16+

Деловая газета.юг

Вторник | 26.05.2026

№ 05 (662)

ПУШКИНСКАЯ 40

ТИХАЯ РОСКОШЬ

15 эксклюзивных квартир

Г. РОСТОВ-НА-ДОНУ, УЛ. ПУШКИНСКАЯ 40

Подробности по QR-коду +7 928 185 10 05 золотой-дом.рф

Застройщик ООО «СЗ МирТэкс». Проектная декларация на сайте нашдом.рф. Подробности на сайте: золотой-дом.рф

ЗОЛОТОЙ НОВАЯ ГЛАВА

Реклама

Один из крупнейших в стране рекреационных жилых кластеров построят в Кавказских Минеральных Водах

ГК ССК представила проект «Нагория» — одного из самых масштабных рекреационных жилых кластеров в России, который компания построит в Железноводске. Общая площадь комплекса достигнет около 700 тысяч квадратных метров, а рассчитан он более чем на 20 тысяч жителей. В рамках проекта планируется возведение жилых домов, социальной, торгово-развлекательной и рекреационной инфраструктуры.



Особое внимание уделено благоустройству, площадь которого составит 30 гектаров. На территории будут расположены пешеходная набережная вдоль реки, каскадные водоемы, мост, амфитеатр, смотровая площадка, зоны для праздников и фестивалей. Автором концепции благоустройства является Pergaev Bureau — бюро, известное уникальными архитектурными проектами как в России, так и за рубежом.

Концепция благоустройства строится вокруг нескольких ключевых элементов. Центральное место отведено городскому бульвару — он соединит разные части района, создавая единое общественное пространство. Прямой участок бульвара протяженностью 900 метров сформирует непрерывную сеть раздельных маршрутов для пешеходов, бегунов и велосипедистов: каждый сможет заниматься любимым делом, не мешая друг другу.

Второй важный элемент — парк у реки, где акцент смещается в сторону созерцания и релакса. Здесь благоустроенную набережную и амфитеатр дополнят каскадные водоемы, перекинутые через них мосты и удобные спуски к воде. Парк насыщен разнообразными зелеными зонами — от рощ и лугов до холмов и тенистых аллей, что создает ощущение живого, меняющегося пространства в течение всего года. Зеленые маршруты объединят все части кластера, позволяя жителям постоянно оставаться в контакте с природой.

Внутри жилых домов запроектированы тысячи квадратных метров открытых спортивных площадок и детских игровых зон. Простор отведен также под аллеи, тропы и зоны для спокойного отдыха и прогулок.

Нагория предполагает опции, характерные для объектов бизнес-класса.

О КОМПАНИИ

Группа компаний ССК — российская девелоперская компания, основанная в 2013 году в г. Краснодаре. Сейчас география присутствия компании охватывает 8 городов России: Краснодар, Анапу, Ростов-на-Дону, Майкоп, Калининград, Новороссийск, Санкт-Петербург, Железноводск. На сегодняшний день ГК ССК входит в перечень системообразующих предприятий РФ, а также в ТОП-7 застройщиков по объему ввода жилья в России по итогам 2025 года.



Застройщик ООО СЗ «ИНВЕСТДЕВЕЛОПМЕНТ-1», с проектной декларацией можно ознакомиться на сайте наш.дом.рф. РЕКЛАМА.

16+

Цена свободная

Деловая газета.юг

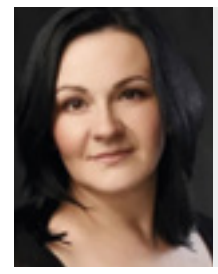
Вторник | 26.05.2026 | № 05 (662)



ГОСТЬ НОМЕРА

Алексей Беляков

О стратегиях устойчивости ⇢ 4-5



С ФИНАНСАМИ НА “ТЫ”

Наталия Жарикова

О сделках через аккредитив ⇢ 9



СТАВКА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Как оптимизировать бизнес в условиях дефицита ресурсов



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

Малый и средний бизнес сегодня оказался в эпицентре «идеального шторма»: дорогие кредиты, переход на работу с НДС, потребители становятся экономнее. Многие предприниматели оказались к этому не готовы. В такие времена на первый план выходит умение находить скрытые резервы для повышения эффективности.
Узнали у предпринимателей, какие стратегии помогают им сохранять устойчивость в сложившейся ситуации. Собрали информацию о расширении инструментов адаптации бизнеса к новым налоговым условиям.
В интервью с профессором Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ Алексеем Беляковым обсудили, какой тактики стоит придерживаться МСП и как агентская экономика может стать драйвером роста для малого бизнеса.
Кроме того, в номере собрали истории предпринимателей Юга России — их успехи и неудачи, которые обернулись ценными бизнес-уроками.

Время быстрых решений

Из-за высокой стоимости заемных средств, перехода на уплату НДС и смещения потребительского спроса в сторону экономии малый и средний бизнес сегодня сталкивается с дефицитом ресурсов. Это выводит управление рисками на первое место в бизнес-планах, делая постоянную оптимизацию процессов обязательным требованием.

Представители малого бизнеса Краснодарского края и Ростовской области рассказали «Деловой газете.Юг», как они перестраивают работу и каких изменений ждут до конца года.



Изображение сгенерировано ИИ

КРИЗИС РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

Сегодня малый бизнес Юга испытывает давление: снижение покупательской активности, инфляционные процессы, рост издержек и повышение налоговой нагрузки сказываются на маржинальности и рентабельности, поделились опрошенные «ДГ.Юг» предприниматели.

«Аренда стала дороже, ключевая ставка не позволяет привлекать кредиты, также растет стоимость продуктов. Многие предприниматели из-за инфляции пересматривают поставщиков и удешевляют продукты. Но мы не можем пойти по этому пути: потребитель все равно заметит снижение качества, и это не решит проблему»,— рассказала основатель краснодарской сети экспресс-кафе быстрого питания Nastik Анастасия Данилейко.

Покупатели стали более рациональными, особенно охлаждение спроса ощущает общепит, подтверждает сооснователь краснодарской кафе-пекарни Susser Анна Орлова.

«Люди стали больше экономить: они сейчас покупают базовые продукты, а не готовые блюда. Например, если у человека есть 1 тыс. рублей, он будет стараться максимально выгодно ее потратить, в том числе за счет скидок и акций»,— поделилась наблюдениями предприниматель.

ПЛАНИРОВАНИЕ НА ХОДУ

Классическое планирование, построенное на стабильном спросе, дешевом кредитовании и длинном горизонте прогнозирования, сегодня не работает, говорят представители бизнеса.

Неопределенность стала постоянным фактором: меняются законодательство, стоимость привлечения клиентов, цифровая среда, правила платформ и поведение пользователей, отмечает основатель прокатного сервиса Rent in Hand Дмитрий Гусев.

«Бизнес-план, который не предполагает быстрой перестройки, устаревает почти сразу после написания»,— отметил предприниматель.

С ним согласна гендиректор ростовского ООО «Адамант Логистика» Светлана Плехова. «Горизонт планирования сократился до трех месяцев: мир меняется слишком быстро, и долгосрочные стратегии теряют смысл. Приходится ориентироваться на ситуацию “здесь и сейчас”»,— поделилась предприниматель, добавив, что решения сегодня приходится принимать «на ходу».

Актуальный подход — планировать иначе: короткими циклами, через гипотезы, быстрые проверки, сценарии и постоянную оптимизацию процессов, считает Дмитрий Гусев.

По его мнению, сейчас на первое место в любом бизнес-плане вышел раздел рисков.

«Раньше раздел “риски” в бизнес-плане обычно был формальностью где-то в конце документа. Сейчас, по сути, он стал главным»,— говорит основатель прокатного сервиса Rent in Hand.

СОКРАЩАТЬ ИЗДЕРЖКИ, ПЕРЕСМАТРИВАТЬ ЦЕНЫ

Сокращение издержек, по словам предпринимателей, сегодня основная стратегия, помогающая «оставаться на плаву». Главный подход — фокус на рентабельность, оборачиваемость запасов и скорость реакции на рынок, а не на количество открытых точек и число позиций, считает основатель ростов-

№ 05(662) 26.05.2026
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: ООО «Печатный двор Кубани», 350010, г. Краснодар, ул. Тополиная, 19
Заказ 1216 от 21.06.2026
Тираж — 7000 экз. Цена свободная

Дата выхода в свет — 26.05.2026

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

ского бизнес-клуба Reactor Дмитрий Флоренко.
«Например, я пересмотрел критерии успеха, отсек лишние проекты и упростил управление. Оптимальным подходом стало не бояться говорить “нет” тем направлениям, которые не оправдывают затрат. Ошибки исправлял радикально, быстро закрывая неработающие сегменты и перенаправляя ресурсы туда, где есть доказанная эффективность»,— сказал Дмитрий Флоренко.

Такой подход разделяет и совладелица краснодарской пекарни City Bakery Светлана Мануйлова. По ее мнению, актуальный подход к ассортименту — «точечная сверхрентабельность».

«Согласно этой концепции, мы убираем все, что дает маржу ниже 30%, и оставляем только хиты. Вместо 15 видов хлеба — 4, зато идеальные. Вместо широкого ассортимента круассанов — только шоколад и миндаль, но их больше всего любят в городе»,— сказала она.

Еще одно важное направление — оптимизация работы с поставщиками, отмечает сооснователь краснодарской кафе-пекарни Susser Анна Орлова.

«Мы ищем альтернативные продукты вместе с поставщиками, стараясь не снижать качество. Однако бесконечно демпинговать невозможно: у поставщиков тоже растут издержки»,— пояснила она.

При этом классический механизм повышения цен в ответ на рост себестоимости сегодня не способствует увеличению рентабельности, делятся представители бизнеса.

«Мы с 1 января 2026 года индексировали цены, но это не привело к увеличению рентабельности. Итоги за I квартал показали, что год к году выручка увеличилась всего лишь на 1,2%. Фактически всю дополнительную маржу “съела” инфляция, а дальнейшее повышение цен лишено смысла: мы рискуем потерять целевую аудиторию»,— рассказала Анна Орлова.

НЕЙРОСЕТИ В ПОМОЩЬ

Оптимизировать бизнес-процессы могут помочь нейросети, считает Дмитрий Гусев. По его мнению, сделав ИИ своим помощником, предприниматель сумеет более плавно адаптироваться к изменениям и снять с себя часть задач.
«Бизнесу сегодня важнее не “угадывать будущее”, а быстро реагировать на изменения. Для меня это напрямую связано с внедрением искусственного интеллекта и агентных систем в бизнес. Я сам прохожу этот путь внутри своей компании: перестраиваю процессы, автоматизирую рутину, использую ИИ не как модную надстройку, а как реальный рабочий инструмент. Часть задач уже фактически уходит на аутсорс искусственному интеллекту: подготовка различных материалов, аналитика, прототипирование, работа с данными, частично клиентская поддержка, работа с кодом и многие другие операционные задачи»,— отметил основатель прокатного сервиса Rent in Hand.


Изображение сгенерировано ИИ

Для таких изменений, по словам Дмитрия Гусева, бизнесу необходимо понять, какие процессы можно усилить, какие задачи отдать ИИ-агентам, как правильно работать с данными, а также как встроить искусственный интеллект в ежедневную рутину, чтобы это положительно влияло на скорость, управляемость и эффективность бизнеса.

Быстрее адаптироваться к меняющимся условиям и оптимизировать производство также помогает автоматизация, отмечает совладелица краснодарской пекарни City Bakery.
«Стремимся минимизировать ручной труд с помощью техники, чтобы любой, пройдя небольшую стажировку, смог работать. Недавно закупили автоматическую тестораскатку со станцией нарезки, формовщик и тестоделитель. Мы также автоматизировали учет теста и графиков»,— рассказала Светлана Мануйлова.

При этом, как отметил основатель прокатного сервиса Rent in Hand, главное — не относиться к инструментам цифровизации и автоматизации как к «волшебной таблетке».

«ИИ не заменяет мышление и управление, но резко усиливает того, кто умеет правильно ставить задачи, давать контекст и встраивать его в процессы. Поэтому сейчас выигрывают не те, кто просто пользуется нейросетями, а те, кто перестраивает под них саму логику работы»,— сказал он.

ОЖИДАНИЯ ОТ БУДУЩЕГО

Во втором полугодии 2026 года, по мнению основателя ростовского бизнес-клуба Reactor Дмитрия Флоренко, бизнес ждет рост затрат и усиление регуляторики.

«Основной вызов — сохранить рентабельность на фоне более требовательного клиента и роста издержек. В этих условиях компании готовятся, сокращая “долгие” инвестиции, оптимизируя запасы и усиливая управление ликвидностью, чтобы не зависнуть в минусе, когда спрос перестанет быть стабильным»,— сказал он.

ДМИТРИЙ ГУСЕВ

> Бизнесу сегодня важнее не «угадывать будущее», а быстро реагировать на изменения. Для меня это напрямую связано с внедрением искусственного интеллекта и агентных систем в бизнес.

По словам совладелицы краснодарской пекарни City Bakery Светланы Мануйловой, платежеспособность клиентов к осени может снизиться еще на 15–20%, а цены, напротив, вырастут.

«Мы готовимся к росту цен, в частности, на какао и сливочное масло на 25%, а также к дефициту рук в ноябре–декабре»,— уточнила Светлана Мануйлова.
Тем не менее, как отметила основатель краснодарской сети экспресс-кафе быстрого питания Nastik Анастасия Данилейко, бизнес надеется на лучшее и рассчитывает на снижение стоимости кредитования, что откроет возможности для развития.
«Ждем снижения ключевой ставки. Нам нужно разгонять экономику, а не охлаждать ее»,— сказала Анастасия Данилейко.

Гендиректор ростовского ООО «Адамант Логистика» Светлана Плехова также надеется, что в будущем ситуация выровняется.

«Скорее всего, будет очередное подорожание товаров и услуг, к Новому году — подорожание топлива. Тем не менее мы надеемся на разрешение внешних факторов. Мы верим в лучшее и рассчитываем на налаживание международных отношений, поскольку это напрямую влияет на логистику»,— заключила она.

Дарья Коробская, Анастасия Талызина

СВЕТЛАНА МАЙНУЛОВА

> Мы убираем все, что дает маржу ниже 30%, и оставляем только хиты. Вместо 15 видов хлеба — 4, зато идеальные. Вместо широкого ассортимента круассанов — только шоколад и миндаль, но их больше всего любят в городе.

КОММЕНТАРИЙ



ДАНИЭЛЬ БАШМАКОВ,
председатель Краснодарского краевого отделения «Опоры России»

В 2026 году хуже всего работают классические бизнес-планы, построенные на стабильном спросе, дешевом кредитовании и длинном горизонте прогнозирования. Многие компании уже не могут планировать развитие на несколько лет вперед так же уверенно, как раньше. Высокая стоимость заемных средств, нестабильность спроса и рост операционных расходов делают рискованными модели агрессивного масштабирования, когда бизнес заранее расширяет штат, арендует дополнительные площади или закупает большие объемы товара под ожидаемый рост рынка.
Сейчас более актуален гибкий подход к управлению бизнесом. Компании стараются сохранять ликвидность, быстрее оборачивать средства, внимательнее контролировать расходы и избегать избыточной долговой нагрузки. Приоритет сместился с быстрого роста на устойчивость и адаптивность.

За последний год многие предприниматели пересмотрели подход к расходам и развитию. Бизнес стал гораздо внимательнее оценивать эффективность каждого направления, рекламных каналов, логистики и внутренних процессов. Одним из наиболее эффективных решений стала диверсификация — снижение зависимости от одного клиента, поставщика или канала продаж. Одновременно вырос интерес к автоматизации процессов, особенно в документообороте, аналитике и клиентском сервисе.
Изменилась и кадровая политика. Многие компании осторожнее подходят к расширению штата и делают ставку на эффективность существующей команды. Часть задач перераспределяется внутри компаний или автоматизируется. При этом сохраняется дефицит квалифицированных специалистов, поэтому для бизнеса все более важным становится удержание сильных сотрудников.

Алексей Беляков:
Снижать издержки нужно там, где клиент не почувствует изменений

В условиях стремительно меняющегося рынка малый и средний бизнес вынужден демонстрировать исключительную гибкость. В такой среде важно не действовать хаотично, а иметь четкую, актуальную стратегию. На что сейчас стоит делать ставку МСП, почему в цифровом пространстве уникальность продукта превращается в обязательное требование и как агентская экономика может помочь развитию малого бизнеса, «Деловой газете.Юг» рассказал профессор департамента стратегического и международного менеджмента Высшей школы бизнеса ВШЭ, эксперт по корпоративным и бизнес-стратегиям Алексей Беляков.



Фото предоставлено Алексеем Беляковым

— Какие стратегии позволят малому бизнесу в текущих условиях сохранить устойчивость и не закрыться? С чего начать аудит, чтобы выявить слабые, устаревшие паттерны?

— Универсальных подходов не существует, и в ситуации, когда стремительно меняются бизнес-ландшафт и потребительские предпочтения, конечно, у всех компаний должна быть разная стратегия. Но если говорить о неких общих принципах, то можно выделить два основных направления.

Во-первых, это традиционная для сложных отрезков оптимизация процессов, расходов, организации в целом и, соответственно, фокусировка на основном направлении бизнеса. Здесь речь идет про оздоровление компании и детальное планирование денежных потоков — иначе говоря, о стратегии выживания.

Во-вторых, подобные ситуации всегда создают возможности для развития: освобождаются отдельные ниши, какие-то игроки уходят с рынка, и у многих компаний появляются возможности для роста. Это могут быть смежные с текущим бизнесом сегменты, новые клиенты или партнерства, о которых предприниматели раньше не задумывались.

Если говорить об оптимизации бизнеса, для начала следует определить неприоритетные, низкомаржинальные и неэффективные направления деятельности и подумать о том, можно ли от них отказаться. Сфокусироваться же следует на ключевых задачах и долгосрочных отношениях, которые могут помочь пережить турбулентные времена.

В целом при аудите следует пройтись по стандартным вещам — организационной структуре, ключевым операционным процессам, включая закупки, провести оценку контрактов и постараться избавиться от потенциально убыточных для компании.

— Какие тренды сейчас наблюдаются? На что стоит обратить внимание МСП, чтобы выстроить свою стратегию ведения дел?

— Достаточно давно наблюдается переход значительной части аудитории в онлайн, а также смещение в сторону более экономного сегмента. Чувствительность покупателей к цене существенно возрастает, и фокус внимания все больше смещается именно в сторону стоимости, особенно с учетом простоты сравнения цен в онлайне. Рост хард-дискаунтеров является наглядным подтверждением этого тренда. В то же время премиальные сегменты, как это часто бывает, чувствуют себя вполне уверенно. Сильнее всего страдает именно средний ценовой уровень.

Кроме того, сохраняется устойчивый тренд на скорость. Покупатели привыкли получать все быстро — доставку в один клик, быстрое сравнение товаров и цен, удобный сервис. И когда люди получают такой уровень обслуживания в банках, телекоме или розничной торговле, эти ожидания автоматически распространяются на все остальные сферы. Долгое ожидание или любая неэффективность со стороны поставщика или продавца в современном мире напрямую ведут к потере клиента.

— Новая ставка НДС и рост налогов снижают маржинальность, а цены поднять сложно из-за снижения покупательской способности. Какую стратегию сейчас стоит применять МСП, чтобы не потерять клиентов и при этом сохранить маржинальность?

— Снижать издержки можно и нужно в первую очередь там, где клиент не почувствует изменений. Снижение уровня сервиса и качества услуг — это то, на что клиенты быстро отреагируют и могут уйти, поэтому компании нужно оптимизировать все так, чтобы потребитель этого не замечал.

Если таких возможностей нет, то стоит рассмотреть вариант повышения цен, но при этом важно отслеживать действия конкурентов. Если у покупателей нет альтернативы, то компания может пойти на повышение цен. При этом рост стоимости может сопровождаться предложением дополнительных сервисов и какой-либо поддержки клиентов, которая не потребует существенных затрат, но сократит отток и повысит лояльность. Когда клиент увидит, что появился дополнительный сервис и компания пытается нивелировать негативные эмоции от повышения цены, реакция может сгладиться.

Если говорить о переходе в другой потребительский сегмент, то это не так просто. Премиальному игроку тяжело начинать работать в эконом-сегменте, в то время как игроку экономсегмента сложно вдруг стать премиальным: слишком разные процессы и необходимый корпоративный менталитет. Поэтому желательно меняться за счет сервиса, но это очень сильно зависит от ниши бизнеса.

В условиях рынка товаров основным фактором конкуренции выступает цена. Если компания не способна предложить дополнительные сервисы или услуги, сопутствующие основному продукту, она неизбежно оказывается в ситуации ценовой войны, в которой преимущество получают наиболее эффективные участники рынка.

Если же у компании есть четкая дифференциация и возможность активно ее использовать, она способна удерживать клиентов даже при более высоких ценах — за счет качественного сервиса и сопутствующих услуг, особенно с учетом изменений в потребительском поведении. Такой подход становится одним из ключевых сценариев не только для выживания, но и для дальнейшего развития бизнеса.

— С учетом текущей экономической ситуации стоит ли бизнесу внедрять новые позиции, чтобы привлечь потребителей, или, напротив, стоит сократить ассортимент, оставив лишь максимально рентабельные позиции?

— Опять-таки универсального решения в этом вопросе не существует, и подход к развитию бизнеса должен варьироваться в зависимости от конкретной сферы. В одних случаях целесообразно сконцентрироваться на ключевых продуктах, последовательно повышая их качество и избегая распыления усилий. В других ситуациях компании, обладающие глубоким пониманием своих потребителей, способны выявлять комплементарные товары или услуги и предлагать их в дополнение к основному продукту.

Подобные решения всегда должны отталкиваться от понимания целевой аудитории и ее потребностей, а также от понимания конкурентной среды конкретной компании. Все это — неотъемлемые составляющие при продумывании любой бизнес-стратегии. Их игнорирование может привести к серьезным ошибкам и их последствиям.

— В каких сферах бизнеса сейчас наблюдается активное развитие?

— Наиболее агрессивно развивается платформенная экономика. Современный потребитель стремится к быстроте, удобству и возможности получить все необходимое в одном месте, что ведет к росту таких гигантов, как Ozon, Amazon, Wildberries и им подобным. При этом нишевые платформы электронной коммерции как в России, так и в мире успешно конкурируют с крупными игроками в рамках своих сегментов. Безусловно, здесь речь идет об относительно крупном бизнесе, например, Lamoda и др., однако и они представляют собой нишевые модели, предлагая то, что недоступно массовым платформам.

> При аудите следует пройтись по стандартным вещам — организационной структуре, ключевым операционным процессам, включая закупки, провести оценку контрактов и постараться избавиться от потенциально убыточных для компании

Главным фактором выступает узко таргетированная, четко определенная аудитория, глубокое понимание которой позволяет игрокам предложить ей уникальные решения, отсутствующие у крупных компаний. Это становится одним из инструментов как выживания, так и развития бизнеса.

Когда небольшой игрок конкурирует с крупным, он не может выигрывать за счет низкой цены и вряд ли способен превзойти его в операционной эффективности. Следовательно, его задача заключается в том, чтобы глубже понимать потребности целевой аудитории, более тесно с ней взаимодействовать и предлагать то, на что у крупных игроков не хватает времени, ресурсов или желания. И делать это быстро.

— Вы упомянули платформенную экономику. Стоит ли МСП активно переходить в этот сегмент и на что сейчас сделать упор, чтобы появились онлайн-клиенты?

— На уровне макротрендов, применимых к большинству сегментов, аудитория действительно перемещается в онлайн, а доля электронной коммерции в РФ демонстрирует устойчивый рост. Для многих компаний целесообразно присутствие одновременно в онлайне и офлайне. Если продукт допускает онлайн-продажи и компания понимает механизмы их реализации, такой канал является не просто перспективным, а уже необходимым.

Однако ключевой вопрос заключается в способности выделиться в переполненном цифровом пространстве: уникальность перестает быть просто конкурентным преимуществом и превращается в обязательное требование. При этом привлечение аудитории в интернете сопряжено с высокими затратами. Следовательно, для успеха в онлайне малому игроку необходимо решить проблему привлечения аудитории — фактически обеспечить ее «покупку» и заявить о себе в цифровой среде.

Если компания понимает, как это осуществить, и обладает такой возможностью, онлайн превращается в хороший растущий канал. При этом он не отменяет офлайн-присутствие: выбор между каналами определяется конкретным продуктом, услугой и знанием своей аудитории. Определенные вещи аудитория по-прежнему предпочитает приобретать офлайн — благодаря возможности тактильного контакта, сравнения и примерки. Современные технологии, включая искусственный интеллект и виртуальные примерочные, частично решают эти задачи, но отдельные продукты и сегменты аудитории все равно остаются и будут оставаться в офлайне.

Но здесь есть и новые вводные: есть понимание, что наш мир в любом случае движется в сторону искусственного интеллекта и агентских моделей, в том числе и в электронной коммерции. По оценкам экспертов, через несколько лет многие покупки будут осуществляться через ИИ-агентов, которые будут самостоятельно находить необходимые товары, в том числе выбирая их по цене. Там уже будет работать совершенно другая логика, в которой лояльность к конкретному магазину может уйти на второй план или вообще перестать быть фактором при совершении покупок.

Если сейчас мы можем что-то по привычке купить на Wildberries, то в агентской экономике будет исследоваться все интернет-пространство и предлагаться к покупке самый дешевый из вариантов, и неважно, на каком сайте он будет. Тогда может возрасти популярность небольших интернет-магазинов, которые будут предлагать нечто уникальное, отсутствующее у крупных игроков, при этом легко находимое ИИ-агентами.

С этой точки зрения у нишевых игроков и небольших интернет-магазинов может открыться «второе дыхание»: модель покупок изменится, и начать подготовку к переменам бизнес может уже сейчас.

> Ключевой вопрос заключается в способности выделиться в переполненном цифровом пространстве: уникальность перестает быть просто конкурентным преимуществом и превращается в обязательное требование.

— Говоря о будущем, к чему еще следует готовиться бизнесу?

— Для продуктов, не обладающих уникальными характеристиками, конкуренция сводится исключительно к цене. В скором будущем это станет еще более ярко выраженным. ИИ-агенты и алгоритмы будут быстро и эффективно находить для покупателя самое выгодное предложение. В таком сценарии лояльность к бренду или привычка к конкретному продавцу перестают иметь значение. Покупатель просто получает нужный товар по минимальной цене, и он может даже не знать, кто именно выступил продавцом. Это касается таких товаров, как, например, мыло или средства гигиены, т. е. того, что не имеет видимых отличий.

С учетом этого тренда для малого и среднего бизнеса особенно важно сосредоточиться на дифференциации. Малому бизнесу сложно быть эффективнее крупного с точки зрения издержек: эффект масштаба никто не отменял, и он продолжает работать. Поэтому одним из основных направлений становится создание уникальных продуктов и услуг, которые крупные игроки не могут легко предложить. В качестве примеров можно привести конкуренцию между Lamoda и крупнейшими российскими маркетплейсами, Wildberries и OZON, или американские кейсы, когда относительно небольшие компании успешно конкурируют в своих сегментах с Amazon. Успех в таких случаях достигается за счет глубокого понимания своей аудитории, предложения того, что нужно именно ей, и осознания, что для гигантов этот сегмент не всегда привлекателен и приоритетен.

Крупным компаниям часто мешают две вещи: во-первых, ниша может быть слишком маленькой, чтобы в нее инвестировать, и, во-вторых, для работы с ней пришлось бы перестраивать многие бизнес-процессы. В результате такая игра зачастую не стоит свеч. Таким образом, дифференциация и предложение того, до чего крупные игроки не добираются, может стать ключевой стратегией развития для небольших и средних по своему размеру бизнесов.

Беседовала
Дарья Коробская



Визуализируя мечту

История 3D-визуализатора с ДЦП Игоря Полякова, который своим примером опровергает любые ограничения

Игорь Поляков из Туапсе — предприниматель, чья история вдохновляет и доказывает: для целеустремленного человека не существует преград. Всю жизнь сталкиваясь с ограничениями из-за детского церебрального паралича (ДЦП), он не просто научился жить в собственном ритме, но и сумел найти дело, которое стало его призванием.

Уже 11 лет Игорь занимается 3D-визуализацией, сотрудничает с дизайнерами и архитекторами по всей стране и постоянно осваивает новые технологии, включая нейросети. Сам он уверен, что, фокусируясь на возможностях, а не на ограничениях, человек способен преодолеть любые барьеры.

ПУТЬ К СВОЕМУ ДЕЛУ

Все началось с семьи: родители Игоря занимались производством декора из лепнины, мама первой заметила его талант. «Я в детстве любил собирать конструктор, домики строил. И она посоветовала: "Попробуй порисовать в 3D". Попробовал — и получилось»,— вспоминает Игорь.

Поначалу он помогал родителям, рисуя экстерьеры с лепниной для их заказчиков. Главным препятствием тогда было отсутствие мощного оборудования: старый компьютер едва справлялся с задачами. Но упорство и желание развиваться побудили Игоря заработать на новую технику и сделать следующий шаг — выйти на самостоятельный путь.

«Я начал сам искать клиентов, предлагал свои услуги дизайнерам из Челябинска, Екатеринбурга, Краснодара, Сочи, Москвы и Питера. Так меня и узнали по всей стране строители, архитекторы, дизайнеры. Понял, что это мое, и решил идти своей дорогой. Родители отошли от дел, хотят отдохнуть. Теперь я работаю один»,— рассказывает предприниматель.

Сегодня Игорь работает как самозанятый, организовав комфортный офис прямо у себя дома. Его главный инструмент — компьютер с двумя экранами, что позволяет ему полностью погружаться в творческий процесс.

Клиенты Игоря — архитекторы, которым нужно воплотить в 3D облик будущего здания, и дизайнеры, которым важно передать атмосферу интерьера. «Они дают мне техническое задание: планы, схемы, материалы, расстановку мебели. Моя задача — превратить эти чертежи в живую, реалистичную картинку, визуализировать будущее пространство»,— делится предприниматель.

Как объясняет Игорь, 3D-визуализация — неотъемлемая часть большого дизайн-проекта. Некоторые специалисты предпочитают делать ее самостоятельно, но те, кто ценит узкую экспертизу, доверяют этот этап ему. Он, в свою очередь, «оживляет» замысел.

ПРОЕКТЫ

Путь предпринимателя, по словам Игоря, это постоянное преодоление трудностей. Часто нет стабильности: в один месяц может быть три заказа, а в другой — полная тишина, особенно в зимний сезон, когда стройка замирает.

Однако Игорь активно ищет и развивает новые каналы продвижения и видит, как интерес к его услугам растет, особенно в сфере дизайна интерьеров и экстерьеров. Освоить ведение соцсетей и других площадок для поиска клиентов ему помогли в центре «Мой бизнес». Там он получил практические знания, которые применяет в работе до сих пор, выстраивая сотрудничество с заказчиками.



Фото из личного архива Игоря Полякова

«Чтобы не зависеть от случая, я выстроил систему: настроил автоматическую рассылку с предложениями для дизайнеров и архитекторов. Кто-то интересуется ценой, кто-то сразу делает заказ. Невозможно предугадать результат каждого диалога»,— делится Игорь.

Как отмечает предприниматель, в его работе нет среднего чека — каждый проект уникален. Стоимость может варьироваться от нескольких тысяч до десятков тысяч рублей: все зависит от масштаба и сложности задачи. Самый крупный заказ в его практике — 150 тыс. рублей.

В работе с клиентами Игорь придерживается принципа прозрачности и порядка. Он предпочитает вести всю коммуникацию через переписку, чтобы зафиксировать детали, условия.

«Риск столкнуться с недобросовестным заказчиком есть всегда, поэтому веду переписку. Это мой главный аргумент и доказательство на случай, если возникнут споры или придется отстаивать свою правоту»,— отметил он.

В своей работе Игорь использует как профессиональные программы, так и нейросети. В первых он создает черновые модели, а искусственный интеллект применяет для финальной обработки. «С приходом нейросетей моя работа сильно ускорилась и упростилась. Надо ставить памятник тому, кто придумал эти технологии»,— считает предприниматель.

ЗНАКОВЫЕ ПРОЕКТЫ И МЕЧТА О СТАДИОНЕ

В своем портфолио Игорь выделяет несколько знаковых заказов.

«Первый крупный заказ был от компании "Мослифт". За этот проект я получил 150 тыс. рублей. Когда был в Москве, случайно в лифте увидел знакомую надпись "Мослифт" — своего заказчика. Проект, которым я по-настоящему горжусь,— это манеж для ФК "Динамо-Москва". Также я делал визуализацию домов для коттеджного поселка — это был один из дорогих заказов»,— рассказывает о проектах Игорь.

Проект футбольного манежа, по словам предпринимателя, стал для него особенным, ведь он сам активный болельщик. Когда 3D-модель была завершена, заказчик пожелал вписать манеж в фотографию футбольной площадки. С помощью нейросети Игорь без труда поместил объект на новый фон, а заодно изменил стиль изображения и время года.

Каждый новый заказ для предпринимателя — это не просто работа, а возможность получить опыт и знания, которые рождают смелые идеи. Именно этот постоянный поиск нового и позволяет ему создавать интересные и качественные проекты, а также мечтать о новых высотах.

«После работы над футбольным манежем я загорелся мечтой — нарисовать для кого-нибудь целый стадион. Мне неважно, для кого именно. Главное, чтобы задача звучала так: "Вот тебе стадион — рисуй". Вот тогда я был бы абсолютно счастлив»,— делится Игорь, добавив, что навыки и инструменты у него есть, дело осталось за предложением.

СИЛА, ЧТО ДВИЖЕТ

Всем, кто хочет найти свое дело, предприниматель дает простой совет: верить в себя и не позволять проблемам взять верх.

«Я никогда не зацикливаюсь на том, что я какой-то особенный. Я такой же, как все. Подумаешь, чего-то не могу. Главное — заниматься любимым делом»,— уверен Игорь.

Его жизненная философия проста: если ты увлечен своим делом, то обязательно достигнешь целей.

«Даже если кто-то смеется или пытается задеть, это просто люди, которые не видят твоей внутренней силы. Желаю каждому открывать в себе новые таланты. Часто именно сложные обстоятельства помогают обнаружить то, о чем мы раньше и не подозревали»,— заключил предприниматель.

Артем Слетков

> Я никогда не зацикливаюсь на том, что я какой-то особенный. Я такой же, как все. Подумаешь, чего-то не могу. Главное — заниматься любимым делом.

> Даже если кто-то смеется или пытается задеть, это просто люди, которые не видят твоей внутренней силы.

Обратная сторона успеха

Пожар, кассовый разрыв, пустой торговый центр и немой ролик — собственники малого бизнеса поделились с «Деловой газетой.Юг» историями о том, как неудачи помогли им найти путь к успеху.

Провалы в бизнесе бывают разными — тотальными или временными, такими, которые можно исправить. По мнению главы комитета по правозащите партии «Новые люди» Александра Хуруджи, в основе краха почти всегда лежит один и тот же просчет: неправильно выбрана ниша, гипотезу не проверили на минимальной модели, команда сделала неправильный выбор или вложила усилия в нишу, которая вот-вот закроется.

«Базово важно определиться с нишей, которая дает вам возможность быть конкурентоспособным в достаточном для вашего расчета горизонте времени. Вот это ключевое»,— делится эксперт.

Герои историй, собранных «Деловой газетой.Юг», «набили шишки» именно там, где теория расходилась с практикой. Но каждый сумел вовремя остановиться, проанализировать ситуацию и превратить провал в полезный опыт.



Изображение сгенерировано ИИ

СОБСТВЕННИК ЗА ПРИЛАВКОМ

Семья **Юлии Кузнецовой,** собственницы AvtoSteklo161, франчайзи СТО FITSERVICE, ведет бизнес официально с 2003 года. Провал случился, когда предпринимательница и ее супруг решили открыть бизнес в новой нише — запустить сервис по ремонту телефонов в Аксае.

Супруг Юлии прошел обучение, выбрали площадку в новом торговом центре, однако клиенты не шли. По мнению предпринимательницы, трафика не было, поскольку люди просто не знали о новом ТЦ.

«Люди, с которыми мы общаемся, вообще даже не в курсе были, что открылся торговый центр. Мы сами давали рекламу, но это оказалось неэффективно»,— вспоминает предпринимательница.

Проблема с кадрами стала вторым ударом. Найти мастера в Аксае не удалось, все откликнувшиеся были из Ростова-на-Дону, а после найма сотрудника собственники начали выявлять расхождения в кассе. С работником пришлось распрощаться, а все задачи на себя взял супруг предпринимательницы: выступал в роли продавца, мастера и доставщика. Его полное погружение в новый проект ударило по основному бизнесу.

«Когда ты отвлекаешься на то, что не приносит тебе прибыли, ты теряешь там, где прибыль есть. Из-за нашего отсутствия мы как собственники бизнеса стали нести убытки»,— объяснила Юлия Кузнецова.

Заметив это, она настаивала на закрытии, но муж сопротивлялся еще полгода. В итоге точку все же закрыли с убытком в 3 млн рублей.

ЗАБЕГ С ФАРШИРОВАННЫМИ ПЕРЦАМИ

К моменту описываемых событий бизнес **Марии Амировой,** основателя компании Salato Shpinato (изготовление и доставка блюд для всей семьи), серьезно вырос. Из маленькой кухни компания переехала в цех. Рабочий процесс был выстроен четко: сначала готовилось первое блюдо, параллельно — салаты, затем — второе. Но в один злополучный день, когда оставалась только финальная «вишенка на торте» — потушить фаршированные перцы — во всем здании выключили свет. Перебои в энергоснабжении тем летом случались часто.

Как вспоминает Мария Амирова, дом, где располагался цех, был без газоснабжения, но решение нашлось молниеносно: соседний дом оказался газифицированным. Она бросилась искать посуточную аренду именно там, причем специально выбирала квартиру на нижнем этаже, чтобы меньше бегать с тяжелыми кастрюлями. Нашла самый дешевый вариант, набрала номер хозяйки и максимально деликатно изложила суть проблемы.

«Звоню этой женщине, и так тихонечко говорю: “Пустите перцы приготовить”. Тишина. Я говорю: “Мы из пятого корпуса, можно к вам, пожалуйста, перцы приготовить?” Хозяйка вначале удивилась, но потом сообразила, чего я хочу, и назвала цену»,— вспоминает предпринимательница.

Начался марафон. Огромные кастрюли занимали всю плиту — больше ничего не помещалось. Поэтому можно было готовить только на двух конфорках.

«Мы с моим супругом бегали туда-сюда между корпусами, в четыре руки перетаскивая посуду и доготавливая многострадальные перцы. Бегали, готовили, бегали, готовили... Заказы в итоге отправили вовремя — никто из клиентов ничего не заподозрил»,— рассказала Мария Амирова.

Из этой ситуации команда извлекла серьезный урок: приобрели генератор. А в записной книжке появился телефон той самой женщины, которая готова приютить с перцами, если свет погаснет снова.

ФАЛЬШИВЫЕ БИЛЕТЫ

После Олимпиады-2014 Олимпийский парк в Сочи открыли для частных мероприятий. Нашелся инвестор с мечтой о грандиозном музыкально-спортивном фестивале, и компания **Артема Балтаджиева** взялась за реализацию. Масштаб впечатлял: хедлайнеры Баста и Полина Гагарина, диджеи «Радио Рекорд», дрифтеры, федерации брейкдансеров и роллеров.

«До старта оставалось три месяца — срок, за который нормальные люди за такие проекты не берутся. Местный инвестор успокаивал: Сочи — город туристический, здесь за две недели до даты все само продается»,— говорит предприниматель.

И действительно, фестиваль прошел успешно, людей пришло много. На следующее утро команда сидела в гостиничном номере и раскладывала на полу корешки от билетов.

> Когда ты отвлекаешься на то, что не приносит тебе прибыли, ты теряешь там, где прибыль есть.

«Номер отеля. Семь человек на полу складывают один к одному корешки от билетов. По нашим подсчетам, на фестивале побывало 30 тыс. человек — значит, у нас примерно 30 тыс. корешков. Но денег у нас только за 10 тыс. проданных билетов максимум. Загадка решилась быстро. Когда на входе скопились очереди, к нам обратились “дружественные помощники”, предложили дать аниматоров, чтобы быстрее распространять билеты. Им выдали под отчет по двадцать настоящих билетов. Помощники исправно приносили деньги, но, продав 20 наших билетов, продавали еще 40 фальшивых. Контролеры на входе этого, конечно, отличить не смогли»,— рассказал Артем Балтаджиев.

Фестиваль закончился грандиозным кассовым разрывом. Артистам и подрядчикам заплатили организаторы, а выручка осела где-то на стороне. Из той истории Артем Балтаджиев вынес сразу два правила. Первое: доверять не стоит, кто бы ни просил. Второе: если что-то звучит логично, то это еще ровным счетом ни о чем не говорит.

НЕМОЙ РОЛИК

Команда компании «Коп Шоп» занимается продвижением через видеоконтент. Каждый шаг расписан: сценарист, режиссер, монтажер, актеры. Но однажды произошел сбой, который стал настоящим подарком. Представители компании **Влад Гусейнов и Евгений Сарычев** вспоминают: обычный рабочий вечер, монтажер закончил очередной ролик. Евгений Сарычев зашел проверить, как все выглядит, и обнаружил, что видео вышло без звука. Смена у всех подходила к концу, а удалять плод общего труда не хотелось. Он принял решение, которое позже назовут гениальным: оставить видео.

«Под роликом тут же появилось полторы тысячи комментариев. Зрители шутили про неоплаченную работу монтажера, про звукорежиссера, который бросил работу. На следующий день выложили тот же самый ролик, но уже со звуком — и он взорвался: больше миллиона просмотров, 56 тыс. лайков и вдвое больше комментариев. Но главная магия развернулась в комментариях: люди, которым видео попадалось в рекомендациях впервые, читали сообщения от зрителей предыдущего дня и ничего не понимали»,— вспоминает Евгений Сарычев.

Случайный технический брак привлек к компании вовлеченную аудиторию. Люди, ругавшие немой ролик, пересмотрели его вновь и оставили еще комментарии, а новички погружались в этот внутренний мем.

«Мы болезнь превратили в лекарство. Таким образом и сформировалась связь между брендом и зрителем: компания показала, что умеет выкручиваться из любых ситуаций с юмором и спокойствием»,— говорит Влад Гусейнов.

ПОЖАР, ЗАСТАВИВШИЙ НАЧАТЬ ЗАНОВО

В Краснодаре независимый книжный магазин «Чарли» пережил настоящую катастрофу — пожар уничтожил и помещение, и все книги. Многие на этом ставят точку, но основатели решили иначе и при поддержке фонда Олега Дерипаска «Вольное дело» не просто восстановили магазин, а превратили его в культурное пространство с лекторием и кофейней.

«Мы придумали новый „Чарли“ круговым: когда человек попадает в магазин, он сам решает, куда идти дальше — налево или направо. Это буквально начало пути героя, классический литературный сюжет, который разворачивается перед нами в жизни»,— поделилась соосновательница **Анна Кадикова.**

Так катастрофа открыла новые возможности. Теперь «Чарли» занимает исторический особняк, став в четыре раза просторнее прежнего.

София Купченко

Локация под задачу: квартира в Сочи для жизни и инвестиций

Рынок недвижимости Сочи привлекает высоким турпотоком, ростом стоимости объектов и развивающейся инфраструктурой для жизни, а географическое положение курорта позволяет выбрать как горные, так и прибрежные локации для вложений. По данным экспертов, средняя цена 1 кв. метра в Сочи достигла уровня 350–400 тыс. рублей, при этом доходность некоторых объектов при благоприятной загрузке может достигать 45%. Эксперты проанализировали районы Сочи с точки зрения перспектив проживания и инвестиционной привлекательности.

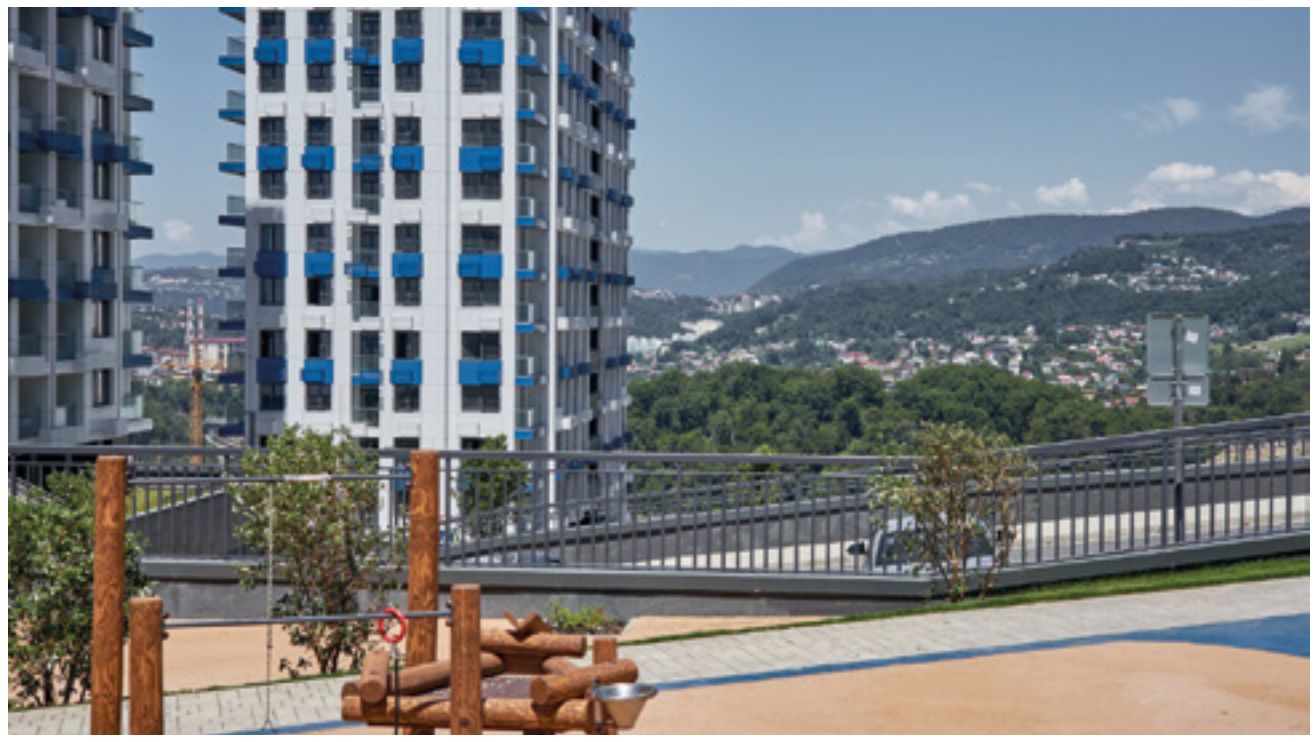


Фото: ЖК «Кислород», девелопер AVA

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ И РАСТУЩИЙ

Недвижимость в Сочи весной 2026 года приобретали покупатели из различных регионов и городов РФ: Москвы и Московской области, Екатеринбурга, Тюмени, Новосибирска и Красноярска, а также из Салехарда, Норильска, Усинска и Мурманска, сообщал «Городской риелторский центр» Сочи со ссылкой на гендиректора центра Юлию Усачеву.

По ее словам, город-курорт продолжает привлекать покупателей со всей страны, но структура спроса стала более требовательной.

По мнению заместителя коммерческого директора девелопера AVA Елены Карагезовой, Сочи привлекает покупателей своим субтропическим климатом, а также сочетанием горного и прибрежного кластеров.

«Кавказские горы, которые окружают город, выполняют функцию естественного барьера, защищая курорт от холодных воздушных масс, что обеспечивает мягкую зиму и комфортные погодные условия круглый год»,— сказала она.

Не менее важным преимуществом курорта является развитая социальная и курортная инфраструктура, отметила Елена Карагезова. По ее словам, ключевым импульсом развития города стала подготовка к Олимпиаде 2014 года, когда были построены масштабные спортивные и туристические объекты, модернизированы дороги и общественные пространства. При этом развитие курорта продолжается и сейчас.

По данным департамента курортов и туризма администрации города на апрель 2026 года, в Сочи в разной стадии реализации находятся 60 инвестпроектов на 702 млрд рублей.

«Ежегодно в Сочи появляются новые курортные локации, санаторные комплексы, культурные площадки, спортивные и социальные объекты, что делает его привлекательным для туристов и комфортным для проживания местных жителей»,— подчеркнула заместитель коммерческого директора девелопера AVA.

Коммерческий директор PARADE Development Тамара Коломийцева в числе преимуществ Сочи также выделила наличие крупного международного аэропорта с большим количеством рейсов и хорошее железнодорожное сообщение. Это обеспечивает высокую транспортную доступность.

В ТИШИНЕ БЛИЗ МОРЯ

Как отметила Елена Карагезова, средняя стоимость 1 кв. метра в Сочи достигла уровня 350–400 тыс. рублей, поэтому если бюджет покупки является ключевым фактором, то стоит рассмотреть удаленные от центра локации, где стоимость недвижимости ниже.

«При этом важно обратить внимание на новые проекты, которые обеспечивают рост стоимости недвижимости в будущем и создают комфортные условия для жизни»,— подчеркнула она.

Если бюджет является второстепенным фактором, то эксперты рекомендуют рассмотреть локации исходя из состава семьи и личных предпочтений. Так, для проживания в Сочи с детьми приоритетнее выбрать районы с развитой инфраструктурой, школами, детсадами и поликлиниками в шаговой доступности, удобным транспортным сообщением и комфортной средой для жизни, отмечает заместитель коммерческого директора девелопера AVA Елена Карагезова.

Одной из таких локаций, по ее словам, является микрорайон Бытха, где реализуются проекты комплексного развития территории. «Вблизи микрорайона расположен экопарк с краснокнижными растениями, а до моря и центра города всего 11 минут»,— сказала она.

Для семей с детьми, по мнению управляющего партнера девелоперской компании Gravion Юрия Неманежина, также подойдут Адлер и Сириус.

«Здесь есть современные школы, детские сады, спортивные объекты и парки»,— сказал Юрий Неманежин.

Пенсионерам, как правило, подходят спокойные районы, удаленные от шумных курортных зон. Одним из таких мест является Хостинский район, в частности, село Раздольное, которое называют «тихим центром» благодаря расположению, сказала Елена Карагезова.

«В двух минутах от села находятся Министерские озера с лесами Национального парка, а до центра города можно добраться за 15 минут на машине, до моря — за 20 минут»,— пояснила заместитель коммерческого директора девелопера AVA.

Юрий Неманежин также отметил, что для покупателей старшего возраста могут подойти Хоста и Мацеста, поскольку в них много зеленых пространств и санаториев.

Молодые специалисты чаще всего выбирают районы исходя из образа жизни, отмечают эксперты. Так, по словам Елены Карагезовой, для тех, кто предпочитает активность, подойдут горнолыжный кластер, курортные зоны, а также новые современные жилые комплексы, спроектированные по принципу «город в городе» с развитой инфраструктурой для спорта и отдыха.

> Средняя стоимость 1 кв. метра в Сочи достигла уровня 350–400 тыс. рублей, поэтому если бюджет покупки является ключевым фактором, то стоит рассмотреть удаленные от центра локации.

В целом для самостоятельного проживания также подходит Адлер, преимущественно новые жилые комплексы, отмечает управляющий партнер девелоперской компании Gravion Юрий Неманежин.

«С точки зрения приватности и тишины здесь интересна вторая линия и выше — возвышенность, с которой открываются виды на море, но при этом нет шумной набережной и толп туристов»,— подчеркнул управляющий партнер девелоперской компании Gravion.

ИНВЕСТИЦИИ В ЛОКАЦИЮ

Сочи привлекает не только новых жителей, но и инвесторов: город является известным российским курортом с самым большим турпотоком на Кубани, что важно с точки зрения потенциального дохода от сдачи в аренду, отмечает коммерческий директор PARADE Development Тамара Коломийцева.

Так, в 2025 году Сочи посетило около 8 млн человек, в то время как Геленджик — 4,3 млн человек. Однако для того, чтобы квартира приносила прибыль, важно выбрать подходящую локацию.

В первую очередь, как отметила Тамара Коломийцева, значение имеет наличие в районе курортной инфраструктуры, а также транспортная доступность.

По словам эксперта, арендаторы чаще всего выбирают Центральный район Сочи, при этом для инвестора здесь достаточно высокий порог входа.

«Фактор стоимости является важным при покупке недвижимости для сдачи в аренду, так как от него зависит срок окупаемости такого приобретения. Например, в Адлере арендная ставка будет не такой высокой, а конкуренция — выше, но и стоимость входа тоже будет меньше. В контексте Сочи также можно упомянуть Сириус и Красную Поляну, которые являются мощными точками притяжения туристов, в связи с чем спрос на аренду там всегда высокий. Однако стоимость 1 кв. метра при этом значительно выше»,— отметила коммерческий директор PARADE Development.

Еще один востребованный среди инвесторов вид недвижимости — объекты гостиничного типа, которые могут находиться в некотором отдалении от пляжей, но при этом обладать собственной инфраструктурой для отдыха и оздоровления, отметила Тамара Коломийцева.

Обычно такие объекты находятся под управлением профессионального оператора, и, по словам Юрия Неманежина, благодаря этому доходность становится кратно выше.

«Например, если войти на начальном этапе строительства отеля 5* в Сочи, то прогноз будет следующим: в первый год работы при загрузке 40% доход составит около 7% годовых, через 5–6 лет при загрузке 65% — около 16%, а к 10 году — до 24% годовых с учетом роста стоимости номера»,— отметил управляющий партнер девелоперской компании Gravion.

В целом, как отметила коммерческий директор PARADE Development, доходность от сдачи недвижимости в Сочи в долгосрочную аренду в среднем может составлять 5–10% в год, что ниже ставок по депозитам, но если речь идет про краткосрочную сдачу, то потенциальная доходность может достигать 45% при хорошей загрузке.

Дарья Коробская

Сделка без риска

Аккредитив сегодня считается одной из самых надежных форм расчета при заключении сделок. Он позволяет обеспечить прозрачность и защитить интересы всех сторон, за безопасность и выполнение платежных обязательств отвечает банк. В 2025 году спрос на этот инструмент на Юге вырос в два раза, его используют как юрлица, так и физлица. Через аккредитив проводят различные сделки — от покупки недвижимости, оплаты услуг до раздела имущества по брачным договорам.



НАТАЛИЯ ЖАРИКОВА,
директор управления торгового финансирования и факторинга Юго-Западного банка Сбербанка

Директор управления торгового финансирования и факторинга Юго-Западного банка Сбербанка Наталия Жарикова рассказала, как проходят сделки с аккредитивом и почему он становится все популярнее.

ЧТО ТАКОЕ АККРЕДИТИВ

Аккредитив — способ расчета по сделкам, в котором банк выступает независимым посредником и контролирует, чтобы деньги продавцу ушли только после получения покупателем товаров или услуг.

Процедура выглядит следующим образом: покупатель вносит средства на специальный счет и просит банк оформить аккредитив. Банк выпускает документ, в котором указывается, при каких условиях продавец сможет получить эти деньги. С этого момента средства на счете покупателя «замораживаются» — их нельзя снять или потратить до конца срока действия аккредитива.

Покупатель передает аккредитив продавцу. Когда тот выполняет все условия сделки, то идет в банк, предъявляет нужные документы (например, транспортную накладную или акт приема-передачи) и получает оплату.

Аккредитив бывает покрытый (депонированный). В этом случае покупатель сразу переводит всю сумму сделки на отдельный счет и «замораживает» ее там. Также бывает непокрытый (гарантированный) аккредитив, когда деньги заранее не резервируются. Вместо этого банк просто обещает, что платеж будет произведен.

По сути, аккредитив — это онлайн-аналог традиционных банковских ячеек, поясняет Наталия Жарикова. «Банк является гарантом: только при выполнении всех условий продавец получит деньги, а покупатель — актив, товар или услугу. Например, после официальной регистрации перехода права собственности на автомобиль или недвижимость»,— уточнила эксперт.

Она добавила, что открытие аккредитива занимает 10 минут, расчеты проходят за 1–2 дня в зависимости от структуры и сложности сделки.

В ЧЕМ ПЛЮСЫ АККРЕДИТИВА

Аккредитив защищает обе стороны. Продавец уверен, что получит деньги за свой товар или услугу, а покупатель знает, что оплата будет произведена только после выполнения всех условий сделки.

Как рассказала Наталия Жарикова, аккредитив давно перестал быть сложной банковской услугой. По сути, он действует как страховой полис там, где нет стопроцентного доверия между сторонами, которые зачастую находятся в разных городах или даже странах.

«С общим ростом пользования цифровыми сервисами и цифровой грамотности жителей Юга России и СКФО мы фиксируем и быстрый рост спроса на аккредитивы. Если говорить о регионах-лидерах, то это Краснодарский край, Ростовская область и Ставропольский край — и у физических лиц, и у предпринимателей»,— отметила спикер.



КОГДА МОЖЕТ ПРИГОДИТЬСЯ АККРЕДИТИВ

«В первую очередь в 2026 году на Юге аккредитив востребован при покупке жилья как на первичном, так и на вторичном рынках. Даже если это ипотека или альтернативная сделка с “цепочкой” договоров купли-продажи»,— говорит директор управления торгового финансирования и факторинга Юго-Западного банка Сбербанка.

Второе место по спросу на аккредитив после сделок с недвижимостью на Юге России в 2025 году занимают сделки по продаже автомобилей. Используя этот инструмент, покупатель уверен, что получит конкретную машину, а продавец — что сразу после регистрационных действий банк перечислит на его счет деньги за сделку.

«Мы проанализировали более 326 тыс. операций купли-продажи и договоров услуг за 2025-й год и видим, что южане в два раза чаще стали выбирать этот инструмент в ситуациях, где раньше доверяли “слову и наличным”. Рост популярности аккредитивов у физических лиц есть по всей стране, но южные регионы самые динамичные. В среднем спрос на этот сервис растет вдвое быстрее, чем в стране. Высокую частоту дают и привычные сделки с жильем, и довольно нетипичные ситуации. К примеру, покупка премиальных велосипедов. Три самые частые жизненные ситуации южан, где применяется аккредитив не в сфере недвижимости,— это покупка автомобиля, сохранение разных форм инвестиций и операции с долями бизнеса»,— рассказала Наталия Жарикова.

Она добавила, что среди предпринимателей аккредитив востребован в сфере коммерческой недвижимости как на первичном, так и на вторичном рынках. Также все чаще бизнес стал обращаться для безопасного проведения сделок с приобретением товаров, долей в уставном капитале, оплаты различных услуг.

«Сервис востребован во всех сферах работы компаний Юга России и СКФО. Причем им пользуются в сделках фактически с любыми товарами: от акций и долей компаний до оборудования и недвижимости»,— подчеркнула Наталия Жарикова.

При этом, как отметила директор управления торгового финансирования и факторинга Юго-Западного банка Сбербанка, для оплаты контрактов не обязательно извлекать деньги из оборота компании, что особо важно для малого и микробизнеса. Предприниматели могут воспользоваться как покрытым аккредитивом с расчетами за собственные средства, так и непокрытым.

«Тренд последних лет — оформление через аккредитив дорогостоящих услуг. Причем все чаще к нему обращаются частные лица. Например, при заключении договоров на отделочные и ремонтные работы в новостройках. Малый и средний бизнес также стал чаще пользоваться аккредитивами в договорах поставки товаров и услуг, при переходе права собственности на помещения или в договорах субподряда. С ростом цифровой торговли — на торговых площадках и маркетплейсах»,— отметила эксперт.

По ее данным, всего аккредитивами в 2025 году южные предприниматели воспользовались около 10 тыс. раз со средней частотой в 3 сделки в год. Эта же тенденция сохраняется и в 2026 году.

Наталия Жарикова добавила, что если в 2024 году основной спрос на аккредитивы был у предпринимателей и в операциях с недвижимостью, то в 2025–2026 годах инструмент все чаще используется физлицами как универсальный механизм защиты семейного благосостояния.

В 2025 году жители Юга защитили аккредитивом сделки на почти 100 млрд рублей. «Сегодня они выбирают безопасные расчеты в десятках жизненных ситуаций: страхуют покупки и оказание услуг. Это может быть и велосипед, и ремонт в квартире, и доля в компании. Самым редким видом использования аккредитива на Юге России остается раздел имущества по брачным договорам: им воспользовались более 20 пар. Мы прогнозируем, что во второй половине 2026 год динамичнее всего будут расти сегменты авто, обучения и долгосрочных услуг между предпринимателями сегмента малого и среднего бизнеса»,— заключила директор управления торгового финансирования и факторинга Юго-Западного банка Сбербанка.

> Малый и средний бизнес стал чаще пользоваться аккредитивами в договорах поставки товаров и услуг, при переходе права собственности на помещения или в договорах субподряда. С ростом цифровой торговли — на торговых площадках и маркетплейсах.

Детская путевка в лето

Юг России готовится к старту детской летней оздоровительной кампании. По данным комитета Российского союза туриндустрии (РСТ) по детскому отдыху, спрос на путевки в летнем сезоне-2026 вырос: оздоровительные лагеря бронируют активнее, чем год назад. В большинстве регионов путевки на первую смену были распроданы уже к началу апреля. При этом стоимость отдыха увеличилась на 15–25% по сравнению с прошлым годом.



«Деловая газета.Юг» выяснила у экспертов и участников рынка, во сколько обойдется родителям отдых ребенка в лагере, кто может получить путевку бесплатно и какие программы пользуются наибольшим спросом.

> Все детские лагеря полностью безопасны и ждут юных отдыхающих. Чтобы помочь детским лагерям сохранить устойчивость, власти Кубани приняли решение освободить их до конца 2026 г. от уплаты туристического налога.

БОЛЬШОЙ ЗАЕЗД

В Краснодарском крае, по данным администрации региона, летом 2026 года детей будут принимать 24 круглогодичных и 65 сезонных стационарных лагерей. Кроме того, будут работать пришкольные лагеря с дневным пребыванием, трудовые и палаточные лагеря. Всего их насчитывается порядка 1,6 тыс., уточнили в министерстве труда и социального развития региона. Ожидается, что детские здравницы на Кубани посетят 350 тыс. детей, в том числе 140 тыс. ребят из других регионов.

Как отмечал ранее губернатор Кубани Вениамин Кондратьев, все детские лагеря полностью безопасны и ждут юных отдыхающих. «Организации отдыха подготовили разнообразные программы, которые обязательно понравятся детям, и они обязательно захотят вернуться в Краснодарский край снова. В прошлом году нам удалось обеспечить безопасность детей на высоком уровне. Мы получили хорошие отзывы от родителей. Уверен, и в этом году справимся со всеми задачами»,— отмечал Вениамин Кондратьев.

Чтобы помочь детским лагерям сохранить устойчивость, власти Кубани приняли решение освободить их до конца 2026 года от уплаты туристического налога.

В Ростовской области в рамках летней оздоровительной кампании 2026 года запланирована работа 29 стационарных загородных лагерей, двух палаточных и 835 пришкольных лагерей с дневным пребыванием. Ожидается, что в круглосуточных лагерях отдохнут 26,6 тыс. детей, а в дневных — 76 тыс. ребят.

СТОИМОСТЬ ПУТЕВКИ

В Краснодарском крае в 2026 году средняя стоимость путевки в детский лагерь на 21 день, по данным РСТ, составляет от 68 тыс. до 100 тыс. рублей. Средняя стоимость одного дня в детских лагерях частной формы собственности на Кубани за год выросла на 7,7% — до 3,88 тыс. рублей, уточнили в министерстве труда и социального развития Кубани.

В частности, во Всероссийском детском центре «Орленок» (Туапсинский район) стоимость путевки продолжительностью 21 день колеблется от 90 до 118 тыс. рублей, что на 15% больше, чем годом ранее. В самом детском центре рост стоимости объясняют подорожанием продуктов, энергоносителей и горючего.

Во Всероссийском детском центре «Смена» (Анапа) потоки летом проходят в течение двух или трех недель. Стоимость путевки на 14 дней составляет 76,72 тыс. рублей, на 21 день — 115 тыс. рублей. От повышения цен в 2026 году в «Смене» отказались.

В Ростовской области предельная стоимость путевки в загородные стационарные детские лагеря за год увеличилась почти на 3,6%, до 1,76 тыс. рублей, а в санаторные лагеря — на 4%, до 2,3 тыс. рублей.

У детей, принадлежащих к льготным категориям, есть возможность поехать в лагерь бесплатно. На Кубани это одаренные дети, сироты, ребята, оставшиеся без попечения родителей, из многодетных семей, дети с особенностями развития, ребята в трудной жизненной ситуации, а также дети участников СВО. Бесплатные путевки дают в бальнеолечебницы, санатории, загородные лагеря. В Краснодарском крае рассчитывать на путевку могут дети в возрасте от 4 до 17 лет, в Ростовской области — от 6 до 18 лет.

Всего в Краснодарском крае на отдых и оздоровление детей в 2026 году предусмотрели более 1,7 млрд рублей, в донском регионе — почти 1,4 млрд рублей.

По данным руководителя комитета РСТ по детскому отдыху, директора компании «Диал-тур» Татьяны Ивановой, в 2026 году спрос на детский отдых в период раннего бронирования вырос. Однако многие родители начинают оформлять брони ближе к летним каникулам.

> Сейчас большой выбор на любой вкус и кошелек. Это лагеря активного отдыха, популярны также лагеря тематические, в том числе, например, по робототехнике.

Как отметила Татьяна Иванова, в этом году родители чаще приобретают путевки в лагеря рядом с домом. В то же время с появлением официального разрешения на купание в море в Анапе эксперт прогнозирует активизацию спроса на местные лагеря.

ТРЕНДЫ НА СМЫСЛЫ

Современные детские лагеря предлагают все больше тематических программ, отмечают эксперты. Это стало ответом на новые запросы родителей, которые теперь выбирают не просто отдых у моря, а оценивают содержание смены, ориентируясь на увлечения и интересы ребенка.

«Сейчас большой выбор на любой вкус и кошелек. Это лагеря активного отдыха, популярны также лагеря тематические, в том числе, например, по робототехнике. Есть, хотя и в меньшем объеме, языковые английские лагеря, добавляются с изучением китайского языка. Вводятся программы по изучению ИИ. Есть нишевые лагеря — танцевальные, спортивные, шахматные, конный спорт. Очень широкая линейка предложения сейчас»,— рассказала руководитель комитета РСТ по детскому отдыху, директор компании «Диал-тур».

Во Всероссийском детском центре «Смена» (Анапа), по словам замдиректора учреждения Оксаны Легченко, востребованы техническая смена «Орбита возможностей», спортивная «Олимпийская академия» и творческая «Детская киноакадемия».

По словам директора Всероссийского детского центра «Орленок» Александра Джеуса, популярны спортивные, творческие и языковые направления, но особый спрос на программы, связанные с ранней профориентацией. Например, востребованы смены, в рамках которых можно освоить естественно-научные дисциплины.

«Родителей интересует не просто отдых, а развитие ребенка, приобретение навыков коммуникации, взаимодействия в команде. Многие мечтают оторвать детей от гаджетов и научить общаться, брать на себя ответственность и адаптироваться к правилам без привычного контроля родителей»,— подчеркнул Александр Джеус.

Анастасия Талызина

Летняя веранда как символ южного города

Летние кафе — неотъемлемая часть атмосферы южного города, они создают колорит, становятся местом притяжения для жителей и туристов. «Деловая газета.Юг» пообщалась с участниками рынка и представителями власти и выяснила, как сегодня регулируется работа летних площадок и что именно делает их столь популярными.

ТОЧКИ ПРИТЯЖЕНИЯ

Веранды кафе и ресторанов — важный элемент городской среды на Юге, считает предприниматель, глава комитета по правозащите партии «Новые люди» Александр Хуруджи.

«Это настоящий символ любого южного города. Сюда стекаются и туристы, и горожане. Здесь можно наслаждаться чашкой кофе или просто наблюдать за движением улицы. Веранды давно стали неотъемлемой частью культурного кода Юга»,— уверен Александр Хуруджи.

Уполномоченный по делам предпринимателей в Ростовской области Олег Дереза разделяет эту точку зрения. По его словам, о популярности летних веранд в Ростове-на-Дону красноречиво свидетельствует отсутствие свободных столиков.

«Летние веранды украшают город и создают тот самый неповторимый флер Юга,— заметил Олег Дереза.— Горожане голосуют за них ногами: если бы людям не нравилось проводить там время, веранды бы пустовали. Просто пройдитесь по городу — вы сами увидите, что все они забиты людьми».

Кроме того, добавил бизнес-омбудсмен, предприниматели сегодня стараются создавать интересные дизайнерские веранды, которые притягивают людей. Комфортная и креативная среда работает на туристическую привлекательность города.

Представители самих заведений подтверждают, что оформление летних веранд — отдельный процесс, к которому подходят с особой тщательностью. При обустройстве дворика кластера «Новая Земля» в Ростове-на-Дону придерживались принципов естественности, интеграции в историческую застройку и «живого» городского пространства: много озеленения, натуральные материалы, мягкий свет.

«Мы работаем с локальными дизайнерами, декораторами и озеленителями, а также развиваем единый дизайн-код пространства. Для нас важно, чтобы места выглядели как часть общей архитектурной среды двора, а не как разрозненные конструкции», — рассказали в кластере.

В ресторане Kaf-Kas на Розе Хутор (Сочи) в создание дизайн-проекта веранды была вовлечена вся команда заведения. Основные принципы, которые использовал штатный дизайнер,— экологичность, натуральные материалы и визуальная легкость. На веранде светлая деревянная мебель, оливы, лаванда, можжевельник в кадках, мягкий рассеянный свет от гирлянд и тканевые навесы, которые спасают от солнца. Ничего вычурного — только то, что не отвлекает от главного: вида на горы, вкусной еды и спокойного общения.

Однако оформление летних веранд — это не только создание уютной атмосферы для гостей, но и сложный процесс, требующий учета множества технических и юридических моментов. Несоблюдение правил может привести к серьезным последствиям для заведения, включая штрафы.

ИГРА ПО ПРАВИЛАМ

Местные власти самостоятельно регулируют порядок размещения и работы летних веранд, поэтому правила от региона к региону могут отличаться.



Изображение сгенерировано ИИ

С весны 2025 года в Краснодарском крае действуют новые требования для летних кафе. Их можно размещать только при заведениях с лицензией на алкоголь. Кроме того, дизайн и оформление летника должны соответствовать городским нормам благоустройства и эстетическим стандартам.

Для легальной продажи алкоголя на летних верандах владельцам кафе потребуется не только основная лицензия, но и специальное разрешение. При этом в самих залах действует строгий запрет на демонстрацию спиртного: нельзя выставлять бутылки, размещать их изображения на вывесках, а также держать на виду оборудование для розлива.

Прежде чем обустроить летнее кафе, предприниматель должен согласовать этот вопрос с властями и внести веранду в схему размещения. В Краснодаре в схеме размещения летних кафе, опубликованной на сайте мэрии в мае 2026 года, значатся 62 таких объекта, их площадь варьируется от 5 до более 100 кв. метров. Летники расположены в разных районах города, в том числе значительная часть площадок находится в центральной части: на улицах Красной, Кубанской Набережной, Ставропольской и др.

Летние кафе в Краснодаре могут работать круглый год. Сезонные ограничения власти города отменили еще в 2022 году.

В Ростовской области муниципалитеты также могут самостоятельно определять сроки и условия функционирования сезонных кафе и веранд. Соответствующие поправки в законодательство депутаты региона внесли летом 2025 года.

Кроме того, в январе 2026 года на Дону постановлением губернатора утвердили изменения в правила размещения и работы летних кафе. Они предполагают создание во всех городах и районах четких схем, где именно можно устанавливать летники. Право работать на этих местах предприниматели получают через открытые электронные торги, а сдавать арендованные места в субаренду полностью запрещается.

В Ростове-на-Дону, согласно внесенным в марте 2026 года изменениям, в схеме размещения летних кафе указаны 26 площадок площадью от 3 до 300 кв. метров. В основном они расположены на улицах Большой Садовой, Красноармейской, Пушкинской, проспекте Буденновском, переулке Соборном. Период их работы — с начала января по конец декабря с учетом возможности размещения обогревательного оборудования, теплого контура, в остальных случаях — с 1 апреля по 31 октября.

В то же время, по словам главы представительства Федерации рестораторов и отельеров в Ростове-на-Дону Карины Шатворян, для бизнеса действующая процедура оформления летних веранд неудобна.

«Проблема с прозрачностью регламента оформления летников за последние четыре года набила оскомину и предпринимателям, и руководству города и области. Практически каждую неделю представители Федерации рестораторов и отельеров РО выступают с предложениями об оптимизации, прозрачности и доступности усовершенствования самой процедуры оформления веранд, так как она слишком неудобна сейчас, дорого обходится. При этом нет гарантии, что предприниматель, даже затратив ресурсы, получит согласование. Если в других регионах России действует уведомительный характер для размещения летних веранд, то у нас разрешительный»,— сказала Карина Шатворян.

ГОРОДСКАЯ ГОСТИНАЯ

Последние годы на Юге набирает популярность новый формат — гастрономические кластеры и фудмаркеты, которые часто обустраивают в исторических или стилизованных двориках. В Ростове-на-Дону этот тренд представляют «Новая Земля», INSIDE и «Центр Вокруг», в Краснодаре — «Соседский двор», «Двор у Camorra Pizza e Birra», Funky Food и Publika на улице Красной.

В кластере «Новая Земля» летние веранды есть практически у всех резидентов. Сезон работы в открытых двориках обычно стартует в апреле и длится до конца октября — начала ноября и дольше, в зависимости от погоды.

«Для нас летний двор — это не просто дополнительное количество мест, а важная часть городской среды. Исторически двор на Седова, 5, задумывался как открытое место встречи, где человек может провести несколько часов: выпить кофе утром, пообедать днем, встретиться с друзьями вечером или попасть на событие. Веранды помогают раскрыть именно этот сценарий “городской гостиной”»,— рассказал представитель кластера «Новая Земля».

По его словам, развитие дворика дает рост трафика, люди стали чаще приходить не только целенаправленно в конкретное заведение, но и просто «во двор» — провести вечер, встретиться с друзьями.

Анастасия Талызина

> Летние веранды украшают город и создают тот самый неповторимый флер Юга. Горожане голосуют за них ногами: если бы людям не нравилось проводить там время, веранды бы пустовали.

Сахар на контроле

В сфере здорового образа жизни постоянно появляются новые тренды. «Деловая газета.Юг» вместе со специалистами разбирает, какие практики действительно полезны, а что — модное увлечение.

Контроль уровня глюкозы в крови — основной инструмент для ранней диагностики диабета. На фоне тренда на биохакинг мониторинг сахара становится таким же популярным, как подсчет калорий. О том, кому необходим непрерывный контроль глюкозы и в каких ситуациях, рассказала врач-эндокринолог клиники «Медикал Хоум» (Ростов-на-Дону) Юлия Дегтярева.

КОЛЕБАНИЯ УРОВНЯ САХАРА

Уровень глюкозы в крови у человека никогда не бывает стабильным, он меняется буквально каждую минуту. У здоровых людей это происходит в рамках небольшого диапазона, а у пациентов с диабетом — возможны чрезмерные и длительные повышения глюкозы, пояснила Юлия Дегтярева.

Она уточнила, что в течение дня избыточные повышения могут вызывать несбалансированный прием пищи, например, каша на завтрак. «Более качественное насыщение и предсказуемое повышение уровня глюкозы будет, если сочетать сложный углевод вместе с белком и клетчаткой, то есть добавить к каше творог или яйца и овощи или ягоды», — пояснила врач.

Также быстрое повышение уровня глюкозы вызывает потребление легко усваиваемых углеводов. К этой категории относят сладкие фрукты с небольшим содержанием клетчатки (виноград, инжир, хурма, дыня), некоторые крупы (белый рис, манная крупа, пшено), сдобу и все продукты из белой муки высшего сорта. Также в этом списке продукты с добавленным сахаром и его аналогами — концентрированный фруктовый сок, мед, фруктоза и т. д.



Юлия Дегтярева / фото: «Медикал Хоум»

По ее словам, более длительные повышения глюкозы могут наблюдаться при наличии в организме воспалительного процесса. Например, в случае острых респираторных вирусных заболеваний или пиелонефрита.

Также с более высокими показателями глюкозы ассоциирована вторая половина беременности как у пациенток с диабетом первого или второго типа, так и у пациенток с гестационным сахарным диабетом.

> Более длительные повышения глюкозы могут наблюдаться при наличии в организме воспалительного процесса. Например, в случае острых респираторных вирусных заболеваний или пиелонефрита.

КОМУ РЕКОМЕНДОВАН КОНТРОЛЬ ГЛЮКОЗЫ

Регулярный ежедневный и многократный контроль уровня глюкозы необходим всем пациентам с сахарным диабетом первого типа, беременным с гестационным сахарным диабетом и иногда пациентам с сахарным диабетом второго типа (на старте лечения или при его коррекции, во время беременности), пояснила Юлия Дегтярева.

Регулярный, но не такой интенсивный контроль глюкозы показан пациентам с компенсированным сахарным диабетом второго типа на терапии без инсулинов.

Применение непрерывного мониторинга глюкозы может быть очень полезным при декомпенсации заболевания, подборе и коррекции терапии, а также пациенткам, планирующим беременность или уже беременным, сказала эндокринолог.

При этом она подчеркнула, что мониторирование уровня глюкозы у людей без диагностированного ранее диабета часто ведет к повышению уровня тревоги и в подавляющем большинстве случаев безосновательно.

«С одной стороны, датчик может сигнализировать о наличии кратковременных повышений уровней глюкозы, что может быть и у здорового человека. А с другой — занижать показатели, что может повлечь отсрочку выявления нарушений углеводного обмена у человека», — пояснила Юлия Дегтярева.

При наличии показаний к скринингу диабета она рекомендовала придерживаться общепринятого подхода — оценки глюкозы плазмы натощак из вены, гликированного гемоглобина и проведения перорального глюкозотолерантного теста с 75 г глюкозы.

Пластичные изменения

Естественность результата и минимальный срок реабилитации сегодня одни из основных запросов пациентов пластических хирургов. В последние годы улучшение внешности перестало быть прерогативой медийных личностей, а портрет пациента претерпел изменения за счет сокращения среднего возраста и роста доли мужчин. Представители клиник Юга рассказали, какие операции сегодня пользуются наибольшим спросом и какие тенденции продолжат укреплять свои позиции.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТРАСЛИ

Пластическая хирургия за последние годы перестала восприниматься как недоступная услуга, а за счет тренда на превентивный подход аудитория стала моложе, говорит пластический хирург клиники «Евродон» Сакинат Магомедова.

«Все чаще клиенты не ждут выраженных возрастных изменений, а обращаются к хирургу на ранних этапах, когда проблема только начинает проявляться. Следовательно, пациенты стали моложе»,— сказала врач.



Изменения аудитории затронули и гендерный аспект: по словам Сакинат Магомедовой, доля мужчин среди пациентов достигла 30%. «Чаще всего мужчины обращаются за нижней блефаропластикой и подтяжкой лица»,— уточнила хирург.

Кандидат медицинских наук, пластический хирург клиники «Юнона» Арам Саркисян также отмечает рост числа пациентов-мужчин. «Радует, что общество отходит от устоявшихся предрассудков, что пластика — это только для женщин»,— сказал он.

ЛИДЕРЫ СПРОСА

Наибольшим спросом сегодня, по словам пластического хирурга клиники «Юнона» Арама Саркисяна, пользуются блефаропластика и подтяжка лица, а также отопластика — коррекция ушей.

Как отмечает пластический хирург клиники «Евродон» Иманат Магомедова, также востребованы подтяжка груди, лица и эндоскопическая подтяжка лба. «Эти услуги держатся в топе последние два года»,— уточнила врач.

В то же время, добавила пластический хирург клиники «Евродон» Сакинат Магомедова, наблюдается снижение спроса на точечную липосакцию, на смену ей пришла липоскульптура, в ходе которой перераспределяют жировые отложения по телу, формируя новую фигуру.

Кроме того, все чаще пациентки отказываются от установки грудных имплантов в пользу ремоделирования груди с использованием собственных тканей. Такой выбор, отметила Сакинат Магомедова, обусловлен растущим трендом на естественность и натуральность результата.

КОРРЕКЦИЯ БУДУЩЕГО

Рост спроса на операции после похудения — еще один тренд рынка пластической хирургии, говорят врачи. Популярность препаратов для снижения веса, подобных «Оземпику», привела к появлению новой категории пациентов. Это люди, у которых после значительного похудения возникла проблема избыточной кожи в тех зонах, где ранее был большой объем. На этом фоне акцент сместился в сторону комплексного подхода к коррекции тела.

«Это один из ключевых трендов. Сегодня акцент смещается в сторону комплексной коррекции тела, потому что после массивного похудения обычной абдоминопластики чаще всего недостаточно»,— подтвердила пластический хирург клиники «Евродон» Иманат Магомедова.

Она уточнила, что спросом, в частности, пользуется нижний и верхний бодилифт — операция по коррекции контуров тела за счет удаления избытков кожи и тканей сразу в нескольких зонах.

Кроме того, добавила хирург, растет запрос на быструю реабилитацию — пациенты не хотят на долгое время выпадать из привычного ритма жизни.

Хирург клиники «Юнона» Арам Саркисян также отмечает данный тренд: по его словам, все больше людей желает, чтобы операции не требовали длительного нахождения в стационаре.

«Убежден, что будущее пластической хирургии — за амбулаторным форматом. Цель — минимизировать время, которое пациент тратит на процедуры, ведь время сегодня — самый дорогой и невосполнимый ресурс»,— заключил Арам Саркисян.

Дарья Коробская

Инклюзивные рабочие места

Работодатели Юга могут получить до 200 тыс. рублей на оборудование рабочих мест для инвалидов и участников специальной военной операции с инвалидностью. «Деловая газета.Юг» собрала информацию о том, кто может претендовать на федеральную субсидию и как ее оформить.

Финансирование предусмотрено в рамках нацпроекта «Кадры». Субсидия предоставляется, если компания нанимает сотрудника с инвалидностью на специально оборудованное рабочее место. Оно должно соответствовать рекомендациям из индивидуальной программы реабилитации или абилитации инвалида о показанных и противопоказанных ему видах трудовой деятельности.

В частности, получить средства можно за обустройство рабочего места для инвалидов первой и второй групп, ветеранов боевых действий с инвалидностью, а также для ветеранов боевых действий, получивших инвалидность в ходе специальной военной операции.
Если работодатель возобновляет трудовой договор с сотрудником, который стал инвалидом в ходе специальной военной операции, и оборудует для него рабочее место, он также может обратиться за субсидией.

ВИДЫ ВОЗМЕЩАЕМЫХ РАСХОДОВ

Субсидия выделяется на покупку оборудования для оснащения рабочих мест, в том числе на технические приспособления, рабочую и специальную мебель, средства для создания благоприятных условий труда. Также субсидируют монтаж и установку такого оборудования.

Получить средства можно и в том случае, если рабочее место обустраивают дома у сотрудника при условии оформления надомного труда в соответствии с Трудовым кодексом РФ.

КТО МОЖЕТ ПОЛУЧИТЬ СУБСИДИЮ

Принять участие в программе могут как коммерческие, так и некоммерческие организации и предприятия, а также индивидуальные предприниматели, если они соответствуют ряду критериев.
В частности, организация или ИП должны быть официально зарегистрированы в России до 1 января 2025 года. У них не должно быть задолженностей по налогам, сборам и страховым взносам, превышающих 10 тыс. рублей. Кроме того, на момент подачи заявки предприятия не должны находиться в процессе реорганизации, ликвидации или банкротства, а их деятельность не должна быть приостановлена или прекращена. Руководитель, член исполнительного органа или главный бухгалтер не должны значиться в реестре дисквалифицированных лиц. Также организация не должна контролироваться иностранными гражданами или компаниями, зарегистрированными в офшорных зонах.

Трудовой договор с инвалидом должен быть заключен на срок не менее 9 месяцев и предусматривать полный рабочий день с учетом установленной для данной категории продолжительности. Работодатель обязан обеспечить инвалиду заработную плату не ниже минимального размера оплаты труда (МРОТ) и все положенные по закону компенсационные выплаты.

КАК ПОДАТЬ ЗАЯВЛЕНИЕ

Заявление на получение господдержки нужно подать в орган службы занятости в течение 3 месяцев с момента подписания трудового договора с инвалидом, который трудоустроен на вновь созданное или оборудованное рабочее место после 1 января 2025 года.

В заявлении указывают наименование и данные организации, количество оборудованных рабочих мест, размер субсидии на одно рабочее место и общую сумму. Также потребуются сведения по каждому трудоустроенному лицу с инвалидностью.

К заявлению работодатель прикладывает копии документов, подтверждающих трудоустройство и приобретение необходимого оборудования или приспособлений для оснащения рабочего места инвалида (товарные чеки, товарно-транспортные накладные), акт выполненных работ при его наличии. Сведения по каждому трудоустроенному инвалиду направляют только с его согласия.

Заявление подают в электронном виде и подписывают усиленной квалифицированной электронной подписью (УКЭП) работодателя. При отсутствии у работодателя УКЭП заявление дублируется на бумажном носителе.
После получения документов комиссия при органе службы занятости в течение пяти рабочих дней проверяет указанные работодателем расходы и проводит оценку созданного рабочего места.
Затем согласованное комиссией заявление направляют в отделение Социального фонда России по региону. Соцфонд, в свою очередь, проверяет сведения о работодателе и трудоустроенном работнике с инвалидностью. При отсутствии недочетов компанию включают в реестр получателей субсидии и в течение 10 дней с этого момента переводят средства. Отдельное соглашение о предоставлении субсидии Соцфонд с работодателем не заключает.
Отказать во включении работодателя в реестр получателей субсидии могут в том случае, если исчерпаны выделенные на господдержку бюджетные средства либо если работодатель не соответствует установленным требованиям.

ЧТО ДЕЛАТЬ В СЛУЧАЕ УВОЛЬНЕНИЯ СОТРУДНИКА

Условия субсидирования предполагают, что на оборудованном за счет господдержки месте сотрудник с инвалидностью должен проработать не менее девяти месяцев. При его увольнении раньше этого срока компания вправе заключить трудовой договор с другим инвалидом, а в случае и его ухода — с третьим.

В случае увольнения инвалида, трудившегося на просубсидированном месте, работодателю необходимо в течение 60 календарных дней после ухода сотрудника трудоустроить нового человека и подать сведения в службу занятости. При этом период, который потребуется на подбор нового работника, не будет учитываться.

В случае, если за указанные 60 дней новый работник не трудоустроен, работодатель обязан вернуть субсидию в бюджет СФР в размере, определяемом пропорционально сроку, отработанному лицом с инвалидностью.

Информацию собрал Артем Слетков



Вывод средств из бизнеса на личные нужды

Нередко владельцы бизнеса считают, что раз компания принадлежит им, то и средства на ее счете можно свободно использовать для личных нужд. Однако иногда вывод денег может привести к штрафам или блокировке счетов. Налоговый консультант Виктория Юлина рассказала «Деловой газете.Юг», как предпринимателям законно выводить средства из бизнеса, чтобы минимизировать риски налоговых проверок.



Изображение сгенерировано ИИ



ВИКТОРИЯ ЮЛИНА,
налоговый консультант

РАЗНИЦА МЕЖДУ ООО И ИП

Для ООО и индивидуальных предпринимателей (ИП) действуют разные правила вывода средств со счета, говорит налоговый консультант.

«Если рассматривать снятие денежных средств с расчетного счета ООО на хозяйственную деятельность, то здесь нет никаких проблем. А вот вывод денег для передачи их собственнику в личных целях — это другая история»,— отметила Виктория Юлина.

Эксперт пояснила, что прибыль ООО принадлежит компании, а не учредителю. Поэтому у учредителя есть два способа получить деньги — оформить зарплату (с уплатой НДФЛ и страховых взносов) или дивиденды (после уплаты налога на прибыль и НДФЛ). Это увеличивает налоговую нагрузку и усложняет процесс вывода средств, так как оба способа связаны с выплатой дополнительных налогов: на дивиденды и на зарплату.

В то время как для ИП нет таких ограничений: он может свободно переводить деньги с расчетного счета на личную карту. Вся прибыль ИП считается его личным доходом и облагается по прогрессивной шкале НДФЛ (13–22% в зависимости от суммы дохода). При этом ИП не платит налог на прибыль и может использовать более простые налоговые режимы (УСН, патент, самозанятость), что часто снижает общую налоговую нагрузку.

КАК ПОЛУЧАТЬ ВЫПЛАТЫ СОБСТВЕННИКУ ООО

Один из самых прозрачных способов для собственника ООО получать доход — это официальная зарплата за реальное руководство бизнесом.

«Заключите трудовой договор. Платите не реже 2 раз в месяц (ст. 136 ТК РФ). Размер не ниже МРОТ (с 2026 г. — 27 093 рублей), но лучше соответствовать рыночному уровню. Компания платит НДФЛ (13–22% по прогрессивной шкале) и страховые взносы (30% с доходов до 2,979 млн рублей)»,— рассказала Виктория Юлина.

Она обратила внимание, что с 2026 года компания обязана начислить взносы с МРОТ (8127,9 руб./месяц), даже если собственник бизнеса в качестве директора получает «нулевую зарплату».

Эксперт также предостерегла от подмены трудового соглашения договором гражданско-правового характера (ГПХ). «Если ИП-управляющий фактически работает как штатный директор в ООО, суд может переквалифицировать договор и доначислить взносы»,— подчеркнула консультант.

Еще один легальный способ для собственника ООО вывести средства на личные нужны — это дивиденды. В отличие от зарплаты, они выплачиваются при наличии чистой прибыли, зафиксированной в бухгалтерской отчетности.

В таком случае компания удерживает только НДФЛ (13–15%), иные взносы не начисляются. Благодаря этому дивиденды выгоднее зарплаты, но платить их можно реже и не всегда, отмечает Виктория Юлина.

Кроме того, налоговая может переквалифицировать дивиденды в зарплату, если выплаты производятся на регулярной основе и без учета финансового результата. Если средства начисляют в отсутствие чистой прибыли, есть риск признания переводов необоснованными.

Главный риск, по словам Виктории Юлиной, это выплата дивидендов имуществом: с 2026 года такая передача приравнивается к продаже, что влечет за собой НДС и налог на прибыль.

КАК ПОЛУЧАТЬ ВЫПЛАТЫ ИП

В отличие от ООО, у индивидуального предпринимателя после уплаты налогов весь доход становится его личными средствами, которыми он может распоряжаться по своему усмотрению. Но и в этом случае вывод средств требует правильного оформления.

«Перевод на личную карту — это не доход в понимании налогового кодекса РФ, а просто перемещение уже ваших средств. Налоги (НДФЛ или налог по спецрежиму) вы платите с факта получения выручки на расчетный счет, а не при снятии»,— пояснила налоговый консультант.

Чтобы правильно оформить выплату личных средств, в графе назначение платежа лучше указывать «Перевод собственных средств». Эксперт предостерегает от формулировки «Зарплата»: банк может расценить это как попытку обналичить средства без налогов.

По словам эксперта, ИП вправе снять/перевести любую сумму (лимитов по закону нет), но сумма должна быть обеспечена уже уплаченными налогами. Документы для выплат таким способом не требуются, но банк может попросить подтвердить уплату налогов.

Главные риски, по словам Виктории Юлиной, это переводы третьим лицам без основания и регулярное снятие крупных сумм (от 500–900 тыс. рублей). Банк может расценить такие действия как сомнительные: в первом случае как дарение, во втором — заблокировать счет по 115-ФЗ.

Эксперт добавила, что ФНС может посчитать личные траты (на квартиру, отпуск) доходом, не уменьшенным на расходы (при УСН «Доходы минус расходы»).

«Если ИП оплачивает личные покупки с бизнес-счета, такие расходы не могут быть учтены при расчете налога. Иначе это грозит доначислениями, а также пенями и штрафами в случае налоговой проверки. Особенно высоки риски для предпринимателей на УСН “Доходы минус расходы”, так как любые неподтвержденные или личные траты исключаются из состава учитываемых расходов»,— отметила Виктория Юлина.

Чтобы избежать рисков, налоговый консультант рекомендует строго разделять личные и бизнес-расходы, подтверждать все операции документами, следить за соответствием расходов отраслевым нормам и использовать личный кабинет налогоплательщика для самоконтроля.

Артем Слетков

КАК ИП ВЫВОДИТЬ СРЕДСТВА НА ЛИЧНЫЕ РАСХОДЫ

- **УСН («Доходы» 6%).** Можно тратить на личные нужны все средства, оставшиеся после уплаты 6% налогов. Лимит дохода для освобождения без НДС на УСН в 2026 году снижен до 20 млн рублей в год, в 2027 году — до 15 млн рублей, в 2028 году — 10 млн рублей.
- **Патентная система налогообложения.** Стоимость патента фиксирована. Лимит дохода для применения ПСН в 2026 году снижен до 20 млн рублей, в 2027 году — до 15 млн рублей, в 2028 году — 10 млн рублей.
- **Налог на профессиональный доход (самозанятость).** Лимит дохода — 2,4 млн рублей в год. Деньги можно тратить сразу после уплаты налога (4% или 6%);
- **Общая система налогообложения (ОСНО).** Можно снимать все, что осталось после уплаты НДФЛ (13–22%).

> Если ИП оплачивает личные покупки с бизнес-счета, такие расходы не могут быть учтены при расчете налога. Иначе это грозит доначислениями, а также пенями и штрафами в случае налоговой проверки. Особенно высоки риски для предпринимателей на УСН “Доходы минус расходы”, так как любые неподтвержденные или личные траты исключаются из состава учитываемых расходов.

Плавная адаптация

В России в конце апреля приняли закон, который облегчает переход на уплату НДС для предпринимателей, применявших патентную и упрощенную системы налогообложения (ПСН и УСН). Как отмечают в ФНС, поправки позволяют малым и средним предпринимателям сохранить доступ к отдельным мерам поддержки для плавной адаптации бизнеса к изменениям в налоговом законодательстве. Новые правила затрагивают НДС, УСН, ПСН и страховые взносы. Рассказываем, кто может рассчитывать на смягчение условий.



Изображение сгенерировано ИИ

ОБЩЕПИТ НА УСН

Предприятия общепита, которые применяют УСН, освободили от уплаты НДС с 1 апреля до конца 2026 года вне зависимости от уровня средней заработной платы сотрудников в 2025 году. Основное условие — чтобы по итогам 2025 года не менее 70% доходов приходилось на основной вид деятельности. Также компаниям необходимо перенастроить кассы для выдачи чеков без НДС. Если после 1 апреля 2026 года были пробиты чеки с учетом НДС, их можно исправить с помощью корректирующих фискальных документов.

Так, у общепита есть время до конца текущего года повысить зарплаты сотрудников до среднеотраслевого уровня в регионе и сохранить право на освобождение от НДС в следующем году.

ОСВОБОЖДЕНИЕ ОТ НДС

С 1 апреля 2026 года право на освобождение от уплаты НДС также получили ИП на УСН, если в 2025 году они превысили лимит по НДС в размере 20 млн рублей исключительно за счет процентов по банковским вкладам и остаткам на счетах, при этом общий доход за 2025 год не превысил 60 млн рублей. Для определения права на освобождение от НДС в 2026 году из общей суммы доходов за 2025 год необходимо исключить суммы полученных процентов.

Эти правила распространяются и на ИП на УСН, которые в 2025 году применяли ПСН, но утратили право на ее применение с 1 января текущего года. При этом в декларации по НДС за первый квартал необходимо отразить НДС, начисленный за этот период.

ПАТЕНТ И НДС

Если предприниматель в 2025 году применял патентную систему налогообложения, а с 2026 года стал плательщиком НДС на общей или упрощенной системе, он вправе принять к вычету НДС, уплаченный при покупке товаров, работ и услуг в период применения патента в 2025 году. При этом обязательным условием является то, что такие товары, работы и услуги не должны были использоваться в деятельности на ПСН.

УВЕДОМЛЕНИЕ О ПЕРЕХОДЕ

Предприниматели, которые применяли ПСН в декабре 2025 года и утратили это право в 2026 году из-за превышения лимита доходов в размере 20 млн рублей, могут до 1 июня уведомить о переходе на УСН с 1 января 2026 года либо при необходимости изменить объект налогообложения по УСН. Благодаря этому можно задним числом перейти, например, с объекта «доходы» на объект «доходы минус расходы». Это правило распространяется как на предпринимателей, совмещавших в 2025 году ОСН и ПСН, так и на тех, кто с начала 2026 года перешел с патентной системы на УСН.

УМЕНЬШЕНИЕ ДОХОДА НА СУММУ НДС

Компании и предприниматели на УСН получили право уменьшать доходы на сумму НДС, начисленного при отгрузке товаров, работ или услуг в счет аванса, который был получен до 2026 года и уже учтен в доходах по УСН в 2025 году или ранее. Это позволит вернуть часть средств в ситуациях, когда аванс был получен без НДС в 2025 году или раньше, а сама отгрузка состоялась после 1 января 2026 года уже с начислением НДС.

> Компании и предприниматели на УСН получили право уменьшать доходы на сумму НДС, начисленного при отгрузке товаров, работ или услуг в счет аванса, который был получен до 2026 года и уже учтен в доходах по УСН в 2025 году или ранее.

Аналогичный порядок применяется и к бизнесу, который начал платить НДС с 2025 года: такие налогоплательщики также могут уменьшить ранее признанные доходы на сумму НДС, начисленного с полученных авансов.

СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ

Изменения затронули и порядок уплаты страховых взносов. Для соблюдения условия о 70% доле доходов в целях применения пониженных ставок страховых взносов МСП можно суммировать выручку по всем видам деятельности, попадающих под льготу. При этом документы, подтверждающие размер выручки, необходимо хранить, так как ФНС вправе запросить их в ходе проверки.

Помимо этого, малый и средний бизнес, работающий в сфере обрабатывающего производства, получил возможность применять пониженные тарифы страховых взносов в текущем периоде без соблюдения требования о минимальной доле доходов от основного льготного вида деятельности за предыдущий год. Если по итогам первого квартала 2026 года условия будут выполнены, бизнесу потребуется произвести перерасчет страховых взносов за период с января по март.

КОММЕНТАРИЙ



ВЛАДИМИР САСЬКОВ,
директор Ассоциации налоговых консультантов, эксперт Института налогового менеджмента и экономики недвижимости НИУ ВШЭ

Во-первых, данные нововведения стоит рассматривать не как послабление, а как расширение инструментов адаптации бизнеса к новым налоговым условиям. Предприятия в любом случае будут входить в общие полноценные правила, но позже. Это дает им время подготовиться, адаптироваться, подогнать необходимые параметры для того, чтобы воспользоваться полноценными льготами. Для этого, например, нужно аккумулировать среднюю зарплату в полноценном режиме. Когда в начале года в силу вступили налоговые изменения, из-за того, что закон принимали достаточно поздно, в конце года, не учли ряд нюансов. Там были такие требования, как 70% от основного вида деятельности, средний уровень заработной платы, и малый бизнес не был готов к этим условиям. Сейчас бизнесу дали отсрочку, чтобы он смог до конца года адаптироваться.

Что касается общепита, то его приравняли к общим условиям. Это не совсем послабление, это именно корректировка и доработка до оптимальных режимов, до разумных и приемлемых правил игры, которые позволят бизнесу адаптироваться и войти в нормальную систему взаимодействия с государством в налоговом и правовом поле без вынужденного искусственного нарушения налогового законодательства.

Безусловно, это поможет бизнесу. В тех условиях, которые были в конце года, у многих представителей малого бизнеса был выбор либо уходить в тень, либо закрываться, либо снижать свои показатели, сокращать сотрудников в том числе. Новые условия позволяют сохранить те позиции, которые были в конце года и, как вариант, не принимать решения о ликвидации или уходе в тень.

Календарь предпринимателя на июнь-2026

Напоминаем, какую отчетность необходимо сдать до конца июня

До 3 июня

• Налоговые агенты по налогу на доходы физических лиц должны предоставить уведомление об исчисленном налоге за период с 23 по 31 мая 2026 года.

До 15 июня

• Компании и ИП, у которых есть работники, должны уплатить страховые взносы на травматизм за май 2026 года.

До 25 июня

• Налоговые агенты по налогу на доходы физических лиц должны предоставить уведомление об исчисленном налоге за период с 1 по 22 июня 2026 года.

• Налоговые агенты, которые проводят операции с ценными бумагами и операции с финансовыми инструментами срочных сделок, должны предоставить уведомление об исчисленном НДФЛ за период с 1 по 22 июня 2026 года.

• Компании и ИП, исчисляющие ежемесячные авансовые платежи по фактически полученной прибыли, должны предоставить декларацию по соответствующему налогу за май 2026 года.

• Управляющий инвесттовариществом, ответственный за ведение налогового учета, должен предоставить расчет финансового результата такого товарищества за май 2026 года.

• Компании и ИП, у которых есть сотрудники, должны предоставить уведомление об исчисленных взносах за май 2026 года.

• Организации и ИП с сотрудниками должны предоставить сведения по форме ЕФС-1 и персонифицированные сведения о физлицах за май 2026 года.

• Плательщики страховых взносов на АУСН, у которых есть сотрудники, должны предоставить сведения о трудовой деятельности за май 2026 года.

До 29 июня

• Компании и ИП, исчисляющие аванс по фактически полученной прибыли, должны уплатить его за май 2026 года.

• Налогоплательщики, отчетными периодами которых являются I кв., полугодие и 9 месяцев, должны уплатить третий ежемесячный авансовый платеж по налогу на прибыль во II кв. 2026 года.

• ИП, организации и иные лица, на которые возложены обязанности по уплате НДС, должны уплатить 1/3 от суммы НДС за I кв. 2026 года.

• Компании и ИП с сотрудниками обязаны уплатить страховые взносы за май 2026 года.

«Ломбард-Л1» готовит к запуску бонусную программу «Привилегия»

Сеть «Ломбард-Л1» запустит новую бонусную программу для клиентов под названием «Привилегия». Новый проект станет частью стратегии компании по развитию клиентского сервиса, повышению удобства взаимодействия и формированию дополнительных преимуществ для постоянных клиентов.

Программа «Привилегия» разработана специально для тех, кто оформляет займы под залог золота, а также совершает покупки в ювелирном дисконте сети. В компании отмечают, что новый формат лояльности должен сделать обращение в ломбард не только удобным и понятным, но и более выгодным для клиента в долгосрочной перспективе.

В основе программы — накопительная система бонусов. Участники смогут получать бонусы за взаимодействие с компанией и использовать их для получения дополнительных преимуществ. Механика программы строится на прозрачном принципе: 1 бонус = 1 рубль. Программа предусматривает пять уровней участия: «Привилегия 1», «Привилегия 2», «Привилегия 3», «Привилегия 4» и «Привилегия 5». По мере роста уровня клиенту будут открываться новые возможности и более выгодные условия обслуживания.

Среди преимуществ, которые предусмотрены программой,— более выгодная оценка золота, увеличенный срок займа и возможность списания накопленных баллов в оценку. Также бонусы можно будет использовать для получения скидки на покупку.



Изображение сгенерировано ИИ

Стать участником программы можно будет после оформления залога в любом отделении «Ломбард-Л1». При этом бонусы будут начисляться активным клиентам за своевременное выполнение обязательств по действующим залогам, за покупку изделий, выполнение заданий и совершение операций в мобильном приложении.

Отдельный акцент в компании делают на цифровом удобстве программы. Отслеживать бонусный баланс, контролировать накопления и получать персональные уведомления клиенты смогут в мобильном приложении «Ломбард-Л1». Для этого достаточно скачать приложение, войти в личный кабинет и открыть раздел с бонусами.

По оценке компании, запуск «Привилегии» станет еще одним шагом в развитии современного формата ломбардного сервиса, где важны не только скорость и доступность финансовой помощи, но и прозрачные условия, технологичность, качество обслуживания и долгосрочное доверие клиента.

В «Ломбард-Л1» подчеркивают, что программа лояльности создавалась как практичный инструмент реальной выгоды. Она должна поощрять постоянных клиентов, делать взаимодействие с сервисом более удобным и формировать дополнительные преимущества для тех, кто регулярно пользуется услугами компании.

Скорый запуск бонусной программы «Привилегия» отражает общий вектор развития сети: создание понятного, современного и клиентоориентированного сервиса, в котором лояльность выражается не формально, а в конкретных возможностях и выгодных условиях для человека.

ЛОМБАРД
8 (800) 550-44-60
www.lombard-l1.ru
Краснодар, ул. Проспект Чекистов, 13, пом. 1107
ООО «Ломбард-Л1», ОГРН:1216100025987. Реклама 16+

Нагория: город-курорт, который станет новой точкой притяжения Кавказских Минеральных Вод

ГК ССК представила проект масштабного рекреационного кластера в Железноводске — с собственной школой, аквапарком, парком у реки и инвестициями в инфраструктуру.



«Нагория» создается как полностью самодостаточная территория, где есть все для жизни, отдыха и развития без необходимости выезжать за пределы.

Социальная, развлекательная, природная среда — под рукой

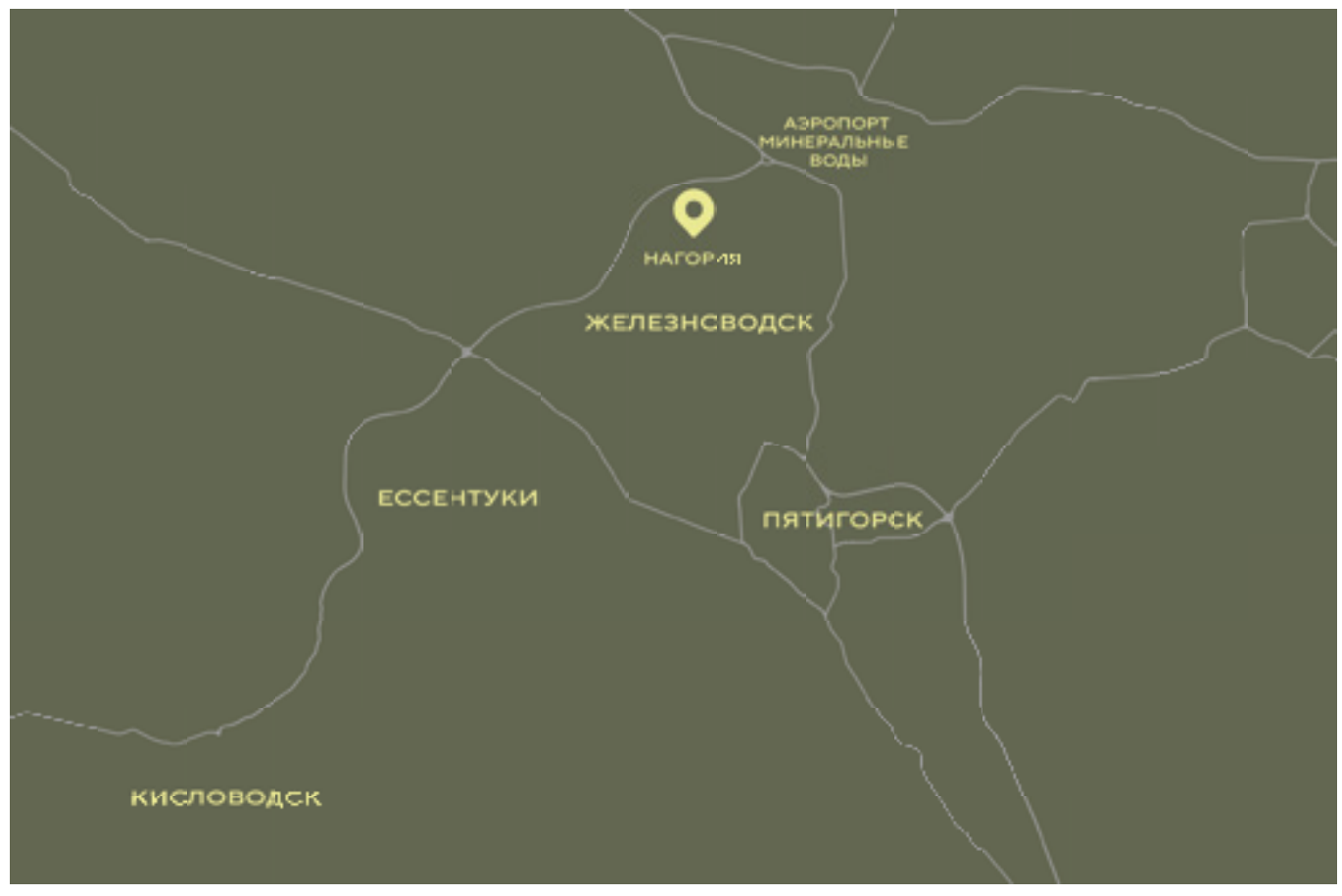
Внутри кластера запроектированы не только комфортные жилые дома, но и собственная социальная инфраструктура: школы, детские сады, торговый центр, а также уникальный для региона всесезонный аквапарк. Но, пожалуй, главное достояние «Нагории» — ее природное сердце. На территории в 30 гектаров развернется парк у реки с пешеходной набережной, каскадными водоемами, березовыми рощами, экотропами и даже прудами для рыбалки.

Инвестиции в будущее региона

Проект «Нагория» — это не просто строительство жилья. Он станет мощным дополнительным фактором развития всего региона Кавказские Минеральные Воды. Только на модернизацию инженерной инфраструктуры застройщик направляет 7 миллиардов рублей. Эти средства пойдут на обновление систем водоснабжения и водоотведения, строительство новых очистных сооружений и газораспределительной станции.

Круглогодичный курорт у ворот Кавказа

Уникальное расположение делает «Нагорию» идеальной точкой для жизни и отдыха в любое время года. До международного аэропорта Минеральные Воды — всего 15 минут езды. Зимой — 2–3 часа на машине до главных горнолыжных центров страны: Эльбруса, Домбая, Архыза. Летом — живописные пешеходные маршруты с панорамами, которых нет больше нигде. А круглый год — знаменитые минеральные источники Железноводска.



Проект «Нагория» от ГК ССК — это не просто квадратные метры. Это самостоятельный мир, который даст дополнительный импульс развитию Кавказских Минеральных Вод.

Застройщик ООО СЗ «ИНВЕСТДЕВЕЛОПМЕНТ-1», с проектной декларацией можно ознакомиться на сайте наш.дом.рф. РЕКЛАМА.

РСХБ

ПЛАНИРУЕТЕ ЗАРУБЕЖНУЮ ПОЕЗДКУ?

Успейте оформить
бесплатную карту **UNIONPAY***



12+

*UNIONPAY (ЮНИОНПЭЙ). ДЕБЕТОВАЯ КАРТА ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ UNIONPAY INTERNATIONAL (ЮНИОНПЭЙ ИНТЕРНЭШНЛ). ТАРИФНЫЙ ПЛАН «СВОЯ КАРТА ПЛЮС». КОМИССИЯ ЗА ВЫПУСК НЕ ПРИМЕНЯЕТСЯ ПРИ ОТКРЫТИИ КАРТЫ В РУБЛЯХ РФ ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО НА МОМЕНТ ВЫПУСКА У КЛИЕНТА НЕТ ДЕЙСТВУЮЩИХ КАРТ UNIONPAY В РУБЛЯХ РФ. В ОСТАЛЬНЫХ СЛУЧАЯХ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРИ ОТКРЫТИИ КАРТЫ В ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЕ, КОМИССИЯ ЗА ВЫПУСК КАРТЫ ПРИМЕНЯЕТСЯ В СООТВЕТСТВИИ С ДЕЙСТВУЮЩИМИ ТАРИФАМИ БАНКА И УПЛАЧИВАЕТСЯ КЛИЕНТОМ ИЛИ ВЗИМАЕТСЯ БАНКОМ ЕДИНОРАЗОВО ЗА ВЕСЬ СРОК ДЕЙСТВИЯ КАРТЫ НЕ ПОЗДНЕЕ ДНЯ СОВЕРШЕНИЯ ПЕРВОЙ ПРИХОДНОЙ ОПЕРАЦИИ ПО СЧЕТУ ЗА СЧЕТ СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ ДЕРЖАТЕЛЯ КАРТЫ.
РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ОФЕРТОЙ. ИНФОРМАЦИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНА С 22.04.2026 И МОЖЕТ БЫТЬ ИЗМЕНЕНА. ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ УСЛОВИЯХ ПРОДУКТОВ, УСЛУГАХ, ТАРИФАХ И МЕРАХ БЕЗОПАСНОСТИ ПО ТЕЛЕФОНУ, НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ WWW.RSHB.RU И В ОФИСАХ АО «РОССЕЛЬХОЗБАНК». ГЕНЕРАЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ № 3349 ОТ 12.08.2015.

8 800 100 9110 для звонков по России
+7 495 424 9552 для звонков из-за границы

rshb.ru