

Бизнес Новости

30
августа
2026
№ 32 (893)

в Кирове

Бизнес / Политика / Власть / Финансы

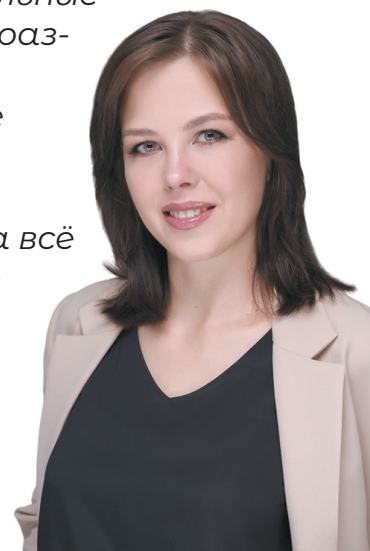
www.bnkirov.ru

Еженедельная деловая газета «Бизнес новости в Кирове».
Рекламно-информационное издание. 16+

«Есть странный парадокс: сильные руководители часто боятся развивать публичность сотрудников именно потому, что те могут стать слишком самостоятельными. С точки зрения устойчивости бизнеса всё наоборот. Когда рынок знает не одного человека, а нескольких сильных экспертов компании, репутация становится распределенной».

Екатерина Малева,
стратег по маркетингу и продажам,
основатель агентства WillMind.

6



Минфин поддержал Wildberries и селлеров

Минфин России подготовил меры поддержки бизнеса, пострадавшего в результате атак украинских БПЛА на объекты группы «РВБ», а также меры по сохранению функционирования самой компании.

2

Рынок питомцев

Зоорынок продолжает расти, но меняется его структура. Владельцы всё чаще воспринимают расходы на питомца как обязательную статью бюджета, а не как роскошь. При этом сам рост во многом ценовой, а не количественный.

7



СЛЕДУЯ ПО МАРШРУТУ

«Люди ходят не на экскурсии, а на экскурсоводов», – говорит один из героев этого материала. В малых городах экскурсии перестали быть просто «прогулкой с историком» – они стали способом заново открыть привычные улицы, переосмыслить себя и место, где живешь. «Бизнес новости» поговорили с кировскими гидами о том, как любовь к краю становится бизнесом и как они уживаются вместе.

4

МЕДИЦИНСКАЯ
СТРАХОВАЯ
КОМПАНИЯ

МАКС-М

МАКСИМУМ ЗАБОТЫ О ВАС
И ВАШЕМ ЗДОРОВЬЕ

- ✓ Защита прав и интересов застрахованных
- ✓ Контроль качества оказанной вам медицинской помощи
- ✓ Индивидуальное информационное сопровождение на всех этапах оказания медицинской помощи
- ✓ Оперативное оформление полиса ОМС
- ✓ Получение выписки из единого регистра застрахованных лиц о полисе ОМС
- ✓ Консультации специалистов контакт-центра

Адрес филиала в г. Кирове: ул. Воровского, 31
 8-800-333-99-03, 8 (8332) 54-13-01 makcm.ru

Акционерное общество «Медицинская акционерная страховая компания».
Действует на основании лицензии ОС №2226-01 от 10.09.2025.



КАДАСТРОВЫЙ
ИНЖЕНЕР

- ✓ Межевание земельных участков
- ✓ Оформление технических планов объектов капитального строительства
- ✓ Оформление гаражей и дач по амнистии
- ✓ Акты обследования
- ✓ Восстановление границ земельного участка на местности
- ✓ Консультация по всем вышеперечисленным вопросам – БЕСПЛАТНО

8 (8332) 21-10-90 / +7 (922) 952-70-29 /
+7 (922) 952-10-90 (MAX)

43ki@mail.ru

<https://43kadastr.ru/kirov/>

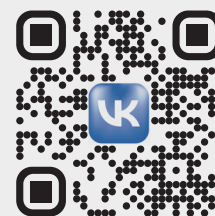
Киров, ул. Дзержинского, 68,
4 этаж, оф. 12

ООО «Кадастровый инженер», Юр.адрес: 610047, Кировская обл.,
г. Киров, ул. Дзержинского, д.68, офис 13, ОГРН 1134345001890

С помощью **камеры** на смартфоне,
пройдите по **QR-коду** и
подпишитесь на наши соцсети!

16+

16+



ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ

106,8%

составил индекс промышленного производства в Кировской области за январь – июль 2026 года по отношению к соответствующему периоду 2025-го. В среднем по России – 100,4%, сообщил Росстат.



Назначение в РЦК

Исполняющим обязанности руководителя Регионального центра компетенций Кировской области назначен Сергей Белевских. Ранее он занимал должность руководителя проекта РЦК.

«Сергей Андреевич – опытный специалист в сфере повышения производительности труда. В Региональном центре компетенции он работает с 2022 года, имеет обширный практический опыт в реализации проектов по повышению производительности на предприятиях Кировской области», – прокомментировали в Региональном центре компетенций Кировской области.

Перед РЦК стоят новые цели по увеличению эффективности на производствах. Региональный центр компетенций играет важную роль в реализации федерального проекта «Производительность труда» национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика».

Минфин поддержал Wildberries и селлеров

Минфин России подготовил меры поддержки бизнеса, пострадавшего в результате атак украинских БПЛА на объекты группы «РВБ» (Wildberries), а также меры по сохранению функционирования самой компании. Соответствующие постановления внесены в Правительство.



Меры предусматривают отсрочку по уплате ряда налогов и страховых взносов, а также приостановление проверочных мероприятий.

«Для пострадавших предпринимателей устанавливается право на продление сроков уплаты на 12 месяцев НДС (кроме уплачиваемого при ввозе товаров в Россию), налога на прибыль, налога при применении УСН и АУСН, страховых взносов и авансовых платежей по указанным налогам, подлежащих уплате в августе 2026 года – июле 2027 года, с последующей рассрочкой их уплаты в течение года равными долями, начиная со следующего месяца, с которого наступает срок уплаты платежей», – прокомментировали в Минфине.

Поддержку получат юридические лица и ИП, сумма ущерба которых превышает 5 % годового дохода.

Для группы «РВБ» продлеваются до 28 июля 2027 года сроки уплаты НДС (кроме уплачиваемого при ввозе товаров в Россию), налога на прибыль, страховых взносов и авансовых платежей, подлежащих уплате в июле 2026 – июне 2027 года, также с рассрочкой в течение года.

Для пострадавших предпринимателей и группы «РВБ» до конца года приостанавливаются налоговые проверки и проверки правильности исчисления и уплаты страховых взносов. На это время приостанавливается и течение процессуальных сроков. Предельные

сроки направления требований об уплате задолженности и вынесения решений о взыскании продлеваются на 6 месяцев.

«Предлагаемые меры поддержки позволят снизить финансовую и административную нагрузку на пострадавших предпринимателей и обеспечить условия для восстановления их работы. Отсрочка по уплате налогов и страховых взносов, а также приостановление проверочных мероприятий дадут бизнесу возможность сосредоточить ресурсы на сохранении рабочих мест и продолжении своей деятельности», – прокомментировал министр финансов РФ Антон Силуанов.

Диалог с судостроителями

В пятницу, 28 августа, в Нижегородской области губернатор Кировской области Александр Соколов обсудил выход кировских заводов на федеральный судостроительный уровень.



«На одном из крупнейших судостроительных предприятий России – заводе ОСК «Красное Сормово» – обсудили возможности производственной кооперации с нашими тремя предприятиями: Аркульским судостроительно-судоремонтным заводом имени Кирова, Сосновским судостроительным заводом и Медведскими судоремонтными мастерскими. Все они сохранили свои мощности и компетенции и готовы включиться в решение больших федеральных задач – строительство и ремонт речных и морских судов и барж», – написал глава региона в социальных сетях.

В начале июля текущего года такие планы Александр Соколов обсудил с Министром транспорта России Андреем Никитиным.

«В ходе встречи губернатор подчеркнул, что река имеет большое значение для Кировской области, с 2022 года на Вятке идет восстановление судоходства, организованы дноуглубительные работы. Ставка на модернизацию и обеспечение заказами отраслевых предприятий региона», – напомнили в региональном правительстве.

«Налоговый пресс всему виной»

Именно с этой фразы начинается большинство диалогов между собственниками бизнеса. Для многих удобное перекидывание вины.

Стало непросто: резкое снижение, естественно, подкосило большую долю микробизнеса и тех, кто в надежде планировал работать годами при минимальной уплате налогов. Как результат – бизнес платит за то, что раньше строил «на песке».

Для того чтобы любая жизнедеятельность – как физическая, так и бизнеса – эффективно существовала и приносила прибыль, нужно выстраивать систему, а именно ту конструкцию, которая как единый организм сможет выстоять при любых колебаниях. Потому как в кризис мы не поднимаемся до уровня наших надежд, а опускаемся до уровня нашей системы.

Поэтому, предлагаю 7 конкретных шагов:

1. Составьте честную и открытую ДДС (движение денежных

средств), рискните посмотреть правде в глаза.

2. Нарисуйте свою бизнес-модель в рамках налогового поля. То, что увидите вы, это же видит и налоговая. Если картина вас заинтересовала, значит, самое время обратиться к налоговому консультанту уже за более глубокой оценкой и проработкой рисков.

3. Нарисуйте также в виде схемы отдели и подчиненность сотрудников.

4. Проводите оперативки и планерки, если еще не делали этого. А если они существуют в деятельности компании, оцените их.

5. Проведите инвентаризацию склада. Проанализируете, сколько товара утрачено, а сколько лежит на складе и не приносит денег.

6. Оцените цикл проекта: возможно, он очень длинный, а неправильно назначенная стоимость или заминки в реализации также не дают зарабатывать.

7. Проведите оценку рабочего времени сотрудников на местах. Да, они будут стараться, но так вы узнаете их лучшее время для выполнения задач.

Усиливайте свой бизнес за счет построения и планирования. Тогда налоговые послабления станут для вас приятным бонусом, а переход на ОСНО (общую систему налогообложения) – ожидаемым результатом роста вашей компании.

Ксения Татаринова

Председатель Ассоциации бухгалтерского и финансового аутсорсинга, налоговый консультант

г. Киров, Динамовский пр-д, 22, офис. 4

+7 (909) 717-48-32

ИП Татаринова Ксения Владимировна, ОГРНИП: 324430000017425.



НАСЛЕДИЕ

Вятскую кунсткамеру отреставрировали

В Кирове завершены реставрационные работы на объекте культурного наследия «Здание, в котором находился Вятский губернский РКП(б)» на Московской, 12а.

«Подписан акт приемки выполненных работ. Реставрационные работы завершены, здание приспособлено к современному использованию», – сообщили в управлении охраны объектов культурного наследия Кировской области.

Памятник по результатам торгов был передан в долгосрочную аренду – на 25 лет – компании «СМУ-Киров» в 2023

году. В феврале 2024-го собственник получил задание на проведение работ по сохранению объекта, после чего разработали научно-проектную документацию, получившую положительное заключение госэкспертизы.

В ходе восстановления проведена полная замена кровли, отреставрированы фасады, возвращено историческое чугунное ограждение балкона, укреплены несущие конструкции и кирпичные своды, восстановлен паркет, переложены наружные инженерные сети.



СТРОИТЕЛЬСТВО

Киров застраивается

В Кировской области продолжается масштабная работа по комплексному развитию территорий. В настоящее время реализуются договоры о КРТ на площади 499,25 га, градостроительный потенциал составляет 4,8 млн кв. метров. Об этом сообщил заместитель председателя правительства Кировской области Алексей Петряков.

– Сейчас разрабатывается мастер-план территории микрорайона «Нижние Черемушки», подготовлена и реализуется дорожная карта по вовлечению новых территорий в градостроительную деятельность в микрорайоне «Урванцево». Также продолжаем работу по вовлечению новых территорий в градостроительство совместно с ПАО «Дом.РФ», – сказал Петряков.

В рамках реализации крупнейшего проекта КРТ по развитию территории южной части города Кирова завершается проектирование магистральной улицы общегородского значения – проспекта Липатникова протяженностью 4,7 км. Получение положительного заключения государственной экспертизы ожидается осенью 2026 года.



За 7 месяцев 2026 года в Кировской области введено 222,4 тыс. кв. метров из запланированных 596 тыс. кв. метров. «Основной ввод планируется на сентябрь и декабрь текущего года», – подчеркнул Петряков.

Также в микрорайонах перспективной застройки продолжается создание необходимой инфраструктуры. В июле был заключен контракт на строительство новой улицы Дмитрия Козулева и проезда № 2 в г. Кирове. Новая транспортная инфраструктура в рамках КРТ обеспечит удобное и безопасное сообщение внутри жилого комплекса «ZNAK». Работы будут вестись по нацпроекту «Инфраструктура для жизни». Завершить строительство планируется до 31 октября 2027 года.

ТУРИЗМ

Экскурсии на 65 предприятий

На Межрегиональном форуме по промышленному туризму было отмечено, что Кировская область обладает достаточными ресурсами в этом направлении: по итогам 2025 года региону присвоена квалификация «Мастер» в рамках федеральной программы «Открытая промышленность».

В настоящее время 65 предприятий проводят экскурсии, а общее число посетителей промышленных объектов превысило 42 тысячи человек. Среди действующих практик – маршрут «Киров – Вятские Поляны», включающий посещение отдельных заводов, а также проект «Путешествие в город детства», отмеченный дипломом на российско-китайском форуме «Открытая промышленность» в Благовещенске.

Управление по развитию туризма и народных художественных промыслов Кировской области совместно с Центром развития туризма региона пред-



ставили действующую систему промышленного туризма и озвучили предложения по включению производственных площадок в региональные маршруты в рамках национального проекта «Туризм и гостеприимство».

– Национальный проект «Туризм и гостеприимство» открывает перед регионом дополнительные возможности для создания новых туристических продуктов, развития инфраструктуры и продвижения региона. Мы предлагаем воспользоваться готовыми механизмами поддержки: войти в региональный реестр производителей с размещением на туристическом портале и полу-

чить методическое сопровождение по стандартам Агентства стратегических инициатив, – подчеркивает Алексей Чепцов, директор Центра развития туризма.

Представители управления также отметили, что промышленный туризм сегодня решает не только профоринтационные задачи, но и работает на экономику региона через привлечение внешнего турпотока, загрузку гостиниц и формирование положительного имиджа территорий, а органы власти готовы сделать вход в эту систему максимально простым и прозрачным для каждого предприятия.

БИЗНЕС

Кировских предпринимателей приглашают реализовать бизнес-идеи в ритейл-парке в Коми

В Сыктывкаре, рядом с ТРЦ «Макси», появится ритейл-парк – многофункциональное пространство для развития разных видов бизнеса. В его состав уже вошли ресторан, фитнес-клуб, магазин инструмента и другие. В продаже земельные участки под строительство коммерческих объектов, возможны разные форматы инвестирования.

Проект развивает компания «Макси Девелопмент». Ритейл-парк в Сыктывкаре площадью 4,4 га отличается готовым целевым трафиком, наличием парковки и точки подключения к инженерным сетям. В продаже участки площадью от 1 250 до 5 000 кв. метров, есть возможность изменить их конфигурацию и присвоить другой вид разрешенного использования из числа предусмотренных правилами землепользования и застройки.

Ритейл-парк расположен на Октябрьском проспекте, 141 – рядом с торгово-развлекательным центром «Макси», который ежедневно посещают более 13 000 человек.

«Макси» – крупнейший ТРЦ региона, успешно работающий уже более 15 лет. Основной пул арендаторов сохранился со времени открытия. Среди них международные и федеральные бренды: New Yorker, «М-Видео», «Спортмастер», «Детский мир», «Лэтуаль», 7-зальный кинотеатр «Кронверк Синема» и другие. Больше 10 лет в ТРЦ работает продуктовый гипермаркет «Лента». Парковка у ТРЦ вмещает более тысячи машин.

Как отмечают в компании «Макси Девелопмент», успех и стабильность ТРЦ подтолкнули развить проект ритейл-парка и дать другим предпринимателям возможность реализовать на смежной территории свои инвестиционные идеи и бизнес-мечты. С градостроительной точки зрения площадка

полностью готова для строительства различных коммерческих объектов, инженерная инфраструктура это позволяет.

«Ритейл-парк уже привлек предпринимателей, как местных, так и федеральных. На одном из участков появится ресторан Rostic's, к строительству приступают компании DDX Fitness, «Мир инструмента», – рассказывает менеджер по недвижимости Яна Зыкова. – Мы приглашаем к сотрудничеству разные виды бизнеса – вместе они создадут синергетический эффект. Особенно востребованы будут предприятия сферы услуг, в том числе гостиницы, клиники, стоматологии, развлекательные заведения, аквапарк, заведения общественного питания, а также магазины товаров для строительства и ремонта и другие».

Возможны разные варианты партнерства. Покупка участка для масштабирования своего бизнеса или строительство под долгосрочного арендатора – вложение окупится

за несколько лет и будет приносить доход. А также инвестирование просто для сохранения средств – по мере развития ритейл-парка стоимость участков будет расти.

Добавим, что компания «Макси Девелопмент» уже имеет успешный опыт создания ритейл-парков вокруг своих торговых объектов. Так, в Кирове, рядом с ТРЦ «Макси», ритейл-парк площадью 20 гектаров включает автозаправку, магазины электротехники, товаров для охоты и рыбалки, предприятие по производству и продаже древесно-плитных материалов и другие. В Рыбинске ритейл-парк площадью 8 га организован у торгового центра «Макси», здесь появятся гостиница, гипермаркет «Стройландия», и т.д. В обоих ритейл-парках все участки выкуплены.

Узнать больше о ритейл-парке в Сыктывкаре можно на сайте <https://park-maxi.ru/>, связаться с менеджером по недвижимости Яной Зыковой: +7 (921) 821-73-77, zukovayana@yandex.ru

*DDX Fitness — ДДикс Фитнес

«Люди ходят не на экскурсии, а на экскурсоводов», – говорит один из героев этого материала. В малых городах экскурсии перестали быть просто «прогулкой с историком» – они стали способом заново открыть привычные улицы, переосмыслить себя и место, где живешь. «Бизнес новости» поговорили с тремя кировскими гидами о том, как любовь к краю становится бизнесом, и как они уживаются вместе.



ТУРИЗМ

СЛЕДУЯ ПО МАРШРУТУ

СМОТРИМ ИЗНУТРИ



Ксения Логинова,
экскурсовод по Вятке и
Слободскому, член Союза
экскурсоводов России:

«В последние годы просыпается интерес к локальной истории: это доступный и содержательный формат досуга, а крупные города уже во многом изучены. Всё чаще приезжают туристы из соседних регионов – Удмуртии, Марий Эл, Пермского края, с которыми у нас есть исторические пересечения в развитии и освоении территорий, а также схожие климатические и бытовые условия. Многие гости видят в поездке в Киров возможность увидеть знакомые, но иначе прочитанные места, открыть малоизвестные сюжеты и почувствовать региональную идентичность. Местные жители воспринимают экскурсии по городу как возможность глубже понять свою среду и по-новому посмотреть на привычные улицы и дома.

Для меня работа экскурсовода – прежде всего о любви к истории края, а не о чистой предпринимательской логике. Интересуюсь архитектурой, археологией, торговыми связями Вятской земли и традиционными промыслами. Читаю краеведческую литературу, и часто из личного исследования рождаются темы для маршрутов.

Я веду только те экскурсии, в которые погружена и по-настоящему люблю: их проще «продать», потому что искренность чувствуется со стороны. Соцсети помогают превращать эту работу в постоянный поток: публикации, фотоархивы, небольшие заметки о зданиях и ремеслах поддерживают интерес аудитории. Многие приходят неоднократно, потому что видят новые темы и доверяют моему отбору. Такая работа требует времени. Иногда после целого дня экскурсий приходится вечером отвечать на заявки и готовить контент до полуночи. Но системность и привычка работать ежедневно позволяют совмещать исследования, проведение туров и продвижение».

К основным сложностям Ксения отнесла нестабильность каналов привлечения, сезонность и инфраструктурные ограничения.

«Приходится постоянно перестраиваться: пробовать новые соцсети, тестировать форматы и поддерживать «сарафан» через качественные экскурсии. На практике это значит гибко планировать расписание, держать несколько каналов продвижения и создавать предложения на разные сезоны. Иногда случаются технические проблемы, как, например, в прошлом году падение качества мобильного интернета ударило по августовскому спросу. Такие эффекты сейчас воспринимаются «новой нормой», поэтому важно иметь запасные варианты.

«Всё чаще приезжают туристы из соседних регионов... Многие гости видят в поездке в Киров возможность увидеть знакомые, но иначе прочитанные места, открыть малоизвестные сюжеты и почувствовать региональную идентичность».

В работе помогает живой локальный интерес к истории, совместные проекты с художниками, участие в городских фестивалях и поддержка культурных сообществ. На экскурсиях я стараюсь максимально погружать людей в контекст эпох, показывая детали, которые чаще всего остаются незамеченными, и добавляю легкую иронию – это помогает участникам расслабиться, внимательнее смотреть и уходить с чувством радости и открытия. Приятно понимать, что в Кирове есть свои смыслы, интересные истории и красивая, хоть и не всегда очевидная, архитектурная ткань».



Эдуард Филиппов,
аккредитованный экскурсовод
города Кирова:

«Популярность экскурсий по малым городам связана с несколькими причинами. Во-первых, у части населения исчезла возможность выезжать за границу, стали больше путешествовать по России. Во-вторых, за годы после Советского Союза провинциальные города заметно преобразились. Они стали лучше. Благодаря жителям эти города живут и возрождаются. Что

касается крупных городов, там большую роль играют политика, футбольные соревнования, фестивали, олимпиады, ротация событий.

Не стоит забывать и о моде. Мода на экскурсии в крупных городах была примерно десять лет назад, сейчас она дошла до малых городов. Экскурсоводы живут за счет этого – в малых городах есть что показать и рассказать. Масштаб не тот, но история существует.

Для меня разъединять творчество и самопродвижение невозможно. Если ты не занимаешься продвижением, кто это делает за тебя? Я учитель в прошлом, и у меня есть принцип: «не умеешь – научим, не хочешь – заставим». Я применяю его к себе. Не умею настраивать таргет – узнаю, попрошу помощи у друзей или обращаюсь к ИИ. Нужно просто двигаться. Я в профессии больше пяти лет, первые экскурсии проводил для школьников, студентов, знакомых. Это выросло в проект, охвативший почти весь город».

«Мода на экскурсии в крупных городах была примерно десять лет назад, сейчас она дошла до малых городов. Экскурсоводы живут за счет этого – в малых городах есть что показать и рассказать».

По словам Эдуарда, несмотря на то, что в городе много экскурсоводов, конкуренция не мешает, поскольку у каждого своя аудитория.

«Я придерживаюсь мнения, что люди ходят не на экскурсии, а на экскурсоводов. Я, например, отказываюсь от больших автобусных групп, потому что хочу работать с заинтересованными людьми, которые понимают, зачем пришли на экскурсию».



Ксения Шамова,
аттестованный экскурсовод города
Кирова и Кировской области:

«Для меня процессы разработки маршрутов, проведения экскурсий и их продвижение работает в единстве. Я их не разделяю. Новые темы часто приходят сами собой: из обсуждений с партнера-

ми, из вопросов участников во время прогулок, а иногда и от дочери. Мне важно знать, что интересно подросткам, чтобы материал был увлекательным для любого возраста.

Продвигаю я свои экскурсии по-разному. Отлично работает сарафанное радио, когда знакомые советуют меня как экскурсовода. На «экскурсии-хиты» достаточно одного поста, чтобы собрать группу, а более сложные и глубокие маршруты требуют отдельного внимания и бережной раскрутки. Благодаря понятной системе в работе всё идет спокойно.

Работая в небольшом городе, мы сталкиваемся с сезонностью, ограниченной инфраструктурой и острой проблемой сохранения наследия. Часто на экскурсиях приходится с сожалением говорить: «А вот здесь раньше стояло историческое здание...».

Но и позитивные изменения есть. Вырос интерес горожан к краеведению – местные жители присоединяются к группам и удивленно признаются, что всю жизнь живут рядом, но не знали истории этих мест. Предприниматели стали открытее к сотворчеству, предлагают совместные проекты. За два года профессии город раскрывается постепенно, и я нахожусь в прекрасной стадии ежедневных открытий, которыми с радостью делюсь с гостями.

На мой взгляд, популярность экскурсий по малым городам – это не веяние, а смена ценностей: массовый туризм уступает место запросу на локальное. Приезжие хотят уехать от суеты мегаполисов и открыть спокойствие и живые истории Вятки. Местные жители приходят, чтобы переосмыслить привычные улицы и заново открыть родной край. Я провожу и классические групповые, и индивидуальные прогулки, а также интерактивные форматы. Для любителей атмосферы – поездки на ретро-поезде, для активных – велоэкскурсии. Все это превращает изучение истории в живой диалог, который отзывается и путешественникам, и местным жителям».

На вопрос о бухгалтерских нюансах экскурсоводы ответили, что предпочитают вести документы самостоятельно, поскольку используют типовые договоры и приложения для самозанятых, что значительно упрощает работу. В сложных случаях они консультируются со специалистами или привлекают профильных юристов. Эдуард, долгое время работавший как самозанятый, после открытия ИП делегировал бухгалтерские обязанности.

«Массовый туризм уступает место запросу на локальное. Приезжие хотят уехать от суеты мегаполисов и открыть спокойствие и живые истории Вятки».

СМОТРИМ СВЕРХУ



Экскурсоводы поделились своим внутренним видением со стороны своей профессии. А что происходит с туристической отраслью в регионе в целом? О перспективах развития и свободных нишах для потенциального бизнеса мы попросили рассказать **директора Центра развития туризма Кировской области Алексея Чепцова**.

«Традиционно наиболее востребованы направления, связанные с родиной художников братьев Васнецовых, село Великорецкое и посещение районов области, когда проходят крупные масштабные мероприятия. Но ежегодно добавляются и развиваются новые маршруты, которые быстро становятся популярными. В первую очередь влияет на это инфраструктура, установленная туристическая навигация, аудиогиды.

Что касается новых форматов, то развивается новая волна речного туризма. Стоит задача не просто запустить несколько теплоходов, а создать полноценную инфраструктуру. Министерство транспорта уже проводит дноуглубление у областного центра. От этих возможностей можно отталкиваться для дальнейшего роста. Когда есть возможности для судоходства, появляется спрос. Бизнес начинает подключаться, но свободных ниш всё еще достаточно.

Нужно развивать туристскую инфраструктуру в районах – от объектов показа, гостиниц, доступной среды до туалетов. Приятно, что последние 3–4 года в Кировской области произошел мощный рывок в этом направлении.

Кроме того, у нас есть все возможности для развития автомобильного туризма, в том числе придорожного сервиса. Например, у нас нет сервиса для автодомов: их стоянок с подзарядкой, заправкой питьевой водой и т. п. Мы готовы с предпринимателями говорить в этом направлении: с нас – разработка автомобильных туристических маршрутов и их регистрация.

Многие муниципальные образования, как и областной центр, развивают событийный туризм. Однако рынок перенасыщается маленькими праздниками, потому что большинство мероприятий рассчитаны на полдня или один день. Это мероприятия для местных жителей, полноценным туристическим продуктом их не назвать. Туристы хотят более продолжительный и комплексный продукт: в день проведения события посетить экскурсионную программу, местную кухню, переночевать. Короткие однодневные события уже не так интересны туристам. В будущем события должны стать как минимум двухдневными, чтобы иногородние гости смогли уделять больше времени на знакомство с местными достопримечательностями».

Дарья Булакова.



«ЭПОТОС» ТУШИТ ПОЖАРЫ ПО ВСЕМУ МИРУ

В ходе рабочей поездки в Кирово-Чепецкий район губернатор Кировской области Александр Соколов встретился с руководством группы компаний «Эпотос» и ознакомился с работой предприятия.

Завод производит средства пожаротушения для промышленных и гражданских объектов, судов морского и речного флота, наземного транспорта и подвижного состава метрополитенов. Также компания выпускает радиоэлектронную аппаратуру, оборудование для металлообработки и лазерной резки. Здесь работает собственный конструкторский отдел, а контроль качества проводится на всех стадиях производства. Испытания готовой продукции проходят на специально созданном полигоне.

– Продукция отгружается на конвейеры автобусных заводов «НЕФАЗ», «ЛиАЗ», «Волгабас», «ПАЗ», «МАЗ», на сборочные конвейеры трамваев и троллейбусов. Она используется для защиты вагонов, машин, механизмов в РЖД, составов метрополитена, – прокомментировал Соколов.

Предприятие экспортирует продукцию в Индию, Китай, Египет, Турцию, Беларусь, Узбекистан и Казахстан.

«АЗИМУТ» В «АЗБУКЕ ВКУСА»

О том, как вятские мастера снабжают сырными тарелками прилавки известной федеральной сети, на выставке промышленных предприятий Кировской области «Бизнес новостям» рассказала директор ООО «Азимут», член художественно-экспертного совета по НХП Кировской области Елена Кувшинова.

– Десять лет мы сотрудничаем с известной компанией «Азбука вкуса»: все сырные тарелки, которые вы видите на её прилавках, сделаны руками наших мастеров, – отметила Елена Кувшинова.

Материалы для изделий заготавливают самостоятельно и работают исключительно на местном традиционном сырье. «Лоза – материал капризный и очень сложный в обработке. Особенность вятского промысла как раз и заключается в том, что у нас лоза и береста идут как компаньоны. Их сочетали в одном изделии, добавляя сосновый корень и другие растительные компоненты. Именно

это отличает вятскую корзину от тамбовской, вологодской и других», – пояснила она.

Несмотря на ручной и кустарный характер труда, промысел представляет собой полноценный субъект малого предпринимательства. «По сути, это настоящая, пусть и очень своеобразная, отрасль промышленного производства. От других она отличается лишь тем, что 80% операций здесь выполняются вручную», – уточнила руководитель предприятия.

«ЯНТАРЬ» ПЕРЕШЁЛ НА ГАЗ

Специалисты «Газпром газораспределение Киров» подключили к сетевому газоснабжению завод по производству сыра и сырных продуктов «Янтарь» в городе Котельнич.

Для газификации котельной и оборудования завода построен газопровод протяжённостью 260 метров, смонтированы газорегуляторный пункт и узел учёта газа.

– Наш завод перерабатывает около 40 тонн молока ежедневно, выпускает плавленые и твёрдые сыры. Производство требует круглогодичной работы котельной, которая прежде работала на мазуте. С подключением предприятия к газу расходы на энергоресурсы сократились в 2,5 раза, а производство стало более экологичным и безопасным. Теперь планируем увеличить объёмы выпускаемой продукции и сделать её еще доступнее для покупателей, – отметил директор по развитию завода «Янтарь» Дмитрий Наумов.

С момента подключения к сетевому газу первых потребителей в Котельниче ведется активная работа по газификации и домовладений, и предприятий. На сегодня в городе уже подключены более 40 организаций, среди которых предприятия малого и среднего бизнеса.

ТЕЛЕЖКА ДЛЯ ГОЛЬФА ОТ НИИ ИЗ КИРОВА

О производстве самоходной тележки для гольфа с дистанционным управлением «Бизнес новостям» рассказали сотрудники АО «НИИ СВТ» на выставке промышленных предприятий Кировской области в рамках Межрегионального форума по промышленному туризму.

Как прокомментировал специалист компании, тележка заменяет носильщика сумок. На одном заряде она проезжает 14 километров.



«Это не только тележка для гольфа, а набор электроники, который можно установить в другие мобильные комплексы, например, в инвалидные кресла», – добавил он.

Изделие серийное, продаётся на сайте крупной компании. Поставляется в подарочном ящике с кожаной сумкой для переноски и двумя зарядными устройствами. Аккумуляторы, как и все остальные компоненты, предприятие производит самостоятельно.

– Мы возили эту тележку на международную выставку «Иннопром». На стенде Кировской области она вызывала большой интерес. Когда подходили посмотреть, сразу было видно, кто играет в гольф, а кто нет. Глава Татарстана дольше всех стоял у неё и расспрашивал о функционале, – рассказали в компании.

По словам разработчиков, аналогов такого товара в стране нет. Сейчас ведётся разработка приставки, благодаря которой тележка сможет автоматически следовать за человеком, и пульт управления станет не нужен. «Вы просто нажимаете кнопку, и она сама едет за вами. Это очень удобно – пока никто в мире такого не делает», – отметили представители организации.

ВТОРОЕ ПОКОЛЕНИЕ «ПРОСНИЦКОГО МОЛОКА»

Во время рабочей поездки в Кирово-Чепецкий район губернатор Александр Соколов посетил предприятие «Просницкое молоко», осмотрел производственные площадки и ознакомился с показателями работы и планами по расширению ассортимента.

Еженедельно на предприятии перерабатывают 16 тонн молока. Объём выпуска составляет 1 тонну сметаны, 1 тонну творога, 500 кг простокваши и йогурта, а также 200 кг сливочного масла.

На производстве действует собственная система контроля технологических процессов. Она позволяет отслеживать все этапы и обеспечивать качество продукции.

– Предприятие «Просницкое молоко» – пример успешного семейного бизнеса. Оно работает с местными поставщиками, что позволяет производить свежую и полезную продукцию – творог, сметану, йогурт, сливочное масло. Их поставляют в магазины Кирово-Чепецка и Кирова. На таких крепких хозяйственниках держится благополучие района и области, – подчеркнул Соколов.

В августе 2026 года руководство производством возглавил Павел Фомкин – представитель второго поколения семьи.

ЗАЛОЖНИКИ ОДНОГО ИМЕНИ

❗ **Екатерина, есть ли признаки, что личный бренд топ-менеджера перестал работать на компанию?**

– Первый тревожный признак очень простой: клиентам сложно объяснить ценность компании без фамилии ее руководителя. Если продажи строятся на формулировке «это компания Иванова», клиенты хотят работать исключительно лично с Ивановым, а публикации корпоративных экспертов практически никому не интересны, личный бренд уже начал замещать бренд бизнеса.

Второй признак виден внутри компании. Сотрудники перестают выступать самостоятельными носителями экспертизы. Все важные идеи публично принадлежат одному человеку, все значимые партнерства завязаны на него, он лично комментирует любую существенную тему и постепенно становится одновременно главным продавцом, главным экспертом, главным спикером и главным гарантом качества. Такой бизнес может выглядеть очень сильным. Но конструктивно он достаточно хрупок.

Есть простой диагностический вопрос: что произойдет, если первое лицо на полгода полностью исчезнет из публичного пространства? Не напишет ни одного поста, не даст интервью, не выступит, не проведет личную встречу с крупным клиентом. Если ответ: «ничего критичного, компания продолжит продавать и коммуницировать с рынком», система достаточно устойчива. Если ответ: «мы практически потеряем маркетинг», перед нами уже не просто личный бренд руководителя, а зависимость бизнеса от одного медийного актива.

❗ **Как отличить здоровый PR первого лица от опасной «звездной болезни», когда компания начинает ассоциироваться только с одним человеком и теряет самостоятельную ценность в глазах партнёров и сотрудников?**

– Я бы вообще не измеряла звездную болезнь количеством интервью, подписчиков или упоминаний. Руководитель может быть очень публичным и при этом прекрасно работать на компанию. Граница проходит в другом месте: кому в конечном счете достается созданный им репутационный капитал?

Здоровая публичность работает так: руководитель получает внимание и передал его компании. Он говорит не только о себе, но о продукте, рынке, команде, технологиях, результатах. Выводит в публичное поле других экспертов. Помогает аудитории познакомиться с брендом глубже, чем через собственную личность.

«Есть простой диагностический вопрос: что произойдет, если первое лицо на полгода полностью исчезнет из публичного пространства?»

Опасная модель работает наоборот. Компания превращается в декорацию личной карьеры руководителя. Если каждое достижение бизнеса становится очередным доказательством исключительности его первого лица, а десятки или сотни сотрудников исчезают из повествования, баланс уже нарушен.

Особенно хорошо это заметно во время успеха. Компания получает отраслевую пре-

Когда публичность первого лица становится риском, а не активом? Как отличить здоровый PR от «звездной болезни» и почему компания не должна зависеть от одного человека? Об этом в рамках цикла «Бизнес новостей» рассказала стратег по маркетингу и продажам, основатель агентства WillMind, старший преподаватель НГУЭУ Екатерина Малева.



мию. Кто в кадре: команда или снова только генеральный директор? Запустили новый продукт. Рассказывают о разработчиках или снова портрет основателя? Есть сильные специалисты. Знает ли рынок хотя бы нескольких из них? Личный бренд руководителя должен создавать вход в компанию, а не заслонять собой все, что находится за этой дверью.

❗ **Какие существуют типичные ошибки руководителей в публичном поле, которые дорого обходятся бизнесу?**

– Часть рисков очевидна: оскорбительные высказывания, дискриминационные заявления, агрессия, публичные конфликты, сомнительная информация, комментарии на темы, в которых человек плохо ориентируется.

Но есть и менее заметные ошибки. Например, руководитель начинает воспринимать собственную аудиторию как доказательство того, что любой его взгляд интересен рынку. Человек стал известен как сильный предприниматель или специалист в определенной отрасли, а затем начинает с той же уверенностью рассуждать обо всем подряд – о политике, медицине, воспитании детей, социальных группах, личной жизни других людей. Формально это его личная страница. Для аудитории граница между ним и компанией давно стерлась. После определенного уровня публичности фраза «это мое личное мнение» практически перестает выполнять защитную функцию.

Отдельный риск – публичные конфликты. Иногда жесткая позиция действительно соответствует образу руководителя и даже усиливает его. Но конфликт ради демонстрации силы довольно быстро превращает бизнес в заложника темперамента первого лица.

Хороший пример того, насколько быстро частное поведение превращается в корпоративный кризис, дала американская технологическая компания Astronomer. В 2025 году ее CEO Энди Байрон попал на вирусное видео с концерта Coldplay. История вышла далеко за пределы личной жизни: компа-

ния оказалась в центре медийной волны, а вскоре CEO ушёл в отставку. Показательно здесь даже не содержание скандала, а то, как быстро огромное публичное внимание к одному человеку становится задачей корпоративной коммуникации для всей организации.

❗ **Как компании построить систему страховки, чтобы уход или «остывание» (или даже задержание) публичного лидера не обвалил продажи и не разрушил корпоративную культуру?**

– Самая надежная страховка от таких рисков создается задолго до кризиса. Нельзя сначала построить весь маркетинг на одном человеке, а после его ухода срочно искать способ сделать компанию самостоятельной. У бизнеса должны существовать собственные активы доверия: сильный продукт, репутация, корпоративные медиа, кейсы, клиентские отзывы, другие публичные эксперты, отношения клиентов с командой, свои аудитории и каналы коммуникации, процессы продаж без личного участия первого лица. Если крупный клиент много лет общается исключительно с собственником, это не только проявление высокого сервиса. Это еще и вполне конкретный бизнес-риск.

Полезно буквально составить карту зависимости компании от руководителя: какая доля продаж приходит через его личную аудиторию, какая доля крупных клиентов находится в прямых отношениях только с ним, сколько органических упоминаний получает компания без упоминания первого лица, кого еще из сотрудников знает рынок, кто может выступить от имени бизнеса за тра, если первое лицо станет недоступно, кто принимает на себя внешнюю коммуникацию в кризисе. После таких вопросов уровень зависимости становится гораздо понятнее.

Есть странный парадокс: сильные руководители часто боятся развивать публичность сотрудников именно потому, что те могут стать слишком самостоятельными. С точки зрения устойчивости бизнеса всё наоборот. Когда рынок знает не одного человека, а не-

скольких сильных экспертов компании, репутация становится распределенной.

Это не значит, что всем топ-менеджерам срочно нужны личные Telegram-каналы. Но руководитель продукта может комментировать продукт. HR-директор – рынок труда. Коммерческий директор – продажи и отрасль. Технолог – профессиональные вопросы. Первое лицо при этом остается самым заметным, если его публичность действительно приносит бизнесу результат. Просто перестает быть единственным. А дальше возникает важный эффект: компания начинает доказывать рынку собственную силу не только словами руководителя, но и качеством людей, которых она смогла вокруг себя собрать.

❗ **Что делать, если руководитель внезапно исчезает из публичного поля?**

– Задержание, тяжелая болезнь, корпоративный конфликт или внезапный уход требуют разных юридических и коммуникационных решений, поэтому универсального антикризисного сообщения здесь нет. Но система должна быть готова к самому факту отсутствия лидера. В компании заранее должны быть определены люди, которые имеют право говорить от имени бизнеса, порядок согласования публичной позиции, доступы к корпоративным каналам, контакт с ключевыми клиентами и партнерами, сценарий внутренних коммуникаций с сотрудниками.

«Публичность должна передавать компании доверие. А не брать компанию в заложники».

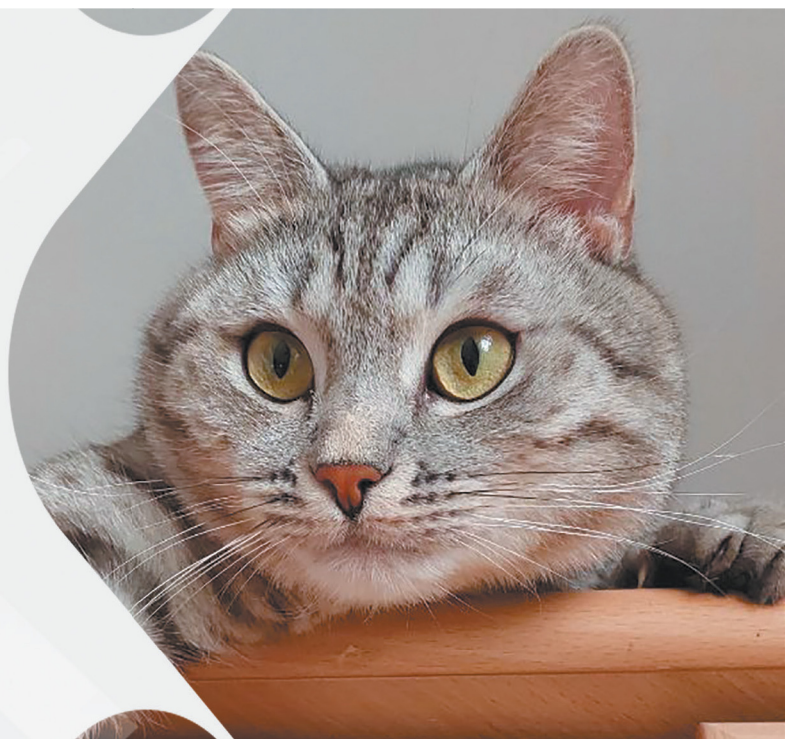
Особенно опасен информационный вакуум. Когда компания молчит, его очень быстро заполняют версии других людей. При этом кризисная коммуникация не должна превращаться в лихорадочную защиту личности руководителя любой ценой. Задача бизнеса – обеспечить непрерывность работы, дать сотрудникам, клиентам и партнерам достоверную информацию в пределах того, что компания действительно может подтвердить, и отделить судьбу конкретного человека от способности организации выполнять обязательства. Именно здесь проверяется, существовала ли компания как самостоятельный субъект или все это время держалась на одной фамилии.

Сильный личный бренд руководителя точно не стоит демонизировать. Человек действительно способен дать компании то доверие, которое корпоративному логотипу пришлось бы зарабатывать годами. Но у этого инструмента есть важный критерий зрелости.

После нескольких лет активной публичности руководителя сама компания должна становиться сильнее без него, а не слабее без него. У неё появляется больше узнаваемости, собственная репутация, известные эксперты, сильнее команда, шире сеть отношений с рынком. Если происходит обратное и каждый новый подписчик руководителя делает бизнес еще сильнее зависимым от одного человека, это уже довольно плохая капитализация личного бренда. Публичность первого лица должна передавать компании доверие. А не брать компанию в заложники.

РЫНОК ПИТОМЦЕВ

Зоорынок продолжает расти, но меняется его структура. Владельцы всё чаще воспринимают расходы на питомца как обязательную статью бюджета, а не как роскошь. При этом сам рост во многом ценовой, а не количественный – люди готовы платить больше, но становятся избирательнее. О том, какие сегменты растут, какие теряют актуальность и как крупным и малым игрокам конкурировать в новых условиях, – два экспертных взгляда в материале «Бизнес новостей».



Александра Шикина,
бренд-менеджер Triol:

ЦИФРЫ И ТРЕНДЫ ТОВАРНОГО РЫНКА

– Устойчивость зообизнеса держится на демографии и привычках владельцев. Расходы на питомца все чаще воспринимаются как обязательная статья бюджета, а не роскошь, которую урезают в кризис первой. Поэтому в 2025 году российский рынок зоотоваров достиг 590 млрд рублей – рост на 15,8% год к году. Однако к концу 2026 года прогнозируется замедление темпов роста до 10–12%: рынок постепенно переходит к более умеренной динамике после нескольких лет стремительного развития.

При этом сам рост во многом ценовой, а не количественный. Основной вклад в оборот вносит подорожание, а не расширение аудитории. Это меняет структуру спроса. Владельцы становятся более избирательными: они реже переключаются на самые дешевые корма и чаще выбирают продукты с дополнительной функциональной ценностью.

Заметное исключение из этой логики – лакомства. По данным «Нильсен», сегодня это самый быстрорастущий сегмент среди зоотоваров: за 2025 год продажи выросли на 24,3% в деньгах и почти на 21% в килограммах. Драйвер здесь не только инфляция, но и реальный рост потребления: владельцы стали ощущать чаще баловать питомцев, а не просто платить больше за прежний объем. А вот на массовых аксессуарах, наоборот, ценовая конкуренция заметно выше.

К примеру, цена переносок для животных снизилась на 14% на фоне жесткой конкуренции в онлайне, хотя частота таких покупок продолжает расти.

Схожая картина и в услугах. В целом на подъеме груминг и ветеринария рядом с домом. Груминг-сегмент оценивается в 35 млрд рублей, а число оплат ветеринарных услуг за девять месяцев 2025 года выросло на 14%. Но летом 2026 года наметился сдвиг: посещения груминг-салонов стали немного реже (-2%), тогда как средний чек на шампуни для домашнего ухода вырос сразу на 21%. Это может говорить о том, что часть владельцев, перераспределяя расходы, стала брать отдельные процедуры по уходу за питомцем на себя. А вот часть новых сервисов вроде премиальных зоогостиниц или спа для питомцев пока сложно назвать массовыми. Такие форматы могут быть востребованы в отдельных районах мегаполисов, но в обозримой перспективе, скорее всего, останутся нишевыми. На этом фоне крупные сети получают очевидное преимущество за счет масштаба: они могут объединять в одной экосистеме товары, доставку, ветеринарные услуги и груминг. Но это не означает, что небольшим игрокам на рынке не остается места. Их преимущество – специализация, гибкость и более персональный сервис. Небольшой груминг-салон, локальный зоомагазин или бренд вряд ли смогут конкурировать с сетью ассортиментом и ценой, зато могут выигрывать за счет экспертизы, индивидуального подхода и работы с конкретной аудиторией. Поэтому конкуренция постепенно смещается из плоскости «у кого шире ассортимент» к вопросу о том, кто лучше понимает потребности конкретного владельца и его питомца.

В 2027 году рынок, скорее всего, продолжит расти, но уже без рекордных темпов. Горизонт устойчивого роста оценивается в 10 лет, с потенциальным объемом рынка в 1,5 трлн рублей к 2035 году. Но главный вопрос не в том, вырастет ли рынок, а в том, как он будет перестраиваться – конкуренция усилится, и не все игроки ее переживут, потому что устойчивость самого рынка не гарантирует устойчивости каждого бизнеса внутри него.



Ольга Дудниченко,
директор по коммуникациям платформы корпоративного благополучия «Понимаю»:

СЕРВИСЫ ВОКРУГ ПИТОМЦА

– Если смотреть на зообизнес шире, чем на корма, игрушки и ветеринарию, то, на мой взгляд, рынок остается устойчивым, но постепенно меняется его структура. Питомец всё чаще воспринимается как полноценный член семьи, поэтому вместе с расходами на товары развивается спрос на сервисы вокруг качества совместной жизни человека и животного: воспитание, поведение, адаптацию, уход, подготовку к переездам и путешествиям. Мы хорошо видим эту тенденцию на собственном опыте.

Направление зооконсультаций в «Понимаю» вообще появилось благодаря довольно конкретному запросу одной IT-компании, где работало много молодых сотрудников без семей и детей, но с домашними питомцами. И довольно быстро выяснилось, что кот или тревожный шпиц на удаленке иногда создают не меньше вопросов, чем ребенок перед первым сентября.

Питомец не выбирает удобный момент: он может лаять во время созвона, отказываться от еды, бояться оставаться один, портить вещи, будить по ночам или тяжело переносить переезд. Для сотрудника это не просто бытовые мелочи – такие ситуации вызывают тревогу, чувство вины, влияют на сон, концентрацию и в целом на эмоциональное состояние.

Так у нас появилось направление зооконсультаций. Для нас это стало продолжением идеи корпоративного благополучия: поддержка сотрудника не заканчивается на его рабочих задачах, потому что на состояние человека напрямую влияет и то, что происходит дома – отношения, быт, ответственность и те, кто ждут его после рабочего дня.

Сегодня с зооконсультантами можно обсудить адаптацию питомца дома, тревожное и деструктивное поведение, сложности с кормлением и уходом, проблемы с лотком или прогулками, страх одиночества, агрессию и стресс, а также подготовку к переезду, отпуску или появлению нового животного.

И по статистике мы видим, что это далеко не нишевая «мими-мишная» история. В 2024 году зооконсультации стали самым быстрорастущим направлением «Понимаю»: количество пользователей выросло на 134%, а число консультаций – на 108% по сравнению с 2023 годом. За год к зооконсультантам обратились 1 214 сотрудников, для которых было проведено 1 684 консультации. Самыми частыми темами стали воспитание котенка или щенка – 24%, условия содержания – 22% и вопросы послушания – 20%.

Интересно, что после такого резкого роста направление не «схлопнулось». В 2025 году к

специалисту по поведению и содержанию питомца примерно так же, как консультацию психолога, тренера или другого профильного эксперта: не обязательно ждать, пока возникнет серьезная проблема, можно обратиться раньше и сделать совместную жизнь комфортнее.

Поэтому я думаю, что в ближайшие годы интересно будет наблюдать не только за классическим товарным сегментом зообизнеса, но именно за сервисами вокруг питомца: консультациями по поведению и уходу, образовательными продуктами для владельцев, pet-friendly решениями, помощью при переездах и путешествиях, цифровыми форматами консультаций. И здесь у небольших и специализированных игроков есть возможность конкурировать с крупными экосистемами не масштабом, а экспертизой, персонализацией и способностью закрывать очень конкретные потребности владельца.

Для бизнеса это тоже совсем не такая легковесная тема, как может показаться. Если сотрудник переживает из-за питомца, плохо спит, постоянно отвлекается, испытывает чувство вины или не может спокойно уехать в командировку, это отражается и на его состоянии, и на концентрации, и в конечном итоге на работе.

«Люди постепенно начинают воспринимать обращение к специалисту по поведению и содержанию питомца примерно так же, как консультацию психолога, тренера или другого профильного эксперта.»

специалистам обратились 1 121 человек, было проведено 1 658 консультаций, а среднее количество обращений на одного пользователя даже немного выросло – с 1,4 до 1,5. Изменилась и структура запросов: на первое место вышли условия содержания – 28%, далее воспитание котенка или щенка – 22%, а вопросы послушания и страхов животного составили по 12%.

Для меня это хороший показатель того, как меняется сам ры-

Поэтому для нас зоонаправление стало еще одним подтверждением того, что корпоративное благополучие работает лучше, когда компания видит сотрудника не только как должность в оргструктуре, а как человека со своей жизнью, заботами и привязанностями. И в этом смысле развитие зоосервисов связано с гораздо более широким трендом – люди готовы вкладываться не просто в содержание питомца, а в качество жизни вместе с ним.

В Чистых прудах города Кирова открылась новая детская поликлиника

В четверг, 27 августа, для жителей микрорайона Чистые пруды открыла свои двери новая детская поликлиника. Поручение открыть новый медицинский объект для детей в Чистых прудах ранее давал губернатор Кировской области Александр Соколов.

Новое подразделение посетили первый заместитель председателя правительства Кировской области **Дмитрий Курдюмов**, министр здравоохранения **Екатерина Видякина** и депутат городской думы от партии «Единая Россия» **Андрей Березин** с заместителем руководителя Кировского регионального отделения «Молодой Гвардии» **Еремеем Бушмелевым**. Вместе с главным врачом Детского диагностического центра **Марией Савиновой** они оценили новые условия и пообщались с жителями микрорайона.

Дмитрий Курдюмов напомнил, что по контракту срок сдачи объекта был до конца текущего года, но благодаря грамотно выстроенной работе всех заинтересованных



лиц, удалось возвести здание с опережением графика, что стало прекрасным подарком всем жителям к началу нового учебного года.

– В Кировской области развивается и совершенствуется система оказания качественной медицинской помощи семьям с детьми. Сегодня действительно знаковое событие: в молодом, большом, развивающемся микрорайоне теперь есть большая детская поликлиника. Если раньше это 180 квадратных метров, то сегодня площадь увеличилась до 520 квадратных метров. Причем здание было возведено и оснащено за 3 месяца. И сегодня мы находимся с вами в комфортной совре-

менной поликлинике, – отметил Дмитрий Курдюмов.

В рамках посещения Андрей Березин отметил важность открытия новых медицинских объектов именно в молодых и стремительно развивающихся микрорайонах Кирова, где проживает большое количество семей с детьми.

– Чистые пруды активно развиваются. И, безусловно, медицина должна развиваться параллельно с микрорайоном. Новый корпус детской поликлиники помогает сократить очереди на прием к врачам. Да и в целом качество медицинской помощи становится выше – здесь появились новые профильные специалисты. Кстати,



сегодня уже идет проектирование для микрорайона большой поликлиники в рамках программы комплексного развития территорий. Спасибо правительству Кировской области, губернатору, и, конечно, отдельная благодарность строителям. Меньше месяца назад мы здесь встречались. Казалось, работы здесь еще минимум на полгода. А сегодня врачи уже ведут прием маленьких пациентов, – почеркнул Андрей Березин.

Как пояснила Мария Савинова, с открытием второго корпуса филиала детской поликлиники №3 площадь его увеличилась почти втрое, что позволило максимально разделить потоки пациентов, вы-

делять отдельные входы для здоровых детей и детей, обратившихся с заболеванием, для чего есть отдельный бокс. Увеличение площади подразделения позволило не только обеспечить более качественные условия для педиатрической службы, но и обеспечить полноценный прием узких специалистов.

– Прием будут вести детский кардиолог, эндокринолог, хирург, оториноларинголог. Также продолжит работу врач-невролог и будут организованы для маленьких пациентов комплексные профилактические осмотры в месяц, год, перед детским садом. Штат поликлиники полностью укомплектован, – рассказала Мария Савинова.

Жители микрорайона уже оценили возможности нового медицинского объекта.

– Мы с нетерпением ждали открытия новой детской поликлиники. Живем здесь недалеко и видели, какими темпами велось строительство, очень рады, что теперь здесь можно прийти на прием не только к педиатру, но и к узким специалистам, например, у нас появился свой лор-врач. Удобная навигация позволяет быстро сориентироваться в двух корпусах, – поделилась молодая мама.

ОБЩЕСТВО

Гаджеты под парту

Большинство учителей и родителей Кирова поддерживает запрет на использование мобильных телефонов на уроках. Об этом говорят результаты опроса, проведенного сервисом SuperJob.

«В Кирове 85% родителей школьников одобряют запрет Министерства просвещения на использование учениками мобильных телефонов на уроках в школах», — прокомментировали в сервисе.

Сторонников среди отцов больше, чем среди матерей (91 и 80% соответственно).

Родители в возрасте до 40 лет поддерживают инициативу реже (82%), чем те, кто старше (88%).

Среди обладателей высшего образования за запрет выступают 89%, среди имеющих среднее специальное – 75%.

Опрошенные с доходом до 100 тысяч рублей в месяц более лояльно относятся к использованию смартфонов во время учебного процесса, чем те, кто зарабатывает больше.

Среди учителей уровень поддержки запрета составляет 94% («Телефон отвлекает ученика от усвоения материала в ходе урока. Также может служить поводом для конфликтной ситуации с одноклассниками»; «Был опыт запрета на уроках, у детей повысилась внимательность и работоспособность»). Против жестких мер лишь 4% («Иногда на уроке пользуемся телефонами, например, чтобы увидеть, как выглядит какое-то животное, про которое внезапно зашла речь»; «Они все равно их используют»; «Иногда в целях проектной деятельности я поддерживаю использование телефонов учащимися»).

При этом педагоги старше 40 лет настроены немного категоричнее (за запрет 97%), чем их более молодые коллеги (90%).

ОШИБКИ БИЗНЕСА

Как одинаковое время приносило разный доход

Одинаковое время на клиентов, но разный доход – знакомая ситуация для многих собственников. Продолжаем цикл «Ошибки бизнеса» – истории собственников компаний, которые делятся личным опытом и рассказывают, как исправляли последствия своих управленческих решений. О том, почему небольшие чеки могут оказаться самыми дорогими, – стратег и советник собственников бизнеса, автор блога seo.nikexpert.ru Никита Малов.

– Отвечаю как собственник, а не как консультант со стороны: ошибка моя собственная, и она стоила мне нескольких лет медленного роста.

Я много лет брал всех клиентов подряд и каждого обслуживал одинаково глубоко, а платили они очень по-разному. Выручка росла, а свободного времени и прибыли больше не становилось.

Разбираться начал, когда посчитал не деньги по клиенту, а часы на клиента. Картина оказалась неприятной: работа за 75 тысяч рублей отнимала почти столько же времени, сколько работа за 250 тысяч. Вопросы у клиентов одни и те же, встречи те же, погружение то же, разница только в объеме работ и в цене. Фактически я продавал консультационную

работу по цене операционной услуги, и чем больше таких клиентов приходило, тем быстрее упирался в потолок из самого себя.

Как исправлял. Ввёл квалификацию на входе: с каким запросом мы работаем, а с каким нет, и говорю об этом честно на первой встрече. Отказался от сегмента, где запрос не окупает часы, даже когда деньги предлагали сразу.

Заняло это около квартала. Действующих клиентов нужно было довести до результата, а не бросить на полпути, и всё это время новых по старой модели я уже не брал. Самым тяжёлым оказалась не арифметика, а необходимость отказывать людям, которые готовы платить прямо сейчас.

Морально это очень неприятно, и именно поэтому большинство собственников тянет с таким решением годами.

Результат. Проектов стало меньше, средний чек вырос, освободилось время на собственные продукты и на развитие. Ушла и категория клиентов, с которыми работа шла тяжелее всего: обычно самый мелкий чек требует больше всего внимания к себе.

Что советую тому, кто сейчас в этой точке. Посчитайте не выручку с клиента, а часы на клиента, за последние три месяца, по каждому. Почти на-



верняка обнаружится группа, которая приносит меньше, чем стоит её обслуживание. Дальше решение простое и неприятное: либо поднять цену до уровня трудозатрат, либо перестать брать такие проекты. Оба варианта лучше, чем продолжать.

И главное, что я понял. Отказ – это тоже управленческое решение, причём чаще всего самое доходное. Собственник обычно умеет считать выручку и совсем не умеет считать своё время, а именно оно и есть ограничение, в которое упирается компания.

Если вы тоже готовы поделиться своей историей управленческой ошибки, чтобы другие предприниматели могли избежать похожих ситуаций или знать, как с ними справляться: a.a.belova@mail.ru, 8-912-360-58-89. Мы продолжим публиковать лучшие кейсы в этом цикле.