"»,— сказала эксперт в сфере продаж и доверительного маркетинга.

Коммерческий директор федерального девелопера AVA Тамара Коломийцева поделилась, что в сфере недвижимости для представителей этого поколения важно, чтобы в шаговой доступности находились социальные и коммерческие учреждения и организации, включая школы, детские сады, супермаркеты и развлекательные центры.

ЗУМЕРЫ

Зумеры, люди от 18 до 28 лет,— поколение индивидуалистов, которое стремительно наращивает покупательскую способность. Такие люди родились в мире, где всегда были электричество, интернет и связь, отмечает Екатерина Балашова.

«Это поколение изобилия. К их появлению Китай уже произвел все, что только мог пожелать человек, и это все было доступным для почти любого уровня доходов. Зумеры — поколение, смотревшее видео в интернете вместо телевидения и получавшее любую игрушку через пару дней после рекламы на экране»,— сказала председатель комитета по ВЭД и международным отношениям Краснодарского краевого отделения «Опоры России».

Она добавила, что следствием материального изобилия и доступности неизбежно становится концентрация на личном психологическом комфорте и эмоциях. Так, если для старших поколений важна стабильность и для них отлично подходят слоганы «Вкус, как в детстве» или «Сделано по ГОСТу», то молодым поколениям важнее экологичность, польза, социальная ответственность.

«Они думают: если уж все равно покупать себе бутерброд, то пусть он сделает мир чуть лучше»,— сказала Балашова.

В целом, по словам основательниц бренда DNK Russia Анны и Ольги Ничковых, зумеры ориентированы на индивидуальность и эмоции. Их захватывают лимитированные коллекции и коллаборации.

«Они выбирают то, что помогает выделиться и подчеркнуть характер. С ними можно коммуницировать с помощью мемов, сленга, в разговорном стиле»,— сказали Анна и Ольга Ничковы.

Инна Попова-Левина в качестве примера маркетинга для зумеров эксперт привела смену стратегии по продаже смартфонов в одной из розничных сетей. Вместо презентации в стиле «у нас качественные и крутые новинки, купи себе» продавцы начали говорить с клиентами на их языке: с максимальной искренностью показывать ценность продукта, а также давать клиенту возможность выбора.









ПОКОЛЕНИЕ «АЛЬФА»

Самое молодое поколение, поколение «альфа», до 18 лет, стало первым полноценно родившимся и выросшим в цифровом мире, рассказала Екатерина Балашова. Большинство молодых людей никогда не видело коз, кроликов, лошадей, верблюдов, тайги и болот, но знает об этом больше предшественников благодаря развившимся возможностям передачи данных.

«Для них нет разницы между картинкой на экране и на упаковке сока. Информация о том, каким брендом выпущен понравившийся свитер и сколько он стоит, для них такая же, как запах и ощущения кожи, когда этот свитер к ней прилегает»,— сказала председатель комитета по ВЭД и международным отношениям Краснодарского краевого отделения «Опоры России».

Данное поколению, как и зумеры, привыкло к тому, что продукт, бренд и компания меняются вслед за появлением новых вызовов, ценностей, технических возможностей и политических решений. Они ценят время и стремятся не упускать его, а также предпочитают «картинку» тексту, отмечает Балашова.

По словам основательниц бренда DNK Russia Анна и Ольга Ничковы, поколение «альфа» живет не только в визуальном, но и в игровом мире. «Для них важны герои, фановость и возможность самовыражения. При покупке товаров им ближе всего игровые образы и любимые персонажи. С ними следует говорить именно на игровом языке»,— сказали они.

В норму маркетинга для поколения «альфа» входят персонализация и геймификация, отмечает владелица «Не Школы Барабанов». «Их главный смысл — "играй и созидай вместе с нами"»,— сказала Алина Малинина.

Лояльность данного поколения можно получить через интерактивность, поскольку они чувствуют себя не пользователями, а созидателями, отмечает Инна Попова-Левина.

«Если бренд не дает им выбора и возможность творить, они уйдут»,— сказала она.

Эксперт в сфере продаж и доверительного маркетинга привела в пример частный центр по изучению иностранных языков и подготовке к экзаменам, который вместо стандартных уроков перешел на занятия, которые давали знания в формате игры и общения.

«Для детей также сделали партнерскую программу, где они приводят одноклассников и получают бонусы. В результате компания постоянно растет и развивается»,— сказала Инна Попова-Левина.

СМЕНА ПОКОЛЕНИЙ

Как рассказала эксперт в сфере продаж и доверительного маркетинга Инна Попова-Левина, к 2030 году поколение «альфа» и зумеры станут главной платежеспособной аудиторией и будут составлять 70% от потребительского спроса, из-за чего маркетинг в привычном понимании исчезнет.

«Будущее — за брендами, которые обучают, а не только продают. Важно делиться советами и идеями, предлагать честные решения, даже если в моменте это уменьшит доход, слушать больше, чем говорить, а также позволять клиентам самим стать частью истории бренда»,— сказала она.

По словам Поповой-Левиной, уже сейчас покупатели не хотят, чтобы им «давили на боль» и навязывали продукт, который они не просили. Они также устали от агрессивных баннеров, навязчивых звонков и манипуляций под видом экспертизы, отмечает она.

«Покупатели стали осознанными, вдумчивыми, требовательными к искренности. В современном бизнесе важно не просто продать продукт. Важно стать тем, кто помогает человеку не ошибиться с выбором и оптимально решить свою задачу. В мире, где информации миллиард, самый ценный ресурс — доверие, и его нельзя купить. Его можно заслужить: раз в день, раз в неделю, в одном честном посте, в одном правильном ответе, в одном "я тоже так делал, и мне было страшно". Не нужно больше продавать любой ценой. Просто стоит стать надежным»,— сказала Инна Попова-Левина.

Как отметила коммерческий директор федерального девелопера AVA Тамара Коломийцева, рост среди покупателей доли зумеров и альф приведет к еще большему усилению роли диджитал-инструментов продаж и сопровождения сделки.

«Зумеры уже сегодня начинают формировать спрос на недвижимость, а альфы тоже вскоре станут платежеспособными. В первую очередь это повлияет на наборы опций, имеющиеся в жилых комплексах. У представителей этих поколений велик запрос на определенный образ жизни — часто активный, связанный со спортом и большим количеством общения. Соответственно, нужно будет создавать еще больше зон с разными функциями, превращая ЖК в самостоятельное общественное пространство. Кроме того, будет повышенный запрос на сервисы "умного дома"»,— сказала она.

Екатерина Балашова добавила, что в будущем при продаже продукта эмоциональная составляющая станет существенно важнее факта приобретения материального предмета, а ценностное наполнение и постоянное совершенствование в соответствии с возникающими трендами будет значить больше физического разнообразия товаров.

«Когда зумеры и альфы станут главной платежеспособной аудиторией, бизнесу придется перестать быть "продавцом товаров" и превратиться в создателя сообществ и игр. Победит не тот, кто даст скидку, а тот, кто предложит вовлечение и возможность самовыражения»,— заключила владелица «Не Школы Барабанов» Алина Малинина.

Дарья Коробская

Владимир Соловьев: Главная задача бизнеса — создавать ценность для общества

В современных условиях достижение устойчивого роста компании требует выхода за рамки исключительно производства товаров и услуг. Фундаментальным принципом становится создание ценности для общества и государства. В то время как прибыль остается критически важным элементом, обеспечивающим развитие компании, именно генерация ценности является первоосновой бизнеса. Данный подход трансформирует человекоцентричность из философской концепции в практический инструмент управления, поскольку ценность создается людьми и для людей. Такого мнения придерживается заведующий Лабораторией человекоцентричности и лидерских практик НИУ ВШЭ, эксперт в области повышения эффективности топ-команд Владимир Соловьев.

Эксперт рассказал «Деловой газете.Юг», почему инвестиции в профессиональный и личностный потенциал сотрудников и создание культуры, ориентированной на человека, напрямую влияют на эффективность и прибыльность бизнеса.

ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ — НОВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Сегодня человекоцентричная модель бизнеса трансформируется из элемента корпоративной социальной ответственности в критически важный фактор устойчивого роста. Компании, выстраивающие партнерские отношения с сотрудниками, получают стратегические преимущества. Ключевым активом таких организаций становится высокая вовлеченность персонала и создание долгосрочной ценности для клиента.

В противовес этому организации, фокусирующиеся исключительно на операционной эффективности в ущерб корпоративной культуре, сталкиваются с рисками: оттоком квалифицированных кадров, снижением качества услуг и, как следствие, потерей лояльности клиентов.

ЧТО ТАКОЕ НАСТОЯЩАЯ ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ

Многие компании ошибочно принимают хорошие условия труда за человекоцентричность. Однако комфортный офис, достойная зарплата и социальный пакет являются не преимуществом, а гигиеническим фактором — обязательным условием для привлечения квалифицированных специалистов.

Для современной молодежи критически важным мотиватором становится осмысленность деятельности. Сотрудники все чаще выбирают работодателей, способных дать ответы на вопросы: какую ценность создает компания и какой вклад в это вносит конкретный работник?

Безусловно, забота о физическом и психологическом здоровье сотрудников, а также создание безопасной и доброжелательной среды остаются важной базой. Но подлинная человекоцентричность — это стратегический подход, при котором благополучие и развитие персонала являются одним из ключевых приоритетов компании. Это проявляется в возможности открыто предлагать идеи, не боясь ошибок, обеспечении возможностей для профессионального и личностного роста, формировании культуры признания значимости труда каждого сотрудника.

Роль лидера в такой организации трансформируется. От современных руководителей требуется эмпатия, эмоциональный интеллект и способность вдохновлять команду. Результатом становится рост вовлеченности, инициативности и продуктивности сотрудников.

Кроме того, человекоцентричный подход является действенным инструментом профилактики выгорания. В эпоху, когда границы между работой и личной жизнью стираются, поддержка компании в ответ на поддержку сотрудников — это не опция, а взаимная инвестиция в общую эффективность.



Фото предоставлено Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики»

Человекоцентричность — это не набор разрозненных HR-практик, а целостная философия управления, требующая от лидеров сочетания мягких навыков и способности достигать целей через повышение вовлеченности персонала. Управление строится на диалоге, партнерстве и признании ценности каждого сотрудника не как функции, а как личности. Именно это позволяет создать среду, где люди чувствуют себя осведомленными, вовлеченными и мотивированными на достижение общих бизнес-результатов.

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО МАЛОГО БИЗНЕСА

Малый и средний бизнес обладает уникальным стратегическим преимуществом — способностью выстраивать сильную корпоративную культуру и доверительные отношения внутри команды. В отличие от крупных корпораций, малые и средние предприятия часто представляют собой сплоченные коллективы единомышленников, где ценят личный вклад и хорошо знают сильные стороны каждого. Многие сотрудники крупных компаний с ностальгией вспоминают периоды своего роста, когда в команде было 10–50 человек. Для быстрорастущих компаний ключевым вызовом становится сохранение этой культуры человеческих отношений в условиях масштабирования, увеличения штата и усложнения организационной структуры.

КАК ВНЕДРИТЬ ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ НА ПРАКТИКЕ

Внедрение принципов человекоцентричности требует системного подхода и в первую очередь вовлеченности руководителей компании. Стартом для такого преобразования служит честная диагностика. Ключевым инструментом на этом этапе является сбор обратной связи от доверенных членов команды о том, насколько стиль управления первого лица соответствует декларируемым ценностям.

Подлинная трансформация возможна лишь тогда, когда человекоцентричность интегрирована во все элементы бизнес-системы. Речь идет о компании, где этот принцип находит отражение в четырех ключевых аспектах: стратегии, культуре, лидерстве и процессах. Переход к человекоцентричной модели — это комплексная организационная трансформация, требующая пересмотра не только HR-практик, но и бизнес-стратегии в целом.

БУДУЩЕЕ ТРЕНДА: ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ КАК НОВАЯ НОРМА

Человекоцентричность — объективный тренд, так как в основе экономики лежит человек, который одновременно создает ценность и является ее конечным потребителем. Игнорируя человекоцентричный подход, бизнес рискует столкнуться с оттоком ценных кадров и клиентов.

В ближайшие 5 лет человекоцентричность в России перестанет быть опцией и станет обязательным элементом стратегии конкурентоспособных компаний. Учитывая акцент, поставленный на высшем государственном уровне, можно ожидать, что для организаций это станет вопросом выживания и устойчивого развития, а не просто «правильным» решением.

Беседовала
Дарья Коробская

СПРАВКА

Владимир Соловьев, заведующий Лабораторией человекоцентричности и лидерских практик НИУ ВШЭ, председатель общественно-экспертного совета Федерального проекта «Государство для людей», известный модератор и бизнес-тренер с огромным практическим опытом.

Он обеспечивал проведение сессий по разработке «фронтальной стратегии» Правительства России и 42 стратегических инициатив, руководил проектами по подготовке персонала Игр Сочи 2014, волонтеров чемпионата мира по футболу FIFA 2018 и универсиады в Красноярске 2019. Эксперт в области стратегического менеджмента, человекоцентричности, повышения эффективности ТОП-команд, внедрения изменений, формирования культуры достижения результатов.

Финансирование без кредитов

В условиях высокой стоимости заемных средств бизнес сегодня вынужден искать альтернативные способы финансирования, среди них — факторинг и банковские гарантии. По данным Ассоциации факторинговых компаний, портфель факторинга в регионах Юга на начало июля 2025 года составил 95,6 млрд рублей, что на 32% выше показателя аналогичного периода прошлого года.

Как сообщил генеральный директор «ВТБ Факторинга» Константин Савельев, у альтернативных инструментов есть очевидные преимущества: возможность оперативного получения финансирования, отсутствие необходимости в крупных залогах, гибкость условий сотрудничества, а также адаптация структуры финансирования под специфику бизнеса.

Эксперты в банковской сфере рассказали, какие преимущества есть у факторинга и банковских гарантий перед традиционными инструментами кредитования.

ФАКТОРИНГ

Путь получения классических кредитов, требующий проведения глубокого финансового анализа, наличия залогового обеспечения, поддержания кредитовых оборотов по расчетному счету, зачастую приводит к барьерам в решении задач привлечения оборотных средств, отметил директор среднего бизнеса «Альфа-Банка» в Ростовской области Андрей Костин. В таких ситуациях, по его словам, факторинг становится альтернативой, позволяющей получить необходимый лимит финансирования.

«Существенно ускоряется оборачиваемость, высвобожденные ресурсы дают возможность выхода на новые рынки. Все это впоследствии делает факторинг инструментом первого выбора»,— сказал он.

Как рассказал заместитель руководителя «Абсолют Банка» в Ростове-на-Дону Никита Резван, в условиях высоких ставок по кредитам компании действительно охотнее рассматривают и применяют альтернативные источники финансирования.

«Факторинг актуален при любых условиях — это очень гибкий продукт. В условиях высокой ключевой ставки для бизнеса особенно интересно то, что факторинг не увеличивает долговую нагрузку на компанию. Поскольку это короткий продукт (на 1–3 месяца), то высокие ставки не оказывают такого значительного давления на бизнес, как при кредитовании. К концу 2025 года ключевая ставка будет постепенно снижаться, мы прогнозируем ее снижение до 15–16%. Это также простимулирует интерес ростовских компаний к факторингу»,— сказал Никита Резван, добавив, что эксперты прогнозируют увеличение числа заявок на этот продукт минимум на 10–15% в сравнении с первой половиной 2025 года.

Как правило, в Ростове-на-Дону наиболее активно подают заявки на факторинг предприятия в категории «средний бизнес», отметил Никита Резван. В целом же факторинг интересен в сферах, где покупатели просят отсрочку. За счет этого можно увеличить продажи.

Генеральный директор «ВТБ Факторинга» Константин Савельев отметил, что факторинг также позволяет получать досрочную оплату поставок без необходимости предоставления залога. Конвертируя дебиторскую задолженность в денежные средства, поставщик исключает риск неплатежа дебитора, пополняет оборотный капитал компании и ликвидирует кассовые разрывы.

«Факторинг не требует залога и не влияет на ковенанты, улучшает структуру баланса — полученное финансирование отражается как выручка и не увеличивает долговую нагрузку»,— сказал Константин Савельев.

Он добавил, что, хотя ключевая ставка оказывает определенное влияние на стоимость фондирования, факторинг остается доступным благодаря высокой конкуренции на рынке, возможности адаптации условий под потребности клиентов, развитию партнерских программ и оптимизации внутренних процессов.



фото Freepik.com

Важную роль в росте спроса на факторинговое финансирование, по словам гендиректора «ВТБ Факторинга», также играют цифровизация процессов и упрощение процедур. Он отметил, что современные платформы позволяют автоматизировать большую часть операций, что существенно ускоряет процесс получения финансирования.

«Кроме того, развитие электронной коммерции и торговых сетей создает дополнительный спрос на факторинговые услуги»,— подчеркнул Константин Савельев.

> КОНСТАНТИН САВЕЛЬЕВ
>
> Факторинг не требует залога и не влияет на ковенанты, улучшает структуру баланса — полученное финансирование отражается как выручка и не увеличивает долговую нагрузку.

Директор среднего бизнеса «Альфа-Банка» Андрей Костин добавил, что, в отличие от кредита, факторинг не увеличивает долговую нагрузку в балансе и позволяет эффективно управлять дебиторской и кредиторской задолженностями.

ГАРАНТИИ

Как сообщил директор среднего бизнеса «Альфа-Банка» Андрей Костин, в период высоких процентных ставок по кредитам банковские гарантии порой позволяют заменить дорогое денежное финансирование по рыночным ставкам и этот инструмент достаточно популярен у бизнеса.

«Помимо этого, на доступность банковских гарантий ключевая ставка напрямую не влияет. Банковская гарантия является внебалансовым финансовым инструментом для банка и напрямую не зависит от стоимости денег на рынке»,— сказал Андрей Костин.

Никита Резван отметил, что в Ростове-на-Дону выдача банковских гарантий сохраняется на уровне прошлого года. По его словам, это хороший результат, учитывая, что в целом по рынку кредитная политика банков в условиях высокой ключевой ставки приобрела более консервативный характер. Соответственно, анализ клиента и контрагента проводится глубже и тщательнее.

> НИКИТА РЕЗВАН
>
> У бизнеса есть спрос не только на сами продукты, но и на глубокий, индивидуальный подход и гибкие экспертные решения

«Интерес бизнеса к такому продукту, как банковские гарантии, понятен. В условиях высокой ключевой ставки доступность кредитных средств предсказуемо снижается. При этом стоимость банковских гарантий практически не изменилась, поэтому продукт востребован»,— сказал заместитель руководителя «Абсолют Банка» в Ростове-на-Дону.

Как правило, по словам Никиты Резвана, наиболее активно бизнес подает заявки на стандартные гарантии на участие в конкурсе, исполнение договора, возврат аванса и гарантийные обязательства.

«Наша практика показывает, что ситуации, когда клиент договаривается с поставщиком об отсрочке оплаты за товар при предоставлении банковской гарантии, достаточно распространены. В этом случае клиенты платят только комиссию за гарантию, и у них нет необходимости пользоваться кредитными средствами для оплаты поставки на период отсрочки. То есть по факту гарантия становится альтернативой кредиту»,— отметил он.

Андрей Костин добавил, что в связи с нарастающими сложностями в расчетах между предприятиями и задержками в оплате за поставленную продукцию или выполненные услуги также набирают популярность судебные банковские гарантии, когда истец при подаче обращения в суд подает ходатайство о наложении ареста на имущество должника, которое в таком случае должно быть подкреплено банковской гарантией на сумму, соответствующую сумме испрашиваемого ареста.

КАК ПОДОБРАТЬ ИНСТРУМЕНТ?

В целом, как отметил генеральный директор «ВТБ Факторинга» Константин Савельев, при выборе оптимального финансового инструмента компаниям следует провести детальный анализ своих финансовых потребностей и особенностей бизнес-модели, оценить сроки оборачиваемости денежных средств и потребность в финансировании, а также рассмотреть возможность комбинирования различных инструментов для достижения максимального эффекта. Помимо этого, бизнесу следует обратить особое внимание на условия досрочного погашения и структуру комиссий, а также выбирать финансового партнера с учетом его опыта работы в конкретной отрасли и репутации на рынке.

Директор среднего бизнеса филиала «Ростовский» АО «Альфа-Банк» Андрей Костин отметил, что важно, чтобы выбранный инструмент финансирования закрывал индивидуальную потребность бизнеса, был точно подстроен под операционный цикл, позволял распределять риск и получать ликвидность в нужный момент.

«У каждого бизнеса есть своя специфика, и задача банка — предложить именно тот продукт, который по максимуму закрывает потребности клиента с учетом рыночных реалий. Это может быть и факторинг, и кредит, и контрактное финансирование. У бизнеса есть спрос не только на сами продукты, но и на глубокий, индивидуальный подход и гибкие экспертные решения»,— заключил заместитель руководителя «Абсолют Банка» в Ростове-на-Дону Никита Резван.

Деловой разговор: итоги прямой линии мэра Сочи

Более 1,2 тыс. вопросов поступило на первую прямую линию главы Сочи Андрея Прошунина, его заместителей и глав внутригородских районов, которая прошла в последних числах августа. Представители власти рассказали о строительстве новых объектов образования, мерах поддержки педагогов, участников СВО, ремонте дорог и результатах летнего курортного сезона. «Деловая газета.Юг» рассказывает об основных темах, которые обсудили в ходе прямой линии.



Фото: пресс-служба администрации Сочи

КУРОРТНЫЙ СЕЗОН

Этим летом Сочи посетило **около 4,5 млн туристов.** Загрузка гостиниц и отелей составила около 85%, а в наиболее востребованных местах размещения практически достигла максимальных значений. Такая популярность курорта объясняется, среди прочего, продуманными льготами, предложенными местными отельерами. Полсотни представителей туристической отрасли разработали ряд скидок и специальных предложений.

Что касается санаториев и лечебных пансионатов, то **уровень бронирования на сентябрь–октябрь составляет порядка 90%.** Среди отдыхающих наибольшей популярностью пользуются услуги санаторно-курортного лечения и восстановления здоровья. До конца сентября, пока длится бархатный сезон, отдыхающим будут доступны **180 оборудованных пляжей.** Проведенные Роспотребнадзором проверки, которых было уже почти 5 тысяч, свидетельствуют: сочинские пляжи безопасны для купания.

Сочи демонстрирует перспективы для роста не только внутреннего, но и международного туризма. Из местного аэропорта выполняют рейсы в 16 стран мира, включая такие направления, как Таиланд, ОАЭ, Кувейт, Бахрейн, Грузия, Египет, Сербия и прочие государства. Отмечается положительная динамика увеличения числа зарубежных гостей и на горнолыжных курортах региона.

НОВЫЕ ШКОЛЫ И ДЕТСАДЫ

Сегодня в Сочи при поддержке губернатора Краснодарского края Вениамина Кондратьева возводят шесть школ и один детский сад. Школы появятся в микрорайоне Бытха, на улицах Каларашмалышева, Лизы Чайкиной, Львовской, Чехова, в Кудепсте, детсад возведут на улице Ленина.

Также на курорте возводят новый учебный корпус начальной школы в Горном Лоо. Современное здание общей площадью 8 тыс. кв. м вместит не только классные комнаты, но и специализированные помещения: студию робототехники, художественную мастерскую, творческую зону, просторный спортзал, актовый зал и библиотеку. Завершить строительные и монтажные работы планируется к 2027 году.

В скором будущем приступят к строительству новой школы на 800 мест в Хостинском районе, на улице Яна Фабрициуса. Уже получены требуемые разрешительные документы и техусловия, разработана трехмерная визуализация, создана подробная дорожная карта.

Кроме того, есть потребность строительства нового образовательного учреждения в поселке Эсто-Садок, где проживает около 3 тыс. человек. Сейчас учащихся подвозят в ближайшую краснополянскую школу № 65. Новая школа на 1100 мест полностью ликвидирует потребность в учебных местах в горном кластере и позволит перевести обучение там в одну смену, расширить возможности для организации бесплатного дополнительного образования. Завершение экспертизы по проекту запланировано на сентябрь, а старт строительных работ намечен на начало 2026 года.

Под застройку предполагается выделить земли общей площадью 5 га, расположенные непосредственно рядом с комплексом трамплинов «Русские горки». Предварительный бюджет возведения школы оценивается в сумму около 5,5 млрд рублей, финансирование будет осуществляться совместно из бюджета Краснодарского края и городской казны.

Помимо этого, **на этапе разработки находятся еще 10 проектов образовательных учреждений.** Их реализация позволит дополнительно создать 4 тыс. учебных мест.

За последние десять лет при поддержке губернатора Краснодарского края Вениамина Кондратьева в Сочи **построили 16 дошкольных учреждений и 12 школ**, рассчитанных на 10 тыс. мест. В этом году открыли крупнейший детский сад Южного федерального округа на 550 мест в Кудепсте, а также детский сад в микрорайоне Северная Бытха. 1 сентября в Сочи торжественно открыли новый корпус школы № 26 в микрорайоне Голубые дали в Адлерском районе.

ПОДДЕРЖКА ПЕДАГОГОВ

Сегодня администрация Сочи занимается разработкой новых мер, направленных на поддержку и привлечение квалифицированных педагогов. Среди существующих форм помощи выделяют компенсационные выплаты за аренду жилья, предоставление льготы на проезд в общественном транспорте с 50%-ной скидкой, гранты образовательным учреждениям, а также премии педагогическим работникам — наставникам учеников — победителей конкурсных мероприятий. Например, учителя, подготовившие выпускников с высшими баллами ЕГЭ, **награждаются премиями размером 100 тыс. рублей** каждая, причем в нынешнем году такую награду получили двадцать преподавателей.

Учителя, ставшие победителями профессионального конкурса «Педагогический триумф», получают премию до 100 тыс. рублей. С первого января введен дополнительный вид соцподдержки — **ежемесячная выплата в размере 20 тыс. рублей** в качестве компенсации части ипотечного кредита.

Также с января 2026 года по решению губернатора Вениамина Кондратьева педагоги получат **дополнительную надбавку 5 тыс. рублей.**

В системе образования Сочи занято **около 6 тыс. педагогов**, а сеть муниципальных образовательных организаций насчитывает 165 учреждений.

Помощь участникам СВО

В Сочи действуют **12 муниципальных мер поддержки для участников СВО** и членов их семей, их финансирование осуществляется из городского бюджета.

Для семей участников СВО предусмотрено освобождение от оплаты за присмотр и уход за ребенком в детском саду, а также внеочередное зачисление в детский сад. Школьникам предоставляют бесплатное двухразовое горячее питание, проезд в общественном транспорте, возможность безвозмездно посещать занятия в кружках и секциях, а также платные образовательные программы. Им в первоочередном порядке предоставляются путевки в детские оздоровительные лагеря Краснодарского края. К Новому году дети участников СВО получают подарки.

При рождении ребенка семье участника СВО положена единовременная выплата в размере 50 тыс. рублей. При потере кормильца на поле боя из муниципального бюджета оказывается **финансовая помощь в размере 100 тыс. рублей.**

Администрацией города в партнерстве с организациями разработан единый абонемент для семей участников СВО. По нему семьи с детьми

300

млн рублей выделили на ремонт дорог Сочи в 2025 году

могут бесплатно посетить музейные комплексы и кинотеатры, муниципальные парки.

Параллельно ведется работа с общественными организациями и социальными партнерами через Координационный совет, чтобы всесторонне окружить участников СВО и их родных вниманием. **Цифра материальной помощи, направленной из благотворительного фонда «Скорей добрей», достигла 100 млн рублей**. За каждой семьей в Сочи закреплен куратор из числа сотрудников администрации, который помогает решать насущные вопросы.

> За последние десять лет в Сочи построили 16 дошкольных учреждений и 12 школ, рассчитанных на 10 тыс. мест.

РЕМОНТ ДОРОГ

На территории Сочи насчитывается **1134 улицы, по которым проходит 1217 км муниципальных дорог.**

В рамках национального проекта «Безопасные качественные дороги» с 2019 по 2024 год отремонтировали 385 автомобильных дорог протяженностью порядка 370 км. Объем финансирования составил порядка 5 млрд рублей. В результате целевой показатель нормативного состояния дорог на курорте достиг 89,21%.

В 2025 году из бюджета Сочи **на ремонт дорог выделили около 300 млн рублей.**

Также на территории курорта ведут работы по ликвидации аварийных оползневых отрезков дорог. В Сочи насчитывается 2,5 тыс. оползневых участков, каждый десятый из них — на дорогах города. Ликвидация таких аварийных отрезков улиц требует проведения комплекса мероприятий, начиная от проектно-изыскательских работ и исследования геологии местности и заканчивая проведением сложных восстановительных работ.

За последние пять лет провели работы по ликвидации оползневых процессов на 29 участках автодорог в границах курорта. Общий **объем финансирования составил 2 млрд рублей.** В ближайших планах — капитальный ремонт Сухумского и Новороссийского шоссе и других объектов.

СНИЖЕНИЕ ПЛАТЫ ЗА ПАРКОВКИ

Мэр Сочи Андрей Прошунин заявил, что **размер абонентской платы на муниципальных парковках для местных жителей снизят в 10 раз**. Проект соответствующего нормативного правового акта уже разработали, принять его рассчитывают в 2025 году.

Согласно документу, авансовое парковочное разрешение на парковку для сочинцев будет действовать для одной машины в пределах участка дороги на улице, где зарегистрирован владелец транспортного средства. Стоимость абонемента не будет превышать 800 рублей в месяц, а в год — 8 тыс. рублей. При этом для участников СВО и членов их семей муниципальные парковки станут бесплатными.

Также собираются изменить платный парковочный период. Сейчас он действует с 09:00 до 20:00, а после принятия документа сократится на два часа — с 09:00 до 18:00. Уменьшат и число самих улиц, где есть платные парковочные места: с 73 до 56. Пользование муниципальными парковками в праздничные и выходные дни остается бесплатным.

Платные парковочные пространства организовали в Сочи в конце 2023 года. Система позволила разгрузить движение на самых оживленных улицах. В 2024 году курорт вошел в число победителей федерального рейтинга по развитию платных парковочных пространств.

Платные **парковки за восемь месяцев 2025 года принесли бюджету Сочи более 178 млн рублей,** средства направляют на ремонт дорог и развитие дорожной инфраструктуры.

ВМЕСТЕ НАХОДИТЬ ВЫХОД

Как отметили власти Сочи, итоги прямой линии позволят сосредоточиться на том, что по-настоящему волнует жителей и учесть это при формировании бюджетов муниципальных программ на следующий год. Все поступившие вопросы передали в работу профильным подразделениям администрации, жители в обязательном порядке получат подробный официальный ответ. По мнению самих сочинцев, такие встречи важны не только для команды мэра, но и для жителей города.

Прямые линии позволяют налаживать взаимодействие и вместе находить выход даже из самых сложных ситуаций, считает председатель Сочинского географического общества Александр Зобнин.

Как отметил доктор химических наук, член Ученого совета СГО Виктор Бехтерев, впервые за многие годы состоялся такой открытый и откровенный разговор о том, чем живет город, что волнует сочинцев.

«И это был деловой разговор, вселяющий оптимизм и уверенность в будущем, Андрей Георгиевич не только хорошо знает “болевые” точки курорта, но и предлагает правильные решения. И мы здесь не должны оставаться в роли сторонних наблюдателей, ведь это наш город, и его судьба зависит от каждого»,— сказал Виктор Бехтерев.

По словам директора МОБУ СОШ № 19 Владимира Сидоркина, такой диалог власти и жителей крайне полезен.

«Наш курорт уникален во всех отношениях: природа, климат, море, олимпийское наследие, но есть и проблемы, есть вопросы, которые волнуют сочинцев. Прямой эфир позволяет тысячам и тысячам зрителей услышать ответы на те вопросы, которые являются общими для многих граждан. Такая форма общения повышает градус доверия к власти, позволяет четко обозначить представителям администрации города проблемные точки, требующие решений, снижает градус напряженности в обществе»,— подчеркнул Владимир Сидоркин.

КОММЕНТАРИЙ



АНДРЕЙ ПРОШУНИН,
мэр Сочи

Любые проекты и задачи на территории Сочи неразрывно связаны с выполнением поручений президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина. На прямой линии много говорили о реализации национальных проектов, стратегических решениях в области социального строительства, модернизации инженерной инфраструктуры, дорожного строительства и благоустройства. Мы эту линию продолжим при поддержке Правительства России и лично губернатора Вениамина Ивановича Кондратьева. У нас утверждена подробная Стратегия социально-экономического развития города до 2035 года. Основные направления будут сосредоточены на улучшении качества жизни горожан, мерах социальной поддержки и строительстве школ, детских садов, объектов культуры, спорта и здравоохранения. Стоит задача комплексного подхода к решению вопросов, связанных с оползневыми процессами на курорте и берегоукреплением. Безусловно, необходимо развивать в Сочи инженерную инфраструктуру, в первую очередь водоснабжение и водоотведение, обеспечить экологическую защиту сочинской акватории Черного моря. Будем продолжать и развитие курортной инфраструктуры. Будущее Сочи вписано в общую государственную политику развития с Федеральной территорией «Сириус». Сириус — крупный научно-образовательный центр и курортный кластер. Считаю необходимым и важным продолжать сотрудничество и развивать добрососедские отношения.

> В Сочи с 2019 по 2024 год отремонтировали 385 автомобильных дорог по нацпроекту «Безопасные качественные дороги».



Фото: пресс-служба администрации Сочи

4,5

млн туристов посетили Сочи летом

Новые ценности образования

За прошедшую четверть века ожидания от школьного образования ощутимо изменились. Согласно исследованию Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в 2025 году россияне считают, что современная школа должна формировать культурных, компетентных и думающих граждан, квалифицированных специалистов, готовых самостоятельно принимать решения и отвечать за свои поступки.



Фото: www.midjourney.com

Иначе воспринимаются теперь и задачи школы. Исследование показывает, что на смену прежним приоритетам воспитания и передачи знаний приходит необходимость развивать у учеников способность мыслить критически и осознавать личную ответственность.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД

По мнению руководителя частной школы-сада «Счастливое детство» Ольги Шадриной, идти в ногу со временем современной школе поможет инновационный подход к обучению.

«Современные школы используют проектное обучение, интерактивные методы, цифровое пространство и геймификацию. Эти подходы помогают ученикам лучше усваивать материал, развивая одновременно интеллектуальные и эмоциональные стороны развития. Важно, чтобы родители понимали ценность инновационных методов обучения, поскольку именно они способствуют формированию будущих лидеров, способных справляться с вызовами современности»,— отметила Ольга Шадрина.

Эксперт уверена, что сегодня понятие хорошего школьного образования включает не просто приобретение академических знаний, но и формирование всесторонне развитой личности, способной проявить себя в будущем.

«Инновационное обучение помогает раскрыть потенциал ребенка, развивать критическое мышление, творческие способности и коммуникативные навыки. Это особенно важно для современных родителей, стремящихся вырастить детей успешными, уверенными в себе и адаптированными к быстро меняющемуся миру»,— сказала Ольга Шадрина.

ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ВДОХНОВЕНИЯ

На развитие школьников влияет не только учебная программа, но и само школьное пространство, считает коммерческий директор ЖК Green Apple (BEL Development) Игорь Казанцев.

«Правильно спроектированная школа — это сложная система, способствующая раскрытию потенциала каждого ученика. Архитектурные решения играют ключевую роль в создании вдохновляющей атмосферы. Продуманная планировка, зонирование помещений, использование естественного освещения и цветовая палитра — все создает комфортную и стимулирующую среду для обучения. Гибкие пространства, трансформируемые классы и открытые зоны для совместной работы способствуют вовлечению учеников в учебный процесс и развитию навыков сотрудничества»,— сказал Игорь Казанцев.

София Купченко

Развитие вне школы

В среднем по ЮФО родители готовы тратить на кружки и репетиторов для детей 11,2 тыс. рублей, при этом каждый четвертый школьник самостоятельно выбирает занятия, следует из аналитики «Авито Услуг». Зачем ребенку дополнительные кружки и как не перегрузить его, «Деловой газете.Юг» рассказали эксперты в сфере образования.



Фото: www.midjourney.com

РАЗВИТЬ ТАЛАНТЫ

По данным сервиса «Авито Услуги», в спортивных секциях занимается примерно 48% школьников, это один из самых востребованных направлений дополнительного образования. По словам директора гимнастического центра GYMKiDs Дарьи Кривоносовой, спортивные занятия способствуют укреплению здоровья детей. «Спорт также влияет на настроение ребенка, физическое развитие, активность, умственные способности и выносливость, усидчивость»,— сказала Дарья Кривоносова.

В топ-5 популярных направлений дополнительного образования также входят творческие курсы (39%), иностранные языки (31%), математика (23%) и занятия по финансовой грамотности (18%). Как рассказала педагог-психолог, общественный деятель, руководитель частной школы «Счастливое детство» Ольга Шадрина, творческие кружки позволяют развивать воображение и креативность детей, технические — логическое мышление.

«Выбор направления стоит делать исходя из интересов ребенка, его сильных сторон и возможностей для раскрытия потенциала. Важно пробовать разные занятия, чтобы помочь ребенку найти то, что ему действительно нравится»,— сказала она.

В целом, по словам Ольги Шадриной, через разнообразные кружки и секции дети могут раскрыть свои таланты, развить ключевые компетенции.

Директор гимнастического центра GYMKiDs отметила, что дополнительное обучение также позволяет сохранить свободное время родителей и помогает ребенку всесторонне развиваться.

«Это профессиональный подход и реальные знания специалистов, а не школьная программа, давно забытая родителями»,— сказала Дарья Кривоносова.

Помимо этого, по словам Ольги Шадриной, занятия в кружках помогают сформировать у детей такие навыки, как самодисциплина, целеустремленность и ответственность. У ребенка появляются новые достижения и компетенции, а также возможность раскрыть свои таланты, что повышает шансы на успешный выбор профессии в будущем.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ

Как сообщили в пресс-службе «Авито Услуг», более 50% детей в ЮФО посещают дополнительные занятия 1–2 раза в неделю. При этом у 20% школьников расписание включает сразу 3–4 кружка, а у 5% школьников нагрузка сопоставима с рабочей неделей — не менее пяти занятий.

Для того чтобы не перегрузить ребенка и правильно организовать его расписание с учетом кружков, Ольга Шадрина рекомендует оставлять время для свободной игры и личного пространства, чтобы ребенок мог расслабиться. Помимо этого, по ее словам, важно чередовать физическую активность и интеллектуальные занятия.

Также руководитель частной школы «Счастливое детство» советует обсуждать с ребенком его интересы и приоритеты, чтобы учитывать его мнение при составлении расписания.

Александра Пустельга

Форум частного образования в Краснодаре

В Краснодаре 7 и 8 октября 2025 года пройдет форум частного образования, приуроченный к празднику педагогического работника

Это событие станет настоящим праздником профессионального мастерства, объединяющим лучших педагогов и руководителей частных образовательных организаций из Южного и Северо-Кавказского федеральных округов.

Мероприятие проводится совместно комитетами по образованию трех региональных отделений «ОПОРЫ РОССИИ» — Краснодарского края, Ростовской области и Республики Дагестан.

В программе:

• Обмен опытом с профессионалами: более 100 участников — педагоги и руководители, готовые делиться своими знаниями, инновационными подходами и успешными практиками.

• Награждение лучших педагогов: торжественная церемония, где будут отмечены выдающиеся специалисты. Для участия требуется заявка от руководителя (собственника) образовательной организации с указанием заслуг.

• Тематические секции и мастер-классы: погружение в актуальные вопросы образования, возможность получить новые навыки и вдохновение для работы.

Культурная программа:

• Торжественный ужин с развлекательной программой — отличная возможность для неформального общения и создания новых профессиональных связей.

• Экскурсия по Краснодару: познакомьтесь с историей и культурой одного из самых красивых городов Юга России.



Регистрация на мероприятие по ссылке

Форум — это не просто мероприятие, а уникальная возможность стать частью профессионального сообщества, вдохновиться новыми идеями и внести вклад в развитие частного образования.

Не упустите шанс стать частью масштабного события!

Реклама, «Опора России», https://opora.ru. Организатор и рекламодатель: Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ». 16+

Маргарита Тихонова: «Мы работаем с душой»

Педагог — одна из самых непростых, но благородных профессий: сотрудники образовательных учреждений способны формировать будущее поколение, вдохновляя ребят своим примером, развивая таланты каждого ребенка и даря знания, открывающие путь к успеху.

Основатель частного детского сада «Елочка» Маргарита Тихонова рассказала «Деловой газете.Юг», почему возник дефицит педагогов и какие подходы могут его восполнить.



— Дефицит кадров — общая проблема для всей отрасли образования. Насколько остро вопрос с кадрами стоит в детских садах? В чем вы видите причины нехватки квалифицированных кадров в данной сфере?

— Сегодня с проблемой дефицита кадров сталкиваются как муниципальные, так и частные дошкольные учреждения. В далеком 1935 году бывший руководитель СССР сказал: «Кадры решают все», и эта фраза актуальна по сей день. Во всех стандартах прописано, что деятельность дошкольных учреждений невозможна без двух компонентов: качественной образовательной среды и компетентных профессиональных кадров. Без этого никуда.

Говоря о кадровом дефиците в образовании, важно подчеркнуть, что труд педагога нельзя оценивать исключительно уровнем зарплаты. Мы вкладываем душу в свою работу, и недопустимо сводить ее ценность лишь к денежному вознаграждению. Тем не менее нужно думать, как педагогу жить, растить и воспитывать своих детей. Если педагог не может закрыть насущные проблемы своих детей, то как он сможет работать? Следовательно, одним из приоритетных шагов для преодоления кадрового кризиса должно стать значительное повышение заработной платы педагогов. Долгое время оплата труда учителей была крайне низкой, что привело к оттоку из профессии множества опытных и высококвалифицированных специалистов.

Сегодня образовательные организации постепенно увеличивают оплату труда, привлекая новых преподавателей. Однако возникает следующий важный вопрос: соответствуют ли профессиональные компетенции вновь прибывших работников необходимым требованиям? Насколько искренне они увлечены своим делом?

Особенное значение приобретает тема искренней привязанности к детям. Работать с малышами невозможно, если отсутствует истинная любовь к ним. Это главное условие успешной педагогической деятельности.

Но одновременно важна профессиональная квалификация работника. Можно прекрасно заботиться о детях, проявлять внимание, однако при этом игнорировать интеллектуальное развитие малышей. Тогда получится хорошая няня, но далеко не учитель, способный подготовить ребенка.
Поэтому отрасли нужны кадры, которые будут обладать обоими качествами: любовью к детям и способностью дать образовательную базу.

> Работать с малышами невозможно, если отсутствует истинная любовь к ним. Это главное условие успешной педагогической деятельности.

— Какие меры могли бы помочь решить дефицит кадров в детских садах?

— Будучи руководителем частного образовательного учреждения, я оперативно решила вопросы повышения оплаты труда персонала и формирования комфортных рабочих условий, соответствующих ожиданиям сотрудников.

Решаем вопрос организации досуга педагогов. Устраиваем совместные мероприятия, позволяющие сотрудникам получать яркие впечатления и расширять кругозор: путешествия, экскурсии, творческие мастер-классы и командные игры. Эти инициативы помогают удерживать ценных специалистов и стимулируют приток новых талантливых кадров.

Но как повысить профессиональный уровень педагогов? Сегодня существуют разнообразные курсы переквалификации и дополнительные образовательные программы, реализуемые как государственными, так и частными организациями. Ознакомившись с содержанием большинства таких курсов, я убедилась, что предлагаемый ими уровень недостаточен. Именно поэтому возникла идея создать образовательное учреждение для повышения квалификации и переподготовки кадров, ориентированное на решение реальных проблем и запросов системы образования, родителей и детей.

Планируем создать учреждение, где будут представлены различные формы обучения: и дистанционные, и очно-заочные. Это позволит обучать специалистов и из других регионов. Благодаря наличию необходимых ресурсов и возможностей мы рассчитываем предложить слушателям интересные и полезные программы, востребованные среди педагогов.

— Детский сад — первая ступень в развитии человека. Что, помимо присмотра и ухода за детьми, должен осуществлять современный детский сад?

— Это важнейший этап становления личности, ведь именно в детском саду ребенок проходит первичную социализацию, осознает существование окружающих его сверстников и взрослых, учится взаимодействовать с ними, соблюдая правила поведения и нормы коллектива.

Детский сад должен реализовать образовательные программы, которые утверждены государством. Приказом Министерства просвещения РФ в 2022 году была утверждена единая программа, другое дело, что каждое учреждение в соответствии с этим приказом свободно в выборе форм и методов реализации. От того, какими методами и средствами сады будут доносить программу до детского сознания, многое зависит. Наш детский сад пошел по пути соединения ресурсов дошкольной и музейной педагогики. Образовательная программа у нас проиллюстрирована средствами живописи и декоративно-прикладного искусства, что дает дополнительный стимул для обучения. Мы уже видим результаты этой работы, ведь начали вести ее еще с 2017 года. В 2023 году мы оформили патент, сейчас являемся единственным в Российской Федерации детским садом-музеем.

Повторюсь, вся образовательная программа проиллюстрирована средствами музейной педагогики. Получился интересный результат, и мы его видим на детях. Мы довольны этим.

Сейчас мы готовы транслировать свой опыт для всех учреждений, которые хотели бы использовать те наработки, которые у нас есть.

— Какую главную мысль вы бы хотели донести до всех дошкольных работников в их профессиональный праздник?

— Хочется поздравить всех работников дошкольного образования с профессиональным праздником, который отмечают ежегодно 27 сентября. Это бесконечно тяжелый, но очень благодарный труд, потому что мы оказываем влияние на юные души. Вся та непосредственность и искренность, с которой дети воспринимают информацию, тот восторг, который они испытывают, открывая что-то новое, стоят того, чтобы посвятить свою жизнь работе с детьми дошкольного возраста.

Поздравляю всех с праздником, желаю всем здоровья и терпения! Мне не нравится термин «профессиональное выгорание», но если о нем так много говорят, то мне очень хочется пожелать всем, чтобы этого выгорания в вашей жизни не происходило и любовь детей возвращала вам силы и здоровье.

0+
Реклама



8 (906) 433-44-11

Создать пространство для жизни

Сегодня понятие «дом» выходит за пределы площади квартир в жилых комплексах, теперь жильцам важны не только стильный ремонт и просторные комнаты, но и технологии «умного дома», домофоны с системой Face ID, велодорожки и скверы в шаговой доступности. О том, что является стандартом современного комфортного жилья, «Деловой газете.Юг» рассказали девелоперы.



Фото: Freepik.com

РАБОТА НАД «ФАСАДОМ»

Как отметила коммерческий директор ГК «Самсон» Екатерина Пахалуева, ранее под словом «дом» городские жители подразумевали только свою квартиру и оценивали больше формы и площади комнат, теперь же это понятие стало значительно шире. Сегодня каждый соискатель квартиры ориентируется на социальную среду, развитие района. Выбор квартиры включает саму квартиру, подъезд, дворовую территорию, безопасность, соседские сообщества и многое другое.

В связи с этим и требования покупателей к объектам недвижимости постоянно растут. В современных условиях, когда на фоне снижения спроса конкуренция между девелоперами увеличивается, вопрос комфортного жилья становится особенно важным, отмечает основатель девелопера Bravo Аркадий Погосян. По его словам, понятие комфорта предполагает целый комплекс факторов: это и удобные и эргономичные планировки квартир, и просторные лобби, и современные лифты, и использование технологий и др.

«Сейчас благоустройство дворовой территории — это не менее важный аспект, чем проектирование и строительство жилых домов. На рынке закрепился тренд на создание пространства для жизни — когда жителям не нужно покидать пределы своего ЖК для того, чтобы заняться спортом, прогуляться или просто отдохнуть в тени деревьев. Помимо прочего, это создает необходимость в зонировании, чтобы людям разных возрастов и интересов было чем заняться на прилегающей к жилому комплексу территории»,— сказал Аркадий Погосян.

Он добавил, что в целом жители многоквартирных домов, в том числе зумеры и поколение «альфа», у которых велик запрос на занятия спортом и активный отдых, начинают проводить все больше времени на улице.

«Помимо создания общественных пространств, задачей девелопера сейчас является создание коммерческой и социальной инфраструктуры — без этого нельзя представить действительно комфортный жилой комплекс. Детские сады, школы, торговые центры, аптеки и фитнес-залы — это то, что современный покупатель жилья хочет видеть в шаговой доступности от своего дома»,— отметил Аркадий Погосян.

Коммерческий директор ЖК GREEN APPLE Игорь Казанцев добавил, что особое внимание уделяется организации безопасного пространства для пешеходов и велосипедистов во дворе ЖК.

В целом, по словам Казанцева, комфортная придомовая территория является продолжением жилого пространства, включающим детские и спортивные площадки, зоны отдыха, ландшафтный дизайн и достаточное количество машиномест в крытых паркингах.

«Внимание также должно уделяться созданию безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями»,— сказал Игорь Казанцев.

Аркадий Погосян добавил, что на Юге особенно востребовано большое количество зелени во дворе в виде аллей или прогулочных дорожек. Помимо этого, проекты нередко предусматривают наличие площадок для командных видов спорта и воркаута.

«В некоторых случаях во дворе создают точки для зарядки смартфонов и подключения к Wi-Fi, чтобы была возможность работать на свежем воздухе. И конечно, отдельное значительное пространство отводится под детские игровые и развивающие комплексы, при этом большое внимание уделяется их безопасности»,— отметил основатель девелопера Bravo.

> На рынке закрепился тренд на создание пространства для жизни — когда жителям не нужно покидать пределы своего ЖК для того, чтобы заняться спортом, прогуляться или просто отдохнуть в тени деревьев.

Екатерина Пахалуева отметила, что придомовая территория также должна включать в себя, в частности, пространство для выгула собак, зоны тихого отдыха, арт-объекты и др.

«На начальном этапе проектирования стоит вопрос: “Кто наш будущий житель и что он будет делать?” Например, если мы понимаем, что рядом с комплексом благоприятная среда для велопрогулок, то обязательно надо продумать достаточное число велопарковок, учесть все нюансы проектирования безопасной дорожной сети, внутри дома учесть потребности в комфортном хранении»,— сказала коммерческий директор ГК «Самсон».

В целом для комфортного пространства, по словам Екатерины Пахалуевой, важны рациональное использование территории, функциональность зонирования, экологичность и износоустойчивость материалов, а также энергоэффективность.

ВНЕДРИТЬ ТЕХНОЛОГИИ

Чтобы повысить комфорт квартир, в них внедряют инновационные решения. Как рассказал Аркадий Погосян, сейчас растет запрос на применение технологий «умного дома», их набор зависит от класса ЖК, а также его концепции, планирования двора и т. д.

«Видеонаблюдение по всей дворовой территории, “умные” шлагбаумы с функцией распознавания госномера автомобиля, домофоны с системой Face ID. Впрочем, “умной” может быть и отдельная квартира — сегодня девелоперы предлагают покупателям варианты с оснащением жилой площади современными технологиями. Это могут быть системы климат-контроля, “умные” розетки и выключатели, датчики протечек, жалюзи или шторы, способные работать в автоматическом, заранее заданном режиме»,— сказал основатель девелопера Bravo.

Игорь Казанцев отметил, что для повышения комфорта жителей застройщики могут использовать энергоэффективные материалы и технологии, например, солнечные панели и системы рекуперации тепла. Это позволит заботиться об окружающей среде.

Коммерческий директор ГК «Самсон» Екатерина Пахалуева отметила, что такие технологии позволяют сократить потери тепла и расходы на коммунальные услуги.

Помимо этого, по ее словам, сделать жизнь в ЖК комфортнее могут современные инструменты обеспечения безопасности с функциями ИИ-аналитики.

«Жизнь становится более безопасной, благодаря новым системам контроля доступа, применения биометрических систем распознавания, видеоаналитики»,— сказала Екатерина Пахалуева.

Александра Пустельга

Перезагрузка повседневности

Современные технологии за последнее десятилетие серьезно преобразовали повседневность. Сегодня нейросети позволяют упростить и ускорить работу, голосовые помощники управляют «умными» домами.

Эксперты в сфере цифровизации рассказали «Деловой газете.Юг», как технологии меняют бытовые привычки людей, почему стирается разница между городами и отдаленными селами, а также как ИИ позволяет людям чувствовать себя лучше.



Фото: midjourney.com

БЫТОВЫЕ (НЕ)ПРИВЫЧКИ

Как рассказала директор по работе с массовым сегментом Краснодарского филиала «Ростелекома» Ирина Господенко, наиболее заметные инновационные изменения, существенно трансформирующие привычный быт, сейчас происходят в сегменте жилищного строительства. В современных жилых комплексах интеллектуальные технологии стали неотъемлемой частью повседневной жизни владельцев квартир. Теперь возможно дистанционно открывать шлагбаум и двери, контролировать через видеонаблюдение придомовую территорию, автоматически снимать показания со счетчиков.

«Как специалист, работающий с цифровыми технологиями более 15 лет, я могу сказать, что мы пережили настоящую революцию в сфере бытовых инноваций. С недавнего времени это обеспечено еще и тем, что Росстандарт утвердил серию ГОСТов, посвященных цифровизации жилищно-коммунального хозяйства и внедрению умных технологий в многоквартирные дома. Обязательными элементами теперь являются умное видеонаблюдение и интеллектуальные приборы учета коммунальных ресурсов»,— сказала Ирина Господенко.

Директор МегаФона в Краснодарском крае и Адыгее Андрей Холодов среди технологий, которые изменили быт, назвал высокоскоростной мобильный интернет, облачные хранилища, «умную» технику и системы безопасности. В Краснодаре и Геленджике, отмечает эксперт, внедряют «умные» счетчики в жилых комплексах: они автоматически передают данные по расходу электричества и воды, формируют платежные документы и исключают ошибки в расчетах.
«Управляющие и ресурсоснабжающие организации отмечают рост прозрачности и выручки — более чем на 10%»,— сообщил Андрей Холодов.

По его словам, технологии также влияют на коммуникацию, торговлю, образование и здравоохранение. Они упростили доступ к информации, сделали возможным удаленную работу и обучение, ускорили взаимодействие с госуслугами, улучшили контроль за здоровьем через фитнес-браслеты и телемедицину, а также автоматизировали рутинные домашние задачи.

«Инновации изменили привычки людей: общение, работа, шопинг и досуг все больше перемещаются в цифровое пространство. Люди стали чаще выбирать онлайн-покупки с доставкой, активно использовать видеосвязь, цифровые кошельки и подписки. Цифровая трансформация общества способствует созданию более удобных и персонализированных сервисов, отвечающих современным требованиям пользователей. Появилась возможность удаленно управлять освещением, отоплением, бытовыми приборами — например, прямо с телефона включать свет или проверять, закрыта ли дверь»,— сказал Холодов.

Ирина Господенко добавила, что благодаря инновациям стираются границы между мегаполисами и селами: в селе или хуторе люди учатся в онлайн-вузах, трудятся на удаленной работе, оформляют электронные документы, заказывают любые товары, не выходя из дома, смотрят премьеры сериалов по онлайн-телевидению, а также играют в онлайн-игры с друзьями из других городов.
«Сегодня каждый человек чувствует себя на связи с миром, и эта связь, быстрая и надежная, пожалуй, изменила нашу жизнь больше всего»,— сказала директор по работе с массовым сегментом Краснодарского филиала «Ростелекома».

> Будущее за персонализацией, за ориентацией на личность. Технологии будут думать наперед, чтобы сделать жизнь еще проще и комфортнее.

Помимо этого, отмечает директор по работе с массовым сегментом Краснодарского филиала «Ростелекома», изменения произошли и в сфере связи: люди стали реже звонить в поддержку, поскольку сейчас вопросы чаще всего закрывают чат-боты.

«Людям не нужно никуда ехать, идти, даже звонить. Можно написать в мессенджере и решить свою задачу удобно и быстро»,— пояснила она.

В целом, по словам Ирины Господенко, будущее бытовых инноваций — за переходом от простой автоматизации к предиктивным системам, которые предугадывают потребности пользователей.

«Это будет новый уровень взаимодействия человека с технологиями. Например, умные системы могут предсказать, какие услуги человеку потребуются завтра, какие товары он захочет купить или даже какие проблемы могут возникнуть, а также предложить решения до того, как они станут актуальными. Будущее за персонализацией, за ориентацией на личность. Технологии будут думать наперед, чтобы сделать жизнь еще проще и комфортнее»,— поделилась мнением эксперт.

Андрей Холодов же считает, что в ближайшем будущем ожидается массовое внедрение решений на основе ИИ: умные города с адаптивным освещением и транспортом, персональные цифровые ассистенты с предиктивной аналитикой, телемедицина с удаленной диагностикой, роботизированная техника нового поколения и AR/VR-сервисы в быту.

«Эти технологии повысят комфорт, безопасность и энергоэффективность повседневной жизни»,— уверен он.

СВОБОДА ОТ РУТИНЫ

В профессиональной деятельности современные инновации значительно упрощают рабочие процессы: сокращают временные затраты, избавляют сотрудников от монотонной рутинной работы и открывают перед ними принципиально новые перспективы развития. Так, по словам руководителя архитектурного бюро Architek_buro Татьяны Митевой, современные решения позволяют ускорить процесс проектирования при строительстве новых домов.

«Еще на этапе покупки или аренды участка девелоперу необходимо продемонстрировать властям, как он собирается распоряжаться землей. Все эскизы, как правило, должны выполняться быстро, выглядеть эффектно и соответствовать набору требований, предъявляемых к будущему проекту. Здесь очень помогают нейросети: когда мы создаем объемно-функциональную модель, ИИ детализирует и “оживляет” ее, помогает создать качественные визуализации всего за пару часов. На эту же задачу визуализатор потратит минимум 2–3 дня»,— рассказала Татьяна Митева.

Она добавила, что с помощью нейросетей удобно вносить правки или проверять различные гипотезы на уже готовом проекте строительства. Например, изменить конфигурацию окон или заменить фасадные материалы, не переделывая исходную модель.
«Нейросети помогают сократить время работы на этапе концепции минимум на 50%. Это позволяет нам быть эффективнее, а заказчикам — быстрее получить желаемый результат. И когда на рынке недвижимости скорость — один из главных компонентов успеха, нейросети действительно работают на его достижение»,— подчеркнула руководитель Architek_buro.

Генеральный директор AVALAB Грачья Алексанян добавил, что в эпоху цифровой трансформации компании все чаще внедряют ИИ для автоматизации процессов и улучшения качества работы сотрудников.

«Когда ИИ берет на себя рутинные процессы, у сотрудников снижается уровень стресса, усиливается мотивация, а освободившиеся ресурсы направляются на решение стратегических задач и профессиональное развитие. Это стимулирует выброс дофамина, возвращая ощущение прогресса, самоэффективности и удовлетворения»,— сказал он.

Ранее из-за многозадачности, особенно при частом переключении между шаблонными и важными задачами, люди теряли возможность полноценной концентрации и принятия важных решений, добавил Грачья Алексанян. Внедрение ИИ, который автоматизирует часть процессов, позволяет уменьшить нагрузку, снизить количество ошибок и повысить качество работы.

В целом, как отметил генеральный директор AVALAB, использование технологий позволяет не только разгрузить сотрудников от рутины, но и создать оптимальные условия для эффективной производительности труда.

«Внедрение ИИ — это не просто оптимизация процессов, а инвестиция в профессиональное развитие команды и ее эмоциональное благополучие. Важнейший тезис в том, что технологии максимально раскрывают человеческий потенциал, когда их используют не вместо людей, а для людей, давая возможность сместить фокус внимания на действительно важные задачи и повышая эффективность за счет правильного распределения задач с учетом особенностей каждого. Такой подход позволяет компаниям получать не просто эффективных сотрудников, а команду вовлеченных профессионалов, где технологический прогресс идет рука об руку с личностным и профессиональным развитием»,— заключил он.

Дарья Коробская

Духовное богатство Анапы

Анапа известна многим туристам как популярный черноморский курорт, привлекающий отдыхающих развитой инфраструктурой для отдыха, наличием исторических памятников, оздоровлением минеральными водами, объектами гастротуризма и виноделия. В последнее время, по данным мэрии курорта, в Анапе популярность набирает и новый вид туризма — религиозный.



Фото предоставлено пресс-службой администрации Анапы

ДЛЯ ДУШИ И СЕРДЦА

Центром притяжения паломников, как отметили в администрации, Анапа стала благодаря созданию уникального православного просветительского комплекса, объединяющего парк Крещения Руси и Храм святого равноапостольного великого князя Владимира.

На территории площадью 7,5 га в городе-курорте возвели собор, рассчитанный на 1 тыс. прихожан. Здание, возведенное в традициях южнорусской архитектуры, в 2023 году освятил лично Патриарх Московский и всея Руси Кирилл.

Внутри здания обустроены три алтаря: святого князя Владимира, преподобного Сергия Радонежского и святого апостола Андрея Первозванного. Стены собора украшают классические фрески, созданные мастерами известной студии «Палехская палитра», тематически росписи объединяет единый сюжет — крещение Руси.

На территории парка находится звонница, часовня-купель в честь княгини Ольги, а также 33-метровый плоскостной светомузыкальный фонтан, амфитеатр под открытым небом. В парке высадили около 1 тыс. деревьев, среди которых лиственные и хвойные породы, а также более 2,5 тыс. кустарников.

Как отметили в мэрии, развитие православного комплекса продолжается, центральным элементом станет Тропа истории крещения Руси, представляющая собой круговую композицию из двенадцати арочных сводов, на которых будут отображены ключевые моменты этого значимого события.

Завершают возведение православной гимназии, которая сможет принять до 120 учащихся. Одновременно с этим в парке возводят паломнический центр, включающий зал для мероприятий, трапезную и кельи для паломников.

ПУТЕШЕСТВИЕ ПО СВЯТЫМ МЕСТАМ

Заслуживают внимания и другие православные объекты Анапы, как имеющие историческое значение, так и созданные сравнительно недавно.

Особый интерес вызывает Свято-Онуфриевский храм, признанный памятником истории и архитектуры XIX века федерального значения. Он расположен неподалеку от главной городской набережной и археологического музея. Первое здание храма было построено в 1837 году по указу императора Николая I, который сам посетил его. В дальнейшем, в ходе Крымской войны 1855 года, оно было разрушено.

> Особый интерес вызывает Свято-Онуфриевский храм, признанный памятником истории и архитектуры XIX века федерального значения.

Строительство нового храма стартовало в 1871 году на средства горожан Анапы. Его торжественное освящение состоялось в 1874 году. За свою историю храм многократно закрывался и использовался не по своему первоначальному назначению.

Еще один собор, на который стоит обратить внимание паломникам,— Храм преподобного Серафима Саровского. Здание в стиле псковско-новгородской школы зодчества находится недалеко от Южного рынка. Здесь можно окунуться в атмосферу православной культуры, полюбоваться фресковой росписью, выполненной согласно древнерусским традициям иконописи, или прогуляться по саду.

Также в Анапе паломники могут посетить часовню святого пророка Осии. На этом месте ранее находился храм в честь этого святого, но в 1937 году его разрушили. Часовню возвели в 2008 году благодаря поддержке местных жителей и казачества.

Рядом с Анапой, в районе села Варваровка, находится храмовый комплекс, включающий церковь Святой Варвары с колокольней, часовню, трапезную, воскресную школу. Из святынь здесь находится икона Матроны Московской с частицей мощей. Рядом бьет источник Святой Великомученицы Варвары, куда можно попасть из храмового комплекса по каменной лестнице.

Еще одно интересное место для паломничества — армянская церковь Сурб Геворг, расположенная в селе Гай-Кодзор. Ее уникальность заключается в гармоничном сочетании разных эпох, стилей и культурных традиций, где копии русских православных икон прекрасно соседствуют с образцами армянской иконографии и изображением Мадонны кисти Рафаэля.

Храм Святого Василия Великого, открытый в поселке Виноградном под Анапой в 2024 году, примечателен своим архитектурным решением, гармонично объединяющим классические формы и новейшие строительные технологии. Храм расположен посреди просторного зеленого парка с детскими и спортивными площадками.

Храм Всех Святых в селе Джигинка открыли в 2008 году. Архитектура здания тяготеет к классическим образцам: четырехгранное основание венчает массивная глава, опирающаяся на широкий цилиндрический барабан. Звонница и купольные конструкции выполнены в духе модерна. В храме можно поклониться мощам угодников Божьих, в числе которых частицы мощей апостола Андрея Первозванного, великомученика Пантелеймона, святителя Тихона — патриарха Московского и других.

Храм Великомученика и Победоносца Георгия в селе Витязево украшают иконы, написанные монахами и освященные на горе Афон. Центральную икону над входом изготовили краснодарские мастера по старинной технологии флорентийской мозаики. На фасаде над входом в храм можно увидеть мозаичный образ святого Георгия Победоносца.

ПЕРСПЕКТИВЫ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА

Согласно исследованию «Туту.ру», религиозный туризм становится все популярнее у россиян: за первые 6 месяцев 2025 года интерес к нему увеличился на 10% по сравнению с показателями 2024 года.

Как отметили в мэрии Анапы, такой вид отдыха привлекает не только истинно верующих людей, но и тех, кто хочет насладиться красотой архитектуры храмов и церквей, их убранством и особой атмосферой, узнать больше исторических фактов.

Сейчас в городе-курорте возводят восемь новых храмов, они появятся в селах Супсех и Цибанобалка, станицах Благовещенской, Анапской, Гостагаевской, хуторах Усатова Балка и Чембурка, а также на Анапском шоссе. Завершено проектирование храмов в честь Воскресения Христова в Анапе и в честь Воздвижения Креста Господня на Поклонной горе, еще три объекта находятся на этапе проектирования.



Фото предоставлено пресс-службой администрации Анапы

Забота окупается прибылью

Зачем бизнесу инвестировать в здоровье персонала

Объем взносов работодателей по программам добровольного медицинского страхования (ДМС) в России в январе–июне 2025 года вырос на 16,4% — до 128 млрд рублей. Сегодня ДМС остается элементом конкуренции компаний за кадры, потенциал дальнейшего роста сегмента остается высоким: менее четверти сотрудников застрахованы работодателями, говорится в опубликованном Банком России обзоре ключевых показателей деятельности страховщиков.

Как рассказали «Деловой газете.Юг» эксперты и участники рынка, внедрение корпоративных программ здоровья способно сократить число больничных в компании на 30% и увеличить производительность команды на 25%. Также забота о персонале помогает бизнесу быстрее закрывать вакансии, что важно в условиях дефицита кадров.

СОКРАЩЕНИЕ РАСХОДОВ

Рынок добровольного медицинского страхования (ДМС) по ЮФО и СКФО, согласно ведениям ЦБ РФ, за январь–июнь 2025 года вырос на 33,5% — до 4,3 млрд рублей, а Краснодарского края — на 9,6%, до 1,2 млрд рублей, говорит руководитель блока медицинского страхования Краснодарского филиала АО «АльфаСтрахование» Антон Ионцев.

По его мнению, сейчас забота о здоровье сотрудников становится важной инвестицией в благополучие команды и позволяет бизнесу снизить операционные расходы.
Как отмечает эксперт, корпоративные программы здоровья способствуют улучшению физического состояния сотрудников, являются важным инструментом профилактики заболеваний, а также предотвращают профессиональное выгорание.

В частности, реализация корпоративных программ здоровья способствует сокращению количества больничных в компании на 20–30% в течение двух-трех лет, отметил Антон Ионцев.

«то достигается благодаря доступу сотрудников к ранней диагностике, регулярным чекапам и оперативному лечению, что предотвращает переход заболеваний в хроническую стадию»,— сказал руководитель блока медицинского страхования Краснодарского филиала АО «АльфаСтрахование».
Он отметил, что сотрудник, которого что-то беспокоит, не сможет выполнять работу качественно и в срок. При этом многие откладывают посещение врача, тем самым усугубляя свое состояние, что приводит к продолжительным больничным.

Больничные отпуска являются одним из главных факторов, влияющих на расходы компании, говорит управляющая сетью клиник современной хирургии «Здрава» Мария Мостовая. Она отметила, что в среднем сотрудник проводит на больничном около 10 рабочих дней, т. е. две календарные недели.

«Часть этих больничных листов можно было бы никогда не открывать, если заблаговременно задуматься о профилактике»,— подчеркнула эксперт.

По словам Марии Мостовой, в числе методов профилактики заболеваний компания может внедрить программу вакцинации сотрудников и ежегодные чекапы.

Как сообщил глава группы медицинских компаний CL Феликс Гамзаев, профилактическая медицина через качественное ДМС выявляет проблемы на доклинической стадии. Например, отметил эксперт, выявление артериальной гипертензии на раннем этапе и ее контроль предотвращают будущий гипертонический криз с длительным восстановлением.
«Внезапная болезнь ключевого проектного менеджера обходится компании в разы дороже его официального больничного — это срыв сроков, сверхурочные другие сотрудников, репутационные риски. Здоровый коллектив — это предсказуемость операционной деятельности»,— сказал он.

Коммерческий директор ООО «Клиника “Будь здоров”» Екатерина Миронова добавила, что сейчас многие страховые программы включают в себя комплексные профилактические обследования, вакцинацию и ведение беременности.

«Сотрудник может не откладывать прием у врача по финансовым причинам, а получить медицинскую помощь здесь и сейчас. Каждому пациенту подбирается индивидуальная диагностика и назначается лечение, а также обязательно проводится консультация с целью профилактики»,— сказала Екатерина Миронова.



Фото: www.midjourney.com

По словам основателя и руководителя медицинского центра DOCBRAIN Ирины Нам, сегодня качественный социальный пакет включает не только медицинское страхование, но и новые востребованные направления в сфере заботы о ментальном здоровье.

«Если ранее психотерапия редко входила в перечень услуг ДМС, то теперь запросы на нее стали одними из наиболее востребованных, а крупные компании предпочитают иметь психолога в штате. Поддержка ментального здоровья приобретает особое значение в эпоху высоких нагрузок и цифровых технологий»,— отметила Ирина Нам.

РОСТ ПРОДУКТИВНОСТИ

Забота о здоровье сотрудников позволяет не только сократить расходы на оплату больничных листов, но и повысить производительность труда, отмечает управляющая сетью клиник современной хирургии «Здрава» Мария Мостовая.

«Хочу отметить исследование Стэнфордского университета, показавшее, что улучшение физического здоровья сотрудников увеличивает производительность труда на 25%. Это связывают с улучшением концентрации внимания, повышением энергичности, а также способностью справляться со стрессом. Уверена, если продолжить эту логическую цепочку, ожидаемо предположение, что благодаря вложениям в здоровье сотрудников со стороны работодателя улучшаются финансовые показатели компании»,— сказала Мария Мостовая.

Феликс Гамзаев добавил, что сотрудник, который пришел на работу с мигренью, больной спиной или в состоянии стресса, работает на 20–40% менее эффективно. «Его когнитивные функции снижены, он совершает ошибки»,— сказал глава группы медицинских компаний CL.

Он отметил, что инвестиции в здоровье сотрудников и их благополучие — это также инвестиции в креативность, адаптивность и будущую конкурентоспособность компании.
«Уставший коллектив не способен генерировать новые идеи. Он работает по инерции»,— сказал глава группы медицинских компаний CL.

Руководитель блока медицинского страхования Краснодарского филиала АО «АльфаСтрахование» Антон Ионцев отметил, что если компания инвестирует в здоровье сотрудников, то это посылает четкий сигнал, что она ценит людей как личностей, а не только как рабочую силу. Такое проявление заботы вызывает у сотрудников чувство благодарности, повышает их лояльность и ощущение того, что они являются важной частью команды. Это напрямую ведет к росту вовлеченности, отмечает эксперт.

«Наши исследования показывают: компании, использующие ДМС, фиксируют рост производительности на 15–25%. Это связано с тем, что здоровые сотрудники реже отвлекаются на проблемы с самочувствием, меньше подвержены стрессу и демонстрируют более высокую концентрацию»,— сказал Антон Ионцев.

Как отметила основатель и руководитель медицинского центра DOCBRAIN Ирина Нам, каждая единица средств, направленная на охрану здоровья, окупается многократным ростом производительности. Так, помимо улучшения общего самочувствия, подобные инициативы помогают снизить риск профессионального выгорания и увеличить вовлеченность сотрудников.

«Физически активные и поддерживаемые коллегами работники отличаются большей работоспособностью и меньшей подверженностью стрессу»,— сказала она.

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Для большинства современных компаний программы ДМС перестали быть просто бонусом — сегодня это часть ESG-стратегии и важный инструмент борьбы за лояльность сотрудников в условиях кадрового дефицита, нехватки квалифицированных кадров, рассказала коммерческий директор ООО «Клиника “Будь здоров”» Екатерина Миронова.

«Молодое поколение, которое принято называть зумерами, при выборе работодателя сегодня ориентируется не столько на уровень зарплаты, сколько на дополнительные бонусы в виде программ заботы о благополучии сотрудников, в опции которых входит и полис ДМС. Социально ответственный работодатель получает дополнительное конкурентное преимущество в борьбе за лучшие кадры»,— сказала она.

Как сообщил глава группы медицинских компаний CL, в борьбе за таланты, особенно среди молодого поколения, пакет комплексного медицинского сопровождения зачастую важнее небольшой прибавки к зарплате.
«Наличие собственного медицинского центра, расширенная программа ДМС или кросс-программы взаимовыгодного корпоративного сотрудничества с ведущими медцентрами — это мощный сигнал рынку о том, что компания смотрит в будущее и ценит человеческий капитал. Кроме того, это серьезно снижает стоимость рекрутинга и повышает лояльность персонала»,— сказал Феликс Гамзаев.

Управляющая сетью клиник современной хирургии «Здрава» Мария Мостовая добавила, что полис ДМС или оплата фитнеса могут стать причиной, по которой кандидат выбирает работодателя, что, в свою очередь, снизит расходы на найм и адаптацию новичков, а также текучку в коллективе.

По данным исследования для Аналитического центра «АльфаСтрахование» от проекта «HR Lab. — Лаборатория HR Инноваций» и платформы «Академия Здоровья», 83,3% сотрудников называют ДМС самой важной составляющей соцпакета. Помимо этого, 57,9% сотрудников принимают решение о трудоустройстве, опираясь в том числе на наличие полиса ДМС.

«Компании, которые внедряют комплексные программы ДМС от стоматологии до психологической поддержки, не только привлекают таланты, но и снижают текучесть кадров до 30%. Так, компании, которые демонстрируют заботу о здоровье своих сотрудников, формируют положительный имидж работодателя и бренда. Это привлекает квалифицированные кадры и повышает доверие потребителей и партнеров, снижая риски негативного восприятия бизнеса. Здоровье — это не статья затрат, а драйвер роста прибыли и репутации компаний»,— заключил Антон Ионцев.

Дарья Коробская

> Исследования показывают: компании, использующие ДМС, фиксируют рост производительности на 15–25%. Это связано с тем, что здоровые сотрудники реже отвлекаются на проблемы с самочувствием, меньше подвержены стрессу и демонстрируют более высокую концентрацию.

Маркетинг в новых реалиях

С 1 сентября 2025 года привычный для многих предпринимателей и компаний способ продвижения через запрещенные платформы стал недоступен. Теперь закон запрещает любую рекламу на площадках, признанных экстремистскими или нежелательными, а также на заблокированных ресурсах. В первую очередь речь идет об Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta. Организация признана экстремистской и запрещена в России). За нарушение грозит штраф до 500 тыс. рублей.

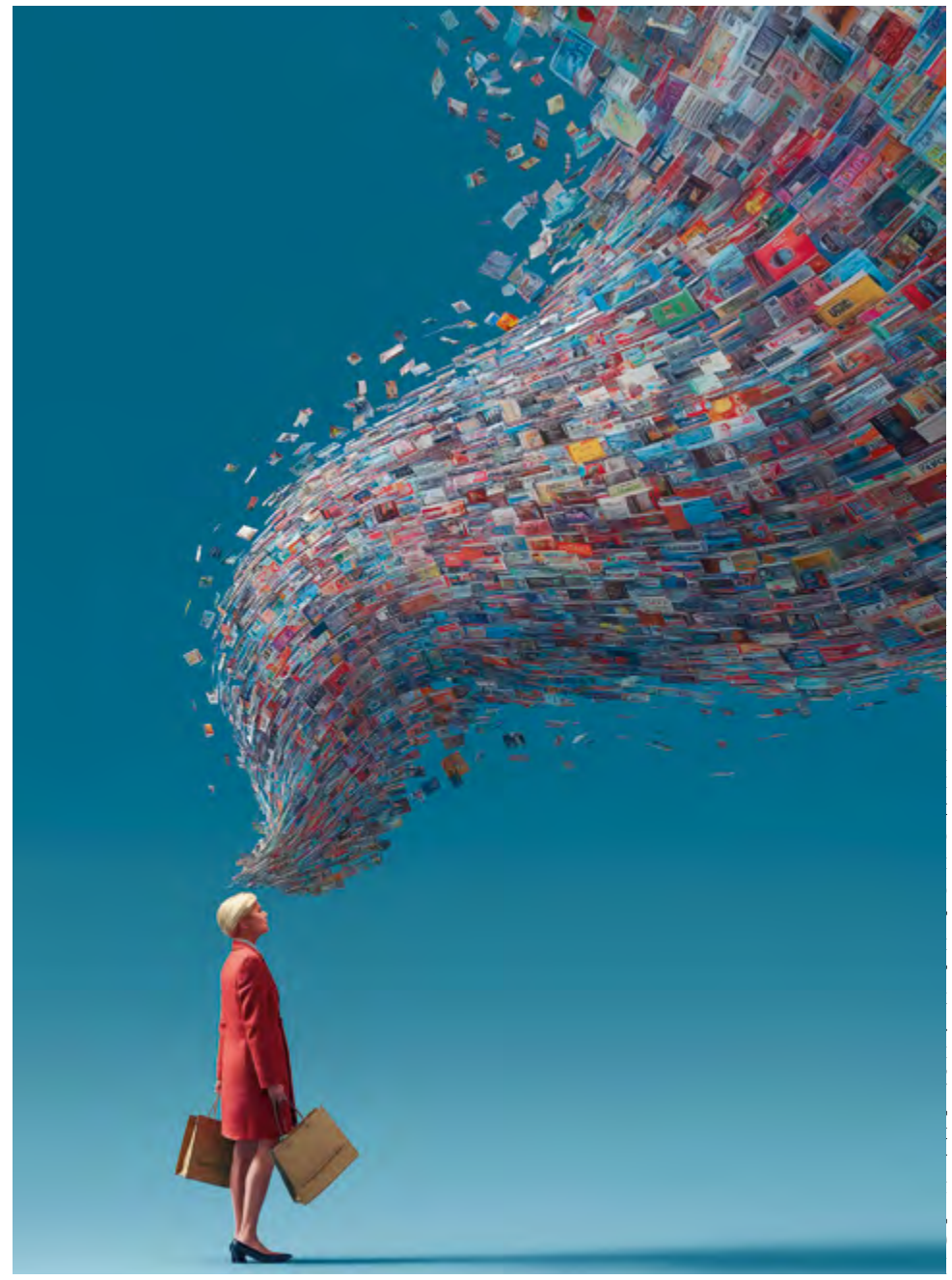


Фото: www.midjourney.com

Ограничения касаются не только таргетированной рекламы, но и интеграций с блогерами, бартеров, акций и др. Эксперты в сфере маркетинга рассказали «Деловой газете.Юг», какие существуют альтернативы запрещенным площадкам и как эффективно продавать свой продукт через них.

По словам руководителя маркетингового агентства Chich Group Екатерины Чич, после блокировки ряда популярных платформ многие представители бизнеса ощутили определенную тревогу относительно эффективности продвижения. Несмотря на то что некоторые социальные сети стали недоступны уже давно, предприниматели все равно старались отсрочить момент перехода в другие каналы продвижения.

«Бизнес оттягивал этот момент до последнего, желая снять как можно больше “сливок” с той базы, которая уже есть. В итоге для тех компаний, которые не стали переводить бизнес в альтернативные источники продвижения, сейчас действительно наступили не лучшие времена»,— сказала Екатерина Чич.

Руководитель performance-агентства Be digital Татьяна Андреева считает, что российский цифровой рынок уже сформировал сильные альтернативы для продвижения бизнеса.

«Они не просто заменяют, а в чем-то даже превосходят прежние возможности. Бизнес не остался без инструментов — произошла плановая миграция в новые, но уже проверенные экосистемы. Успеха добьются те бренды, кто увидит в новых правилах возможность построить более тесные и прямые отношения со своей аудиторией, используя комплексный подход к продвижению в российских цифровых экосистемах»,— сказала она.

ВКОНТАКТЕ

Как рассказала Екатерина Чич, сейчас одной из возможных платформ для продвижения является социальная сеть «ВКонтакте».

«Помимо встроенной возможности запускать таргетированную рекламу, которая автоматически имеет все необходимые подтверждения оплаты, маркировку и взаимодействия с РКН, там есть возможность настраивать чат-боты, а также делать из своей страницы автоматический мини-лендинг, который помогает продвигать свои товары»,— сказала руководитель маркетингового агентства Chich Group.

По ее словам, предприниматели могут настроить себе воронки продаж через данную социальную сеть, чтобы через большой охват приводить как можно больше людей к покупке товара.

PR-продюсер СМИ и ТВ, основатель PR-центра «Город» Анжелика Толочная добавила, что данная социальная сеть дает бизнесу пространство для роста, а также активно развивает рекламные кабинеты и аналитику.

По словам Татьяны Андреевой, сейчас ВКонтакте является мультиформатной экосистемой, где есть возможность рекламы в тематических сообществах.

«ВКонтакте неожиданно, но очень эффективен в сегменте B2B. Мы, например, успешно продаем промышленное оборудование для нашего клиента, таргетируясь на пользователей по их профессиональным интересам и поисковым запросам, работая уже со сформированным спросом»,— сказала руководитель performance-агентства Be digital.

TELEGRAM

Еще одним инструментом для продвижения бизнеса, по словам руководителя маркетингового агентства Chich Group, является мессенджер Telegram. По ее словам, Telegram-каналы позволяют набрать читающую, взрослую и финансово обеспеченную аудиторию.

«Среди доступных социальных сетей Telegram меньше всего относится к развлекательному направлению. Он больше про конкретику. Поэтому отлично подходит для ниш, которые находятся в сфере некого образовательного направления. Также он будет полезен для ниш, которые торгуют не самыми дешевыми товарами, в диапазоне 15–20 тыс. рублей. Это вполне удобное место, где можно рассказывать о себе и показывать товар»,— считает Екатерина Чич.

Эксперт добавила, что также есть много инструментов, которые позволяют прикреплять чат-боты к Telegram-каналам. Так можно собрать базу контактов, учитывая требования законодательства по использованию персональных данных, а также внедрять данные в CRM и взаимодействовать.

По словам основателя PR-центра «Город» Анжелики Толочной, «истории» в Telegram набирают большие охваты, соответствуя привычному формату коротких горизонтальных видео.

Руководитель performance-агентства Be digital сообщила, что Telegram открывает возможности для точечного продвижения через рекламу в каналах и таргетинга на «горячую» аудиторию.

«Telegram для B2B сегмента — это в первую очередь инструмент для контент-маркетинга и прямых коммуникаций, а не прямой рекламы на пользователя. Создание экспертного канала позволяет не только продвигать услуги, но и выстраивать долгосрочные доверительные отношения с клиентами и партнерами»,— подчеркнула Татьяна Андреева.

ОНЛАЙН-КАРТЫ

Одним из источников привлечения клиентов для бизнеса в регионах, по словам руководителя маркетингового агентства Chich Group, могут стать онлайн-карты.

«В регионах большая часть малого бизнеса — это все, что связано с локальными точками продаж. Очень легко продвигаться именно через карты, потому что потребителям важны комфорт и финансовая составляющая. И когда потребители забивают в поисковике, что им нужны, например, круглосуточные аптеки, то им показывают близлежащие, а также показывают средний чек. Так, карты дают возможность компании отметиться территориально, и благодаря встроенным инструментам поиска они будут отображать бизнес у пользователей, которые находятся рядом. Таким образом, компания может сразу заявить о себе»,— сказала Екатерина Чич.

По ее словам, также на картах есть возможность добавлять отзывы. Так у бизнеса появляется возможность работать с возражениями и увеличивать лояльность клиентов.

ОФЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЯ И НОВЫЕ ФОРМАТЫ

Как рассказала основатель PR-центра «Город» Анжелика Толочная, эффективным инструментом продвижения также являются реальные мероприятия, личные встречи и непосредственное взаимодействие с аудиторией.

«На мероприятиях всегда собирается теплая, живая аудитория. Здесь работает фраза: “Ходи туда, куда зовут”. Знакомьтесь, общайтесь, обменивайтесь телефонами. Живые контакты — это та основа, которую не заменит ни одна соцсеть»,— сказала эксперт.

По ее словам, сейчас бизнесу особенно важно собирать контакты по крупицам — в телефоны, в CRM и базы, и когда меняются социальные сети, личные связи и доверие остаются.

Екатерина Чич отметила, что профильные офлайн-мероприятия — возможность заявить о бренде как для крупного бизнеса, так и для МСП. Так, бизнес может посещать не только бизнес-встречи, но и крупные отраслевые выставки в сфере виноделия, сельского хозяйства, моды и др.

Анжелика Толочная добавила, что также предприниматели могут продвигаться через не совсем привычные для себя каналы: Дзен, TikTok и видеохостинги.

«Дзен дает возможность выстраивать имидж экспертности за счет длинных текстов и статей. Видеохостинги и TikTok тоже остаются легальными и креативными площадками. Важно помнить: реклама в соцсетях сегодня регулируется законом, и при продвижении стоит использовать токены, чтобы быть в правовом поле. Это не ограничение, а наоборот — инструмент для доверия и прозрачности»,— заключила она.

Дарья Коробская

> Важно помнить: реклама в соцсетях сегодня регулируется законом, и при продвижении стоит использовать токены, чтобы быть в правовом поле. Это не ограничение, а наоборот — инструмент для доверия и прозрачности.

Как предпринимателю оформить кредитные каникулы

С 1 октября 2025 года владельцы бизнеса и самозанятые граждане получат право временно приостановить выплаты по кредитам. Однако воспользоваться льготой сможет не каждый. Рассказываем, кто сможет претендовать на кредитные каникулы и каким образом их оформить.

ДОСТУПНЫ НЕ ВСЕМ

Чтобы претендовать на этот вид поддержки, бизнесмен должен быть зарегистрирован как субъект малого или среднего предпринимательства или быть плательщиком налога на профессиональный доход.

Однако существуют ограничения по виду деятельности. Так, исключены компании, занимающиеся финансовой деятельностью, игорным бизнесом и другие. Также претендовать на каникулы не может предприниматель или самозанятый в процессе банкротства, ликвидации или реорганизации

Заявитель не должен владеть более 25% в уставном капитале других юридических лиц, не являющихся МСП, среди учредителей также не должно быть таких юрлиц.

Помимо этого, существуют ограничения и по самому договору займа. Воспользоваться кредитными каникулами можно будет и по договорам, подписанным до вступления закона в силу, однако их заключение должно было произойти не раньше 1 марта 2024 года.

По данным ЦБ РФ, льготный период одобрят, если размер кредита или займа не превышает установленных значений:

— до 60 млн рублей — микропредприятия;

— до 400 млн рублей — малые предприятия;

— до 1 млрд рублей — средний бизнес;

— до 10 млн рублей — самозанятые.

Правительство России в дальнейшем может пересмотреть эти лимиты.

Также важно, чтобы у предпринимателя не было просрочек по займу свыше 30 дней. По этому договору не должны действовать иные кредитные каникулы, предоставленные по другим федеральным законам.



Фото: www.midjourney.com

На день обращения за кредитными каникулами должны отсутствовать предусмотренные законом или договором основания для предъявления требования кредитора о досрочном возврате суммы кредита (займа). Если кредит обеспечен залогом или поручительством, необходимо получить их согласие на кредитные каникулы.

Кредитные каникулы предоставляются на фиксированный срок, составляющий максимум полгода. Однако заемщик имеет возможность договориться с банком о сокращении продолжительности каникул до менее продолжительного периода и самостоятельно выбрать дату их активации.

Начало действия кредитных каникул возможно не ранее момента обращения заемщика с соответствующим заявлением и не позднее месячного срока с даты подачи такого требования. Заемщик вправе прекратить действие кредитных каникул досрочно в любой момент.

Кредитные каникулы нельзя получить в случае, если:

- договор кредита (займа) предусматривает обязательства с множественностью лиц;
- договор займа заключен с государственной или муниципальной микрофинансовой организацией;
- предмет залога по кредиту (займу) обеспечивает исполнение иных обязательств заемщика или залогодателя перед не участвующими в договоре кредита (займа) лицами.

ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ КРЕДИТНЫХ КАНИКУЛ

Заявление о предоставлении кредитных каникул подается кредитору одним из способов, предусмотренных условиями кредитного соглашения: посредством почтового отправления заказным письмом с обязательным уведомлением либо лично.

Кредитор обязан принять решение относительно полученного заявления о предоставлении кредитных каникул в течение 15 рабочих дней и информировать заемщика о нем.

В течение срока действия кредитных каникул проценты, предусмотренные договором, будут продолжать начислять. Для микропредприятия, малого предприятия или самозанятого условия льготного периода предусматривают ежемесячное увеличение основного долга на сумму процентов, рассчитанных по установленной кредитной ставкой. Средним компаниям придется ежемесячно вносить отдельные платежи на покрытие процентных расходов.

Звонит не мошенник

В России с 1 сентября 2025 года начала действовать обязательная маркировка бизнес-звонков. Теперь при звонке должно высвечиваться название организации и ее категория, например, «банк». О том, как будут маркироваться звонки и почему это выгодно для бизнеса, «Деловой газете.Юг» рассказал юрист, вице-председатель Краснодарского краевого отделения общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» Мурат Дударев.

ЧТО ТАКОЕ МАРКИРОВКА ЗВОНКОВ

Маркировка звонков — это специальный идентификатор, появляющийся на экране смартфона при входящем вызове и позволяющий определить звонящего. С начала сентября должны маркироваться звонки с номеров, зарегистрированных за юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

Маркировку обеспечивает оператор связи, при этом абонент при входящих звонках сразу видит на экране название организации и сферу ее деятельности.

«Введенный закон выгоден обеим сторонам экономических отношений и одновременно защищает граждан от мошенников. Предприниматели и сами являются потребителями, поэтому новый закон не вызовет отторжения»,— считает Мурат Дударев.



Фото: www.midjourney.com

По его словам, в обществе распространено негласное правило игнорировать звонки с неизвестных номеров. Такая практика, отмечает эксперт, серьезно затрудняет ведение бизнеса, поскольку компании теряют возможность связаться с клиентами или потенциальными покупателями.

«Федеральный закон о маркировке звонков успешно решил проблему недоверия к незнакомым номерам, повысив прозрачность коммуникаций. Теперь каждый гражданин, увидев на экране своего телефона надпись “банк” или “салон красоты”, может быть уверен, что звонок исходит именно от легального предприятия, прошедшего государственную проверку и подтверждение подлинности»,— сказал Мурат Дударев.

По словам спикера, новая мера повысит доверие граждан к входящим звонкам.

КАК БИЗНЕСУ МАРКИРОВАТЬ ЗВОНКИ

Согласно постановлению правительства, в составе маркировки должны присутствовать официальное или коммерческое наименование компании, а также категория вызова. Категорию выбирают из утвержденного списка, включающего 38 пунктов: «Аренда и прокат», «Банк», «Завод и предприятие», «Еда», «Гостиницы», «СМИ», «Отдых и туризм» и др.

Дополнительно разрешается указывать уточняющую информацию, такую как цель звонка (например, уведомление о специальных предложениях, реклама продукта). Общее ограничение составляет 32 символа, допускаются использование русского алфавита, латинских букв, цифр и смайлов.

Для того чтобы маркировать звонки, добавил Мурат Дударев, предпринимателю требуется заключить с оператором связи договор, который подразумевает оплату соответствующей услуги.

«Эти затраты будут окупаться для бизнеса, ведь увеличится “воронка продаж” вследствие более частых реальных контактов с потребителями, которые теперь с уверенностью будут брать трубку»,— отметил юрист.

ЧТО ГРОЗИТ ЗА ЗВОНКИ БЕЗ МАРКИРОВКИ?

Сегодня, по словам юриста, нарушение требований по маркировке звонков не влечет никаких санкций или штрафных мер.

«Однако оператор связи вправе заблокировать немаркированный звонок либо промаркировать его самостоятельно с подписью “Спам” или “Возможно, спам”, поэтому предприниматели, желающие сэкономить на оплате оператору связи за маркировку, понесут гораздо большие потери, выражающиеся в нежелании потенциальных клиентов взять трубку»,— заключил Мурат Дударев.

Дарья Коробская

Календарь предпринимателя на октябрь-2025

Напоминаем, какую отчетность необходимо сдать до конца октября

До 3 октября

• Компании и ИП, у которых есть работники, должны представить уведомление об исчисленном налоге за период с 23 сентября по 30 сентября 2025 года.
• Налоговые агенты, которые проводят операции с ценными бумагами и операции с финансовыми инструментами срочных сделок, должны представить уведомление об исчисленном НДФЛ за период с 23 сентября по 30 сентября 2025 года.

До 10 октября

• Компании, осуществляющие использование лесов, должны представить отчет об использовании лесов за сентябрь или за III кв. 2025 года.

До 15 октября

• Компании и ИП, у которых есть работники, должны уплатить страховые взносы на травматизм за сентябрь 2025 года.

До 20 октября

• Налогоплательщики, не имеющие обязательств по НДС или освобожденные от них, при осуществлении посреднической деятельности от имени агента или на основе договоров транспортной экспедиции, а также при выполнении функций застройщика, должны представить в электронной форме в налоговую журнал учета полученных и выставленных счетов-фактур за III кв. 2025 года.
• Компании, которые торгуют алкоголем в розницу, должны представить декларацию в Росалкогольтабакконтроль за III кв. 2025 года.
• Импортеры товаров из стран ЕАЭС должны сдать декларацию и уплатить косвенные налоги за сентябрь 2025 года.

До 27 октября

• Компании на УСН должны представить уведомления об исчисленном авансе за III кв. 2025 года.
• Налоговые агенты по налогу на доходы физлиц должны представить отчет по форме 6-НДФЛ за девять месяцев 2025 года.
• Налоговые агенты по налогу на доходы физлиц должны представить уведомление об исчисленном налоге за период с 1 октября по 22 октября 2025 года.
• Налоговые агенты, которые проводят операции с ценными бумагами и операции с финансовыми инструментами срочных сделок, должны представить уведомление об исчисленном НДФЛ за период с 1 октября по 22 октября 2025 года.
• Компании и ИП, для которых отчетными периодами являются первый квартал, полугодие и девять месяцев, должны представить декларацию по налогу на прибыль за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, исчисляющие аванс по фактически полученной прибыли, должны представить декларацию по соответствующему налогу за сентябрь 2025 года.
• Компании, ИП и физлица в турсфере должны представить налоговую декларацию по турналогу за III кв. 2025 года.
• Управляющий инвесттовариществом, ответственный за ведение налогового учета, должен представить расчет финансового результата такого товарищества за сентябрь или за девять месяцев 2025 года.
• Налогоплательщики НДС должны представить декларацию по соответствующему налогу за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, которые приобретают на территории РФ товары, работы или услуги у иностранных лиц, не состоящих на учете в налоговой РФ, должны представить декларацию по НДС за III кв. 2025 года.
• Компании, у которых есть налогооблагаемое имущество, транспортные средства или земельные участки, должны представить уведомления об исчисленном авансе за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, уплачивающие страховые взносы, обязаны представить расчет по таким взносам за девять месяцев 2025 года, а также отчет по форме ЕФС-1 за сентябрь и III кв. 2025 года.
• Организации и ИП должны предоставить персонифицированные сведения о физлицах за сентябрь 2025 года.
• Компании и ИП, которые пользуются недрами, обязаны представить декларацию по налогу на добычу полезных ископаемых за сентябрь 2025 года.
• Налогоплательщики акциза должны представить декларацию за июль или сентябрь 2025 года в зависимости от имеющихся свидетельств.
• Организации, осуществляющие деятельность в сфере игорного бизнеса, должны представить декларацию за сентябрь 2025 года.

До 28 октября

• Компании, ИП и физлица в турсфере должны уплатить турналог за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП на УСН должны внести авансовый платеж по соответствующему налоговому режиму за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, исчисляющие аванс по фактически полученной прибыли, должны уплатить соответствующий аванс за сентябрь 2025 года.
• Компании и ИП, для которых отчетными периодами являются первый квартал, полугодие и девять месяцев, должны уплатить авансовый платеж по налогу на прибыль за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, которые приобретают на территории РФ товары, работы или услуги у иностранных лиц, не состоящих на учете в налоговой РФ, должны уплатить полную сумму по НДС за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, которые обязаны уплачивать НДС, должны уплатить 1/3 от суммы соответствующего налога за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, у которых есть имущество или земельные участки, обязаны уплатить авансовый платеж по налогу на такое имущество за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП, у которых есть транспортные средства, обязаны уплатить авансовый платеж по транспортному налогу за III кв. 2025 года.
• Компании и ИП с сотрудниками обязаны уплатить страховые взносы за сентябрь 2025 года.
• Компании и ИП, которые внесли авансовый платеж по акцизам, должны представить соответствующее подтверждение за октябрь 2025 года.
• Компании и ИП, осуществляющие деятельность на территории городов федерального значения, в отношении которых установлен сбор, должны уплатить торговый сбор за III кв. 2025 года.

До 30 октября

• Компании-резиденты и ИП-резиденты должны представить отчет о движении средств по счетам в банках за пределами РФ за III кв. 2025 года.

До 31 октября

• Пользователи недр должны представить расчет регулярных платежей за пользование недрами, а также внести платеж за III кв. 2025 года.

СТОЛИЦЫНО

район на всю жизнь

Узнать подробности

г. Ростов-на Дону

- Два детских сада
- Инновационная школа
- Свой парк
- Фитнес-центр с акватермальным комплексом
- Закрытая территория

Финалист престижной девелоперской премии URBAN AWARDS 2025 в номинации «Лучший строящийся региональный жилой комплекс комфорт-класса Юга России»



ТОЧНО

8 800 50-50-300 | tochno.life

«Девелопер года» федеральной премии URBAN AWARDS 2025

Застройщик ООО СЗ "Столицыно" ИНН 2366024462. Коммерческое обозначение ТОЧНО. Проектные декларации на сайте наш.дом.рф. Не является публичной офертой.

Реклама

РСХБ

25% кешбэк*

целых три месяца*



Константин и влев
шеф-повар, ресторатор, телеведущий

* Внимательно изучите все условия акции «25 лет нам, бонусные баллы Вам!» от АО «Россельхозбанк« на сайте rshb.ru

18+

rshb.ru

7787 (Билайн, Мегафон, МТС, Теле2)

8 800 100 0 100

АО «РОССЕЛЬХОЗБАНК». АДРЕС: 119034, Г. МОСКВА, ПЕР. ГАГАРИНСКИЙ, Д. 3. ОГРН: 1027700342890. *КЕШБЭК В РАЗМЕРЕ 25% (ДАЛЕЕ – ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ) – ВОЗВРАТ ЧАСТИ РАСХОДОВ ЗА ПОКУПКИ БОНУСНЫМИ БАЛЛАМИ, НАЧИСЛЯЕМЫМИ ДОПОЛНИТЕЛЬНО В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЙ АКЦИИ «25 ЛЕТ НАМ, БОНУСНЫЕ БАЛЛЫ ВАМ! ОТ АО «РОССЕЛЬХОЗБАНК» (ДАЛЕЕ – АКЦИЯ). ПЕРИОД АКЦИИ С 00:00 МСК 25.08.2025 (ВКЛ) ПО 23:59 МСК 31.01.2026 (ВКЛ). УСЛОВИЯ АКЦИИ: УЧАСТНИК - ФИЗИЧЕСКОЕ ЛИЦО, НЕ ИМЕЮЩЕЕ С БАНКОМ ЗАКЛЮЧЕННЫХ ДЕЙСТВУЮЩИХ ДОГОВОРОВ В ТЕЧЕНИЕ 6 МЕСЯЦЕВ, ПРЕДШЕСТВУЮЩИХ ДАТЕ НАЧАЛА ПЕРИОДА ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ, ОФОРМИВШЕЕ ДЕБЕТОВУЮ/КРЕДИТНУЮ КАРТУ БАНКА (ДО 23:59 МСК 20.10.2025 (ВКЛ) ЛИБО ДЕБЕТОВУЮ КАРТУ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ПЕНСИОННЫХ ЗАЧИСЛЕНИЙ (ДО 23:59 МСК 30.09.2025 (ВКЛ), КОТОРОЕ В ПЕРИОД ДО 31.12.2025 В ТЕЧЕНИЕ 3 МЕСЯЦЕВ ПОДРЯД ВЫБИРАЕТ 5 КАТЕГОРИЙ ПОКУПОК В РАМКАХ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ И СОВЕРШАЕТ ОДНО ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ДЕЙСТВИЙ: ЕЖЕМЕСЯЧНО СОВЕРШАЕТ НЕ МЕНЕЕ 5 РАСХОДНЫХ ОПЕРАЦИЙ В ВЫБРАННЫХ КАТЕГОРИЯХ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ КАТЕГОРИИ «1% НА ВСЕ») НА ОБЩУЮ СУММУ НЕ МЕНЕЕ 25 000 РУБЛЕЙ ПО ДЕБЕТОВОЙ/КРЕДИТНОЙ КАРТЕ ИЛИ ПОЛУЧАЕТ НА СЧЕТ ДЕБЕТОВОЙ КАРТЫ БАНКА ПЕНСИОННЫЕ И/ИЛИ ЗАРПЛАТНЫЕ ЗАЧИСЛЕНИЯ, А ТАКЖЕ СОВЕРШАЕТ РАСХОДНЫЕ ОПЕРАЦИИ В ВЫБРАННЫХ КАТЕГОРИЯХ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ КАТЕГОРИИ «1% НА ВСЕ»). УЧАСТНИКУ, ВЫПОЛНИВШЕМУ УСЛОВИЯ АКЦИИ, БАНК НАЧИСЛЯЕТ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ В РАЗМЕРЕ 25% ЗА СОВЕРШЕНИЕ РАСХОДНЫХ ОПЕРАЦИЙ В ВЫБРАННЫХ КАТЕГОРИЯХ ПОКУПОК (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОПЕРАЦИЙ В КАТЕГОРИИ «1% НА ВСЁ») В ПОРЯДКЕ, ПРЕДУСМОТРЕННОМ ПРАВИЛАМИ АКЦИИ, НО НЕ БОЛЕЕ 3000 БОНУСНЫХ БАЛЛОВ В МЕСЯЦ. ЕСЛИ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ ПО АКЦИИ БОЛЬШЕ ИЛИ РАВНЫ КОЛИЧЕСТВУ БАЛЛОВ ПО ПРОГРАММЕ ЛОЯЛЬНОСТИ, ТО ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ НЕ НАЧИСЛЯЕТСЯ И НЕ ВЫПЛАЧИВАЕТСЯ. ПОДРОБНЕЕ ОЗНАКОМИТЬСЯ С ПРАВИЛАМИ ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ МОЖНО НА САЙТЕ БАНКА ПО АДРЕСУ HTTPS://WWW.RSHB.RU/NATURAL/DEBETCARDS/SVOYA-PLUS). РЕКЛАМА, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ОФЕРТОЙ. ИНФОРМАЦИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНА С 25.08.2025 И МОЖЕТ БЫТЬ ИЗМЕНЕНА. ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ № 3349 (БЕССРОЧНАЯ) ОТ 12.08.2015.

ОЦЕНИВАЙТЕ СВОИ ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

ИЗУЧИТЕ ВСЕ УСЛОВИЯ КРЕДИТА (ЗАЙМА) RSHB.RU/NATURAL/CREDITCARDS/SVOYA-MIR