

# РЕПУТАЦИЯ

16+

ДЕЛОВАЯ



№4  
28 АПРЕЛЯ  
2026 ГОД



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА  
УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ДРУГОЙ МАСШТАБ  
ДРУГОЙ РЕЗУЛЬТАТ



6+



# НОВЫЙ ГОРИЗОНТ

## ДЛЯ ТЕХНИКИ И БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ



**ООО «ФРЦ сервис ЯМЗ 18»**, входящее в состав Группы предприятий **«АвтоЦентр «Русь»**, получило статус официального дилера Минского автомобильного завода. Церемония, совмещённая с выставкой техники и круглым столом, открыла новую главу в истории не только компании, но и всего транспортного сектора региона.

Статус дилера Минского автомобильного завода для ООО «ФРЦ сервис ЯМЗ 18» – это закономерный итог развития профессиональной команды и переход на иной уровень. Теперь клиенты компании получили доступ ко всем программам, которые предлагает производитель. Это не только гарантированное наличие оригинальных запчастей (направление, в котором предприятие уже давно является профильным звеном), но и полный спектр сервисных опций, включая фирменные программы финансирования. Для бизнеса такие возможности означают предсказуемость затрат и минимизацию простоев – критически важные факторы на современном этапе. А ещё теперь все «фирменные» процедуры по обслуживанию белорусской техники доступны здесь, в Ижевске. Заняв ведущие позиции в отрасли, ГП «АвтоЦентр «Русь» продолжает

внедрять новые технологии, предлагая клиентам наиболее эффективные решения для диагностики, ремонта и приобретения большегрузной техники. Партнёрство перешло на новый уровень – и это отличная новость для делового сообщества республики.

модели грузового транспорта и спецтехники, представленные на площадке, наглядно продемонстрировали, как вклад в обновление парка конвертируется в развитие транспортной и логистической инфраструктуры республики.

### ТЕХНИКА, КОТОРАЯ РАБОТАЕТ: ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

Гостям – тем, кто уже много лет является партнёром компании, и ещё только присматривается к белорусской технике – мероприятие запомнилось живым общением. Люди не просто услышали технические параметры разных моделей, а увидели их своими глазами – ощутили масштаб, функциональность и характер.

«МАЗ – это техника для надёжности, работы и развития», – такую философию транслировали организаторы. Серийные

### КРУГЛЫЙ СТОЛ

После осмотра техники состоялся круглый стол с представителями ООО «МАЗ-РУСЬ». В его центре внимания оказались важные вопросы: стратегические возможности белорусского автогиганта и адаптация его модельного ряда к российским условиям эксплуатации, программы поддержки и перспективы. Открытый диалог подтвердил: стороны настроены на долгосрочное, взаимовыгодное сотрудничество.



**Евгений ЖИЛИНСКИЙ**, начальник отдела ООО «МАЗ-РУС»  
по реализации автокрановой и специальной техники холдинга «БЕЛАВТОМАЗ»

– Удмуртия для нас – это уважаемый регион. Примечательно, что и вы очень уважительно относитесь к белорусскому гиганту. Ижевская команда сегодня не только сильно развита в сервисе, она поднялась на новый уровень. За счёт неё – плюс один дилер в нашей большой российско-белорусской «семье».



**Фаниль САЛАХУТДИНОВ**, основатель ГП «АвтоЦентр «Русь»

– Мы работаем на рынке уже 35 лет. Всё это время для нас остаются неизменными бренд «МАЗ», наши ориентиры на качество, надёжность и, конечно, честные отношения. Свою компанию мы видим как мост, который соединяет клиентов, партнёров и завод. И я убеждён, что он будет только расширяться, а его пропускная способность – увеличиваться. Это, пожалуй, уникальный пример последовательности и верности однажды выбранному пути.



**Владимир МАКСИМОВИЧ**, начальник отдела реализации пассажирской техники «МАЗ»

– По реализации пассажирской техники у нас более 20 дилеров в Российской Федерации. В Удмуртии тоже планируем развивать это направление. Учитывая, что мы – давние партнёры с компаниями, входящими в ГП «Автоцентр «Русь», думаю, что ООО «ФРЦ сервис ЯМЗ18» могло бы стать нашим ключевым партнёром и в этом сегменте.



**Ильяс САЛАХУТДИНОВ**, директор ООО «ФРЦ сервис ЯМЗ 18»

– Мы видим свою задачу не просто в продаже или ремонте техники, а в решении конкретных задач клиента. Сейчас совместно с «МАЗом» прорабатываем вопрос поставок мобильных автомобильных газовых компрессорных насосных станций для сельхозпредприятий. Недавно закончили переоборудование мусоровоза с установкой двигателя на метане, и сейчас машина проходит тестовые испытания. Это пример того, как мы смотрим вперёд.



**Александр КОПЫСОВ**, директор ООО «Ижевск МАЗ-Центр»

– Мы выступаем надёжным связующим звеном между ОАО «МАЗ» и конечными потребителями, обеспечивая честные и прозрачные условия сотрудничества. Наша цель – удовлетворять потребности рынка в качественных запчастях на грузовую технику, создавая ценность для клиентов, партнёров и сотрудников через профессионализм, ответственность и непрерывное совершенствование.



## А

Азиатцева Т. .... 45  
Александрова С. .... 44  
Антоненко В. .... 13, 44

## Б

Бачурин В. .... 4  
Бестужева Ю. .... 27  
Бикмеев Э. .... 10  
Богданова Д. .... 45  
Ботников А. .... 35  
Бречалов А. .... 6, 20  
Булдаков Е. .... 54  
Бывальцева Е. .... 45

## В

Васильев А. .... 26  
Вольнова А. .... 45  
Выстрелов А. .... 37

## Г

Габдрахманова И. .... 45  
Ганин А. .... 8  
Глухова Ю. .... 45  
Головин В. .... 6  
Гусева Г. .... 45

## Д

Денисова А. .... 45  
Дмитриев Д. .... 44  
Дубовцева Л. .... 45

## Ж

Жилинский Е. .... 1

## З

Зайцева А. .... 45

## И

Ижболдина А. .... 48

## К

Карпенко Г. .... 52  
Климовских С. .... 42

Кондратьев П. .... 32  
Коновалова А. .... 48  
Копысов А. .... 1  
Кормышаков Г. .... 39  
Кормышакова К. .... 39  
Кудрявцев П. .... 7  
Купрейчик Т. .... 52  
Курьев А. .... 35

## Л

Лаврентьева Т. .... 45  
Левицкий Д. .... 52

## М

Макарычева И. .... 10  
Максимович В. .... 1  
Малышев М. .... 23  
Марчук Е. .... 45  
Мионов С. .... 52  
Митин Ю. .... 30  
Мичурина Т. .... 33  
Муссаев М. .... 4

## Н

Наговицына И. .... 45  
Низамеева А. .... 45  
Никитин С. .... 31

## О

Овчинников О. .... 21  
Остроносорова К. .... 28

## П

Перевозчикова Н. .... 45  
Повышева М. .... 45  
Прохоренко Н. .... 27  
Пугачёва Е. .... 52  
Пыстогов М. .... 40

## Р

Роготнева Т. .... 3

## С

Салахутдинов И. .... 1  
Салахутдинов Ф. .... 1  
Симонова Т. .... 52  
Ситникова Н. .... 45

Скакодуб А. .... 52  
Слугина А. .... 20  
Степкин К. .... 38  
Стрелкова Е. .... 3

## Т

Таперичкин М. .... 14  
Телицына Е. .... 24, 36  
Тензина Т. .... 50  
Титова У. .... 45  
Трофимова Е. .... 11, 34, 44  
Троянова С. .... 25  
Трубицина И. .... 26

## У

Урванцев Р. .... 4  
Усольцева А. .... 49  
Утробин И. .... 41

## Ф

Фоменко Г. .... 47  
Ффринг Д. .... 26

## Х

Ходырев А. .... 4

## Ч

Чинькова Л. .... 44  
Чистяков Д. .... 7  
Чуракова Е. .... 45

## Ш

Шеменёв М. .... 38

## Я

Ямщикова Т. .... 22

## Д

DEZIGN БЮРО Усольцевой  
Александровы ..... 49

## А

АвтоЦентр Русь ..... 2 обл.  
АСРО «Строитель» ..... 4

## И

Ижоргметалл ..... 3 обл.

## К

Корпорация развития УР ..... 10, 44

## Л

Любимый сыровар ..... 53

## М

МАЗ ..... 2 обл.  
МАЗ-РУС ..... 2 обл.  
Могуч Удмурт ..... 40

## Н

НОСТРОЙ ..... 4

## П

Пан Палыч ..... 42  
Престиж ..... 4 обл.

## С

Союз строителей УР ..... 4  
Строительный техникум ..... 4

## Т

Территория менеджмента ..... 3  
Торгово-промышленная  
палата УР ..... 8

## У

Удмуртнефть ..... 5

## Ф

ФРЦ сервис ЯМЗ 18 ..... 2 обл.

## Х

Хлынов ..... 5

## Ю

Юридическая артель ..... 47  
Юхан ..... 39

Учредитель 000 «Медиа Группа «Парацельс»

# РЕПУТАЦИЯ

4 (888) 28 апреля 2026

Победитель конкурса «Предприниматель года-2009»  
в номинации «Издательская деятельность,  
полиграфические услуги и реклама»

Журнал «Деловая Репутация» – призёр конкурса  
«Бренд года-2010» в номинации «Услуги и сервис»

Директор  
Лариса Чинькова  
boss@paracels-pr.ru

Заместитель директора  
по развитию  
Ирина Мусская  
mreclama@paracels-pr.ru

Главный редактор  
Александр Михайлович  
Бадица  
gr-repinlife@paracels-pr.ru

Выпускающий редактор  
Ирина Комлева  
ivk@paracels-pr.ru

Редактор раздела  
PROжизнь  
Наталья Урматских

Обозреватели:  
Ирина Комлева  
Лилия Чех  
Алёна Селезнёва

Отдел по работе  
с клиентами:  
Татьяна Булдакова  
buldakova@paracels-pr.ru  
Екатерина Корепанова  
eakorepanova@paracels-pr.ru  
Анна Кузнецова  
kaa@paracels-pr.ru

Юлия Урсакий  
urs@paracels-pr.ru

Оформление:  
Юрий Заякин  
Юрий Мильчаков

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Наименование СМИ – журнал «Деловая Репутация». Регистрационный номер СМИ: серия ПИ № ФС77-90728 от 04.02.2026. Адрес издателя, редакции: 426011 Удмуртская Республика, г. Ижевск, переулок Северный, 61, офис 28. Тел.: (3412) 64-64-67, 64-64-70. Тел. рекламной службы: (3412) 64-64-67, 64-64-70. Сайт: repinlife.ru. Тираж 5500 экз. Отпечатано в типографии «Астер» (Индивидуальный предприниматель Попов Дмитрий Евгеньевич). Адрес: 614090 Пермский край, г. Пермь, ул. Емельяна Ярославского, 42-10, тел. 8 (342) 249-54-88.

16+

При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Мнение автора может не совпадать с мнением редакции. Товары и услуги, рекламируемые в журнале, подлежат обязательной сертификации. Подписной индекс издания: на год – 82430, на полгода – 12713. Свободная цена.

В номере использованы фотографии, предоставленные пресс-службой главы и правительства Удмуртской Республики и авторами материалов.

Номер подписан в печать  
24 апреля 2026 года в 18.00

**4 ИЮНЯ**

## «МАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ»

Вы узнаете, как создать, а главное – внедрить мотивирующую заработную плату для своих сотрудников.

Бизнес-тренер: Елена Стрелкова



**5 ИЮНЯ**

## «НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ»

Разберём методы повышения эффективности сотрудников и разработаем личную карту нематериальной мотивации.

Бизнес-тренер: Елена Стрелкова



**18 ИЮНЯ**

## «ЗАКРЫТИЕ СДЕЛКИ И УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТА»

Тренинг ориентирован на решение актуальной проблемы многих менеджеров: неспособность своевременно и качественно завершить сделку и удержать клиента.

Бизнес-тренер: Татьяна Роготнева



**19 ИЮНЯ**

## «СИСТЕМНОЕ МЫШЛЕНИЕ»

Вы получите представление о том, что такое системное и аналитическое мышление. А также познакомитесь с инструментами визуализации, помогающими в решении бизнес-задач.

Бизнес-тренер: Елена Стрелкова



**25 ИЮНЯ**

## «СТИМУЛИРУЕМ ПРОДАЖИ»

На тренинге будем изучать современные техники и стратегии, которые помогут вам не только увеличить объёмы продаж, но и создать постоянную базу лояльных клиентов.

Бизнес-тренер: Татьяна Роготнева



**26 ИЮНЯ**

## «ЧЁТКОЕ ПРОИЗВОДСТВО»

На семинаре разберем основные бизнес-процессы, определим последовательность разработки, анализа и внедрения изменений, определим важность правил, стандартов и ценностей, чтобы каждый сотрудник чётко понимал объём своей работы.

Бизнес-тренер: Елена Стрелкова



**23 ИЮЛЯ**

## «ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕНЕДЖЕРА»

Мы поможем вам осознать ваши сильные стороны и зоны роста, научим регулярно анализировать собственную деятельность и разрабатывать индивидуальный путь развития.

Бизнес-тренер: Татьяна Роготнева



**24 ИЮЛЯ**

## «УПРАВЛЕНИЕ РАЗНЫМИ ПОКОЛЕНИЯМИ»

На тренинге разберём, как управлять разновозрастной командой и повышать мотивацию людей к работе, а самое главное – составим чёткий план работы с нашими подчинёнными.

Бизнес-тренер: Елена Стрелкова



**28 ИЮЛЯ**

## «ОРГАНИЗАЦИЯ КЛИЕНТСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ»

Тренинг посвящён практическим навыкам планирования, подготовки и проведения мероприятий для клиентов. Участники узнают, как создавать запоминающиеся события, которые укрепляют лояльность клиентов и способствуют развитию деловых отношений.

Бизнес-тренер: Татьяна Роготнева



**30 ИЮЛЯ**

## «КАК УВЕЛИЧИТЬ СРЕДНИЙ ЧЕК»

Тренинг посвящён эффективным методам увеличения среднего чека в продажах. Вы освоите практические приёмы up-sell, cross-sell и работы с допродажами, научитесь выявлять потребности клиентов и предлагать им дополнительные товары и услуги, чтобы повысить прибыль компании.

Бизнес-тренер: Татьяна Роготнева



**31 ИЮЛЯ**

## «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ»

Тренинг по эмоциональному интеллекту позволяет начать эффективно общаться с людьми, управлять подчинёнными, ладить с коллегами, находить ключ к настроению высшего руководства, сочувствовать другим, преодолевать сложные ситуации.

Бизнес-тренер: Елена Стрелкова



**ПО ПРОМОКОДУ «РЕПУТАЦИЯ» ДЕЙСТВУЕТ СПЕЦИАЛЬНАЯ СКИДКА 1000 РУБЛЕЙ.**

**Ждём вас на обучении в «Территории Менеджмента».**

Количество мест ограничено, регистрируйтесь сейчас!



Наш сайт



Подписывайтесь на наше сообщество «ВКонтакте» 6+

# «СТРОЙМАСТЕР» В ДЕЙСТВИИ

В Ижевске состоялся региональный этап Национального конкурса профессионального мастерства «Строймастер». Это отраслевое мероприятие призвано популяризировать рабочие профессии и повышать их престиж среди молодёжи.

**К**онкурс прошёл на базе АПОУ УР «Строительный техникум» под эгидой НОСТРОЙ, Минстроя России. Ответственными за его проведение в республике являлись АСРО «Строитель» и РОР «Союз строителей Удмуртии».

«Строймастер» проводится в России с 2010 года. За это время в нём приняли участие более 11 тыс. человек. Динамика конкурса говорит сама за себя. Если в 2022 году участников было чуть более 500 человек, то в 2023-м их число выросло до 800 специалистов из 43 регионов. В 2025 году в конкурсе участвовали уже представители 73 субъектов РФ. Удмуртия подключилась к конкурсу в 2024 году, тогда в Ижевске он прошёл в номинациях «Лучший сварщик» и «Лучший каменщик». В 2026-м в региональном соревновательном процессе приняли участие каменщики и монтажники каркасно-обшивных конструкций.

На площадке строительного техникума в каждой номинации состязались по пять человек – лучшие специалисты, которых делегировали предприятия. Они не только выполняли практические задания, но и демонстрировали знания современных технологий, умение работать с новыми материалами, соблюдать технику безопасности и организовывать свой труд.

## Победители регионального этапа

### Номинация «Лучший каменщик»

- 1 место** – Алексей НАЙДЁНОВ, каменщик ООО «Интерстрой»;
- 2 место** – Анатолий МЕРЗЛЯКОВ, каменщик ООО «Альфа-групп»;
- 3 место** – Иван КОРЕПАНОВ, каменщик ООО «АльмегаСтрой».

### Номинация «Лучший монтажник каркасно-обшивных конструкций»

- 1 место** – Евгений РЯМОВ, плотник ООО Строительная компания «Респект»
  - 2 место** – Юрий УСКОВ, плотник-отделочник ООО «Торгово-сервисная корпорация «Нина»;
  - 3 место** – Руслан ОВЧИННИКОВ, плотник ООО «Интерстрой».
- Все победители и участники получили дипломы, денежное поощрение и подарки.



### Вячеслав БАЧУРИН,

первый заместитель министра строительства, ЖКХ и энергетики Удмуртской Республики:

– Раньше соревнования профессионалов проходили довольно часто – при крупных предприятиях работали учебные комбинаты, и вся система была настроена на популяризацию рабочих специальностей. На современном этапе такие конкурсы необходимы, как воздух. Они позволяют не только соревноваться, но и обмениваться опытом, а, в конечном счёте, – улучшать производительность труда. Именно поэтому я желаю, чтобы подобные мероприятия проводились чаще, а количество их направлений расширилось.



### Александр ХОДЫРЕВ,

директор РОР «Союз строителей Удмуртии», председатель Совета АСРО «Строитель»:

– Если строители работают, возводятся объекты, значит, страна развивается. Наш конкурс посвящён популяризации этой профессии. Я благодарю участников за то, что они пришли, руководителей предприятий – что позволили работникам участвовать. Особая признательность – строительному техникуму и его директору Михаилу Муссаеву за неизменно высокий уровень организации площадок. Мы тесно сотрудничаем с Министерством строительства, я благодарен коллегам за поддержку в этом мероприятии.



### Роман УРВАНЦЕВ,

директор АСРО «Строитель»:

– Конкурс – хороший урок для участников, которые решились на соревнования, пример для тех, кто сегодня ещё занимается в аудиториях, но завтра выйдет на стройплощадки. Уверен, мероприятие для всех станет важной школой и серьёзным этапом в профессиональной карьере.

# ЭКОНОМИТЬ С УМОМ

Общий экономический эффект от внедрения проектов повышения производственной эффективности в «Удмуртнефти» составил около 180 млн рублей.

**В** 2025 году были реализованы 18 проектов, способствующих увеличению объёмов нефтедобычи, экономии энергоресурсов, оптимизации производственных процессов и улучшению экономических показателей.

На 14 скважинах Ельниковского, Есенеицкого и Чутырского месторождений для гидро-разрыва пласта стали использовать гель на основе минерализованной воды из системы поддержания пластового давления. Экономия при этом за два месяца прошлого года составила более 0,5 млн рублей. Гель не подвержен биодеструкции. Жидкость на его основе не требует подогрева в холодное время года. Применение нового состава сокращает затраты на логистику, так как используется вода из скважины.

Успешные испытания прошёл насос, снижающий избыточное давление газа из затрубного

пространства. Разработка позволяет увеличить приток нефти к скважине и повысить добычу. В данный момент в работе находятся 69 установок. Благодаря внедрению удалось получить 126 млн рублей экономии.

На Красногорском месторождении внедрена технология, сокращающая продолжительность бурения скважин. Несмотря на использование стандартной рецептуры бурового раствора, инновация позволяет сократить сроки строительства скважин более, чем на трое суток за счёт применения одного типоразмера долота на протяжении всего процесса бурения. Экономический эффект при строительстве горизонтальных скважин по новой технологии составляет свыше 4 млн рублей на каждую.

Прогнозируемый на ближайшую пятилетку экономический эффект от внедрения инноваций в «Удмуртнефти» составляет более 1,5 млрд рублей. ●



**Х** БАНК ХЛЫНОВ

8 800 250-2-777  
bank-hlynov.ru

**Принимайте  
платежи по СБП  
без комиссии**

**0% на прием платежей  
по СБП до 1 000 000 ₽  
в месяц!**



**АО КБ «Хлынов», г. Ижевск, ул. Ленина, 17**

В акции могут участвовать ЮЛ и ИП, на момент начала проведения акции не имеющие действующего договора РКО и открывшие в период проведения акции новый расчетный счет на Пакетах услуг РКО: «Тариф 10», «Тариф ИП», «Тариф 25», «Тариф 75», Тариф «Селлер», Тариф «Селлер Плюс», Тариф «Селлер Премиум», «Тариф 250». Срок проведения акции: 01.02.2026 – 30.04.2026. Территория проведения акции: Киров, Кировская обл., Йошкар-Ола, Самара, Пенза, Ижевск, Ульяновск, Пермь, Саранск, Чебоксары. Участникам акции устанавливается льготный тариф по услуге СБП за зачисление на счет денежных средств, поступивших в результате сервиса СБП в независимости от классификации клиента по типу деятельности: при обороте по услуге СБП до 1 млн руб. в месяц включительно – 0% комиссии; при обороте по услуге СБП более 1 млн руб. в месяц – в размере, установленном Стандартными тарифами комиссионных вознаграждений на предоставляемое обслуживание ЮЛ и ИП в АО КБ «Хлынов». Срок действия льготного тарифа устанавливается с момента подключения услуги СБП на срок до момента расторжения последнего договора РКО или отключения услуги СБП. Повторно условия акции на клиента не распространяются. В случае, если клиент расторгает договор СБП, закрывает расчетный счет или переходит на обслуживание на акционный/бесплатный пакет услуг РКО или на Стандартные тарифы, то данный льготный тариф прекращает свое действие и устанавливается комиссия в соответствии со Стандартными тарифами. Предложение не является офертой. Подробная информация в офисах банка, по телефону 8 800 250-2-777 и на сайте: bank-hlynov.ru. Условия действительны на 01.02.2026 г. АО КБ «Хлынов», 610002, г. Киров, ул. Успенская, 40, ОГРН: 1024300000042. Лицензия ЦБ РФ №254.



РЕКЛАМА

# СМОтрим в будущее



В этом году исполняется 20 лет Совету муниципальных образований (СМО) Удмуртии. О его роли в жизни муниципалитетов, трансформации местной власти и её взаимоотношений с бизнесом поговорили с представителями Совета.



## Владимир ГОЛОВИН,

председатель СМО Удмуртии, глава Увинского района:

– За 20 лет муниципалитеты Удмуртии прошли большой путь трансформации. И СМО всё это время является площадкой, где решаются общие вопросы, аккумулируются лучшие практики и отстаиваются общие интересы. Представители Совета – главы муниципальных образований – участвуют в законотворческой деятельности, входят в межведомственные комиссии на уровне регионального правительства и имеют возможность представлять позицию тех, кто работает на местах. Самое главное – мы получили возможности для развития и самостоятельного проектирования будущего с жителями и бизнесом.

Удмуртии есть чем гордиться в плане развития муниципального управления. Мы одними из первых в стране перешли на одноуровневую систему, сделав это масштабно, охватив все районы. Объединение муниципальных образований позволило сократить документооборот, консолидировать ресурсы, избавиться от избыточных и дублирующихся функций.

Так, например, много дискуссий ведётся вокруг вопроса о полномочиях в градостроительной деятельности. Позиция Совета – передать их муниципалитетам (кроме Ижевска и Завьяловского района). Это сократит скорость принятия решений, в том числе в части утверждения, изменения генеральных планов и правил землепользования; положительно отразится на вопросах привлечения инвестиций и поддержки бизнеса.

Также наш регион может служить примером внедрения бережливого производства в органах власти, у нас активно развивается инициативное бюджетирование и самообложение. Прекрасные результаты по программе «Комплексное развитие сельских территорий». В этом году объем финансирования составит 4,5 млрд рублей. Это, конечно, заслуга властей региона, главы республики **Александра Бречалова**, но также результат работы на местах и вовлечённости жителей и бизнеса. Многие регионы не могут развивать эти программы из-за отсутствия интереса у предпринимателей.

Бизнес сейчас играет важную роль в развитии муниципалитетов: мы открыты друг для друга и научились взаимодействовать на благо общего развития.

Районы становятся всё более привлекательными для инвестиций. Здесь доступнее ресурсы, есть кадры и меньше конкуренция. Современные технологии позволяют высококвалифицированным специалистам работать удалённо, а значит, бизнес уже не «связан» большими городами.

Мы готовы всячески содействовать бизнесу, а он видит необходимость думать о создании комфортной среды для сотрудников. Дефицит кадров последних лет показал: чтобы привлечь людей, недостаточно поднять зарплату. Нужно нечто большее. В этом наша общая цель. И Удмуртия здесь является отличным примером: совместными усилиями власти и бизнеса строится инфраструктура, создаются общественные пространства, проводятся капремонты, строится жильё и социальные объекты.

## МУНИЦИПАЛИТЕТЫ ПЕРЕШЛИ ОТ МОДЕЛИ «СОДЕРЖАТЕЛЯ» К МОДЕЛИ «РАЗВИВАЮЩЕГО ПАРТНЁРА»

Сейчас перед нами новая большая задача – «приземление» № 33-ФЗ о местном самоуправлении. До 2028 года предстоит распределить полномочия между исполнительными органами республики и органами местного самоуправления. Для этого по инициативе СМО УР создана межведомственная комиссия при правительстве республики, в состав которой вошли и руководители муниципалитетов.

**В УДМУРТИИ СОВМЕСТНЫМИ УСИЛИЯМИ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА СТРОИТСЯ ИНФРАСТРУКТУРА,**  
создаются общественные пространства, проводятся капремонты, строится жилье и социальные объекты.



### Дмитрий ЧИСТЯКОВ,

глава Ижевска:

– 20 лет – немалый период для развития, при том, что жизнь не стоит на месте.

За это время Совет помог сделать связи между городами и районами

Удмуртии более тесными, дал возможность обмениваться опытом, более эффективно применять лучшие практики. Связь стала более конструктивной, а взаимодействие – более тесным и плодотворным, ведь наша общая цель – решение социальных и экономических проблем, повышение уровня жизни людей и вовлечение их в процесс осуществления местного самоуправления. Плюс к этому – выработка единой позиции.

Благодаря участию в ВАРМСУ мы узнаем и о жизни муниципальных образований страны, стремимся применять их практики.

Ежегодно перед муниципалитетами появляются новые задачи. И мы постоянно ищем новые механизмы работы, используем все ресурсы для достижения позитивных результатов. Но самым главным итогом постоянного развития местного самоуправления считаю открытость власти и её готовность к прямому и честному диалогу с жителями и бизнесом.

На сопровождении администрации Ижевска находятся 64 инвестпроекта с объёмом инвестиций более 53 млрд рублей. Совместно с предпринимателями мы развиваем общественные пространства, создаём среду, в которой людям хочется жить и работать.

Ижевск – промышленный центр с богатой историей, который продолжает лидировать по росту объёмов обрабатывающих производств в ПФО. В два раза после ковида выросли объёмы производства на крупных и средних предприятиях. А количество субъектов МСП увеличилось почти на 5%.

Создание условий для развития бизнеса и привлечения инвестиций – ключевая задача Ижевского городского фонда поддержки малого и среднего предпринимательства.

### Павел КУДРЯВЦЕВ,

глава Сюмсинского района

Удмуртии:

– СМО и ВАРМСУ стали надёжной опорой для администрации района. Это и методическая поддержка, и доступ к передовым управленческим технологиям, возможности участвовать в федеральных и региональных программах развития, формировании имиджа района и привлечении дополнительных ресурсов. Это сотрудничество позволило сделать управление районом более современным, открытым, ориентированным на реальные потребности жителей.

Удалось реализовать ряд значимых изменений, которые напрямую повлияли на развитие муниципальной среды и повышение качества жизни людей. Совет стал площадкой для обсуждения и внедрения инициатив, направленных на оптимизацию работы администрации, повышение прозрачности и вовлечённости граждан в принятие решений. Налажен обмен опытом с другими районами.

20 лет назад благоустройство ограничивалось ремонтом дорог и дворов. Сегодня во взаимодействии с ВАРМСУ реализуются масштабные проекты по созданию парков, набережных, общественных центров. Заметно увеличилась и вовлечённость жителей района в инициативные проекты. Только за три года их реализовано 166.

Муниципалитеты перешли от модели «содержателя» к модели «развивающего партнёра».

Район становится привлекательнее для инвесторов. В 2025 году реализовывалось восемь инвестпроектов на 100,8 млн рублей. Из них три уже завершены. Создано 69 новых рабочих мест. В консолидированный бюджет поступило 14,2 млн рублей.

Взаимодействие с инвесторами строится на принципах партнёрства, прозрачности и долгосрочного сотрудничества. Приоритет – местным инвесторам. Особое внимание – проектам комплексного развития. Проекты сопровождаются по регламенту одного окна с комплексной поддержкой на всех этапах. ●



## УДМУРТИИ ЕСТЬ ЧЕМ ГОРДИТЬСЯ В ПЛАНЕ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

АНАТОЛИЙ ГАНИН

# ДРУГОЙ МАСШТАБ. ДРУГОЙ РЕЗУЛЬТАТ

Торгово-промышленная палата Удмуртской Республики переживает системную трансформацию. Её приоритетом стали проекты, создающие новые точки роста для бизнеса и экономики региона. О них – в интервью Президента ТПП УР **Анатолия Ганина**.



**Анатолий ГАНИН,**

Президент Торгово-промышленной палаты Удмуртской Республики

**А**натолий Андреевич, Удмуртия входит в тройку регионов-лидеров по темпам промышленного роста в России. Какую роль здесь играет ТПП и что изменилось в её работе за последний год?

– Роль палаты – не просто сопровождать бизнес, а создавать реальные условия для промышленного роста. И здесь мы сделали несколько системных шагов. Во-первых, принципиально изменили подход к ключевой функции ТПП – подтверждению российского происхождения продукции для целей применения преференций нацрежима в сфере закупок.

Подтвердить «российскость» производства – порой довольно трудоёмкая задача: заводу нужно пройти несколько проверок, доказать «биографию» каждой детали, каждого болтика, подтвердить квалификацию, техпроцессы, НИОКРы и другое.

Раньше весь процесс растягивался на годы, сейчас занимает в среднем 2–4 месяца. Мы понимаем: для предприятия важно заключение контракта, а реестровая запись Минпромторга – это лишь инструмент. Поэтому мы совместно строим дорожную карту, даём советы, какие узлы нужно локализовать, какие импортозаместить, разбираем все «узкие» вопросы, чтобы предприятие успело к конкурсу, выиграло его, получило оплату и заплатило налоги. В прошлом году более 100 наших компаний воспользовались таким сильным конкурентным преимуществом (совокупно на более, чем 1000 товаров).

**– Что ещё принципиально изменилось в работе ТПП?**

– Практически всё, что связано со скоростью нашей работы. Например, мы существенно перестроили блок экспертизы и сертификации

## В ЭТОМ ГОДУ МЫ ПЛАНИРУЕМ СОЗДАНИЕ R&D-ЦЕНТРА (ЦЕНТРА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК) совместно с ведущими вузами и научными институтами России, с одной стороны, а с другой – с крупнейшими предприятиями Удмуртии.

внешнеэкономической деятельности. Теперь все документы, необходимые для ВЭД, оформляем за день-два. За прошлый год выдали свыше 1000 сертификатов происхождения товаров в более чем 50 стран мира. То же самое касается справок об обстоятельствах непреодолимой силы, проверок зарубежных контрагентов и других услуг.

### – Какие проекты, помимо операционной работы, в вашем фокусе?

– Первое – формирование при ТПП Агентства сопровождения контрактов для предприятий Удмуртии. Это проект, который займётся созданием сети продвижения товаров и услуг в России и за рубежом. Уже есть такие запросы, задача на ближайшие два года – содействие заключению контрактов на сумму свыше 5 млрд рублей.

Второй важный момент тоже связан с экономикой региона – сегодня промышленность Удмуртии развивается опережающими темпами, но заказы в основном только размещаются у нас, а маржа и права на технологии находятся за пределами Удмуртии. А ведь здесь сильнейшая инженерная школа, сформированная поколениями. Наши предприятия способны решать задачи, которые для других регионов – просто за гранью фантастики. Вижу роль ТПП в том, чтобы привлекать такие проекты в республику и правильно их структурировать. Уже в этом году мы планируем создание R&D-центра (центра коммерциализации научных разработок) совместно с ведущими вузами и научными институтами России, с одной стороны, а с другой – с крупнейшими предприятиями Удмуртии. Чтобы интеллектуальная собственность создавалась, работала в регионе и влияла на валовой региональный продукт.

### – Вы, кстати, один из первых руководителей региональных ТПП в нашей стране, кто заявил о необходимости внедрения ИИ в работе региональных палат.

– Да, мы одни из первых в России создаём систему искусственного интеллекта для оперативных экспертиз и поддержки принятия решений. У нас сформирована сильная команда ИИ-архитекторов, и сейчас несколько направлений в работе – это и системы глубокого анализа в целях помощи экспертам, и оценка нормативных актов.

Здесь важнейшим аспектом является безопасность и закрытый контур обработки информации.



Поэтому мы не спешим с внедрением, а действуем поступательно, прорабатывая все риски, в том числе и с учётом развития технологий в будущем.

### – А что для вас лично как для Президента ТПП станет главной задачей на этот год?

– Во-первых, кратный рост количества республиканских предприятий, к которым применяются преференции нацрежима в закупках. Наш регион должен стать бенефициаром от новой системы. Для этого нужно сокращать сроки, убирать бумажные барьеры между предприятием и реестром отечественной продукции. И здесь мы готовы предложить не только экспертизу, но и комплексный подход – проработку концепции локализации узлов и комплекующих, сопровождение импортозамещения.

Но скажу честно: выдать 1001-й сертификат, или сделать сотый перевод на японский не является нашей стратегической задачей.

Мы сосредоточены над системными задачами промышленности региона – важно, чтобы Удмуртия стала точкой концентрации интеллектуальной собственности. Именно здесь должны создаваться производства с высокой добавленной стоимостью. Именно на наших предприятиях должна первой выходить продукция с принципиально новыми для рынка характеристиками. Именно сюда должны стремиться таланты инженерной мысли. И поэтому сюда должны приходить инвестиции. Это и может обеспечить другой масштаб и, убеждён, другой результат. ●

*Сергей Катyrин, Президент Торгово-промышленной палаты России, Александр Бречалов, Глава Удмуртской Республики, Анатолий Ганин, Президент Торгово-промышленной палаты Удмуртской Республики, на ПМЭФ-2025*

## ЦИФРЫ

**9** соглашений заключила ТПП за 2025 год, в том числе на ПМЭФ;

**250+** резидентов объединяет ТПП, их количество растёт;

**7** новых комитетов сформированы.

Группа в ВК 6+



ЭМИЛЬ БИКМЕЕВ

# БИЗНЕСУ НУЖНЫ ДЕНЬГИ И ЧЕСТНОСТЬ

Год назад в «Корпорацию развития УР» пришёл новый руководитель. Эмиль Бикмеев стал победителем конкурса и в апреле 2025 года приступил к работе. В интервью журналу «Деловая Репутация» он подвёл итоги прошлого года, раскрыл планы на 2026-й, рассказал о новых инструментах поддержки (включая уникальную услугу по поиску заказчиков) и объяснил, почему «День предпринимателя» в этом году будет не про «потусить», а про качественные переговоры.



**Эмиль БИКМЕЕВ,**

руководитель Корпорации развития Удмуртской Республики

## От инженера до директора: как прошлое помогает понимать бизнес

– Эмиль Радикович, вы прошли путь от инженера-конструктора до руководителя Корпорации. У вас есть опыт и в бизнесе, и на госслужбе. Как эти компетенции помогают в новой должности?

– Предпринимательская жилка у меня с детства: родители – предприниматели, брат – тоже. В конкурсе «Команда Удмуртии» я участвовал, уже занимаясь бизнесом, был самым молодым участником. Благодарен **Ирине Николаевне Макарычевой**, которая тогда позвала меня в команду и сказала: «Всё будет хорошо». И я ни разу не пожалел.

Опыт работы в госвласти даёт понимание, как работает эта большая машина, нацеленная на то, чтобы людям было хорошо. Без этого знания помогать бизнесу было бы сложнее. А инженерное образование (ИжГТУ, спасибо преподавателям) научило и приучило мыслить процессами и хорошо их структурировать. Это применимо где угодно – хоть в конструировании, хоть в развитии региональной экономики. А опыт собственного бизнеса позволяет не гадать, а чувствовать предпринимательскую повестку изнутри.

## Год перезагрузки: отказ от «формальности» в пользу реальных контрактов

– Что вы застали, когда пришли, и что изменили за год?

– Весь 2025 год был, скорее, переходным и посвящён настройке команды. Сегодня штат

## МЫ НЕ ПРЕБЫВАЕМ В ИЛЛЮЗИЯХ, ПРЕКРАСНО ПОНИМАЕМ,

как на самом деле живёт российский бизнес. Есть сложности, и мы можем пройти этот путь вместе. Но решение – за бизнесом.

укомплектован на 98%, это сильная команда, на которую можно опираться. Мы провели плановую оптимизацию, отказались от направлений, которые вызывали вопросы с точки зрения прозрачности процессов. Сделали ставку на экспорт и развитие бизнеса внутри страны.

### Итоги 2025 года говорят сами за себя:

- 97 компаний заключили контракты при содействии Корпорации на внутреннем рынке на 131,5 млн рублей.
- На внешнем рынке (при содействии Центра поддержки экспорта) контракты более чем на 13 млн долларов США.
- Почти 5000 компаний получили поддержку в разных формах: образовательную, финансовую, консультационную.
- Удмуртский Фонд развития предпринимательства выдал 473 микрозайма на общую сумму 1,4 млрд рублей.

Отдельно горжусь нашим Конгресс-центром – структурным подразделением Корпорации. Его руководитель **Евгения Трофимова** что-то невероятное творит с нашим бизнесом. Их практику признали лучшей в стране. В прошлом году они побывали вместе с предпринимателями на выставках «Арктика», в этом году — MosBuild, «Нефтегаз», и компании привезли оттуда реальные контракты на десятки миллионов. Задача – чтобы и далее наш бизнес максимально присутствовал (и эффективно) на выставках, ярмарках и других мероприятиях по стране.

Главное в этом году – мы изменили философию. Сегодня Корпорация развития – это не просто оператор мер поддержки, а организация, которая нацелена на увеличение выручки компаний. Мы не пребываем в иллюзиях, прекрасно понимаем, как на самом деле живёт российский бизнес. Есть сложности, и мы можем пройти этот путь вместе. Но решение – за бизнесом.

## 2026 год: ставим на «полезность», а не на массовость

### – Какой главный критерий успеха для вас сейчас?

– Пользу мы смотрим в контрактах и деньгах. Самое ценное, что можем принести бизнесу, – это живые деньги. Поэтому в 2026 году мы сознательно



делаем публичные мероприятия чуть скромнее, чтобы больше средств направить на реальные меры поддержки, на снижение затрат компаний.

### Цели на год амбициозные:

- Продать продукцию, сделанную в Удмуртии, для компаний, работающих с Корпорацией, на 0,5 млрд рублей. Для нас это будет впервые.
- Организовать для наших компаний не менее 1500 переговоров с потенциальными заказчиками.
- Обеспечить экспортных контрактов не менее чем на 13 млн долларов (сохранение планки 2025 года, но с качественным ростом).

### – Вы анонсировали новую уникальную услугу.

#### Расскажите подробнее.

– Да, называется «поиск и подбор заказчика». Ни одна другая инфраструктура поддержки в стране пока не предоставляет её системно. Суть простая: Корпорация берёт на себя задачу найти покупателя под продукт компании. Мы проводим закупочные сессии, сводим производителя с конкретными селлерами, дистрибьюторами, крупными сетями.

Недавно мы протестировали механизм на мебельной компании «Мама Мебель». Они ставили задачу увеличить число селлеров в структуре заказчиков, но самостоятельно не получали результат. Мы подключились – отдельно здесь отмечу

## СПРАВКА «ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ»

Корпорация развития Удмуртской Республики (АНО) – ключевой институт поддержки предпринимательства.

В 2026 году продолжает работу по нацпроекту «Эффективная и конкурентная экономика».

Услуги (включая поиск заказчиков, размещение в каталогах, участие в шоуруме) для бизнеса бесплатны.

Обратиться можно через официальный сайт или в офис.

компетенции нашего Республиканского Центра инжиниринга – и получили 17 подтверждений от селлеров, готовых рассматривать их продукцию. Это вау-эффект. Сейчас доводим до ума процесс и делаем его регулярной бесплатной услугой.

Важно: мы запрашиваем у компании серьёзную анкету – кредитную историю, деловую репутацию, судебные дела. Потому что самое страшное – если наш бизнес подведёт контрагентов. Мы отвечаем за качество презентации.

## САМОЕ ЦЕННОЕ, ЧТО МОЖЕМ ПРИНЕСТИ БИЗНЕСУ, – ЭТО ЖИВЫЕ ДЕНЬГИ

### Главные мероприятия 2026

– Традиционные форумы – «День предпринимателя» в мае и «Сделано в Удмуртии» в сентябре. Что изменится?

– День предпринимателя (20–22 мая) в этом году пройдёт под девизом: «Мой бизнес – путь к новым рынкам». Мы уходим от формата массового гуляния к качественной проработке. Акцент – на диверсификацию: когда проседает внутренний рынок, выручает внешний, и наоборот.

#### Что будет:

- 20 мая – старт закупочной сессии с покупателями из Монголии.
- 21 мая – основная программа на Центральной площади. Начнём с утренней зарядки и бизнес-завтрака. Затем секции: E-som (маркетплейсы), «Креативные индустрии» (многие компании даже не знают, что относятся к этой сфере), «Экспорт» (приезжает делегация Российского экспорт-

ного центра) и «Маркетинг» от партнёров форума. Будут фудкорт от ресторанов Ижевска, открытая студия радио, ярмарка.

- 22 мая – продолжение закупочных сессий, уже внутренний рынок.

«Сделано в Удмуртии» тоже меняется. Осенью 2026 года форум пройдёт в формате промышленной выставки «ПромЭкспо», с закупочными сессиями «Сделано в Удмуртии». Хотим не показывать, а продавать продукцию, сделанную в республике. При этом сферу услуг не исключаем – для её представителей это шанс найти корпоративных клиентов.

### Образование и компетенции: платные программы, но с большой пользой

– Один из главных запросов бизнеса – не только деньги, но и знания. Что с образовательными программами?

– Многие образовательные программы мы перевели на платную основу. Но это сознательное решение: так мы отсекаем «туристов» и работаем с теми, кто готов вкладываться в свой рост.

#### Что будет:

- Продолжаем акселератор для участников СВО (третий поток) совместно с Корпорацией МСП и «Единой Россией». Результаты прошедших впечатляют: например, мебельная компания «Мистер Дрёма» за три месяца после акселератора заработала с нуля 2,5 млн рублей. Другой участник запустил мастерскую кожаных изделий, я сам проголосовал рублём и купил у него полезную вещицу.
- «Каникулы предпринимателя» – коммерческий проект, где бизнесмены на несколько дней полностью отключаются от операционки, живут по расписанию, тренируются, учатся и на выходе получают готовый план действий. Это ответ на запрос «дайте другой угол обзора».
- Открытые семинары и вебинары по маркетинг-плейсам, внедрению ИИ, нейросетей и другим актуальным темам как всегда в Центре «Мой бизнес» в течение года.

### Экспортная повестка: от Китая до ЮАР

– Куда поедут предприниматели из Удмуртии в 2026 году?

– Направлений много, и все они – с господдержкой. Мы берём на себя все затраты, кроме командировочных. Предпринимателю остаётся



## Я ХОЧУ, ЧТОБЫ ЛЮДИ ЧЕСТНО ГОВОРИЛИ МНЕ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ.

Бывает: оказали меру поддержки, а потом узнаём, что компания недовольна. Без честной обратной связи мы не сможем докручивать процессы, будем топтаться на месте.

только прилететь и качественно презентовать продукт. Мы со своей стороны очень требовательно подходим к результатам: в коммерческой бизнес-миссии стараемся максимально реализовать запрос предпринимателя.

### План-график бизнес-миссий на 2026 год:

- Апрель – коммерческая бизнес-экспедиция в Гуанчжоу (Китай). Четыре представителя республики посетили крупнейшую Кантонскую ярмарку, четыре завода в Китае под запрос своего бизнеса. Ранее такого Корпорация не делала.

- ПМЭФ (Санкт-Петербург, 3–6 июня) – впервые повезём бизнес на форум. Организуем им переговоры в нулевой день. У нас будет своё пространство для презентаций, для тех, кто не может приехать лично, – электронная витрина с продукцией.

- Промышленная выставка «Иннопром» в Узбекистане, рассматриваем республику как логистический хаб. Продукцию представят шесть представителей МСП и один крупный бизнес. Каждый МСП участвует с господдержкой.

- Реверсная бизнес-миссия из Монголии в Ижевск.

- Бизнес-миссии в ЮАР и Индонезию – время выходить на эти рынки.

- Летом летим с коммерческой бизнес-экспедицией в Южную Корею.

Также планируем реверсную миссию из КНР и поездку в Алматы. Плюс – обучение экспортной деятельности, софинансирование логистики. Центр поддержки экспорта у нас уникальный: руководитель **Валерия Антоненко** делает удивительные вещи, выжимает максимум для наших компаний, сотрудники с английским и китайским языками – это уже базовый уровень, в основном – ещё круче.

### Честность как главный запрос

– Какой главный результат вы хотите получить по итогам 2026 года?

– Сначала пожелание к предпринимателям – активно проявляйте себя, используйте все возможности, которые у Корпорации, поверьте, есть. Мы открыли и развиваем шоурум «Сделано в Удмуртии», где первым делом оказываются все гости



Корпорации и республики. Бесплатно – ваша продукция здесь. И это может «выстрелить» в любой момент. Каталог производителей от республиканского Центра инжиниринга – ещё один бесплатный канал презентации вашей продукции. Увеличивайте своё присутствие на всех возможных площадках. Создаётся и электронная витрина – во время любых переговоров наши сотрудники могут отправить потенциального заказчика, покупателя к вам на страницу.

## ПОЖЕЛАНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ – АКТИВНО ПРОЯВЛЯЙТЕ СЕБЯ, ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ, КОТОРЫЕ У КОРПОРАЦИИ, ПОВЕРЬТЕ, ЕСТЬ

Об итогах. Цифры я уже назвал. Но есть ещё один, нецифровой, результат. Я хочу, чтобы люди честно говорили мне обратную связь. Бывает: оказали меру поддержки, а потом узнаём, что компания недовольна. Без честной обратной связи мы не сможем докручивать процессы, будем топтаться на месте.

Поэтому моё пожелание предпринимателям и всем стейкхолдерам: говорите честно, говорите открыто, говорите в глаза. И тогда мы решим всё. ●

МИХАИЛ ТАПЕРИЧКИН

# Бизнесу выгодно быть человечным

Снижение уровня доверия к рекламе побуждает бизнес искать новые инструменты для продвижения.

**Михаил Таперичкин**, предприниматель и основатель ассоциации «Московский бизнес за семью», в интервью нашему журналу – о том, почему бесплатные какао или ремонт детской обуви могут действовать эффективнее миллионных маркетинговых бюджетов, и почему семейноцентричность становится конкурентным преимуществом и главным трендом ближайших лет.



**Михаил ТАПЕРИЧКИН,**

предприниматель,  
основатель ассоциации  
«Московский бизнес за семью»

## Не благотворительность, а win-win-win

– Михаил, тема семейных ценностей в бизнесе часто воспринимается как социальная нагрузка. Как вам пришла идея превратить её в отдельный проект – ассоциацию?

– Это связано с личной историей. Я из многодетной семьи, мама нас воспитывала одна, две моих сестры сейчас – многодетные. У меня самого двое детей, а у жены – пять братьев и сестёр. Поэтому семейные ценности изначально были введены в моих компаниях – я в бизнесе свыше 13 лет, и мы всегда относились и относимся к людям не просто как к сотрудникам или клиентам, а смотрим чуть глубже, узнаём их внутренние потребности, ощущения.

Года полтора назад стало понятно, что наша деятельность в семейном направлении вышла за рамки частной инициативы и переросла в ассоциацию предпринимателей, которые имеют схожие с нами ценности. Для меня стало приятным удивлением, что таких компаний достаточно количество, что они внедряют те или иные меры по поддержке семей. Просто о них немногие знают, они недостаточно доносятся или плохо проработаны.

– Но многих предпринимателей пугает слово «ассоциация» – что участие может быть сопряжено с серьёзной финансовой нагрузкой...

– Да, мы столкнулись с этим. Нас часто путают с благотворительными фондами. Но это принципиально другая история. Мы занимаемся коммерцией, наша цель – показать, что меры поддержки семей должны стать выгодны всем участникам процесса: и бизнесу, и клиенту, и государству. Это модель win-win.

Поэтому мы упростили вход. Сейчас в Москве около 400 партнёров разделяют наши ценности. Это компании, у которых практики уже были, но им не хватало правильной формализации и позиционирования. Для них мы выступаем скорее агрегатором лучших практик, навигатором для тех, кто хочет внедрять семейноцентричность, но не знает, с чего начать.

– В чём, на ваш взгляд, главная проблема современных просемейных инициатив? Ведь многие компании пытаются что-то делать, но получается не у всех.

– Самая частая проблема, с которой сталкиваемся, – мера есть, а отношения к ней нет. Можно что-то делать, что-то внедрять, но если руководитель сердцем не уважает семью, это остаётся просто статьёй расходов. Приведу классический пример. Есть прекрасная советская инициатива – путёвки в санаторий. Казалось бы, так компании могут подчёркивать особый статус семьи. Но зачастую она разбивается об исполнителей: чтобы получить путёвку, сотрудникам нужно обить 15 порогов, несколько раз унизиться. Мы доносим до бизнеса простую истину: любая мера не работает без правильного позиционирования. Привилегия должна вручаться торжественно, с особым уважением. Без этого она превращается в формальность, которая не мотивирует ни сотрудника, ни клиента.

## Лучшие кейсы

– Михаил, вы можете привести конкретные примеры из практики ваших партнёров, которые работают и вдохновляют?

– Их очень много, и они разные. Один из моих любимых – компания, владеющая сетью

**НАША ЦЕЛЬ – ПОКАЗАТЬ, ЧТО МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ СЕМЕЙ ДОЛЖНЫ СТАТЬ ВЫГОДНЫ ВСЕМ УЧАСТНИКАМ ПРОЦЕССА:**  
и бизнесу, и клиенту, и государству. Это модель win-win.

роботизированных автомоек. Базовая история: она предоставляет скидку 10% для многодетных семей. Но есть и «изюминка»: здесь бесплатно обслуживаются автомобили детских врачей-нейрохирургов Морозовской больницы. Эффект потрясающий. Сотрудники моек гордятся своей работой, рассказывают о ней. Они чувствуют причастность к большому – к помощи в борьбе с детской смертностью, поддержке врачей. Компания получает мощнейший HR-бренд и мотивированный персонал, который работает не только ради денег.

Ещё пример – общепит. Родители приходят в кофейню, покупают кофе, а их дети получают бесплатно какао. Себестоимость стаканчика этого напитка – 7–8 рублей. А покупатель, ощутив внимание, формирует привычку приходить именно сюда. LTV – пожизненная ценность клиента – растёт в разы. У другого нашего партнёра – федеральной компании «Лепим и Варим» – в концепте утверждено, что при заказе взрослой порциипельменей или покупке на 200 руб. малыши до семи лет получают детскую порциюпельменей и напиток бесплатно. Без справок, без каких-либо подтверждающих документов. Это низкокзатратная мера, но она становится мощным инструментом удержания интереса покупателей.

**– В каких компаниях может применяться семейноцентричность? Или это удел исключительно сферы услуг и малого бизнеса?**

– Абсолютно любой бизнес – федеральный, региональный, большой, маленький, зрелый – способен формировать это отношение. В первую очередь – для внутренних сотрудников. Если компания работает в сегменте B2B, она может дать эту уверенность своему персоналу. У нас в ассоциации есть партнёр, который не работает с физическими лицами, но его демографическая мера – это скидки и предпочтения компаниям из B2C, которые внедрили просемейные практики. То есть он поддерживает такой бизнес своей мерой, а сам получает дополнительный приток клиентов.

А есть примеры совсем маленьких предпринимателей. Я знаю ремесленника, который ремонтирует обувь. Он ввёл правило: всю детскую обувь до 35 размера чинит бесплатно. Не потому что получает сверхприбыль, а потому что это его внутренний позыв. Родители, увидев такое отношение к их детям, несут к нему и свою обувь,



рассказывают знакомым. Казалось бы, что может придумать сапожник? Но он вносит свой вклад в семейные ценности. И это пример того, что каждый владелец, собственник, может задуматься, а что конкретно он может сделать для поддержки семей.

Сейчас некоторые компании выплачивают 1 млн руб. за рождение ребёнка. Это классно, но будем объективны: очень немногие могут позволить себе такую меру. Но в моём понимании ремесленник, который бесплатно чинит детскую обувь, и компания, выплачивающая миллион, абсолютно равны по мере своего вклада в демографию. Семейноцентричность адаптируется под все сегменты и масштабы. Вопрос только в искреннем желании и правильном позиционировании.

### **Экономика семейноцентричности**

**– Бизнес в первую очередь – это математика. Можно ли просчитать экономический эффект от бесплатного какао или пельменей?**

— Безусловно, бизнес – это цифры. Просто их нужно считать комплексно. Допустим, кофейня может легко отследить, как меняется частота звонков клиента в течение года. Компания может понять, сколько многодетных семей купили товары со скидкой. Но есть вещи, которые сложно оцифровать в моменте. Например, мы живём в эпоху кадрового голода. И чтобы конкурировать

**Я НА 100%  
УВЕРЕН, ЧТО  
СЕМЕЙНОЦЕН-  
ТРИЧНОСТЬ – ЭТО  
НОВЫЙ ТРЕНД  
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ  
ПОЗИЦИОНИРОВА-  
НИЯ КОМПАНИЙ**



## СЕЙЧАС В МОСКВЕ ОКОЛО 400 ПАРТНЁРОВ РАЗДЕЛЯЮТ НАШИ ЦЕННОСТИ



за сотрудников, работодатель должен выделяться. Когда сотрудник знает, что в день рождения ребёнка имеет право на выходной (и ему не нужно отпрашиваться), или что компания бесплатно моет машины врачей, как я уже говорил, – это снижает текучку. А стоимость найма нового работника сегодня огромна.

### Как не навредить сотрудникам

– Мы говорим о внешних мерах для клиентов.

**А что происходит внутри компании? Как семейные ценности влияют на микроклимат?**

– Внутренние меры, наверное, даже важнее. Это фундамент. Если вы не уважаете свои коллективы внутри, ваши сотрудники не смогут транслировать это уважение вовне. Расскажу о нашей практике. В моих компаниях действует целый пакет мер. Начну с базового: если у сотрудника рождается ребёнок, ему выплачивается 15 тыс. рублей. Это не огромные деньги, но зато это формализованное внимание к человеку. И есть наша мера, которую рекомендую всем, – дополнительная неделя отпуска для отца при рождении ребёнка. В первые дни он всё равно не будет полноценным работником, и мы просто легализовали это. 1 сентября у нас – официальный выходной для всех родителей, имеющих детей школьного возраста, как и в день их рождения. А семьи наших первоклассников получают на покупку учебников и всего необходимого для школы 15 тыс. рублей. У нас есть финансовая мера поддержки для молодёжи – мы не можем не реагировать, если люди заключили брак. Беременным

мы предоставляем дополнительную оплачиваемую неделю отпуска на визиты к врачам, медицинские обследования.

**– А как сотрудники реагируют на такие меры? Возникает ли эффект привыкания или, наоборот, гордости?**

– Знаете, я сам однажды оказался по другую сторону. Сотрудники в день рождения моих детей прислали мне цветы. Я всегда поздравляю их с рождением детей, а в этот раз сам оказался получателем такого внимания. Невероятно приятно. Это говорит о том, что ценности действительно культивируются и возвращаются.

Сотрудники начинают гордиться местом, где работают. Это становится частью внутреннего HR-бренда. В условиях кадрового голода это даёт колоссальное преимущество. Они готовы получать чуть меньше, но оставаться там, где к ним относятся как к людям, а не к единице.

### Сложности внедрения и как их преодолеть

**– Рассказывая о своих ценностях, с какими возражениями вам приходится сталкиваться чаще всего?**

– Мы встречаемся с большим количеством предпринимателей, рассказываем наши кейсы, объясняем, что просемейными быть выгодно, что это новый тренд. Говорим: «Господа, нужно меняться». Но отношение бывает разным, потому что эта тема – всё-таки внутренняя история. Там, где есть возможность раскрыть вопрос с нравственно-духовной стороны, используем одни аргументы. Там, где необходимо показать экономическую выгоду, – другие. Люди выбирают такой путь по своим убеждениям. И это, кстати, не связано с масштабом региона или уровнем развития бизнеса. В первую очередь это зависит от зрелости руководителя, лица, принимающего решения. Иногда даже не собственника. Бывает, собственник сильно мотивирован, но всё заканчивается на директоре, которому эта ценность не донесена или попросту неинтересна.

Мы часто раскрываем связку «экономика – демография – бизнес», потому что для многих эта цепочка разорвана. Они считают, что данная область – исключительно государственная, и бизнес здесь ни при чём. Но это не так. Точек соприкосновения с государством у него немного. Большую часть жизни обычный человек проводит среди малого, среднего и крупного бизнеса. Покидая дом, мы приходим в кофейню, магазин, на заправку. И то, как к нам относится бизнес, каковы его

## РОДИТЕЛИ ПРИХОДЯТ В КОФЕЙНЮ, ПОКУПАЮТ КОФЕ, А ИХ ДЕТИ ПОЛУЧАЮТ БЕСПЛАТНО КАКАО.

Себестоимость стаканчика этого напитка – 7–8 рублей. А покупатель, ощутив внимание, формирует привычку приходить именно сюда. Пожизненная ценность клиента – растёт в разы

позиционирование и готовность подчеркнуть свою особую привилегию, таким образом формируется и отношение людей к нему.

Мне приятно работать с предпринимателями, потому что это люди, которые привыкли брать ответственность на себя. Есть, конечно, те, кто говорит: «Я человек маленький, это не моя проблема». Но в основном они осознают свой вклад, быстро вникают и пробуют. Отклик в основном положительный.

### Региональная экспансия и будущее тренда

– Михаил, вы говорили, что ассоциация начиналась как московская, но уже выходит в регионы. С каким откликом вы там сталкиваетесь?

– Мы были в Удмуртии, встречались с сообществом «Бизнес под каблуком». Здорово пообщались, договорились о сотрудничестве. В регионах сконцентрирован огромный потенциал. Там бизнес ближе к людям, сильнее традиции. Сейчас мы запускаем пилотные проекты в округах, подключаем региональные сообщества. Нам хочется выходить за рамки Москвы, потому что если пример заразителен – нужно заражать им как можно больше людей.

– Если говорить о будущем: семейноцентричность – это скоротечная мода или долгосрочная тенденция?

– Я на 100% уверен, что семейноцентричность – это новый тренд с точки зрения позиционирования компаний. В современных условиях невозможно оставаться бездушным, далёким от клиента. Давайте начистоту: демографическая проблема ещё долго будет оставаться с нами, учитывая происходящие события, и вовлечённость бизнеса в семейные ценности, конкурирующего за клиента и рынок, будет только увеличиваться. Безусловно, человек будет выбирать то, где он чувствует себя услышанным, ощущает заботу о себе, где уважают его жизнь, детей, ценности.

– Михаил, если бы у вас была возможность обратиться ко всему предпринимательскому сообществу, какой главный аргумент вы бы привели в пользу этой политики?

– Самый сильный аргумент лежит на поверхности. Сейчас мы ставим во главу угла клиента. Это правильно. Но как только это будет не

просто клиент, а его семья, мы автоматически увеличим свою клиентскую базу в два раза. Потому что мы начнём смотреть не на покупательскую активность одного человека, а на общий потребительский потенциал всей его семьи. Мы удваиваем объём клиентской базы и точек контакта с брендом. Это колоссальный потенциал для роста.

Семейноцентричность – это не просто про доброту, это про конкурентное преимущество. Это про то, чтобы быть первым в новой реальности.

– Напоследок вопрос о вас. Вы предприниматель, владелец бизнеса, или чувствуете себя миссионером?

– Я предприниматель – человек, который берёт ответственность на себя за своё окружение. Тот, кто доносит до коллег, что быть человечным – выгодно.

Мы сейчас уходим от эпохи бездушного потребления. В любой кофейне можно купить кофе, но возвращаемся мы туда, где нас помнят и где с вниманием относятся к нашим детям. Мы не можем купить деторождение, но можем создать среду, в которой семьям будет комфортно. И тот бизнес, который поймёт это первым, получит не просто прибыль, а лояльность на годы вперёд. ●

**МЕРА, КОТОРУЮ РЕКОМЕНДУЮ ВСЕМ, – ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ ОТПУСКА ДЛЯ ОТЦА ПРИ РОЖДЕНИИ РЕБЁНКА**



ДОММ 

# ОТКРЫТЫЙ ДИАЛОГ И НОВЫЙ СТАНДАРТ ЖИЛОЙ СРЕДЫ В ИЖЕВСКЕ

В Ижевске начинает формироваться новая модель взаимодействия девелопера с рынком. Команда проекта «ДОММ» провела встречу с агентами недвижимости. Вместо привычного рассказа о характеристиках объекта разговор получился шире: обсуждали состояние рынка, реальные запросы покупателей и то, каким сегодня должен быть комфортный жилой проект в городе.



**У**частники поднимали практические, острые вопросы и получали на них прямые ответы от команды «ДОММ» и инвестиционной компании «ТУТ девелопмент».

Такой формат встреч – не разовая инициатива, а часть системного подхода, где прозрачность и честность становятся базовыми принципами работы с рынком и клиентом.

## МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ



**Ленар ГАЗИЯТУЛЛИН,**  
агентство недвижимости «Самолет+»:

«Чтобы понять этот проект, достаточно один раз оказаться внутри – подняться на этаж и увидеть панораму. Этот выбор – не про объём или стоимость квадратных метров. Это выбор образа жизни, выбор статуса и эксклюзивной возможности жить здесь, в знаковом месте Ижевска».

### Альтернатива рынку недвижимости Ижевска

«ДОММ» – первый жилой проект от инвестиционной компании «ТУТ девелопмент», за плечами которой – опыт в коммерческой и промышленной застройке.

Переход в жилой сегмент сопровождается смещением приоритетов, где в центре внимания оказывается не только объект, но и среда как основа повседневной жизни, а также человек и его чувства.

По словам представителей компании, задача проекта – предложить альтернативу рынку недвижимости Ижевска через внимательную работу с пространством, архитектурой и сценариями жизни.

### Тихая среда с ограниченным кругом резидентов

Проект клубного дома «ДОММ» реализуется на набережной Ижевского пруда и формирует закрытую, тихую среду с ограниченным кругом резидентов, а также с высоким уровнем сервиса внутри жизни дома.

«ДОММ» включает шесть этажей, из которых два нижних этажа отведены под коммерческие помещения, четыре верхних – под квартиры с повышенными стандартами комфорта. Всего предусмотрено 22 лота, большинство – с видами на воду.

### Интеллектуальная среда как часть повседневного опыта

В проекте реализована концепция интеллектуальной среды, где технологии интегрированы в повседневные сценарии жизни.

**У КОМПАНИИ «ТУТ ДЕВЕЛОПМЕНТ» УЖЕ СФОРМИРОВАН ЗЕМЕЛЬНЫЙ БАНК,**  
а новые проекты находятся в стадии проработки.



Система бесконтактного доступа позволяет жителям перемещаться по дому без дополнительных действий: распознавание происходит на входе, двери и лифты работают автоматически. Свет в общественных пространствах адаптируется в течение дня, используются фирменный аромат и фоновое звуковое сопровождение.

### Инженерные решения и инфраструктура

Среди ключевых особенностей проекта – первая в Ижевске роботизированная парковка, позволяющая отказаться от традиционных пандусов и поиска мест.

Эксплуатируемая кровля становится дополнительным общественным пространством для жителей. Коммерческие помещения на нижних этажах формируют необходимую инфраструктуру для резидентов и жителей окрестных кварталов.

### Локация и городской контекст

«ДОММ» расположен на улице Милиционной, которая имеет важный исторический контекст.

Её формирование связано с развитием прибрежной линии города и становлением Ижевска как промышленного центра. Ранее эта территория была частью старой городской застройки, прилегающей к Базарной улице – одной из ключевых торговых артерий своего времени. Здесь концентрировалась активная жизнь: ремёсла, торговля и повседневные маршруты горожан.

Со временем функция территории менялась, однако её значение как связующего элемента между набережной и городской структурой сохранилось.



Клубный дом становится логичным продолжением места, он аккуратно встраивается в исторический контекст и переосмысляет его на языке современной архитектуры.

**Срок ввода – IV квартал 2026 года.**

К моменту ввода проекта «ДОММ» будет завершено благоустройство набережной, формируя цельную и современную среду.

### Продолжение диалога

В ходе встречи представители компании отметили, что в портфеле инвестиционной компании «ТУТ девелопмент» уже сформирован земельный банк, а новые проекты находятся в стадии проработки.

Ожидается, что в ближайшее время будут анонсированы объекты в сегменте комфорт-класса в спальных локациях города.

Формат открытого диалога с городом планируется развивать и дальше как инструмент формирования прозрачного рынка и новых стандартов жизни в Ижевске. ●



**«ДОММ»  
ФОРМИРУЕТ  
ЗАКРЫТУЮ СРЕДУ  
С ОГРАНИЧЕННЫМ  
КРУГОМ РЕЗИДЕНТОВ  
И ВЫСОКИМ  
УРОВНЕМ СЕРВИСА**

**Тел. +7 (3412) 707-825**

Застройщик ООО «СЗ «ВР-Инвест»  
проектная декларация  
на сайте [наш.дом.рф](http://наш.дом.рф)



### МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ



**Лиана КОРОВЕНКО,**  
руководитель агентства недвижимости «Полезные люди»:

«ДОММ» – необычный формат для Ижевска. Он соберёт не обладателей квартир, он сформирует сообщество, где, как известно, активнее идут все процессы: общения, взаимного развития. Я вижу, как команда верит в свой проект, насколько они горят, как искренне и открыто ведут диалог. Для меня это подтверждение, что все получится и станет одним из лучших событий в ижевском девелопменте».

# ФЕДЕРАЛЬНАЯ НАЛОГОВАЯ СЛУЖБА

2026 – Особенности применения специальных  
налоговых режимов (УСН, АУСН, ПСН)

Начальник отдела камерального контроля специальных налоговых режимов  
Ямщикова Татьяна Александровна



## В РЕЖИМЕ «НЕ НАВРЕДИ»

Налоговое законодательство меняется стремительно: новые ставки по АУСН, расширенные налоговые каникулы без лимитов, льготные ставки 1% и 5% по УСН. Журнал «Деловая Репутация» собрал за круглым столом ключевых экспертов и предпринимателей, чтобы ответить на самые острые вопросы: какой режим выбрать, как законно переходить с одного на другой, не попадать на доначисления и не бояться налоговых проверок.

### Анна СЛУГИНА,

министр экономики Удмуртской  
Республики:

– Система налогообложения действительно ужесточается, но эти меры направлены на повышение конкурентоспособности товаров внутри страны и их качества, а также развитие внутреннего рынка.

Благодаря главе Удмуртии **Александру Владимировичу Бречалову** в республике по МСП реализуются оперативные и грамотные решения.

В 2026 году для налогоплательщиков, применяющих АУСН, убран один процентный пункт.



Теперь базовые ставки по этому режиму составляют 14% для объекта «доходы минус расходы» и 5% – для объекта «доходы». Это решение мы приняли в феврале. Кто-то отнёсся к этому критично, кто-то – с благодарностью.

Многие слышали о релокантах.

В связи с этим звучала критика, что мы поддерживаем бизнес, переехавший из других регионов. Но, если смотреть на вопрос шире, это возможность финансы, которые они приносят в бюджет, направить на развитие. Речь и о благоустройстве Ижевска, и о реконструкции школ в разных населённых пунктах, куда в последние два года мы вкладываем огромные средства.

Отдельно остановлюсь на льготах по АУСН. В феврале мы установили дополнительную пониженную ставку 1% и 5% (доходы и доходы/расходы) для отдельных видов деятельности. В их числе – обрабатывающие производства, IT-сфера, селлеры и, что не совсем стандартно для

**ПОНИЖЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ ТАРИФЫ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МСП ПРИМЕНЯЮТСЯ ТОЛЬКО К ТЕМ, КТО РАБОТАЕТ НА ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ЛИБО НА УСН**

## СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО УЖЕСТОЧАЕТСЯ, НО ЭТИ МЕРЫ направлены на повышение конкурентоспособности товаров внутри страны и их качества, а также развитие внутреннего рынка.

этого режима, риэлторы. Именно среди риэлторов оказалось много релокантов. Если бы мы не предоставили эту льготу, они бы не стали перерегистрироваться в Удмуртии, и бюджет республики потерял бы порядка 900 млн рублей.

Кроме того, по инициативе главы создана антикризисная комиссия, где рассматриваются обращения предпринимателей, у которых есть действительно серьезные проблемы. Например, к нам за помощью обратился бизнесмен из Глазова. Мы изучили ситуацию, нашли внутренние резервы, оптимизировали процессы, помогли ему найти новый рынок сбыта, а также поработали с покупателями продукции, чтобы сократить сроки оплаты. Понимаю, что выход найдётся не для всех – специфика бизнеса и обстоятельства бывают разными, – но мы стараемся помогать адресно.

Кто-то может подумать: «Это не моя проблема». Но это общая проблема. Мы живём и работаем в республике и думаем, как она будет жить дальше. Мы не хотим оставить после себя «выжженное» поле, нужно, чтобы здесь работало сильное предпринимательское сообщество.



### Олег ОВЧИННИКОВ,

уполномоченный по защите прав предпринимателей в Удмуртской Республике:  
– Мы плотно взаимодействуем с налоговой службой, есть конкретные кейсы, когда удавалось найти решение

в непростых ситуациях. Многие предприниматели ошибаются по незнанию или из-за страха. Поэтому первое, что я хочу сказать: не надо бояться. Если есть вопросы – обращайтесь к специалистам, в том числе к нам. У нас есть примеры, когда предприниматель приходит в суд с вопросом на 5–6 млн руб., сам готовит документы, идёт в первую инстанцию, во вторую. Не всегда такая стратегия верна. То, что сегодня кажется дорогим (хороший бухгалтер, консультация), в итоге даст гораздо больше плюсов, чем последствия ошибок.

Призываю вас к диалогу. Если есть вопросы или предложения в сфере МСП, налогов на республиканском уровне – обращайтесь. Их у нас осталось не так много: патенты, расширение ОКВЭД – но всё это с отсылкой на федеральное

законодательство. Мы на протяжении последних лет постоянно находимся в диалоге с Министерством экономики по данной тематике. Как результат – 17 февраля на отчётной сессии Госсовета были определены льготные ставки для отдельных видов деятельности.

## В УДМУРТИ ПОРЯДКА 5700 НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ НА АУСН, В ПРОШЛОМ ГОДУ БЫЛО 500

Сейчас тесно взаимодействуем с налоговой в части мониторинга ситуации, потому что есть сигналы о реформировании бизнеса: где-то сокращения, где-то закрываются направления. Каждый подходит к решению по-своему. Важно смотреть индивидуально – какие сферы страдают в первую очередь, чтобы принимать правильные действия. Наша цель – чтобы предприниматели в Удмуртии развивались, а не закрывались.

И в заключение – о хорошем. Совместно с Минэкономики мы прорабатываем отличную инициативу. Пока не буду её раскрывать, но она про предпринимателей – про тех, кто работает каждый день, создаёт классные продукты, рабочие места, инвестирует. Думаю, в этом году данный вопрос мы закроем.



## ИНТЕРНЕТ-ЛАЙФХАК «СНЯТЬСЯ С АУСН, ПЕРЕЙТИ НА УСН, ЧЕРЕЗ МЕСЯЦ ВЕРНУТЬСЯ, ЧТОБЫ СМЕНИТЬ ОБЪЕКТ», НЕ РАБОТАЕТ

**Татьяна ЯМЩИКОВА,**

начальник отдела камерального контроля специальных налоговых режимов Управления ФНС России по Удмуртской Республике:

– Налоговая политика меняется быстро, что создаёт сложности для бизнеса. Как законно перейти между режимами? Как быть тем, у кого уже есть патент или АУСН? Разбираемся.

### Пониженная ставка УСН

Закон № 72-РЗ, вступивший в силу с 10 апреля, установил в Удмуртии льготную ставку 1% для УСН «Доходы» и 5% – для «Доходы минус расходы» для некоторых категорий бизнеса. Ключевое условие: это льгота для тех, кто осуществляет основной вид деятельности. Это тот ОКВЭД, который вы закрепили в ЕГРЮЛ или ЕГРИП – ваша ответственность (закон № 129-ФЗ). Основной ОКВЭД должен быть зарегистрирован до 1 января 2026 года, но может меняться в течение года. Для применения пониженной ставки важен ОКВЭД на конец налогового периода, на момент подачи декларации. Минфин разъяснил: если ваш основной вид деятельности соответствует закону № 72-РЗ, вы имеете право на



пониженную ставку, даже если фактически доходов по нему меньше, чем по другим.

### Налоговые каникулы на УСН

Налоговые каникулы дают возможность применять ставку 0% по УСН. В 2025 году на неё могли претендовать впервые зарегистрированные в Удмуртии ИП, ведущие виды деятельности из перечня закона: производство, наука, соцсфера, бытовые услуги, временное размещение. Доля доходов от льготной деятельности должна была составлять не менее 70%, а доход – не превышать 30 млн руб. за налоговый период.

В 2026 году правила изменились. Ставка 0% также доступна впервые зарегистрированным ИП, но отсылка идёт к постановлению Правительства № 4176-р от 30 декабря 2025 года. Перечень видов деятельности очень широкий. Условия про 30 млн руб. и 70% дохода в 2026 году отсутствуют.

### Автоматизированная упрощённая система налогообложения

В Удмуртии порядка 5700 налогоплательщиков на АУСН (в прошлом году было 500). Условия перехода на этот режим: регистрация в регионе эксперимента – Удмуртия принимает в нём участие, не более пяти сотрудников, годовой доход до 60 млн руб., расчётные счета только в уполномоченных банках, остаточная стоимость основных средств у юрлиц не более 150 млн руб., зарплата только безналичная. Запрещены иные спецрежимы. Налоговый период – месяц, нет декларации и книги учёта. Налоговая сама рассчитывает налог по данным банков, ОФД и из вашего личного кабинета. На АУСН нет страховых взносов и НДС. Если вы на общем режиме, перейти на АУСН можно только со следующего года, если на УСН – с первого числа любого месяца.

Банк передаёт в налоговую данные о сотрудниках: персональные данные, доходы, вычеты, НДФЛ. Ваша обязанность – передать в банк реестр сотрудников. Не позднее 7-го числа месяца вы должны проверить, правильно ли банк расставил разметку (включил ли доходы в базу). Это ваша зона ответственности. Если не согласны – разметку можно изменить в личном кабинете. При нарушении условий право на АУСН утрачивается с первого числа месяца нарушения – это позволяет вернуться на УСН, например, если ставка 1% с НДС стала выгоднее. Сменить объект можно только с 1 января, уведомив налоговую заранее. Но если «слетите» с АУСН, не выполнив условия режима, появится возможность законно перейти на УСН с другим объектом.



**НАЛОГОВЫЕ КАНИКУЛЫ ДАЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЯТЬ СТАВКУ 0 % ПО УСН.**

В 2025 году на неё могли претендовать впервые зарегистрированные в Удмуртии ИП, ведущие виды деятельности из перечня закона.

Доходы, полученные на УСН, но относящиеся к предыдущему режиму: письмо ФНС от февраля 2026 года рекомендует учитывать кассовым методом. Если они уже включены в книгу УСН за прошлый год – исключите из базы УСН через изменение разметки. Важное предупреждение: интернет-лайфхак «сняться с УСН, перейти на УСН, через месяц вернуться, чтобы сменить объект», не работает. Программа технически не даст быстро вернуться, рискуете остаться на общем режиме.

**Михаил МАЛЫШЕВ,**

налоговый консультант,  
председатель Экспертного совета  
по налогообложению  
и правоприменительной  
практике УТПП УР:

– Остановлюсь на двух важных моментах. Первый – лимиты по УСН для нулевой ставки. Многие предприниматели живут в парадигме 2025 года, с ограничением дохода в 30 млн рублей. В 2026 году правила изменились. Для применения ставки 0% (налоговые каникулы) теперь нет никаких дополнительных условий. Хотя 300 млн заработаете за год – по УСН будет ноль. Единственное, в этом случае появляется НДС: с 20 млн дохода ставка 5%, с 250 млн – 7%. Но сам налог УСН при соблюдении условий каникул равен нулю. Этот момент нужно чётко зафиксировать.

Второй – пониженные страховые тарифы. Постановлением Правительства № 4125-р для субъектов МСП, осуществляющих определённые виды деятельности, предусмотрены пониженные тарифы страховых взносов – 15% с выплат работникам, превышающих полтора МРОТ. Условия: основной вид деятельности должен соответствовать перечню, а доля доходов от него – не менее 70%. И здесь есть важный нюанс, который я хочу донести до тех, кто работает на патенте. В пункте 13.3 статьи 427 Налогового кодекса зафиксировано: пониженные страховые тарифы для субъектов МСП применяются только к тем, кто работает на общей системе налогообложения либо на УСН. Для патентной системы налогообложения эта льгота не предусмотрена. То есть если предприниматель на патенте выплачивает зарплату даже два или три МРОТ, рассчитывать на пониженные тарифы он не может. Это прямое указание закона, и его нужно учитывать при планировании налоговой нагрузки. ●

**Патентная система налогообложения**

Свежее письмо ФНС от апреля 2026 года разъясняет, как считать лимит при прекращении деятельности ИП по патенту и повторной регистрации. Некоторые рассуждают: закрою ИП, открою новое с другим ОГРНИП – для налоговой я другое лицо, и лимит 20 млн руб. обнулится. Отвечаю: нет. Доходы суммируются за календарный год. Если превысили лимит на первом патенте – со второго вас «скинут». Закон № 32-РЗ позволяет вновь зарегистрированным ИП применять ставку 0% по патенту для 68 видов деятельности: производство, соцсфера, наука, бытовые услуги. Но есть риски. Патент на ремонт и пошив по индивидуальному заказу – если шьёте и продаёте изделия на маркетплейсах, это нарушение, так как нет заказа от конкретного человека. Патент на грузоперевозки выдан по адресу деятельности – при выезде за пределы Удмуртии у проверяющих органов возникнут вопросы. Патент на парикмахерские услуги – если продаёте товары, контрольная закупка зафиксирует реализацию, патент потеряете. Если патент на общепит, а вы своими силами осуществляете ещё и доставку, это тоже чревато проблемами.

Если патент больше не нужен, можно утратить право на него (превысить лимит, численность или продавать запрещённый товар) либо прекратить деятельность, в отношении которой он применялся. Иного законного способа нет. Если вы просто «сделаете вид», закроете патент, а продолжите ту же деятельность на УСН в том же помещении и на том же кассовом аппарате – мы это увидим, вызовем на встречу и предложим уточнить обязательства. Работайте в правовом поле.



**В УДМУРТИИ УСТАНОВЛЕНА  
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПОНИЖЕННАЯ СТАВКА  
1% И 5% (ДОХОДЫ И ДОХОДЫ/РАСХОДЫ)  
ДЛЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**



# ЗАТЯНУЛИ ПОЯСА?

Бизнес живёт в условиях многократных вызовов: роста налогов, дорогих кредитов, кадровых трудностей. Коридор для манёвра сужается, компании ищут новые стратегии выживания – от оптимизации издержек до пересмотра моделей ценообразования. Эксперты разбирают, какие шаги по оптимизации сейчас действительно работают, а какие могут стать ошибкой.



## Елена ТЕЛИЦЫНА,

генеральный директор компании «Новый дом», Ижевск:

– В первом квартале мы получили такой же результат, как в первом квартале прошлого года. Для нас это мало – мы для себя ставим планку в +30%. Думаю, что здесь повлияли

не налоговые изменения (нас, как среднее предприятие, они коснулись в меньшей степени), а изменение конъюнктуры рынка.

Рынок сужается вот уже второй, если не третий, год подряд. У наших клиентов и конечных потребителей снижаются возможности для покупок. Конкуренция резко возрастает, меняются каналы продаж. И это общая тенденция. Я не знаю никого, кто бы сказал, что прошёл первый квартал легко.

По статистике, прибыльность предприятий в прошлом году уменьшилась в два раза, продолжает снижаться сейчас, а плато пока даже не видно.

Но я считаю, что никогда не нужно опускать руки. Есть несколько задач, которые нужно решить. Первая – адаптация своего продукта к разным сегментам, чтобы стать более устойчивым в происходящем шторме. Вторая – наведение порядка внутри компании. Третья – всегда смотреть по сторонам, перенимать опыт. Четвёртая – максимально использовать все меры поддержки.

В своей компании мы меняем системы продаж, так как меняется рынок. Мы не сократили, как многие, а усилили маркетинг. Также не сокращаем программы обучения. Следим за комментариями аналитиков, стараемся активно анализировать свои денежные потоки. Работаем с внутренними затратами, накладными расходами и так далее, чтобы за счёт внутренних ресурсов повышать маржинальность. Замораживаем некоторые проекты, потому что не стоит вкладываться сейчас в то, результат чего неочевиден.

**НЕ ЗНАЮ НИКОГО, КТО БЫ СКАЗАЛ,  
ЧТО ПРОШЁЛ ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ ЛЕГКО**

## СТОИМОСТЬ КЛИЕНТА В США В РЯДЕ СЛУЧАЕВ УЖЕ НИЖЕ, ЧЕМ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.

Это связано не столько с платежеспособностью, сколько с доступностью каналов коммуникации.

Активно пользуемся мерами поддержки. Например, из текущих мер, которые однозначно работают, — это статус малых технологических предприятий. Мы благодарны руководству Удмуртии, что эти программы вводятся и принимаются, а также за то, что они оставили многие меры поддержки, которые убрали на федеральном уровне. Очень ценно, что у нас сильные предпринимательские сообщества: вместе проще решать вопросы.



### Светлана ТРОЯНОВА,

основатель и владелец  
Центра роста в бьюти-  
бизнесе #PRO\_качаем,  
БьютиБизнесОмбудсмен  
Удмуртии:

– Налоговая реформа на-  
прямую почти не затронула бью-

ти-сферу: превышение порога здесь редкость, но косвенный эффект через смежные отрасли проявился. Поставщики, попавшие под реформу, поднимают цены: расходники, аксессуары и инструменты подорожали на 20–25% по сравнению с прошлым годом. До середины февраля салоны ещё сдерживали цены, но теперь ситуация изменилась: часть предпринимателей оставили прайс, опасаясь потерять клиентов и приняв убытки на себя, часть – всё же повысили.

Согласно моим опросам, лишь 20% игроков рынка чувствуют себя уверенно: нет дефицита кадров, загрузка мастеров – от 70%, цены – средние и выше, прайс стабильно повышают раз в полгода. Обычно это компании с уникальным продуктом, следующие трендам и вкладывающиеся в развитие. Довольно тяжёлая ситуация в эконом- и среднем сегменте. Отдельные предприниматели пытаются спастись ребрендингом, обновлением пространств, но большинство сократили все возможные расходы – на рекламу, обучение, оснащение, инвестируют лишь в удержание клиентов. Порядка 50% жалуются на рост аренды и содержания помещений. Добавляют сложности и новые законодательные изменения, разбираться в которых предпринимателям сложно, а нанимать для этого специалистов дорого. Серьёзен и дефицит кадров: качество обучения в бюджетных учреждениях не выдерживает критики, учить приходится с нуля, что даёт дополнительную нагрузку на бизнес.

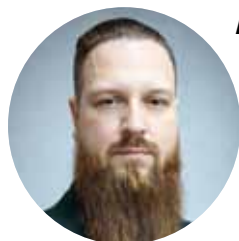
Тренд на «натуральность» также вносит свои коррективы: некоторые услуги, ещё недавно очень популярные, становятся невостребованными.

20% респондентов уже закрылись или продали бизнес, особенно среди франчайзи. Мой прогноз: прекратят существование гораздо больше 30%. Выживут те, кто следит за трендами, работает с ИИ, внедряет новые методики и формулы, постоянно обучается. Мастера и салоны без уникальности и гибкости окажутся невостребованными, закроются или уйдут в чёрную зону.

## 20% РЕСПОНДЕНТОВ УЖЕ ЗАКРЫЛИСЬ ИЛИ ПРОДАЛИ БИЗНЕС, ОСОБЕННО СРЕДИ ФРАНЧАЙЗИ

Участникам отрасли отчасти могут помочь существующие меры поддержки, нужно лишь ими пользоваться. Социальный контракт даёт 350 тыс. руб. на старт – достаточно для организации рабочего места. А льготный заём от Фонда развития предпринимательства УР – 5 млн руб. на три года – для микропредприятий реальный шанс обновить локацию, купить оборудование или расширить спектр услуг.





**Артём ВАСИЛЬЕВ,**

директор по маркетингу компании ТС «Профиль», Ижевск:

— По итогам первого квартала 2026 года бизнес находится под давлением сразу нескольких факторов. Помимо ожидаемых изменений в налоговой нагрузке, существенное влияние оказали ограничения в рекламной инфраструктуре. Для компаний, зависящих от онлайн-продаж, это стало одним из ключевых рисков.

Мы фиксируем рост стоимости привлечения клиента более чем в два раза по сравнению с началом года. При этом дополнительно снижается конверсия: часть аудитории не доходит до сайта из-за ограничений доступа. Отсутствие прозрачных механизмов, например, включения в белые списки, делает этот канал нестабильным и плохо прогнозируемым.

## ДЕШЁВЫЙ ТРУД ГОДАМИ МАСКИРОВАЛ СЛАБУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ ПРОЦЕССОВ

На этом фоне парадоксально, но зарубежные рынки после перестройки логистики демонстрируют более устойчивую экономику привлечения. В частности, стоимость клиента в США в ряде случаев уже ниже, чем на российском рынке. Это связано не столько с платежеспособностью аудитории, сколько с доступностью каналов коммуникации.

В ответ на эти вызовы бизнес вынужден пересматривать структуру затрат и усиливать операционную эффективность. Однако ключевым фактором выживания остаётся наличие стабильного доступа к клиенту. При любых изменениях налоговой среды бизнес адаптируется, но без воз-

можности привлекать спрос экономика перестанет сходиться.

С точки зрения мер поддержки наиболее критичным является обеспечение предсказуемого и доступного рекламного рынка. Это напрямую влияет на выручку компаний и, как следствие, на налоговую базу.



**Ирина ТРУБИЦИНА,**

владелица цветочного салона IrisFlowers:

— Для цветочного бизнеса настал период сложной перестройки. Несмотря на рост общего объёма продаж, число классических цветочных магазинов сокращается. Они оказались в непростой ситуации: с одной стороны, закупочные цены на цветы у поставщиков продолжают расти (около 30% за прошлый год), с другой — растёт давление крупных онлайн-агрегаторов и торговых розничных сетей, которые активно демпингуют в преддверии крупных праздников, оттягивая на себя массового покупателя и основной доход цветочных магазинов. Не секрет, что значительная часть годовой выручки в нашем бизнесе делается 14 февраля, 8 Марта и 1 сентября.

Российские производители цветов хотя и увеличивают объёмы, значительная часть поставок всё ещё приходит из-за рубежа (Кения, Эквадор). Это создаёт зависимость от курса валют и логистических цепочек.

Сказывается и изменение поведения покупателей — тренд на экономию на фоне общего роста цен. В этой ситуации можно предположить, что и на нашем рынке стоит ждать закрытия цветочных магазинов. Это коснётся тех, кто не готов гибко меняться под условия дня.

Мы пошли по пути оптимизации закупок, делаем ставку на качественную флористику, которую не могут предложить торговые сети и агрегаторы. В отличие от многих предпринимателей, больше стали вкладывать в маркетинг и продвижение, что позволило не только не потерять, но и нарастить клиентскую базу.

**Денис ФФРИНГ,**

эксперт по нейросетям и AI, основатель AI-агентства и онлайн-школы Plaan.ai, Москва:

— Есть выход, который большинство предпринимателей пока не рассматривают



## КТО НЕ ПЛАТИЛ НАЛОГИ РАНЬШЕ, НЕ БУДУТ ПЛАТИТЬ И СЕЙЧАС.

А вот добросовестным предпринимателям станет сложнее.

всерьёз, – ИИ-сотрудники. Не чат-боты, а полноценные AI-агенты, которые ведут процессы: маркетинг, контент, поддержку, аналитику. Работают 24/7, не просят зарплату и не увольняются через три месяца.

Конкретные цифры из практики. SMM-менеджер в штате – 50 тыс. руб. в месяц минимум плюс налоги. AI-агент на тех же задачах мониторит тренды, пишет посты, публикует, собирает аналитику – это около 90 руб. в месяц. Сайт на заказ – 40–50 тыс. и несколько недель ожидания. С нейросетью – 1 тыс. руб. и 12 минут затраченного времени. Видеоролик, за который видеограф берёт 10–15 тыс. руб., AI-конвейер делает за 15–20 рублей.

Можно настроить клиенту агентов, которые ведут переписку с покупателями – те не отличают агента от живого менеджера. Агент подключается к мессенджерам, отвечает, обрабатывает заявки, присылает владельцу ежедневный отчёт. Один из наших агентов ночью сам промониторил конкурентов и утром прислал готовый контент-план.

Роковая ошибка – уходить в серую зону. Если ситуация вскрыется, штрафы съедят больше, чем сэкономили. Умная экономия – это замена дорогих процессов дешёвыми. ИИ это позволяет уже сейчас, и малому бизнесу в регионах в первую очередь, потому что именно там каждый рубль на счету.

### Никита ПРОХОРЕНКО,

основатель производственно-строительной компании NordBox, консультант в области управления и маркетинга, Москва:

– Как представители строительного бизнеса, с прошлого года мы являемся плательщиками НДС. Сейчас, с учётом всех налоговых изменений и роста себестоимости, все поставщики подняли цены. Сотрудники тоже хотят зарабатывать больше.

Рентабельность стала снижаться, из-за чего нам пришлось пересмотреть финансовую модель. Например, в январе подняли цены на 20%. Это существенно, но у конкурентов чек выше. Да, дополнительные затраты придётся перекладывать на покупателя, чтобы не торговать в минус. Маржинального дохода должно хватать на содержание производства, а оно требует ежемесячных вложе-

ний. Чтобы покрывать все издержки, зависящие от объёма производства, будем поднимать цены. И компенсировать этот рост за счёт улучшения качества продукта.

На мой взгляд, все усилия Центробанка по сдерживанию инфляции фактически сошли на нет из-за изменения налогового законодательства. Если даже мы в строительстве, сфере, чувствительной к цене, существенно подняли стоимость по ряду позиций, то в других отраслях, где возможностей для роста цен больше, ситуация ещё острее. Это значит, что инфляция продолжит увеличиваться.

## ВЫХОД, КОТОРЫЙ БОЛЬШИНСТВО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ПОКА НЕ РАССМАТРИВАЮТ ВСЕРЬЁЗ, – ИИ-СОТРУДНИКИ

Те, кто не платил налоги раньше, не будут платить и сейчас. А вот добросовестным предпринимателям станет сложнее. Возникает нечестная конкуренция, и издержки в итоге перекладываются на потребителя. Это я наблюдаю как в окружении, так и на собственном опыте.

Чтобы ситуация стабилизировалась, нужно время. По моему опыту, от трёх месяцев до года, в зависимости от сферы. Всё придёт в норму, когда покупательская способность потребителей догонит устоявшийся у бизнеса

уровень цен.

### Юлия БЕСТУЖЕВА,

консультант в области архитектуры найма, Москва:

– 2026 год может стать для многих компаний одним из самых сложных за последнее время. Чтобы выстоять, бизнес часто пытается спасти маржу за счёт серых зарплатных схем. Однако важно понимать: в кризис защищает себя не только бизнес, но и сотрудники. Серые схемы найма и сокращение расходов на персонал часто бьют сильнее, чем кризис: первыми уходят сильные специалисты.





Стоит аккуратно относиться к тезису о слишком высоких зарплатных ожиданиях сотрудников. Во многих случаях речь идёт не о завышенных запросах, а о том, что зарплаты, наконец, начали подтягиваться до приемлемого рыночного уровня. Этот эффект вызван дефицитом кадров, хотя он проявляется не во всех отраслях одинаково. Там, где дефицита нет, существенного роста оплаты труда не наблюдается.

Во многих компаниях дешёвый труд годами маскировал слабую организацию процессов. Зачастую неэффективную работу закрывали дешёвым наймом. Когда рынок зарплат изменился и возник дефицит кадров, эта модель перестала работать. Но бизнес-модель, основанная на хронической недоплате сотрудникам, в условиях кризиса быстро теряет устойчивость.

## ЗА ПОСЛЕДНИЕ 18 МЕСЯЦЕВ НОМИНАЛЬНЫЕ ЗАРПЛАТНЫЕ ЗАПРОСЫ ВЫРОСЛИ В СРЕДНЕМ НА 28–35%

Резервы для выживания бизнеса – в рациональной организации работы и росте производительности труда. Если процессы не отлажены – есть простои, ошибки, дублирование функций, лишние согласования – расходы быстро съедают маржу. Кризис не всегда создаёт проблему. Часто он лишь показывает, что процессы в компании давно были организованы неэффективно.

Что можно сделать уже сейчас, быстро и дёшево? Ввести правило: «одна рационализаторская идея в месяц»: убрать лишний этап в процессе,

сократить простои, перераспределить повторяющиеся функции. Если идея даёт эффект – премия.

Сейчас особенно важно пересмотреть систему подбора персонала. Вот дешёвый способ:

- Вместо собеседования – тестовый рабочий день (оплачиваемый, даже 2–3 часа).
- Дайте кандидату реальную операцию, которую он будет делать. Посмотрите, как задаёт вопросы, какие инструменты применяет и пр.

### Карина ОСТРОНОСОВА,

директор по продукту  
«КванТИнсайт»

ИИ-платформы кадровой  
аналитики компании  
«Стахановец», Москва:

– За последние 18 месяцев

номинальные зарплатные запросы соискателей и сотрудников выросли в среднем на 28–35% по сравнению с докризисным уровнем.

При этом реальная производительность труда в тех же отраслях увеличилась лишь на 9–12%. Этот разрыв бизнес вынужден покрывать из своей операционной маржи, что в условиях налоговой нагрузки и дорогих кредитов становится критическим. ИИ-кадровая аналитика поведения сотрудников показывает, что в 65% случаев человек, требующий повышения на 30%, не готов увеличить выработку более чем на 5–7%. Требование строится не на логике создания ценности, а на логике компенсации инфляции и сохранения уровня жизни. Компания, которая соглашается на такое повышение без изменения KPI, гарантированно получает падение рентабельности.

Что работает на практике? Прозрачная демонстрация экономики. Когда сотруднику показывают, сколько выручки он должен принести, чтобы его требование окупилось после уплаты налогов и страховых взносов, 40–45% снижают ожидания на 10–15%. Второй сценарий – адресное согласие только для критических ролей. Замена специалиста на позиции с высокой уникальностью стоит от четырёх до семи его окладов, поэтому там повышение на 30–40% оправдано. Для остальных позиций дешевле обучить нового человека с нуля за два-три месяца, чем поднимать ставку текущему сотруднику. Третий сценарий – работа со скрытой неудовлетворённостью. В 30–35% случаев завышенное требование маскирует проблемы с нагрузкой, несправедливостью или управлением. После решения этих проблем без повышения оклада 60% сотрудников либо отказываются от прибавки, либо соглашаются на 5–7% вместо 25–30%. ●



# ДРУЗЬЯ, МЫ ОБРАЩАЕМСЯ К ВАМ С ИСКРЕННЕЙ ПРОСЬБОЙ

Нашему хорошему другу, постоянному партнёру журнала «Деловая Репутация» **Нэлли Жека** жизненно необходима ваша поддержка.

**В 2023 году** у неё диагностировали миелофиброз костного мозга. Лечение давало хорошие прогнозы, но в апреле этого года стало известно: заболевание прогрессирует в острый лейкоз.

**Сейчас Нэлли** проходит терапию, но её единственный шанс на жизнь – трансплантация костного мозга. Донор найден в международном регистре.

**ЕСТЬ ВСЕГО 2-3 НЕДЕЛИ, чтобы собрать 35 000 000 рублей на лечение.**

**Мы верим, что все вместе сможем помочь Нэлли справиться и дать ей шанс на жизнь.**



## РЕКВИЗИТЫ ДЛЯ ПОМОЩИ:

**ВТБ:** 2200 2479 4414 9526

**Сбер:** 2202 2008 1704 2003

**+7 912 753 5689** (привязан к картам)

**Получатель:**

Жека Нэлли Фердавесовна

## РЕКВИЗИТЫ ФОНДА: БФ «ДАРИ РАДОСТЬ»

**р/с:** 40703810202500002786

**к/с:** 30101810745374525104

**БИК:** 044525104

**ИНН:** 1831201558

**КПП:** 183101001

**ОГРН:** 1211800005010

*Спасибо каждому,  
кто откликнется*



# У МЕНЯ ЗАЗВОНИЛ ТЕЛЕФОН

Уже больше полугода для компаний действует обязательная маркировка бизнес-звонков. По новым правилам, любой исходящий звонок, совершаемый с номера, зарегистрированного на ИП или юрлицо, должен сопровождаться специальной меткой. Цель требований понятна – защита от мошенничества. Как они повлияли на компании, насколько бизнес их выполняет и что в целом нужно для соблюдения закона, разъясняют эксперты.



## Юрий МИТИН,

юрист, управляющий партнёр юридической компании, Москва:  
– С 1 сентября 2025 года в России действует обязательная маркировка телефонных звонков, совершаемых с номеров, зарегистрированных на индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. Теперь к любому исходящему деловому вызову автоматически добавляется так называемая метка.

Оператор связи передаёт вместе с сигналом звонка данные, что вызов инициирован компанией или ИП: на экране телефона клиента отображаются название бизнеса (юридического лица, ИП или бренда) и категория звонка, например, «Доставка», «Курьер», «Клиника», «Такси», «Банк»,

«Подтверждение заказа» или «Рекламная рассылка». Допускается до 32 символов: кириллица, латиница, цифры – этого хватает для идентификации и классификации звонка. Абонент теперь всегда видит, кто ему звонит, что позволяет отличать важные вызовы от мошеннических и спам-рассылок.

Маркировать звонки обязаны все компании и индивидуальные предприниматели, которые используют корпоративные номера для работы с клиентами или деловыми контактами, а также колл-центры и сервисы обзвона, в том числе с виртуальных АТС и multi-channel платформ. Под требования попадают абсолютно все деловые звонки – неважно, собственный ли это штатный номер, номер виртуальной телефонии или специализированный выделенный городской канал. Вне зоны регулирования остаются только персональные звонки частных лиц, экстренные службы (МЧС, полиция, скорая помощь при условии их регистрации в специальных списках) и некоторые государственные органы для официальных информационных рассылок. Но и им рекомендуется использовать новую технологию для повышения доверия аудитории.

**ЦЕЛЬ НОВШЕСТВ – БОРЬБА С ТЕЛЕФОННЫМ МОШЕННИЧЕСТВОМ И ПОВЫШЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ**

## МАРКИРОВАТЬ ЗВОНКИ ОБЯЗАНЫ ВСЕ КОМПАНИИ И ИП,

которые используют корпоративные номера для работы с клиентами, а также колл-центры и сервисы обзвона.

Если новая услуга не подключена, звонки могут быть автоматически заблокированы оператором или помечены как спам или даже как мошенничество, причём это касается и абсолютно добросовестных компаний. Так произошло в первые месяцы реформы: нередко вызовы банков, служб доставки, государственных клиник или полиции не доходили до получателя. Для исправления ситуации необходимо своевременно зарегистрировать номера, проверить правильность своих данных и через личный кабинет или менеджера оператора обновить сведения.

Современные колл-центры быстро перестроились под новые правила, интегрировали в CRM-системы возможность маркировать исходящие соединения, автоматизировали обновление данных и смогли сохранить эффективность массовых обзвонков.

Для компании или предпринимателя административных штрафов за отсутствие метки прямым образом не предусмотрено, так как формальная провинность при неисправной работе системы – зона ответственности оператора связи. Однако не стоит забывать: все немаркированные массовые вызовы, определённые как реклама или автоматический обзвон, квалифицируются теперь не как обычные звонки, а как спам-рассылка, за которую предусмотрена ответственность по ч. 4.1 ст. 14.3 КоАП РФ: до 100 тыс. руб. на ИП и до 1 млн руб. на организацию, если имело место незаконное распространение рекламы или навязанных услуг без согласия клиента.

Издержки для бизнеса складываются из стоимости самой услуги у оператора: от 0,24 до 0,3 руб. за факт совершения вызова, вне зависимости от успешного соединения, тарифы раскрываются в публичных offerтах мобильных компаний. Единый договор с оператором позволяет урегулировать все вопросы по всей группе номеров внутри одного провайдера связи, отдельный договор с каждым не требуется, кроме случаев, если обзвоны идут по сетям разных сотовых компаний или через подрядчиков.

Один пример. T2 (Tele2) за первые месяцы действия реформы заблокировал более 500 млн спам-звонков, что говорит не только о реальном влиянии новых технических решений, но и об изменившемся

поведении участников рынка. Теперь для отказа от получения спама клиент может просто оставить заявление – рассылки должны прекратиться уже на следующий день. Если звонки продолжат поступать, абонент вправе жаловаться оператору и в Роскомнадзор, вплоть до полной блокировки номеров компании.

## ОПЕРАТОРЫ СЕЙЧАС РАЗВИВАЮТ ТАК НАЗЫВАЕМЫЕ ВИТРИНЫ ДАННЫХ – СИСТЕМЫ ВЕРИФИКАЦИИ ВЫЗОВОВ



### Станислав НИКИТИН,

руководитель юридической компании «Ваше Право», член Ассоциации юристов России, Ижевск:

– Основная цель новшеств очевидна – борьба с телефонным мошенничеством и повышение прозрачности

коммуникаций. При входящем вызове

абонент должен видеть, какая компания ему звонит. Личные звонки физических лиц под правила не подпадают. Думаю, можно ожидать постепенного ужесточения требований к операторам связи, особенно в части контроля немаркированных звонков.

Система уже внедрена, однако пока не полностью. Ведущие операторы и крупный бизнес





подключились к маркировке достаточно быстро, но часть звонков всё ещё проходит без идентификации. Это связано, прежде всего, с техническими ограничениями некоторых операторов и сложностями интеграции.

Что делать, если оператор технически не может подключить маркировку? Такие ситуации встречаются, например, с отдельными корпоративными мобильными номерами. В этом случае компаниям важно фиксировать переписку с оператором и получать официальное подтверждение невозможности подключения услуги.

Как применяется маркировка к международным звонкам? С ними ситуация сложнее: иностранные операторы не участвуют в российской системе маркировки. Поэтому такие вызовы часто отображаются без идентификации или просто как международный номер.

Важный нюанс, о котором уже сказано выше. Всё-таки ещё раз его подчеркнём. Может ли оператор блокировать немаркированные звонки? Да, операторы вправе фильтровать подозрительный трафик и помечать его как спам. Иногда под такие фильтры могут попадать и легальные звонки, поэтому бизнесу важно ответственно подойти к вопросу и подключать маркировку.

Другой важный вопрос: законно ли использовать личные номера сотрудников для обзвонков? Это рискованная практика. Если звонок совершается в интересах компании, он фактически считается деловым, независимо от того, на кого оформлен номер, и эта ситуация может повлечь ответственность.

На данный момент прямые штрафы именно за отсутствие маркировки применяются ограниченно, однако ответственность может возникать в рамках законодательства о связи и о рекламе, например, при незаконных рекламных обзвонах. Кроме того, оператор связи вправе ограничить или заблокировать немаркированные звонки, что само по себе может создать для бизнеса серьёзные операционные риски.

В целом маркировка – важный инструмент, единственное: эффективность этой системы будет зависеть от развития технологий фильтрации трафика и специфики дальнейшего регулирования отрасли.



### Татьяна МИЧУРИНА,

основатель CPA-сети FCN, партнёрской сети Devtek, платформы для SMS-рассылок SMSAds, платёжной системы Vemorepay, Москва:

– За последние годы количество нежелательных звонков и попыток противоправного использования социальной инженерии выросло настолько, что операторы связи и регуляторы начали искать способы повысить прозрачность исходящих вызовов. Смысл маркировки довольно простой: абонент должен видеть, кто ему звонит и с какой целью ещё до того, как ответит на вызов.

Формально обязанность по маркировке лежит не на бизнесе, а на операторе связи, через сеть которого проходит вызов. Однако на практике компаниям всё равно приходится участвовать в процессе: чтобы оператор мог корректно маркировать звонки, бизнес должен передать информацию о номерах и типах вызовов, которые он инициирует. Поэтому большинство компаний заключают дополнительные соглашения с операторами или подключаются к специальным сервисам верификации.

Технически процесс выглядит так: компания регистрирует исходящие номера у оператора связи или у платформы, через которую работает колл-центр, после чего оператор привязывает к ним определённую категорию вызова.

Цена вопроса для бизнеса зависит от оператора и модели подключения. Обычно плата

**ЧАСТЬ КОМПАНИЙ УЖЕ ВЫПОЛНЯЕТ ТРЕБОВАНИЯ, НО РЫНОК ВСЁ ЕЩЁ АДАПТИРУЕТСЯ, ПОЭТОМУ ОШИБКИ И БЛОКИРОВКИ ВСТРЕЧАЮТСЯ ЧАСТО**

## ЕСЛИ НОВАЯ УСЛУГА НЕ ПОДКЛЮЧЕНА, ЗВОНКИ МОГУТ БЫТЬ ЗАБЛОКИРОВАНЫ ОПЕРАТОРОМ или помечены как спам или мошенничество, причём это касается и абсолютно добросовестных компаний.

звмается не за сам факт разговора, а за инициирование вызова или за использование сервисов верификации номеров. Для крупных компаний и колл-центров это превращается в дополнительную статью расходов, потому что речь идёт о тысячах звонков ежедневно. Кроме того, если бизнес работает с несколькими операторами или платформами телефонии, может потребоваться интеграция сразу с несколькими системами. Отдельная проблема заключается в том, что операторы активно используют антиспам-фильтры. Если номер не зарегистрирован в системе маркировки или выглядит подозрительно, вызов могут пометить как спам или заблокировать. Иногда это действительно происходит и с легальными звонками, например, когда банк, служба доставки или городская служба звонит с номера, который система не распознаёт. В результате страдают и бизнес, и государственные структуры, потому что абоненты просто не видят или не принимают такие звонки.

Для колл-центров нововведение стало серьёзным фактором перестройки процессов. Им приходится регистрировать номера, подтверждать принадлежность трафика и следить за тем, чтобы звонки проходили через официальные каналы операторов. Это повышает прозрачность рынка, но одновременно усложняет работу тем компаниям, которые раньше использовали серые схемы телефонии.

Сами операторы сейчас развивают так называемые витрины данных, системы верификации вызовов. Это базы, в которых хранится информация о номерах компаний и типах звонков. Бизнес может подключиться к таким системам, чтобы его номера распознавались корректно. В большинстве случаев это происходит через оператора связи или через провайдера облачной телефонии. Плюс нововведения очевиден: пользователи получают больше информации о входящем звонке и могут быстрее отличить легальный вызов от мошеннического. Минус в том, что система пока находится в стадии настройки. Часть компаний уже выполняет требования, но рынок всё ещё адаптируется, поэтому ошибки и блокировки встречаются довольно часто.

Если говорить о перспективах, одной маркировки будет недостаточно для полной защиты от мошенников. Со временем злоумышленники могут попытаться подделывать статусы или использовать

легальные номера. Поэтому следующим этапом развития, вероятно, станет внедрение более сложных технологий подтверждения подлинности номера – аналогов международных стандартов по типу STIR/SHAKEN или собственных российских решений.

Бизнесу с учётом новых требований можно дать несколько практических советов. Во-первых, зарегистрировать все исходящие номера и работать только через официальные каналы операторов. Во-вторых, разделять типы звонков – сервисные, информационные и рекламные, чтобы система корректно их маркировала. И, наконец, регулярно проверять, как отображаются звонки у абонентов. Это позволит избежать ситуаций, когда легальный номер неожиданно попадает в категорию спама и перестаёт дозваниваться до клиентов.

### Павел КОНДРАТЬЕВ,

генеральный директор сервиса IP-телефонии «Плюсофон», Москва:

– Базово маркировка содержит юридическое название компании и род деятельности, взятый из ОКВЭД. Но её можно настроить индивидуально, если, например, юридическое название не совпадает с названием бренда, под которым работает компания.



## ЕСЛИ ГОВОРИТЬ О ПЕРСПЕКТИВАХ, ОДНОЙ МАРКИРОВКИ БУДЕТ НЕДОСТАТОЧНО ДЛЯ ПОЛНОЙ ЗАЩИТЫ ОТ МОШЕННИКОВ

Сама маркировка в большинстве случаев повышает количество ответвленных звонков, так как клиент понимает, с какой целью ему звонят.

Операторы берут плату за маркировку за каждый исходящий звонок. Базово стоимость услуги определена, но цена может быть выше, если маркировка индивидуализирована или используется для нестандартных целей, например, при авторизации через звонок.

Ответственность за несоблюдение закона о маркировке лежит на операторах связи, и бизнес отказать от неё не может. ●



# КАК СЕБЯ ПОКАЖЕШЬ

Достаточно ли в Удмуртии деловых событий – отраслевых выставок и бизнес-форумов? Насколько велик реальный запрос на них со стороны предпринимателей? И главное: нужен ли нам собственный экспоцентр и какие условия необходимы, чтобы республика стала точкой притяжения для бизнеса из других регионов? Обсудили с экспертами из разных отраслей.

**В УДМУРТИИ  
В ТЕЧЕНИЕ ГОДА  
ПРОВОДИТСЯ  
НЕ МЕНЕЕ  
10 ФОРУМОВ  
РАЗЛИЧНОГО  
ФОРМАТА, НО  
ЭТО НЕ ПРЕДЕЛ**

**Евгения ТРОФИМОВА,**

руководитель конгресс-центра  
«Республика» Корпорации Развития  
Удмуртии:

– Форумы становятся неотъемлемой частью жизни предпринимателя. Кооперация – тот эффект, который ожидают участники от мероприятий для бизнеса. И уже как следствие – увеличения объемов производства и продажи услуг. Контакты и контракты, как бы я сказала кратко. Но надо понимать, что ожидания оправдываются у тех компаний, которые грамотно готовятся к выставкам и активно работают на них. Немаловажен и поствыставочный процесс. Выставки окупаются



и приносят результат в долгосрочной перспективе при условии поддержания контактов, которые на них собраны.

Потребность в экспонировании продукции и услуг у компаний Удмуртии высокая. Как правило, наш бизнес интересуется участие в крупных отраслевых выставках в Москве и Санкт-

Петербурге. Тематика разная – производство продуктов питания, мебели, декоративных материалов, изделий для нефтяной, машиностроительной сферы и так далее.

Бизнес из других регионов интересуется участие в региональных проектах с целью кооперации с производствами Удмуртии. Наша республика

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ УДМУРТИИ ГОТОВЫ ОБЩАТЬСЯ, РАЗВИВАТЬСЯ,**

но делать это исключительно на безвозмездной для себя основе либо за минимальную стоимость. И это создаёт определённую сложность.

в первую очередь промышленная, если говорить о выставках, здесь уместно проводить всё, что связано с отраслями промышленности. Отраслевая выставка – хороший инструмент для повышения взаимодействия бизнеса в той сфере, которую мы хотим развивать. В Удмуртии в течение года проводится не менее 10 мероприятий различного формата, но это не предел. Нам есть куда расти и расширять тематики.

Говоря об этом, я бы отметила, что у нас нет профессиональной конгрессно-выставочной инфраструктуры и достаточного гостиничного фонда, но и это желающих делать достойные события не останавливает. Тем не менее, привлечению крупных федеральных и международных проектов это не способствует.

**Александр БОТНИКОВ,**

заместитель директора по работе с органами госвласти АН «Этажи»:

– Потребность бизнеса в Удмуртии в форумах на данный момент достаточно высока. Предприниматели готовы общаться, развиваться, но делать это исключительно на безвозмездной для себя основе либо за минимальную стоимость. И это создаёт определённые сложности.

В Удмуртии есть предприниматели, которые проводят свои форумы, но вложений они не оправдывают. Стоимость организации одного мероприятия может доходить до 5 млн руб. при средних затратах, при этом цена за участие будет в разы ниже, чем в других регионах. На примере HR-форума, который проводили мы. Стоимость участия в Ижевске может быть от 5 до 10 тыс. руб., тогда как в Екатеринбурге или Новосибирске цена билета при том же наполнении и уровне будет начинаться от 30 тыс. рублей. Чтобы окупить такое мероприятие, нужны тысячи участников.

Поэтому, по сравнению с другими регионами, в Удмуртии насыщенность, качество и уровень форумов гораздо ниже ввиду более низкого спроса. Чаще всего на форумы для предпринимателей ходят одни и те же люди, чей бизнес связан с развитием через нетворкинг, наращивание кли-

ентской базы. Производственники или научные предприятия посещают только свои мероприятия, которые проходят чаще всего не в Ижевске.

Не закрывают потребности предпринимателей и форумы, которые проводят власти, так как они затрагивают не все группы.

В идеальном мире, точнее в идеальном Ижевске, также не хватает экспоцентра – пространства, на площадке которого могли бы регулярно проходить такие мероприятия, в том числе для разных отраслей. Но это дело дорогостоящее, не всегда рентабельное, и поэтому к такому решению нужно подходить очень взвешенно.

**Артур КУРЫЛЕВ,**

управляющий КОМПАК групп:

– Как у предпринимателя у меня двойное ощущение. С одной стороны, выставки действительно актуальны, позволяют бизнесу заявить о себе, продвинуть свои продукты. В то же время не все из них полезны и актуальны.

Потребность бизнеса Удмуртии в участии в выставках есть. В федеральных участвуешь, чтобы найти потенциальных клиентов со всей страны. В региональных – больше напоминаешь о себе, поддерживаешь имидж.

Большое значение имеет число участников и целевых посетителей. Когда потенциальный участник выставки оценивает, куда поехать, он,



## СЕЙЧАС РЕГИОНАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ ИМЕЮТ БОЛЬШОЙ ЭФФЕКТ, ЧЕМ МОСКОВСКИЕ

конечно, выберет проекты, которые собирают большое количество экспонентов, посетителей.

Основная проблема для организации выставок в Удмуртии – привлечь бизнес из других регионов. Во-первых, наш регион, к сожалению, – не самый серьёзный рынок для потребления, а выставки у нас в основном проводятся в сферах, где есть сильные производители. Во-вторых, у нас нет площадок, и мы точно не можем конкурировать, например, с «Казань Экспо» по оснащённости и масштабности площадей.

Но если мы поймём, чем будем интересны бизнесам из других регионов, предложим хорошие условия, площадку по выгодной цене с сервисом и информационной поддержкой, найдём свою «изюминку», это «зайдёт». Это будет плюсом и для региона, и для отрасли, в которой проводится выставка.

В АПК у нас есть все шансы выйти на такой уровень. В «Казань Экспо» проводится выставка «Агроволга», у неё много преимуществ, но стоимость регистрации растёт несопоставимо с ожидаемым финансовым результатом от участия. Будем стараться, чтобы наша выставка «АгроПро» смогла привлечь сельхозтоваропроизводителей из ближайших регионов как минимум.

Считаю, что выставочное пространство позволяет продвинуть и регион в целом. Его наличие – это драйвер привлекательности. В этом году мы построим стационарный выставочный павильон и стационарные выставочные стенды на нашей площадке для «АгроПро». Всех ждём в июле на выставке.



### Елена ТЕЛИЦЫНА,

генеральный директор компании «Новый дом»:

– Динамика по мероприятиям для бизнеса в регионе положительная.

Растёт их количество и качество. Но, на мой взгляд, недостаточно.

Наше предприятие работает по всей стране, мы активно участвуем в выставках других регионов. Есть прекрасные строительные выставки в Краснодаре, Казани, Екатеринбурге, Новосибирске... В Удмуртии – ноль.

При этом потенциал производителей региона очень высок, как и потребность в демонстрации продукции. Однако многие даже не выезжают за пределы Удмуртии.

Сейчас, на мой взгляд, самое время развивать эту историю. Раньше были очень востребованы выставки в столицах. Теперь за счёт высокой стоимости аренды московских площадей и более точечного решения вопросов в субъектах региональные выставки имеют БОЛЬШОЙ эффект, чем московские.

Если мы хотим повысить производственный потенциал республики, её статус – отраслевые форумы и выставки необходимы. Но площадки для этого в республике нет.

Возможно, экспоцентр – не первый приоритет, но я считаю, что в любом случае к нему нужно идти. Мы же не сомневаемся, что у нас должен быть международный аэропорт. Должен быть и выставочный центр.

Кроме этого, если брать пример Казани, можно сделать не только выставочный, но и концертный центр. Нужно добиваться, чтобы в наш регион, даже при сложной логистике, люди хотели ехать, а главное – чтобы жители, особенно молодёжь, хотели в нём оставаться.

Кроме того, можно выставки объединять с другими форматами. Развивается промышленный туризм, и можно активнее приглашать к нам людей из других регионов. Можно проводить в рамках таких форумов заседания крупных ассоциаций, подключать обучающую, мотивирующую составляющие.

Получится выгода и для производителей, которые смогут представить свой товар и выйти на



**ЧТОБЫ БЫТЬ ВОСТРЕБОВАННЫМ, РЕГИОНАЛЬНОМУ ФОРУМУ НЕОБХОДИМЫ КАЧЕСТВЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА,** административная поддержка и якорные участники, задающие уровень мероприятия.

новый уровень, и для республики – за счёт того, что её статус и компетенции повысятся.

Наша «Академия Palizh» проводит собственные форумы, и здесь задач как минимум две. Первая – объединение партнёров за счёт знаний, которые мы можем предоставить. Делясь наработками и привлекая крупных спикеров, мы даём возможность партнёрам учиться и становиться сильнее. Если наши партнёры сильнее, то и мы тоже растём.

Вторая задача – рост собственных специалистов, повышение их экспертности.

К сожалению, даже для таких «камерных» форумов, как наш, и инфраструктура, и техника в Удмуртии пока оставляют желать лучшего. Мы выбрали формат перезагрузки человека, поэтому стараемся проводить их вне города. Но локаций, где можно отдохнуть на хорошем уровне и провести обучающие мероприятия, единицы.

Второй момент – поскольку таких мероприятий не так много, то конкуренция на рынке их организации, особенно с технической стороны, невелика. Соответственно, нет потребности расти другим технологичным предприятиям с точки зрения организации звука, видео и так далее. Это взаимозависимые вещи. Чем больше мероприятий, тем больше таких компаний и тем выше их сервис.

### **Алексей ВЫСТРЕБОВ,**

директор по развитию  
ивент-компании «8 человек»:

– Запрос на выставочные пространства существует, но его можно разделить на два потока.

Первый – осознанный. Люди из бизнеса или производства понимают, чего хотят, для чего им это нужно, для кого они это делают, какие есть ресурсы, чего не хватает и что нужно сделать. Второй – и это большая часть запросов. Люди на самом деле не знают ответов на эти вопросы. Они просто решили: «Нам тоже нужно какое-то выставочное пространство – форум или выставка». Без понимания зачем и для кого.

Мы часто слышим запрос на большое выставочное пространство в Удмуртии по образцу Казани. Но там ёмкость рынка несопоставимо выше, и реально есть, что показывать. У нас же при более



глубоком анализе выясняется, что направлений, в которых мы готовы масштабировать что-то презентовать, не так много. Да, есть День оружейника, большое мероприятие, в котором действительно много компаний хотят поучаствовать, есть что показать в ИТ-сфере... Но у небольших отраслей, даже у ивент-сферы, которая могла бы сама себя пиарить, как будто бы нет необходимости в таких мероприятиях.

Интернет-маркетинг всех победил. Люди хотят встречаться и общаться, но хорошо бы, чтобы это кто-то организовал за них. А вкладывать ресурсы, чтобы проводить что-то масштабное, готовы немногие. И, на мой взгляд, эффективнее выехать куда-то с бизнес-миссией, чем здесь самим для себя устраивать выставки.

Конечно, если бы у нас было экспо-пространство, его удалось бы чем-то занять несколько раз в год. Но было бы оно востребовано каждую неделю, чтобы окупать затраты на содержание? Эти расходы лягут либо на правительство республики, либо на частный бизнес. Но насколько последний потянет такую ношу? Не стоит забывать и о том, что регион находится вне основной транспортной логистики России, что серьёзно ограничивает возможности для приезда экспонентов и участников.

**ВЫСТАВОЧНОЕ  
ПРОСТРАНСТВО  
ПОЗВОЛЯЕТ  
ПРОДВИНУТЬ  
РЕГИОН В ЦЕЛОМ,  
ЭТО ДРАЙВЕР  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ**





### Максим ШЕМЕНЁВ,

руководитель направления в инженеринговой компании «Команда ПГС» (Воронеж):

– Я много езжу по федеральным и региональным строительным форумам и давно наблюдаю за тем, как

они меняются. Если федеральные

мероприятия по большей части продают статус, то региональные должны продавать пользу, но предпочитают копировать федеральный формат. В этом вся проблема.

Многие федеральные форумы перестали быть образовательными и коммуникационными площадками, превратившись сугубо в маркетинговый инструмент. Выступил спикер на форуме, значит, усилил экспертность своей компании. Форумы начали продавать именно это ощущение признания. И часто эта роль покупается через VIP-билет, а не через реальный опыт – организаторы балансируют между сильными спикерами и платными местами.

Форумы всё больше становятся похожи на шоу. Это создаёт иллюзию события, но подменяет содержание формой. Информация даётся быстро, поверхностно, без глубины, но ярко и упрощённо. Темы сменяются каждые год-два в зависимости от трендов, но ни одна из них не прорабатывается глубоко, никто не работает с реальными, системными проблемами.

Раз федеральные форумы продают статус, то региональные должны продавать практическую пользу. Это логика выживания: у регионального форума нет федерального охвата и бюджетов, но есть близость к реальности: к земле, чиновнику, банку, таким же участникам рынка.

На региональном форуме участникам нужно дать возможность напрямую пообщаться



### Кирилл СТЕПКИН,

PR-директор компании ECOOKNA GROUP (Москва):

– Выставочная деятельность, отраслевые и бизнес-форумы в наше время приобретают даже большее

значение, чем раньше. Цифровые каналы

дают охват, но не доверие. Никакие техниче-

ские характеристики на сайте не заменят момента, когда человек берёт продукт в руки, видит качество живую и начинает представлять, как это решит его задачу. Именно здесь и происходит настоящая продажа. Мы это измеряем: минимальный результат, который считаем приемлемым по итогам участия: плюс 30% к затратам.


Такие мероприятия для региона – это деловой импульс, формирующий профессиональную среду, привлекающий участников из других городов и постепенно выращивающий локальный рынок. Многие отраслевые связи завязываются именно на таких площадках и потом работают годами. Отраслевая выставка даёт продажи и живые контакты с потенциальными клиентами. Кроме того, многие недооценивают репутационный профит. Профессиональное сообщество видит стенд, продуктовую линейку, команду и делает выводы о компании. Этот контекст потом работает весь год при работе с партнёрами и в продвижении продукта.

Сейчас заметно смещение деловой активности из Москвы в регионы, растёт интерес к отраслевым форматам с прикладной программой. Всё больше компаний ищут локальные площадки, где можно встретить именно своего клиента, а не раствориться среди сотен участников форума федерального масштаба.

Но чтобы быть востребованным, региональному форуму/выставке необходимы качественная инфраструктура, административная поддержка и якорные участники, задающие уровень мероприятия. Без любого из них формат либо не запускается, либо быстро теряет релевантность. Развитию таких форматов в регионах препятствуют дефицит современных выставочных площадок, логистические издержки для участников и низкая культура измерения результата. ●

## ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ФОРУМЫ ПРОДАЮТ СТАТУС, А РЕГИОНАЛЬНЫЕ ДОЛЖНЫ ПРОДАВАТЬ ПРАКТИЧЕСКУЮ ПОЛЬЗУ



A studio portrait of a man and a woman against a light grey background. The woman on the left has vibrant red hair pulled back and is wearing a black blazer, resting her chin on her hand. The man on the right has short dark hair and is wearing a white button-down shirt with his arms crossed. The overall mood is professional and polished.

**ГЛЕБ И КСЕНИЯ  
КОРМЫШАКОВЫ**

**ЧЁРНЫЙ И ЦВЕТНОЙ  
БИЗНЕС**

**ПРО ЖИЗНЬ**  
**РЕПУТАЦИЯ**

16+



*Глеб Кормышаков, собственник и директор компании «Юхан», занимается сбором и оптовой продажей металлолома, как подрядчик вывозит из Ижевска крупногабаритный мусор. Его жена Ксения создаёт стильные цветочные композиции. Красота у них разная. Для Глеба в первую очередь – порядок на улицах, для Ксении – эмоции людей от её работы. Но сходятся они в одном: никогда не сдаются и верят друг в друга.*

## **Два типа предпринимательства**

В любой семейной паре, где оба – предприниматели, рано или поздно возникает вопрос: чья модель эффективнее? Глеб управляет компанией, в которой всё держится на крупногабаритной технике, логистике. Ну и, конечно, на сотрудниках. Ксения – сама себе флорист: она собирает букеты так, как видит и чувствует, сознательно отказываясь от роста и масштабирования. Два успешных бизнеса, два подхода к делам и общая точка опоры.

«Мы с женой похожи на огонь и воду. Два сильных, но очень разных человека. Можем горячо спорить, доказывать свою позицию, выражать эмоции – и при этом остаёмся рядом», – говорит Глеб Кормышаков.

В этом – их сила. «Суровый» мужской бизнес, а именно таковым является сфера чёрных металлов, по словам его основателя, держится не только на понятных предпринимателям инструментах – стратегии, планах, контроле и командной работе. Точнее, не на них одних. Многое в нём, впрочем, как и в мире, зависит от женщины. «Для меня вера жены – это огромный ресурс. Если она говорит «да», я действую увереннее. Её поддержка всегда для меня является значимым ориентиром», – продолжает Глеб. Ксения не понимает в технике, равно как и муж – в её «цветном» бизнесе. Но они друг для друга – тот самый надёжный тыл, который придаёт прочность предпринимательской конструкции во все времена.

## **Гибкость и развитие**

«Юхан» – это бизнес с серьёзными активами: парком техники, штатом и социальной ответственностью. Понимая, что за ним – люди и их семьи, Глеб старается уйти от сезонности и обеспечить предприятие работой круглый год. Это удаётся как за счёт укрепления партнёрских связей – прошедшей зимой компания вновь выиграла тендеры на поставки металла на Ижевский механический завод, «Калашников» и Воткинский завод, так и за счёт расширения контрагентской сети. Это позволило загрузить мощности на 100%. Экономика сектора, завязанного на грузовом транспорте, жёсткая. Стоимость грузовых машин и обслуживание кредитов, лизинговых операций возросли кратно. А тарифы на уборку мусора за этот период изменились несущественно. Но бизнес держится за счёт гибкости и умения балансировать.



Один из примеров – запуск в 2026 году собственного направления «Юхан-гидравлик» по ремонту и продаже рукавов высокого давления. Глеб понял: его ломовозы постоянно нуждаются в замене шлангов, особенно зимой. Теперь компания не только имеет запчасти для собственной техники, но и постепенно выходит на рынок, планируя в перспективе открыть в городе четыре-пять своих фирменных магазинов.

И, конечно же, важное направление её развития – цифровизация. В ближайшее время «Юхан» запустит собственное цифровое решение «ЮХАН APP». Это единое рабочее пространство для взаимодействия с клиентами и управления услугами в режиме реального времени. Платформа объединяет в одном интерфейсе все ключевые процессы: от выбора и расчёта услуг до оформления документов и контроля выполнения задач. Работа с «Юханом» становится максимально прозрачной, быстрой и предсказуемой.

# ЧЁРНЫЙ И ЦВЕТНОЙ БИЗНЕС



При этом Глеб не забывает о социальной миссии: 1000 руб. с каждой тонны металлолома идёт на восстановление храмов, помощь участникам СВО, православные проекты. Он вырос в семье священнослужителя в шестом поколении – для него это образ жизни.

## Своя логика

Ксения не вписывается в классический портрет предпринимателя. Там, где коллеги по отрасли берут количеством, она конкурирует качеством. Не нанимает флористов, а продолжает собирать композиции сама. Только сама. Потому что каждый букет – это её имя и репутация.

В этом смысле она такой же продуманный предприниматель, как и Глеб. Просто ориентирована не на рынок, а на себя. И это работает: большинство из тех, кто приобрёл её букет один раз, становятся постоянными покупателями. А всё потому, что каждая композиция, каждый цветок, элемент в ней безупречны.

При этом Ксения – более дисциплинированный финансист, чем муж. Глеб, улыбаясь, это признаёт: «С деньгами у жены всё прекрасно, она умеет планировать свой бюджет, соотносить доходы и расходы, чтобы оставаться в плюсе».

Ещё одно проявление её принципиальности – отказ от флористических мастер-классов. Ксению часто просят поделиться опытом, но, как говорит сама, пока она не готова. Не потому что жалко секретов, а потому что это тоже ответственность за качество. А если не уверена, что сможет дать участникам максимум, она не берётся. Для неё лучше не делать совсем, чем плохо или для галочки.

## Дети и философия

Для Кормышаковых предпринимательство – не только способ зарабатывать. Это ещё и умение брать на себя ответственность за других. Глеб держит штат, платит зарплату, отвечает за людей, которые приходят на предприятие каждое утро. Ксения отвечает за качество перед клиентами, которые доверяют её вкусу. И оба своим примером показывают детям: бизнес – это не про лёгкие деньги, а про ежедневный труд, дисциплину и честность.

Настоящий предприниматель, по их мнению, – не тот, кто просто открыл предприятие и получает доход. Это тот, кто предпринимает усилия для других: для сотрудников, клиентов, города. Они не читают лекций детям, а их у Кормышаковых трое. Они просто живут и работают так, чтобы те видели: успех не приходит сам. Его нужно делать каждый день. Даже когда не хочется. Даже когда тяжело. И тогда дети впитывают это без лишних слов – просто глядя на родителей.



ООО «Юхан»



г. Ижевск, пер. Будочный, 33



+7 (912) 878-68-63, +7 (3412) 472-567



*Рыболовный сервис «МогучУдмурт» – это не про килограммы улова, а про нечто более ценное: состояние покоя, драйва, чувства, что о тебе позаботились. Это про вау-эффект и домашний уют среди дикой природы, а также желание вернуться снова. И судя по тому, что в этом сезоне компания открывает сразу три базы в разных регионах, эта формула работает.*

**«Горе-Море»: Волга с белым песком**

Ивановская локация – это другая все-ленная. Горьковское водохранилище – реально море. Длина больше 100 км, ширина до 40 км. Есть острова из белого песка посреди Волги, рядом Юрьевец – город с богатой историей. Осенью здесь рай: причалил к берегу, набрал грибов и ягод, поймал рыбу, а вокруг – ни души, только вода и лес. Плюс близость к Москве: пять часов по платной трассе или на «Ласточке». Логистика продумана везде: в Перми от аэропорта 40 минут, до центра полчаса. Люди приезжают на несколько дней с одной сумкой, ничего не везут с собой. Концепция «рыбалки под ключ» не меняется.



Сказать, что проект «МогучУдмурт» – это рыболовная база, значит, ничего не сказать. Это, скорее, экосистема впечатлений, где гиды становятся психотерапевтами, бильярдные столы делают на заказ из красного дерева, а в домиках можно порубиться в восьмимбитные «танчики» на приставке из 1990-х.

Когда в начале сезона владельцы приняли решение: «Мы выросли из зоны Каракулино», кто-то удивлялся: для чего расширяться, если и так всё работает? Но оказалось, что даже самые преданные гости хотят новизны. Так появились две новые базы – на Горьковском водохранилище («Горе-Море» в Ивановской области на реке Ёлнать) и в Пермском крае на реке Сылве. И если первые две локации следуют единой «могучей» концепции, то Пермь стала смелым экспериментом. В Каракулино и на «Горе-Море» гостей ждут просторные «могучие» дома с похожим номерным фондом, бильярдом и приставками для детей. Всё стабильно и надёжно – как и положено бренду с именем.



**Максим ПЫСТОГОВ, основатель рыболовного сервиса «МогучУдмурт»:**

– На берегу реки Сылва у нас очень красивое место – Новые Ляды – вблизи от города. Мы построили базу в первой линии от воды и решили не делать один большой дом, а поставить четыре отдельных: два VIP и два рыболовных. Плюс уже был один двухэтажный дом из бруса. Получилось, что можем принять человек 20 – разного уровня, запросов, ожиданий.

Главная фишка Перми – доступность. Рядом – оборудованный городской пляж, а ещё лодочная станция, где можно купить бензин. Это рай для тех, кто приезжает на своём катере: не нужно мотаться по городу, всё под рукой. При этом сервис остаётся «могучим»: профессиональные гиды, лучшие катера, полное отсутствие бытовых хлопот.

Нам показалось, что данная концепция очень интересная. Пермь – это северные реки, огромное количество рыбы, непохожие места. Можно даже доплыть до скал. А обед гид организует прямо на камнях в живописнейших местах. Надо отдать должное пермякам: они следят за природой. Столы стоят, чистота, только убери за собой.

**16 июня две новые базы открывают сезон. Бронирования уже идут, загрузка максимальная**

# «МОГУЧУДМУРТ»: НЕ РЫБОЙ ЕДИНОЙ



## Про PlayStation, танчики и душевный комфорт

Нас иногда спрашивают, слушая рассказы о бильярдных столах из дерева, резных логотипах с подсветкой и креслах «Могучий» с массажем: для чего такие вложения? Ответ прост: чтобы не быть похожими на других.

Не хочется делать как у всех, хочется уникальности, чтобы люди мечтали вернуться. Всё должно быть по-домашнему. Вот и приставка PlayStation, казалось бы, – для чего? Но люди ездят с детьми. Они порыбачили с папой, пришли, спать не хотят, мозг кипит. Телевизор смотреть не будут. А если есть приставка – погоняли в футбол, потом в Sony – и в восторге. Я сам, рождённый в СССР, помню первые Dendy и Nintendo, восьмибитные «танчики», поэтому привёз их на базы. Это были первые игры, когда ты сидел часами. А сейчас говорю гостям: «Давай в танчики порубимся?». Поэтому здесь, скорее, не про вложения, а про уют, ностальгию и общность. Плюс кресла-качалки для шеи после рыбалки – мелочь, а кайф. «Забота» – вот главное слово.

## Цифры говорят о любви

Самый точный показатель успеха – возвраты. Порядка 92% гостей приезжают снова. Есть люди, которые были 20 и даже 30 раз. Корпоративные клиенты – отдельная песня. К нам приезжают столичные компании, которые проводят у нас мероприятия. Привозят операторов, фотографов, запрашивают бани с пивом, чтобы им поливаться, спецменю. Были и новогодние корпоративы с девушками, которые тоже остались в восторге. При этом руководители понимают: если человек отдохнул день-два, он возвращается на работу с двойной энергией. Это не трата денег, а инвестиция в команду.

## Про рыбу – честно

У нас с рыбой в Каракулино непросто, в сравнении с другими водоёмами. Проблема – в малой воде. Кама у Каракулино всего 900 м шириной, а в Перми – 3 километра. Плюс гидроузлы и электростанции. Последние два года воду не поднимают, рыба из чанов не доходит. Но профессионалы рыбу ловят. Просто размеры скромнее. Зато в сентябре –

уникальный сезон сома. Они тысячами скапливаются, трутся пузиками о песок. Две недели клюёт, потом на неделю перестает. С сентября по конец октября – самый клёв. Без рыбы не уезжает никто. Но гид не ловит за гостя – он лишь учитель, терпеливый и внимательный, поэтому получается даже у детей.

## Соревнования и планы на сезон

Вместе с Иваном Утробиным, сооснователем компании, мы постоянно выезжаем на соревнования, нам интересно получить драйв от старта, почерпнуть что-то новое, протестировать новые приманки и спиннинги в условиях соревнований. Ну и проверить свои силы в турнире с лучшими профессиональными спортсменами.

Сейчас придётся меньше уделять времени гостям, больше тренироваться. Всеми навыками, полученными в соревновательном процессе, мы охотно делимся с нашей командой и гостями.

16 июня две новые базы открывают сезон. Бронирования уже идут, загрузка максимальная. Рыба будет клевать, и эмоции точно гарантированы. А это, как показывает практика, дороже любого трофея.



6+



*Семейный проект Сергея Климовских начался с кухни в буквальном смысле этого слова. Сначала он варил пенный напиток для себя и друзей в 30-литровой кастрюле, а сейчас у бизнеса производство на 26 тонн в месяц, коллаборации с кафе и ресторанами, строительство нового цеха. Путь бизнесмена, когда-то начинавшего с оснащения медицинских лабораторий, до пивного танка оказался длиннее, чем ожидалось, но оно того стоило.*



Мы встретились с Сергеем в разгар подготовки к сезону. Новое помещение уже практически готово, в него заведено тепло, свет и всё готово к монтажу оборудования, но оно пока задерживается. «Мы попадаем в сезон, — объясняет он. — Заниматься вводом в эксплуатацию сейчас не очень удобно, чтобы не расплываться: все силы нужно бросить на закрытие потребностей людей».

**– Когда планируете запуститься?**

– Хотели успеть к лету, но, увы, нас задерживают Газпром и производитель оборудования. Но, несмотря на это, мы начали оснащаться: заложили холодильную камеру на 4 тонны, лабораторию для анализа готового продукта и дегустационный зал для наших любимых посетителей экскурсионных программ. Хотя мы пока и не готовы к запуску нового цеха, но уже «дышим» нашим новым проектом.

**– К летнему сезону готовы? Что нового появится, или пока держите интригу?**

– Летом пивоварня работает на пределе, это сезон активного потребления. Фантазировать особо некогда. Новые сорта чаще всего рождаются в холодное время, а потом апробируются, но бывают исключения. Ближе к осени у нас есть история с фестивалем Craft Fair, который проводят коллеги, именно на него всегда варятся интересные сорта.

Конечно, ребята постоянно что-то придумывают. У нас два технолога, которые работают в разных стилистиках. Один любит более плотные, насыщенные, трендовые сорта, такие как стаут или IPA. Второй увлекается бельгийской стилистикой: это саур эли, напитки на стыке пива и фруктовых ароматов. Как говорил классик: они сошлись, волна и камень. Оба предлагают свои решения, варианты улучшения, так и двигаемся вперед, с учетом разных мнений и выводя одно общее. Для новых пробных сортов у нас есть специальный небольшой танк на 500 литров.

**– То есть оборудование для фантазии?**

– Да. В нашем профессиональном обиходе «танк» — это универсальная ёмкость, где идёт и брожение, и настой. Там пенное сначала бродит при открытых трубах, затем трубы перекрываются, чтобы дрожжи перестали работать, танк отправляется на охлаждение, дрожжи оседают в конус и затем сбрасываются из танка. Сам напиток уходит в длительный настой. Но эксперименты начинаются даже не в нём. Я же сам — из домашних пивоваров, у меня сохранился мой старый 30-литровый варочник. Сначала пробуем варить в нём, корректируем, дорабатываем, если понравилось, варим партию в 500-литровом. И тут уже подключаются клиенты, которые активно комментируют новинку, дают обратную связь, на основе их замечаний мы вновь принимаемся «дофантазировать». И так до победного конца.



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА И НАПИТКОВ, ИЗГОТОВЛЕННЫХ НА ЕГО ОСНОВЕ, ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

# ХОББИ «ПОД ДАВЛЕНИЕМ», СТАВШЕЕ ЛЮБИМЫМ ДЕЛОМ



## – Кто пробует первым?

– Весь коллектив. Но самые первые – технологи. Они – люди скрупулёзные и дотошные, знают, что должно получиться, поэтому сначала они, потом остальные. А там уже коллегиально решаем судьбу «новорождённого».

## – Вы варите только по своим рецептам?

– Если под нашим брендом, то, конечно, по своим. Но есть и другая история, когда мы варим напиток под заказ. В нашей практике было немало коллабораций с известными ресторанами, кафе и барами Ижевска и близлежащих городов. Мы варили под них несколько сортов, исходя из их потребностей. Были у нас и другие партнёры, которые приходили со своей рецептурой, мы всё согласовывали и делали заказ. Условно говоря: с них – рецепт и хотелки, с нас – сырьё, оборудование и опыт. Это достаточно популярная и, главное, интересная тема для каждой из сторон.

## – У вас не только пивоварня, но и сеть магазинов...

– Да, компания прирастает новыми фирменными точками, хотя это достаточно затратный процесс. Человек приходит не только за любимым пенным, но и за вкусной закуской, поэтому мы не только постоянно расширяем ассортимент, но и модернизируем оборудование. Понимая и оценивая наш подход, в нас заинтересованы предприниматели, меня часто спрашивают: «Когда франшизу откроете?». Я говорю: «Думаем». Первоочередная задача – производственные мощности.

## – Имея достаточный опыт и рассмотренность, как вы думаете, предпринимателями рождаются или становятся?

– Думаю, рождаются. (Смеётся.) Родители и бабушка говорили: «У тебя коммерческая жилка деда, он всегда понимал толк в этих вопросах, работал на базе и был таким же неугомонным». Но даже если у тебя есть определённые склонности и талант, надо понимать механизмы, получать знания, нарабатывать опыт.

Я себя долго искал, имею в виду призвание. Первое образование, я получил с подачи родителей, окончил Индустриальный техникум по специальности «техник-технолог по станкам с ЧПУ». После практики, оказавшись на оборонном предприятии, понял, что это не моё. Ушёл в коммерцию: ночные ларьки, оптовая торговля. Первый капитал заработал с товарищем на туалетной бумаге, реализовывая её немалыми объёмами на Сенном рынке. Начали с «шестёрки», потом был «ГАЗон», дальше «КамАЗ», потом «КамАЗ» с прицепом, но ситуация изменилась, и мы пошли дальше. Новым проектом стал медицинский бизнес с девизом «Всё для лабораторий». Параллельно шло обучение: техникум при Госкомстате УР по специальности «бухгалтер», чтобы разбираться в финансах, хотя в эту профессию в итоге я так и не сел, тоже не моё. (Смеётся.) Мне нужен движ. Потом пошёл в УдГУ по-



стигать экономику, продвижение и продажи. Какой я сделал вывод? В каждой новой истории нужны свои знания, что заставляет постоянно развиваться, и это здорово.

## – Пройдя такой путь, решились бы на него снова?

– Когда на семейном совете встал вопрос: а будем ли мы расширяться? – ответ на него затянулся на пару лет. Итог оказался предсказуемым: стоять на месте мы не можем, да и не хотим. Сейчас идём по той же дорожке, что и вначале, но теперь уже представляем результат и уверены, что всё получится.

📍 г. Ижевск, с. Ягул,  
ул. Графа Шувалова, 8

📍 г. Ижевск, ТЦ «Мой Порт»,  
ул. Кирова, 146, 2 этаж  
(напротив касс гипермаркета «Лента»)

📍 г. Ижевск, ул. Строителя  
Н. Шишкина, 3/1

📍 г. Ижевск,  
ул. 50 лет ВЛКСМ, 4

📍 г. Ижевск,  
ул. Баранова, 93/29  
(за ТЦ «Матрица»)

📞 +7 (919) 919-75-24  
+7 (3412) 22-00-48

🌐 pan-palich.ru





## НОВАЯ СИЛА ЖЕНСКОГО БИЗНЕСА В УДМУРТИИ

**Стартовал уникальный проект – Премия «Первая» (16+), где женское предпринимательство обретает стратегию, поддержку экспертов и новое сообщество. Инициатор – Корпорация развития Удмуртской Республики, информационным партнёром выступает журнал «Деловая Репутация».**

### Больше, чем конкурс

«Первая» – это не про соревнование. Это развитие, смыслы, стратегии, логика, элегантность. Бизнес-леди с любым масштабом дел проходят интенсивный курс: все стадии продаж, финансовое планирование, личный бренд и ораторское мастерство, учатся управлять впечатлением и использовать нейросети в маркетинге.

**Задача** – дать участникам инструменты для развития в кризис, соединить бизнес-навыки с заботой о себе.

**Главный результат** – устойчивый рост бизнеса даже в сложных условиях.

**Итог** – готовый проект и презентация перед жюри.

**21 октября на бизнес-форуме для женщин-предпринимателей в Ижевске** – финал и награждение победительниц в 15 номинациях (от «Самой клиентоориентированной» и «Экологичной» до «Мамы-предпринимателя» и «Вау-проекта»).



### Значение для Удмуртии

По словам руководителя конгресс-центра «Республика» Евгении Трофимовой, премия меняет ландшафт женского предпринимательства в регионе:

- создаёт пул устойчивых, технологичных и социально ответственных проектов;
- укрепляет репутацию Удмуртии как территории, где поддерживают бизнес-инициативы;
- даёт предпринимательницам уверенность в масштабировании, вплоть до зарубежных рынков.



### Спикеры премии

Это эксперты в области финансов, информационных технологий, психологии, стиля, экспорта и государственной поддержки. В их числе – Светлана Александрова, создатель сообщества женщин-предпринимателей «Бизнес под каблуком», Валерия Антоненко, заместитель директора Корпорации развития УР, руководитель Центра поддержки экспорта, Евгения Трофимова, руководитель конгресс-центра «РЕСПУБЛИКА», Лариса Чинькова, владелица и директор Медиа Группы «Парацельс», издатель журнала «Деловая Репутация», член правления бизнес-ассоциации «Деловая Удмуртия», член РООО «Деловая Россия», эксперт в области СМИ, деловых коммуникаций, Денис Дмитриев, гендиректор ТД «СДЕЛАНО В УДМУРТИИ», эксперт по IT, и другие.

УЧАСТНИЦЫ ПРОЕКТА «ПЕРВАЯ»



**Азиатцева Татьяна**

Создатель онлайн-школы английского языка ATN-English



**Богданова Диляра**

Эксперт в сфере систем водоподготовки и очистки, основатель компании «АКВАКОД»



**Бывальцева Елена**

Предприниматель, селлер



**Вольнова Алёна**

Основатель кондитерских «Ежевика»



**Габдрахманова Ильдия**

Предприниматель в сфере юридических услуг



**Глухова Юлия**

Предприниматель, налоговый консультант, эксперт по бухгалтерскому сопровождению селлеров маркетплейсов



**Гусева Гулнора**

Создатель бренда косметики «Гулнора-ПРО»



**Денисова Алина**

Владелица игровых-шоу «Форт Боярд», «Тропа Первых» и многофункционального зала «Форт Холл» в Ижевске



**Дубовцева Любовь**

Создатель и руководитель оздоровительного центра «КИНЕЗИОЛЕКТА»



**Зайцева Анна**

Предприниматель, CEO IT Группы «Виктори»



**Лаврентьева Татьяна**

Создатель питомника «Травы Удмуртии», ландшафтный дизайн и озеленение



**Марчук Елена**

Создатель Школы ораторского мастерства «Резонанс» и руководитель Клуба юных инженеров «Тесла»



**Наговицына Ирина**

Руководитель и соучредитель ООО «Фулфилмент Центр Селлерс», экосистема для селлеров



**Низамеева Альбина**

Учредитель и директор Агентства рекламы и сувениров «РС Принт»



**Первозчикова Надежда**

Предприниматель в сфере недвижимости



**Повышева Мария**

Основатель бренда натуральной косметики «Марьин луг»



**Ситникова Наталья**

Учредитель и директор «Галактика 18», технологии и материалы для ремонта



**Титова Ульяна**

Основатель компании TT-Group: сети магазинов бижутерии Mia, одежды Sola, селлер на маркетплейсах



**Чуракова Елена**










Самозанятая в сфере Handmade, селлер

Премия «Первая» – это старт, который изменит женское предпринимательство в Удмуртии. Следите за нашими публикациями: все этапы проекты участниц, мнения экспертов – на страницах журнала «Деловая Репутация».

# «ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ» РЕКОМЕНДУЕТ!



«Деловая Репутация» рекомендует наших партнёров – компании и организации разных сфер деятельности, вместе с которыми мы помогаем предпринимателям развиваться и делаем бизнес-среду в Удмуртии ещё лучше.

 <p>КОРПОРАЦИЯ РАЗВИТИЯ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</p> <p>● Корпорация развития УР</p> 	 <p>● СБЕР</p>	 <p>WINE SNOB</p> <p>● Знотека и винный бар Wine Snob</p> <p>*Вайн Сноб</p> <p>ПАРТНЁР «БИЗНЕС-КЛУБА 16»</p> 	 <p>МОНПЛЕЗИР</p> <p>● Ландшафтный парк «Монплезир»</p> <p>ПАРТНЁР БИЗНЕС-ПИКНИКА «ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ»</p> 
 <p>АССОЦИАЦИЯ ДЕЛОВАЯ УДМУРТИЯ</p> <p>● Ассоциация «Деловая Удмуртия»</p> 	 <p>ДЕЛОВАЯ РОССИЯ</p> <p>● Удмуртское отделение организации «Деловая Россия»</p> 	 <p>Памфлет</p> <p>● Магазин книг «Памфлет»</p> <p>ПАРТНЁР КНИЖНОГО КЛУБА «НЕ В СЕТИ»</p> 	 <p>МОМЕНТЫ</p> <p>● Ресторан честных цен «Моменты»</p> <p>ВКУСНЫЙ ПАРТНЁР ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ</p> 

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ «АПЕРИТИВ»

Здесь вы можете найти журнал «Деловая Репутация», чтобы дополнить свой бизнес-ланч, обед и деловую встречу полезной информацией.

### WELCOME GROUP

ресторанный холдинг

● «Нино играет в домино»

ул. Горького, 88

● «Ялта»

ул. К. Маркса, 438  
ул. Пушкинская, 130а

● FRENISIS\* \*Френсис

ул. Пушкинская, 237

ул. Пушкинская, 281

ул. Холмогорова, 11

● «Вино и Мясо»

ул. Ленина, 45

● «Кофе Семь»

ул. Красная, 133  
ул. К. Маркса, 304а

● «Вчерашние новости»

ул. Свободы, 173

● «Луна и Черепаха»

ул. Свободы, 173

● «Пижоны»

ул. Пушкинская, 277

● «Пряный Кролик»

ул. Свободы, 173

● Ресторан-сыроварня «Сыр-Бор»

ул. Пушкинская, 130а



● Семейные рестораны Pasta

● на Горького

ул. М. Горького, 72, 1-й этаж

● на Холмогорова

ул. Холмогорова, 15

● на Молодёжной

ул. Молодёжная, 87

● Ресто-бар «Горький»

ул. М. Горького, 72

● «Каре»

ул. Красногеройская, 14

● Кофейня «Чашка»

ул. Лихвинцева, 46

ул. Красноармейская, 28

● «Ваще огонь»

ул. Пушкинская, 223

● Этнокомплекс «Бобровая долина»

ул. Свердловская, 4

● «Хинкальная под парусом»

ул. Пушкинская, 279а

● You & Wine\*

\*Ю энд Вайн

ул. Пушкинская, 277

● Wine & Whiskey by Simple\*

\*Вайн энд Виски бай Симпл

ул. Пушкинская, 276А

● «Моменты»

ул. Советская, 13

● «Тифлиси»

ул. М. Горького, 156

● Сигарный клуб Rōyk\*

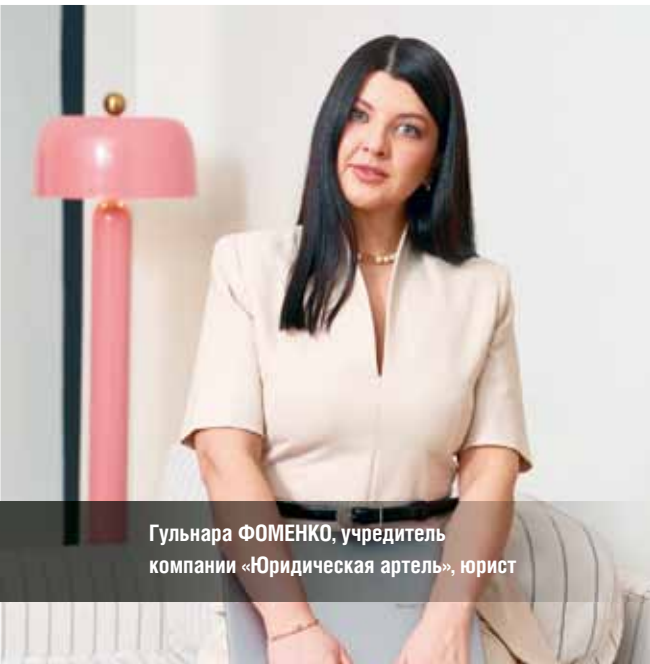
\*дым (18+)

ул. Береговая, 1

● Кулинарная студия «Клош»

ул. К. Маркса, 218





Гульнара ФОМЕНКО, учредитель  
компании «Юридическая артель», юрист

## ГУЛЬНАРА ФОМЕНКО: «НЕ ОБЕЩАЮ – ДЕЛАЮ»

*Банкротство физических лиц – сфера сложная, с массой нюансов. Здесь особенно важно доверять экспертам. Учредитель компании «Юридическая артель», юрист Гульнара Фоменко – именно такой специалист. Она деликатно и профессионально сопровождает процедуры банкротства, ставя во главу угла защиту интересов клиента.*

**– Гульнара, банкротство физических лиц – относительно новая практика. Как её воспринимает общество?**

– В целом люди стали относиться к банкротству проще, и тех, кто решается на эту процедуру, становится всё больше. Но у всех причины разные. Кого-то вынуждают обстоятельства, время сейчас сложное. Много предпринимателей – бизнес не пошёл, и они банкротятся. Их психология – особенная. Обычный человек после банкротства говорит, что кредиты больше не берёт. Коммерсант интересуется, когда снова сможет воспользоваться заёмными средствами, так как у него уже возникла новая идея.

Есть и те, кто воспринимает банкротство как вариант быстрого обогащения. Рекомендация из Интернета на тему взять кредит, погашать в течение трёх месяцев, а потом подать на банкротство, и все долги спишут – заблуждение. Суды хорошо знают эту схему, сейчас такие дела рассматривают очень пристально. Мы и сами внимательно подходим к отбору клиентов. Бывает, приходится отказывать, потому что видим риски, не обещаем того, что не можем сделать.

**– Как в целом проходит процедура? Что ждёт человека, который на неё решился?**

– Закон отводит на неё шесть месяцев, но на практике всё растягивается примерно на год, тем более если у человека много микрозаймов, есть ипотека или имущество, которое придётся реализовывать. Самое важное, нужно понимать, что банкротство – это не способ сохранить всё. Закон логичен: кроме единственного жилья, остальное может быть реализовано в счёт долга.

**– А клиентам нужно приходить в суд?**

– Нет, все заседания проходят без участия должников. Суд не любит эмоций и долгих объяснений, ему нужны факты. Наша задача – подготовить документы так, чтобы вопросов не возникало.

**– Что посоветуете тем, кто только думает о банкротстве?**

– Банкротство – это не позор. Это логичная процедура финансового оздоровления. Но не надо относиться к ней легкомысленно. И обязательно проверяйте, кому доверяете своё дело. Услуги по банкротству сегодня оказывают многие. Поэтому я

всегда советую: если есть сомнения, проконсультируйтесь в нескольких компаниях, сравните, что вам говорят. Посмотрите, задают ли вам уточняющие вопросы, насколько внимательно погружаются в ситуацию. Если вам с первых минут обещают всё списать и всё сохранить – и машину, и гараж, и дополнительную квартиру, вас обманывают. Таких специалистов лучше избегать. Честность дороже денег – это не просто слова, это единственный способ работать в такой тонкой сфере, как банкротство физических лиц.

**– Чему лично вас научила эта работа?**

– Терпению в первую очередь. У меня бывают уникальные дела, по которым в России пока ещё нет прецедентов. Когда после долгих месяцев судов я вижу положительное решение, понимаю, что команда «Юридической артели» (а у нас работают те, кто действительно умеет справляться со сложными задачами) помогла человеку там, где другие не смогли. Ради этого момента я и работаю.



+7 (919) 915-11-07

БАНКРОТСТВО ВЛЕЧЁТ НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОГРАНИЧЕНИЯ НА ПОЛУЧЕНИЕ КРЕДИТА, ПОВТОРНОЕ БАНКРОТСТВО В ТЕЧЕНИЕ ПЯТИ ЛЕТ. ПРЕДВАРИТЕЛЬНО ОБРАТИТЕСЬ К СВОЕМУ КРЕДИТОРУ В МФЦ

# «ЖЕНЩИНА В ДЕЛЕ»: МАСШТАБ, ЭНЕРГИЯ, СИЛА

*Когда в одном месте собираются 300 женщин, объединённых общими идеями, это великая сила, а ещё – море красоты, энергии, позитива. В Ижевске состоялся масштабный женский форум сообщества «PRO Женщин» – «Женщина в деле». Мероприятие собрало на своей площадке тех, кто готов расти, развиваться и вести за собой. Журнал «Деловая Репутация» стал его информационным партнёром.*



82 страны, почти 1400 городов и больше 107 тысяч участниц по всему миру – сообщество «PRO Женщин» объединяет единомышленниц на пути к самореализации, помогая найти тех, кто может поддерживать и вдохновлять. «Одна ты можешь многое, вместе мы можем всё», – так звучит один из лозунгов. И дело тут не в правильных словах, а, скорее, в опыте и готовности им делиться искренне и честно с теми, кто пришёл со своим запросом.



**Анастасия ИЖБОЛДИНА, региональный представитель сообщества «PRO Женщин»:**

– Форум «Женщина в деле» получился глубоким, честным и очень тёплым. Все, кто собрался в зале, пришли в этот проект не как наблюдатели, а как единомышленники. Нас пришли поддержать Дмитрий Чистяков, глава Ижевска, и Альфред Зиннатулин, директор НКО «Ижевский городской фонд поддержки малого и среднего предпринимательства», что говорит о том, что женское объединение и развитие – в приоритете для нашего города.

Хочу сказать слова благодарности тем, кто разделил с нами насыщенный день и наш путь. Голосами форума и его спикерами, прошедшими путь трансформации, стали Вера Вандерберга, Елизавета Бабушкина, Анна Чернобровкина, Анастасия Ижболдина.

У каждой из них есть свой опыт и навыки, которыми они тоже готовы были делиться.



**Алла КОНОВАЛОВА, куратор по работе со СМИ сообщества «PRO Женщин»:**

– Основной деятельностью сообщества «PRO Женщин» является поддержка женского лидерства, движения объединения и солидарности. Мы помогаем всем, кто приходит к нам, менять жизнь к лучшему: достигать цели, запускать проекты, реализовывать мечты при поддержке единомышленниц. Наша задача – сделать женщину счастливой. А счастливая женщина – реализованная женщина.

За девять лет существования сообщества поддержку получили почти 100 000 женщин со всего мира. В Ижевск оно пришло шесть лет назад. Когда-то это была малень-

кая компания из 15 активных девушек, с которых всё начиналось, а сегодня – более 600 участниц и 75 лидеров с многотысячной аудиторией подписчиков во «ВКонтакте».

Чтобы реализовать себя в любимом деле, нам часто не хватает уверенности в себе и поддержки близких. Группы сообщества «PRO Женщин» дают именно такую опору, обсуждают вместе и тестируют пилотные проекты, делятся контактами, рассказывают о неудачах, чтобы помочь каждой осознать значимость принятого решения и сделать шаг к своей мечте.



# DESIGNБЮРО

*Усольцевой Александры*

ДИЗАЙН и РЕМОНТ  
ПОД КЛЮЧ



## КРАСОТА В ДОЛГУЮ

*Александра Усольцева, дизайнер и основатель одноименного DEZIGN БЮРО\*, убеждена: её миссия – не просто ремонт помещений, А НЕСТИ КРАСОТУ В ЭТОТ МИР: прагматичную, выверенную, комфортную. В то время как многим требуются недели на размышления, бюро делает ставку на скорость и чёткий результат. А ещё здесь выстраивают отношения с клиентами не как с заказчиками, а с людьми, которые им интересны и важны. Отсюда рождается дружба – искренняя и долгая.*

– В моей профессии важен конечный результат, когда человек оказывается в новом пространстве, которое ему откликается по стилю и наполнению, и получает искреннее удовольствие. Это особое состояние в финале и эмоции, которые дают огромный заряд положительной энергии и позитива.

Одно из основных направлений нашей деятельности – коммерческая недвижимость. Мы с супругом можем превратить ваши мечты в реальность буквально за 30 дней, прекрасно понимая, что чем быстрее состоится открытие, тем скорее бизнес начнёт приносить прибыль. При этом дизайнерские находки могут работать в долгую, удерживая клиентов через опыт, создавая лояльность к бренду и укрепляя его узнаваемость. Мы находим варианты под любой бюджет, внедряя современные решения и соблюдая нормативы.

Приятно, когда постоянные клиенты звонят и начинают разговор с фразы: «Только вы нам можете помочь!». И мы действительно помогаем. А после успешного коммерческого проекта многие доверяют нам свои квартиры и дома. Потому что через бизнес у нас выстраиваются и дружеские отношения. Мы становимся кем-то большим, чем просто партнёры, потому что научились доверять и чувствовать друг друга. И это самое ценное в моей работе.



*Удмуртия готовится к главному культурному событию весны. Седьмой литературный фестиваль «На родине П.И. Чайковского» (0+) откроет двери для тех, кто верит в силу слова. Это живая история, которая каждый год доказывает: литература нужна всем – и малышу, который впервые держит в руках книжку с картинками, и пожилому человеку, пришедшему на встречу с любимым героем.*



**Татьяна ТЕНСИНА,**  
**директор Национальной библиотеки УР:**

– С первого фестиваля у нас сложился отличный творческий союз. Нашу идею поддержал Российский фонд культуры, и вместе с проектом «Сегодня дети – завтра народ» мы стали площадкой, где на первом месте – воспитание уважения к своей культуре и литературе, знакомство с именитыми и молодыми талантами, погружение взрослых и детей в удивительный мир книги. Технологии меняются, но такие понятия, как честность, порядочность, добро, остаются. Наша задача – сделать так, чтобы эти книги были не только в школьной программе, но и в руках у детей: приятные, красивые, с картинками, которые хочется разглядывать. Кроме того, мы с первых дней делаем акцент на том, что Россия – не только Москва. Тут и литература малых народов, и удмуртские авторы – это тоже наше богатство.

В сфере культуры сложно «пощупать» результат, но когда видишь, сколько людей нас сегодня ждут, становится понятно: всё не зря. Каждый фестиваль что-то оставляет после себя в памяти, сердце, мыслях. Так, во время проведения первого фестиваля мы торжественно присвоили имя Сергея Михалкова библиотеке в селе Июльское, став первооткрывателями в таком деле. Спасибо Никите Сергеевичу и всей команде фонда, что поверили в нас, когда это было особенно важно – в первый, самый непростой год. Сегодня уже не нужно никого уговаривать или активно зазывать. Фестиваль стал своим и для федерального уровня, и для руководителей региона, и, главное, для обычных людей, которые ждут этих майских дней.

### 50 площадок за пять дней

Мы – законодатели моды в географии, потому что не замыкаемся только на столице региона. Фестиваль продлится пять дней и затронет Ижевск, Воткинск, Сарапул, а также Воткинский, Шарканский, Игринский, Малопургинский районы. Но самое важное – площадки. Это не только библиотеки, но и дворцы культуры, музейные пространства, скверы и даже улицы городов. 24 мая, в День славянской письменности и культуры, мы традиционно открываем фестиваль. И это будет знаковое событие, потому что в этот день будет установлен памятник святителю Луке (Луке Крымскому) – выдающемуся хирургу, профессору, пережившему множество ссылок и ставшему архиепископом Русской православной церкви. Кстати, он должен был служить в Ижевске, но не сложилось. Надеюсь, погода не подведёт, и ландыши уже будут распускаться. Они – символ нашего фестиваля. Как однажды написали про нас в «Литературной газете», мы – ведомые запахом ландышей.

### Про детей и искренний смех

Наш фестиваль – это огромная история для детей и подростков. Скажу больше: он для всей семьи. Каждая встреча с теми, кто приезжает к нам, становится настоящим событием – откровенным, радостным, порой смешным. Однажды у нас выступал «Чемо-



# ВЕДОМЫЕ ЗАПАХОМ ЛАНДЫШЕЙ



дан дуэт» из Петербурга. Зал просто умирал от смеха, это были настолько живые, искренние эмоции без фальши, что невозможно было удержаться.

Люди к нам приезжают разные, но все по-своему уникальные. Например, Олег Дмитриевич Трушин, писатель-натуралист, не медийная личность, но когда начинает рассказывать о природе и своих исследованиях, все слушают, не отрываясь. Наши дети умные и любопытные, мы часто сами не подозреваем, что их может заинтересовать.

Талантливые художники-иллюстраторы – тоже наша гордость. У нас уже побывали все ведущие мастера книжной графики: Ольга Ионайтис, Юрий Богачёв, Ирина Маковеева. Вспоминаю Анну Хопта. Молодая художница, она рисовала на стекле маслом сцены из детства Петра Ильича Чайковского. Работы сначала выставлялись в Клину, но именно в стенах музея-усадьбы композитора они засияли, как будто находились там всегда.

## Для взрослых и «камерной» классики

Для взрослой аудитории мы стараемся привозить мощные имена. Когда приезжали мэтры, такие как Алексей Варламов или Юрий Поляков, который сам себя позиционирует как последний советский писатель, мы освобождаем большой читальный зал, где собирается до 200 человек. В этом году к нам едут Татьяна Устинова, Дмитрий Бак, всего на один день, но всё же. Ждём мультипликаторов – супругов Сергея и Ирину Гавриловых, Павла Астахова. Кстати, именно с его подачи у нас случилась история с открытием памятника Луке Крымскому. А ещё в гостях будет режиссёр Кулямин с фильмом «Колокол Надежды». Эльдар Трамов – актёр и режиссёр, известный по фильму «Постучись в мою дверь в Москве». Выступит хор Данилового монастыря.

И, конечно, я не могу не рассказать про великого советского актёра Юрия Владимировича Назарова. Я встретила его в Москве, говорю: «Юрий Владимирович, приезжайте!». Ему 89 лет, и он отвечает: «Я готов». В прошлый раз в Сарапуле, когда он, седой, почтенного возраста, но с мощной энергией, вышел на сцену ДК и поздоровался, зал на 600 человек замер, потому что он свой, родной.

Фестиваль – это ещё и серьёзная профессиональная программа. Мы встречаемся с коллегами из музеев, педагогами, библиотекарями со всей республики, обсуждая актуальные темы.



## Что остаётся

За одну фестивальную неделю пройдёт более 55 мероприятий, в которых примут участие не менее 11 000 человек. Где-то это будут камерные встречи, где-то – полные залы, а ещё мастер-классы, шествие, обсуждения. Всё бесплатно, единственная жалоба, которую мы получаем: «Нам не хватило места». Я счастлива, что фестиваль вызывает такое внимание у жителей и гостей республики, значит, культура жива и нужна многим.

А с нами остаются воспоминания, и не только. Присвоение имени Сергея Михалкова сельской библиотеке позволяет её специалистам быть в сообществе «михалковских» библиотек, ездить на профессиональные форумы, пополнять фонд новыми книгами. Кроме того, именитый режиссёр подарил нашему монастырю резную икону Георгия Победоносца. В этом году у нас появится новый памятник. Фестиваль прорастает в нашу жизнь архитектурой и смыслами, становясь долгожданным и знаковым событием для всех.



# GASTREET 2026 <sup>16+</sup>

## ПРЕДСТАВИЛ СОАВТОРОВ И СПИКЕРОВ ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ



Участие в деловой программе уже подтвердили Пауло де Соуза, владелец и шеф-повар Dayou The Merchants (Шанхай, Китай), Максут Ашкар, сооснователь и шеф-повар ресторана Neolokal (Стамбул, Турция), Димитриос Мудиос, владелец и шеф-повар Oge (Бангкок, Таиланд), Чайсири «Тэм» Тас-санакаджон, операционный директор Nusara group, сомелье в ресторане Nusara (Бангкок, Таиланд), Анатолий Казаков, шеф-повар Selfie, «Гвидон», IKRA (WRF) (Москва), Дмитрий Бескромный, автор канала «Бескромный» (Москва), Нурислам Шарифулин, владелец сети ресторанов P.Love, Love.ashe, Мясной (Казань), Дмитрий Портнягин, основатель ресторана Manul (Москва), и др.

**Gastreet International Restaurant Show**  
7-12 июня 2026 года, город Gastreet,  
Курорт Красная Поляна 960

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЁР 16+  
**РЕПУТАЦИЯ**  
ДЕЛОВАЯ

*В этом году за программу Gastreet International Restaurant Show отвечают люди, которые вместе с индустрией в самые разные времена – и в кризис, и в рост. Эксперты, которые не раз помогли бизнесу выстоять и точно знают, где искать точки роста.*

### Соавторы программы

**Дмитрий Левицкий** – сооснователь и главный идеолог Gastreet, ресторатор, совладелец и президент группы компаний HURMA, руководитель проекта винного города «Белый мыс».

**Георгий Карпенко** – сооснователь и программный директор Gastreet, совладелец и директор по развитию группы компаний HURMA.

**Сергей Миронов** – ресторатор, основатель ресторанов «Мясо&Рыба», председатель Координационного совета Федерации рестораторов и отельеров. На протяжении многих лет выстраивает диалог между ресторанным бизнесом и властью и знает, как сделать так, чтобы к голосу индустрии прислушались.

**Екатерина Пугачёва** – эксперт по развитию ресторанов, журналист, председатель жюри The World's 50 Best Restaurants в регионе Россия, Восточная Европа и Центральная Азия, куратор шефской площадки. Именно она привлечёт мировой опыт на Gastreet 2026.

**Татьяна Симонова** – основатель «Академии сервиса», шеф-тренер, куратор школы сервиса Novikov School. Давно вышла за рамки классического сервиса и работает с формированием впечатлений клиента в девелопменте, арт-культуре и других сферах. Привлечёт в программу экспертов из смежных индустрий, чей опыт откроет новые решения для ресторанного бизнеса.

**Светлана Купрейчик** – руководитель направления управления персоналом группы компаний HURMA, создатель профессионального сообщества для специалистов по работе с командами. Объединяет профессионалов с реальным опытом в найме, обучении и оптимизации команд и пригласит сильнейших из них в нашу программу.

**Антон Скакодуб** – управляющий партнёр ресторанов Dreamteam.fm (Smoke BBQ, Self Edge Japanese, Anchovy's Club, Blackchops, Trappist и др.), практик с 14+ годами опыта в ресторанном бизнесе и сфере гостеприимства. Ключевая экспертиза – создание продуктоориентированной модели управления ресторанами.

Вместе со спикерами соавторы будут раскрывать **ключевые фокусы деловой программы**, в их числе:

- оптимизация (и почему это новая база для отрасли);
- искусственный интеллект (и как с ним продуктивно сотрудничать);
- диверсификация (и куда ещё смотреть ресторатору);
- законодательные реалии (и как к ним адаптироваться).



ПРЕДАНОСТЬ ТРАДИЦИЯМ  
И КАЧЕСТВУ

МЯСО *сыр*  
для *для*  
КОМПАНИИ, *души*

+7 (3412) 97-00-28

+7 (919) 900-15-26

 [lubava18.com](http://lubava18.com)

 [info@lubava18.ru](mailto:info@lubava18.ru)



*Правду говорят умные люди: все дороги ведут в Рим. В конце сентября в Вечном городе состоится Кубок мира по пицце, в котором готовится принять участие ижевчанин Егор Булдаков. Первый российский пиццайоло, познавший вкус победы на международных соревнованиях, и обыкновенный волшебник, способный превратить тыкву в карету.*

– Егор, вы помните первую пиццу, которую сделали своими руками?

– Ох, давно это было! Я учился в пятом классе. Готовил по рецепту из учебника английского языка – на картинке была нарисована сковорода, а в ней лепёшка с грибами и помидорами. Так и пожарил. А вообще я мог приготовить обед из трёх блюд для всей семьи уже в восемь лет. Кулинария долго оставалась моим любимым увлечением, но заняться этим профессионально получилось только в пандемию. До этого я пятнадцать лет работал артистом, показывал шоу гигантских мыльных пузырей, выступая и в детских садах, и в Ижевском цирке. Вспоминаю одно из последних выступлений в цирке – новогоднее шоу на тему «Золушки». Мне досталась роль повара, я вышел на манеж в белом колпаке и с большой кастрюлей в руках.

– Интересное совпадение.

– Да, пожалуй. А потом пришёл этот ковид, праздники закончились, всех усадили по домам, и чем-то нужно было заняться. Так я стал больше времени уделять хобби – готовке. Жена для нельзязграмма снимала сториз, как я готовлю пельмени. Она визажист – нарисовала карандашиком упаковку. «Это что у вас, бизнес новый?» – спрашивали нас друзья и знакомые. «Да, у нас бизнес», – серьёзно отвечали мы. Сначала это было шуткой. Но вскоре, взвесив все «за» и «против», мы со своими полуфабрикатами действительно вышли на рынок.

– Когда вы дебютировали на соревнованиях пиццайоло?

– В 2024 году в Измайловском Кремле – соревнования проходили под эгидой Ассоциации шеф-поваров CHEFS TEAM RUSSIA. Я готовил пиццу из ингредиентов, которые производил сам. На судей это произвело впечатление. Не говоря уже о том, что все были поражены, насколько свободно я себя чувствовал на презентации. Для многих пиццайоло это большая проблема: на кухне они боги, но презентовать своё блюдо по достоинству получается не у всех.



## Щи да пицца

– Каждое своё выступление вы превращаете в маленький спектакль. Можно только догадываться, какой труд за всем этим стоит.

– Пицца для меня, как полотно для художника, я тоже что-то придумываю, «рисую». Но в моём случае должно быть не только красиво, но и вкусно. У меня есть два правила. Первое – я беру не дорогую продукцию, а оригинальностью подачи. Второе – продукты, которые я использую, должны быть максимально доступны всем. Не так давно на соревнованиях победила пицца с камчатским крабом и чёрной икрой, которая стоила девятнадцать тысяч рублей. Её никто никогда в жизни больше не приготовит! И рядом моя – с капустой, у которой себестоимость не более 300 рублей. Но она вкусная и подать её можно тоже «вкусно».

# ЕГОР БУДАКОВ: ХЛЕБ И ЗРЕЛИЩА



Как рождается блюдо? На мысль может натолкнуть случайно обронённая кем-то фраза, увиденный ролик в Интернете. Но, как вы понимаете, одной идеи мало, самое трудное и интересное – развить её, собирая по частям, как конструктор «Сделай сам». В этом смысле показателен пример с пиццей «Чайковский».

## – Интересное название.

– Всё началось с патефона. Однажды меня осенило: круглая пицца похожа внешне на виниловую пластинку. Что получится, если совместить готовку пиццы с музыкальным сопровождением? Для решения задачи мне был нужен патефон – ни больше, ни меньше. Стал искать. Оказалось, старый патефон в отличном состоянии стоит, как дорогая машина. Я уже был готов отказаться от этой идеи, но в один прекрасный день наткнулся на объявление: продаётся патефон, раритет 1937 года, по символической цене. Он выглядел не лучшим образом, был весь в паутине, но, как заверили прежние владельцы, в рабочем состоянии. Моя жена художник, она занялась реставрацией. Почистила, покрасила – стал как новенький.

***Пицца для меня, как полотно для художника, я тоже что-то придумываю, «рисую». Но в моём случае должно быть не только красиво, но и вкусно***



К тому моменту в голове уже сложилась картина будущей презентации – пицца, патефон и Чайковский. И если уж называть пиццу именем великого композитора, значит, она должна быть на основе любимых блюд Петра Ильича. Информацию собирал по крупицам. Читал воспоминания его младшего брата, что-то почерпнул из архивов в воткинской усадьбе. Любимым блюдом Чайковского оказались щи. Связать квашеную капусту с итальянской пиццей было задачей не из простых. Однако в поваренной книге XIX столетия я обнаружил рецепт капустного соуса – взял краснокочанную капусту, протушил со специями в огуречном рассоле и соединил с соусом бешамель. Попробовал – пальчики оближешь! Добавил шпинат (Пётр Ильич любил его в куриных котлетах), буженину из говядины собственного приготовления, обжарил белые грибы, которые собрал сам. Кстати, Чайковский тоже любил «тихую охоту».

Это ещё не всё. В Москве купили оригинальную патефонную пластинку – презентация проходила под «Танец феи Драже» из балета «Щелкунчик». Супруга где-то нашла старинный немецкий фарфор, салфетки ручной работы.

Венчал сервировку хрустальный графин с напитком на основе хрена. На все приготовления у нас ушло около полугода.

## – Феноменально!

– Тем не менее пиццу «Чайковский» я называю самой недооценённой. На Всероссийском чемпионате по пицце Pizza Champ в номинации «Авторская пицца» я занял с ней лишь второе место. Кто-то обрадовался бы «серебру», но для меня это было равноценно поражению. С другой стороны, если бы я занял первое место, вряд ли полетел в ноябре в Белград на Международный чемпионат по пицце.

В Сербии я заявился в двух номинациях: «Классическая пицца» и «Современная неаполитанская пицца». «Классику» я снова штурмовал с «Чайковским» – правда, здесь возникли технические сложности. Почти 90-летний патефон вывезти из страны нельзя (историческая ценность). Пришлось поломать голову, но выход был найден. У нас осталась коробка от робота-пылесоса,



который мы недавно купили. За три дня руками моей жены она превратилась в чёрный рояль с тиснёными золотыми буквами на крышке.

В Сербии на презентации пиццы «Чайковский» я играл роль доставщика пиццы, который привёз вместо обычной коробки игрушечный картонный рояль с вкусной начинкой. На презентации я предупредил жюри, что прежде чем они начнут дегустировать, я расскажу историю про это блюдо.

#### – Какой была реакция?

– Они слушали меня с широко раскрытыми глазами – очевидно, им не пришлось сталкиваться с чем-то подобным. Но до призового места дотянуть не получилось – мы поделили 6-7 места с соотечественником Александром Богдановым, шестикратным чемпионом России по пицце. К слову, в своё время я учился у него мастерству пиццайоло.

В чём причина недооценки? Считаю, подвели экзотические для европейца ингредиенты. Думаю, если бы я подал отдельно соус, всё разложил по маленьким стопочкам и досконально объяснил, как говаривал медвежонок Умка, что это такое и с чем едят, и вместо капусты использовал артишоки, мог бы рассчитывать на призовое место. Впрочем, это был бы уже не «Чайковский».

#### «Верите ли вы в чудо?»

– В номинации «Современная неаполитанская пицца» вас оценили по достоинству. Победа в ней стала для вас неожиданностью?

– Полной! Откровенно говоря, с выбором я определился в последний момент, готовился презентовать другую пиццу. Всё изменила прогулка на рынок – мы с Александром вечером зашли купить зелень. И там я увидел эти гигантские тыквы. Вечером звоню жене: «Нам нужно делать тыкву». Вариант был проверенный – «тыквенную» презентацию я уже проводил на соревнованиях. «Тогда беги за тыквами», – был ответ. Так и сделал. Договорился с местным дедом Nikolay, на следующее утро он привёз гигантский овощ на 18 кило. Потом всю ночь возился, убирая мякоть, чтобы пицца не намокла, и вырезая крышечку.

На презентации я снова удивил жюри. Приготовил пиццу и убрал под стол. Судьи в жюри переглянулись: «Что такое? Что происходит?». (Смеётся.) Выждав паузу, поставил перед ними гигантскую тыкву. Спрашиваю судей по-английски, конечно: «Верите ли вы в чудо?». Они на меня удивлённо смотрят. Я повторяю вопрос. «Да!» – хором отвечают они. Открываю крышечку – и достаю свою осеннюю пиццу.

Выглядела она нереально красиво, словно ты, прогуливаясь по осеннему парку, поднял охапку красно-жёлто-рыжих листьев. На вкус тоже получилась превосходной. И этому есть кулинарное объяснение. При создании пиццы я использовал свою ветчину бушидо – чёрную белорусскую, из говядины и курицы, добавил местный овечий сыр наподобие брынзы, он солоноватый на вкус и сладость тыквы сбалансировал идеально. Сделал тыквенный соус, чуть трюфельного масла. Чистый эксперимент, но оказалось, что это очень вкусно.

Конечно, я надеялся попасть в тройку лучших. С замиранием сердца ждал, когда начнут объявлять фамилии призёров. Но третье место промчалось мимо. Второе – тоже. Я уже и рюкзачок на плечи накинул, стал мысленно себя утешать: ничего, главное не победа, а... Как не победа? Победа – объявили мою фамилию! Долго не мог в это поверить, даже когда вручили Кубок. Представляете, я выиграл первое международное российское золото в истории?! Кроме Кубка победителю полагались небольшой денежный приз и приглашение на участие в одной из категорий на Кубке мира, который пройдёт в Риме в конце сентября. Всего у меня будет три попытки – в категориях «Современная неаполитанская пицца», «Римская пицца» и «Пицца десерт». Надеюсь, итальянские судьбы со мной тоже не соскучатся.





АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

**ИЖТОРГМЕТАЛЛ**

# ПОРЯДОК И КРАСОТА БЕЗ ХЛОПОТ

Хотите идеальный урожай без лишних хлопот и эстетику на вашем участке? Оцинкованные грядки – ваше решение! Они идеально подходят как для теплиц, так и для открытого грунта.

Легко собираются, имеют бортики, которые не дают земле осыпаться, а их стильный дизайн гармонично смотрится в любом пространстве. Конструкции сохраняют форму, не ржавеют и не требуют ежегодного ремонта.

С ними выращивание рассады и растений превращается в удовольствие.



[krovlya.itm.su](http://krovlya.itm.su)



## ГРЯДКИ ОЦИНКОВАННЫЕ

- Размеры от 1x1 до 1x6 метров
- Цвета: оцинкованная, красное вино, графит, шоколад, зелёный мох
- Можно вырастить десятки урожаев
- Подходят для теплиц
- Безопасные края
- Не боятся воды
- Не деформируются



**+7 (3412) 63-64-65**

г. Ижевск, ул. Мельничная, 1

## ДЛЯ ДОМА, ОФИСА И ДУШИ

Создаём качественную  
мягкую мебель для спален,  
гостиных, детских, прихожих и офисов.  
Огромное количество вариантов.



наша группа в ВК



prestizh.market



г. Ижевск, ул. Буммашевская, 7/3



+7 (3412) 56-76-16