

информационно-аналитический журнал | издается с 2009 года | № 176 | 2025

КОМПАНИИ

ВАШ БИЗНЕС-НАВИГАТОР

«Совтранс»:
20 лет на рынке
грузоперевозок



КОНСУЛЬТАНТ
ПЛАЮС
ЯНТАРЬ

16+

Мошенничество
в бизнесе:
как не стать
жертвой

Работа
над репутацией -
всегда игра
«в долгую»

Психологические
приемы
снятия
возражений

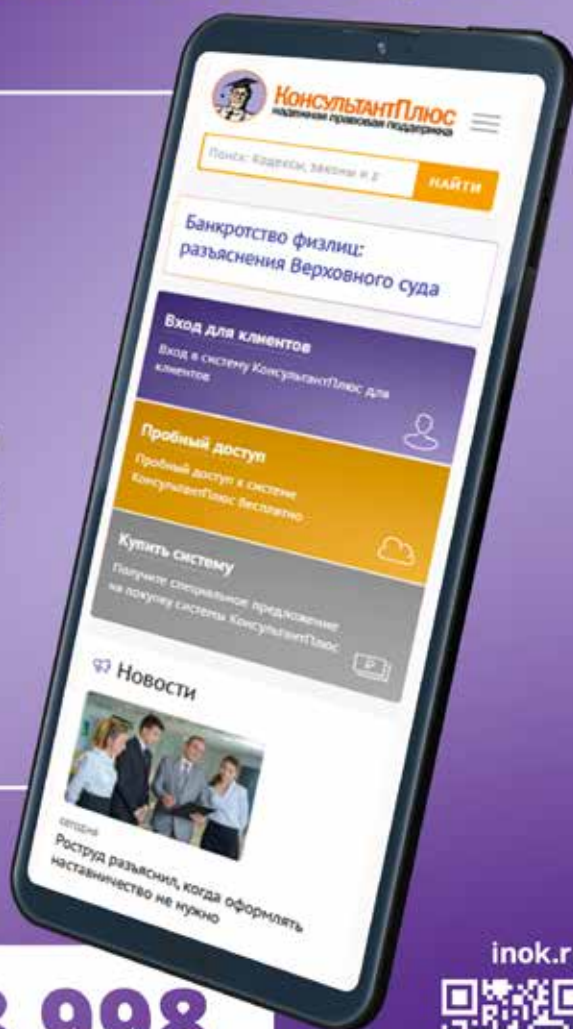




КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка

АКТУАЛЬНАЯ БАЗА ПРАВОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

- Фирменные обновляемые разъяснения
- Удобный и быстрый поиск
- Видеосеминары
- Дружественный интерфейс
- Современные программные технологии



346 053 998

документов в системе КонсультантПлюс

inok.ru



+7 (4012) 777-155

Реклама

«Техэксперт»

NEW!

РЕЕСТР ТРЕБОВАНИЙ: СТРОИТЕЛЬСТВО

Для кого?



Проектировщики



Инженеры



ТИМ-специалисты

Реестр требований – это сборник обязательных нормативных требований для специалистов строительной отрасли в сферах изыскания и проектирования. В него входят документы, отмеченные на сайте Стройкомплекс.РФ как содержащие ключевые нормы.

Наполнение системы

- Содержатся требования по направлению «Проектирование» более чем из 1300 документов, в том числе из документов, включенных в Реестр Стройкомплекс.РФ;
- «Техэксперт: Реестр требований: Строительство» содержит более 250 000 требований;
- Для требований в «Техэксперт: Реестр требований: Строительство» установлены связи со значениями следующих классификаторов:
 - Классификатор строительной информации (КСИ);
 - Классификатор «Объекты капитального строительства» (приказ 928/пр);
 - Классификатор по разделам Реестра требований в соответствии с ПП РФ от 31 августа 2023 года № 1417.

Связь с официальным Реестром Стройкомплекс.РФ:

- отслеживание статуса требований;
- информирование пользователя о включении требования в Реестр на ресурсе Стройкомплекс.РФ;
- возможность фильтровать требования по статусу и осуществлять быстрый переход к соответствующей записи на официальном портале для получения ссылки, необходимой для проектной документации.

С 1 марта 2026 года в ч.5_2 ст. 49 Градостроительного кодекса будут внесены изменения на основании ФЗ от 25.12.2023 N 653-ФЗ. В соответствии с этими изменениями экспертиза проектной документации будет проводиться исключительно по требованиям, включенным в официальный Реестр на сайте Стройкомплекс.РФ. Все проектные организации и строительные компании обязаны работать по-новому, но официальный ресурс не подразумевает инструментов для повседневной работы, его цель – определить статус требования.



КОНТАКТЫ для консультаций

Алексей ПОЛЯКОВ,
региональный дистрибьютор
Ассоциации «Консорциум компаний
для развития цифровых технологий
«Кодекс» и «Техэксперт»

236006, г. Калининград, ул. Больничная, 24, офис 32, тел. +7-900-565-37-47

e-mail: info@kodeks39.ru www.kaliningrad.cntd.ru



Руководитель проекта:
Юлия КИРИЕНКО
E-mail: kirienko@kaliningrad-cci.ru



ИНОК **ВРЕМЯ РЕШЕНИЙ**
Руководитель проекта:
Галина ТРЕТЬЯКОВА
E-mail: reklama@inok.ru



РПД
Руководитель проекта:
Александр ПЕРШИН
E-mail: klgzd-press@mail.ru



КОДЕКС ТЕХЭКСПЕРТ
Руководитель проекта:
Александр ПОЛЯКОВ
E-mail: info@kodeks39.ru



Билеты
Руководитель проекта:
Александра БОЙЧЕНКО
E-mail: boss@y-k.ru



АМО
Руководитель проекта:
Ольга ИЛЬИНА
E-mail: olga-amd@kanet.ru

*У нас отличная
компания,
присоединяйтесь!*

СОДЕРЖАНИЕ

4 | ДНЕВНИК НАБЛЮДЕНИЙ
Лето прошло, обошлось без потрясений

6 | КАЛИНИНГРАД B2B
Контейнерные перевозки
«от двери до двери»

8 | КАЛИНИНГРАД B2B
БЭЛФОРТ: новый стандарт
деловой жизни в городе

10 | ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ
Ступеньки к профессии

14 | БИЗНЕС И ПРАВО
Умрет ли юридический бизнес?

16 | ОБСУЖДЕНИЕ
В поиске компромиссов

19 | ОБСУЖДЕНИЕ
Маркировка товаров:
сложности и перспективы

20 | ОБСУЖДЕНИЕ
Где, когда и до скольких...

22 | СОТРУДНИЧЕСТВО
Новые перспективы для бизнеса

23 | ОБУЧЕНИЕ
Эффективная коммуникация
в рабочих
и переговорных ситуациях

25 | ОБУЧЕНИЕ
Грамотное управление персоналом –
фундамент успеха компании

26 | ПОЗДРАВЛЯЕМ!
Знания, решения и 34 года пути вместе

27 | ПОЗДРАВЛЯЕМ!
Годы успеха и традиций

28 | РИСКИ
Внимательно проверяйте устав и договоры



30 | НОВОВВЕДЕНИЯ
Основные изменения осени

36 | ГОСЗАКУПКИ

38 | КОНКУРС

44 | МЕНЕДЖМЕНТ
Работа над репутацией –
это всегда игра «в долгую»

48 | МАРКЕТИНГ
Благодарите, соперничайте, вникайте:
психологические приемы снятия возражений

53 | РИСКИ
Мошенничество в бизнесе:
как не стать жертвой

56 | КОНТАКТЫ
Где можно получить защиту и поддержку?

Калининградский журнал
«КОМПАНИИ»
Ваш бизнес-навигатор»

16+

№ 176 / 2025 г.

Учредитель
Ирина БАРСУКОВА
Издатель
ООО «РИНА»

Главный редактор:
**Ирина
Владимировна
БАРСУКОВА**
Тел. 8-900-35-45-575
barsukova-39@yandex.ru



Журналисты, авторы:
Ирина БАРСУКОВА, Юлия КИРИЕНКО,
Олег МАТУКЕВИЧ, Ирина ПАРШИНА,
Галина ТРЕТЬЯКОВА

Фотоматериалы:
Алина КАСТРИЦКАЯ, Юлия КИРИЕНКО,
Ольга ОТВАЛКО, Роман ПУЧКО,
Сергей ЧЕРКАШИН

Фото на обложке:
Роман ПУЧКО

Дизайн, макетирование, верстка:
Алексей ЮНУСОВ

Корректор:
Ольга ВЛАДИМИРОВА

Адрес издателя, редакции:
236023, г. Калининград,
пер. Арсенальный, 26.
Телефон: 410-310
E-mail: kaliningradb2b@yandex.ru

Отпечатано в типографии
ГК «Калининградский печатный двор»
г. Калининград,
ул. К. Назаровой, 6.
Тираж – 3 000 экз.
(включая электронную версию).
Дата выхода в свет: 15 сентября 2025 г.
Свободная цена.
Распространяется адресно.

Редакция не несет ответственности
за достоверность рекламных материалов.

Рекламируемые товары и услуги подлежат
обязательной сертификации.

Мнение редакции может не совпадать
с мнением автора статей.

Перепечатка материалов допускается только
по согласованию с редакцией.

Все права на материалы и макеты,
опубликованные в номере,
принадлежат ООО «РИНА».

Издание зарегистрировано Управлением
Федеральной службы по надзору в сфере
связи, информационных технологий и
массовых коммуникаций по
Калининградской области.
Свидетельство о регистрации:
ПИ № ТУ 39-00380
от 24.10.2016 г.



Последний месяц лета в новейшей истории России приобрел характеристику месяца ожидания неприятностей.

Лето прошло, обошлось без потрясений



Владимир КУЗИН,
кандидат экономических наук

Августовский путч 1991 года, дефолт 1998 года, трагедия на подлодке «Курск» в 2000-м, военный конфликт с Грузией в 2008-м, авария на Саяно-Шушенской ГЭС в 2009-м. В общем, этот месяц зарекомендовал себя не очень хорошо. А так ли он был страшен для экономики?

Если взглянуть на график выпуска продукции и услуг по области (см. рисунок 1), то заметно, что в августе, особенно в Калининградской области, показатели хуже, чем в среднем за год. Это особенно очевидно на кривых кумулятивных (расчитываемых как накопленные период к периоду) данных.

Однако, если говорить объективно, это связано с периодом отпусков и подготовкой к школе. Люди откладывают работу на осень.

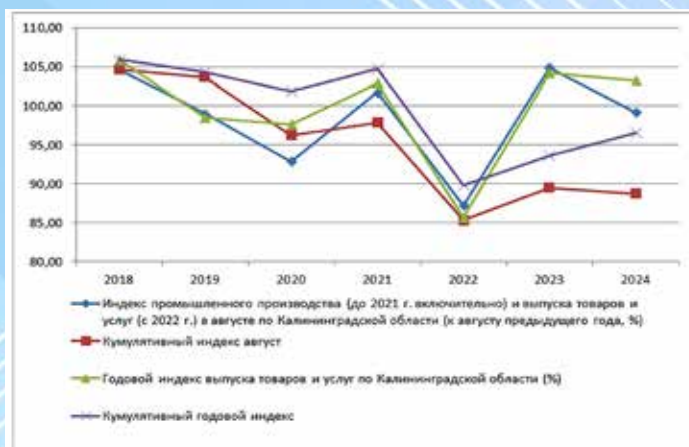


Рисунок 1 - Показатели и кумулятивные результаты выпуска товаров и услуг в Калининградской области за август и за весь год. Для данных за август до 2021 года включительно используется индекс промышленного производства, %

Я думаю, что у большинства наших соотечественников сложилось предвзятое отношение к августу – вполне приятному месяцу, расстраивающему лишь осознанием, что лето пролетело и вызывающему печаль от созерцания собирающихся на зимовья и покидающих наши края птиц.

Неявная предвзятость включает в себя подсознательные чувства, установки, предрассудки и стереотипы, сформировавшиеся у человека под влиянием прошлого и влияний, наложенных на него в течение жизни. Человек может сам и не осознавать этого.

Исходя из этого, давайте посмотрим на результаты конъюнктурного обзора Банка России по нашему региону в августе, вдруг и там эта предвзятость обнаружится?

Напомню, этот обзор основан на мнениях руководителей предприятий и, следовательно, отражает их субъективную оценку ситуации. Интуиция, конечно, важна. Как говорил великий немецкий философ и профессор Иммануил Кант, «интуиция никогда не подводит того, кто к ней готов».

Теперь перейдем к итогам, которые закладывают основу для нашего будущего и будущего компаний.

до 7,7
пункта
снизился индикатор бизнес-климата (ИБК) в июле 2025 года

Начнем с цен. По данным июльского обзора, в целом по области они не изменились. Замедление роста цен зафиксировали в сфере услуг, сельском хозяйстве и строительстве. С одной стороны, это может свидетельствовать о снижении спроса. Хотя не все так плохо.

Устойчивость спроса подтверждается снижением уровня запасов готовой продукции, о чем сообщили сельскохозяйственные предприятия. В целом экономическая конъюнктура улучшилась, что отметили компании, занимающиеся транспортировкой, хранением, сельским хозяйством и торговлей.

В июле экономическое положение предприятий в большинстве ключевых отраслей ухудшилось. Это касается всех сфер, кроме торговли и услуг. Многие предприниматели отмечают рост рисков хозяйственной деятельности и усиление негативного влияния изменений курса рубля. Однако в июле некоторые отрасли, включая сельское хозяйство, транспортировку и хранение, отметили улучшение текущей ситуации.

По данным предприятий большинства отраслей, кроме строительства, в июле 2025 года условия кредитования стали лучше. Ключевую ставку снизили в июне с 21 до 20%, а в июле – до 18%. Многие банки прогнозировали это снижение и заранее улучшили условия кредитования для своих клиентов.

На рисунке 2 отражены индексы промышленного производства за последние полтора года. Если взять показатель на начало этого периода за 100%, то, несмотря на колебания, скачки и спады, производство выросло на 23,5%.

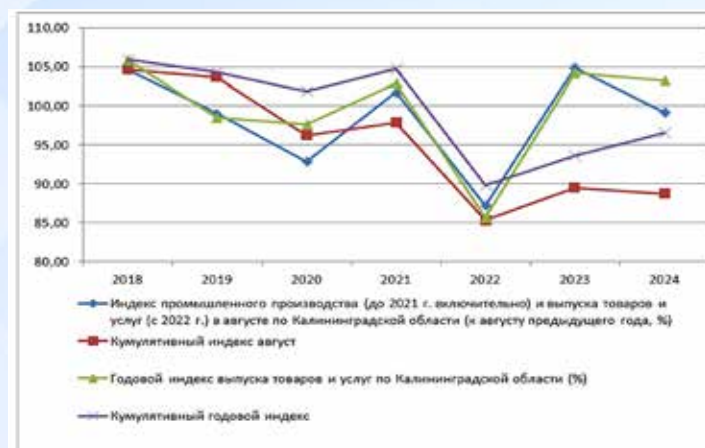


Рисунок 2. Индекс промышленного производства в Калининградской области с января 2024 года. Данные представлены в процентах к соответствующему месяцу прошлого года и предыдущего месяца. Кумулятивный индекс месячных показателей начинается с января 2024 года, где значение принимается за 100 %.

Август ярко проявил себя в прогнозах на будущее. По данным Банка России, индикатор бизнес-климата (ИБК) в июле 2025 года снизился до 7,7 пункта с 12,5 пунктов в предыдущем месяце. Это может свидетельствовать о продолжении спада экономической активности, который наблюдается в регионе четвертый месяц подряд.

Компании Калининграда в сферах строительства, услуг и торговли ухудшили текущие оценки по спросу. В большинстве отраслей растет себестоимость, за исключением сферы услуг, где ее рост замедляется.

В большинстве крупных отраслей ожидают ухудшения производственных показателей и спроса на продукцию в краткосрочной перспективе. Однако в промышленности, а также в сфере транспортировки и хранения настроения более оптимистичные. Индекс неопределенности в июле, по данным августовского опроса, вырос до 51,1 пункта, увеличившись с 46,9 пункта в предыдущем месяце.

Отличная новость: средний прогнозируемый предприятиями рост цен на следующие три месяца (в годовом выражении) в июле 2025 года составил 2,6%, что ниже 4,5% предыдущего месяца. Уже в августе ситуация выглядит благоприятной.

Лето позади. Впереди плодотворная осень, а затем и новогодние праздники с их высоким спросом на все товары. ○

В 2025 году Калининградская ТПП отмечает 35-летний юбилей. Сегодня в ее состав входит около 700 компаний.



Контейнерные перевозки «от двери до двери»

ООО «СОВТРАНС» – компания с 20-летним опытом в сфере транспортно-экспедиторского обслуживания грузов различными видами транспорта (создана в 2005 году).

Основное направление деятельности – контейнерные перевозки, перевозки грузов железнодорожным и автомобильным транспортом, сопутствующие услуги – таможенное оформление.

– Мы уделяем особое внимание транспортной доступности и безопасности региона. Важно не допустить изоляции российского эксклава от основной территории РФ.

«СОВТРАНС» всегда занимал особую нишу, работая с крупнейшими промышленными предприятиями химической отрасли, и одно время, при формировании транспортных потоков в железнодорожном сообщении, даже составлял серьезную конкуренцию морским линиям. В 2018 году компания одной из первых осуществила доставку груза из Китая в Калининград прямым контейнерным поездом.



Почему стоит выбрать ООО «СОВТРАНС»?

- **Собственный парк 20 и 40-футовых контейнеров и автомобилей-контейнеровозов**, который постоянно растёт из-за возрастающего спроса.
- **Представительства в ключевых регионах:** компания работает не только на территории Калининградской области, но и имеет представительства в Забайкальске и Находке, офисы в Москве и Санкт-Петербурге. Одна из партнерских компаний находится в Екатеринбурге
- **Широкий спектр услуг:** экспедирование грузов в контейнерах осуществляется в формате «от двери до двери» как на международных, так и на внутрироссийских направлениях.
- **Опыт работы с крупнейшими промышленными предприятиями:** «СОВТРАНС» сотрудничает с крупнейшими российскими предприятиями химической отрасли и постоянно расширяет возможности международного сотрудничества.
- **Включение в реестр таможенных представителей:** здесь оказывают полный комплекс услуг по таможенному декларированию товаров при помещении под различные таможенные процедуры.
- **Прямой договор с ЦФТО ОАО «РЖД»:** это позволяет оплачивать провозные платежи за внутренние, экспортно-импортные и транзитные перевозки грузов железнодорожным транспортом. Осуществляем оплату провозных платежей по железным дорогам СНГ и стран Балтии.

Услуги компании

- **ЭКСПЕДИРОВАНИЕ:** разработка оптимального маршрута, подбор транспортных средств, работа практически со всеми контейнерными линиями и терминалами.
- **ОПЕРИРОВАНИЕ:** выдача и предложение по аренде контейнеров.
- **ТАМОЖЕННОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО:** полный комплекс услуг по таможенному декларированию товаров, оплата таможенных платежей и услуг временного хранения товаров.

– В сегодняшней ситуации турбулентности на транспортном рынке мы стараемся находить новые возможности для роста. В числе главных задач – увеличение объёмов перевозок грузов, поиск оптимальных логистических решений, удовлетворение возрастающих потребностей рынка, в том числе и за пределами Калининградской области.

«СОВТРАНС» сотрудничает с крупнейшими Российскими предприятиями химической отрасли, расширяет возможности международного сотрудничества, в частности, с Китаем, странами Ближнего Востока и странами ЕАЭС.

– Свой груз нам доверяют самые требовательные клиенты, которые за много лет совместной работы убедились в нашей порядочности и надёжности, так как мы никогда не оставляем клиента наедине со своими проблемами. Нас не пугают нестандартные ситуации, мы готовы к их решению.

В мае 2025 года ООО «Совтранс» был признан победителем региональной бизнес-премии «Янтарный Меркурий» в номинации «Лучшее предприятие в сфере услуг».

– ООО «СОВТРАНС» – ваш надёжный партнер в сфере транспортно-экспедиторского обслуживания. Доверьте нам свой груз, и мы обеспечим его своевременную и безопасную доставку. ○

236006, г. Калининград,
Ленинский пр-т, 30А, офис 6
+7 (4012) 378-778
sovtrans@baltrail.com
www.baltrail.com



СОЮЗ
«КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА»



ООО «СОВТРАНС»



Денис ПРОХОРОВ,
генеральный директор

– Уважаемый Феликс Феликсович и коллектив Калининградской торгово-промышленной палаты!

Вы делаете большое дело, способствуя развитию экономики нашего региона. Спасибо за вашу работу и преданность делу. От имени ООО «Совтранс» хотим поздравить вас с юбилеем! Этот значимый праздник – повод выразить наше глубокое уважение и признательность за вашу работу.

За годы существования Калининградская ТПП стала настоящим оплотом развития бизнеса и экономики в нашем регионе. Ваш труд способствует созданию благоприятного инвестиционного климата, поддержке предпринимательства и укреплению деловых связей.

В этот праздничный день желаем вам новых свершений, процветания и неиссякаемой энергии для реализации самых амбициозных проектов. Пусть партнёрские отношения крепнут, а сотрудничество с вами приносит только успех и удовлетворение.



В Калининградской ТПП
с 2016 года

Победитель бизнес-премии
«Янтарный Меркурий – 2024»

Многофункциональный комплекс БЭЛФОРТ от «ООО Спартак» преобразует облик Калининграда.

БЭЛФОРТ: новый стандарт деловой жизни в городе

Как деловой квартал изменяет исторический облик Калининграда

На пересечении времени и архитектуры, в самом сердце Калининграда, формируется уникальное городское пространство – многофункциональный комплекс БЭЛФОРТ. Этот проект – не просто деловой центр, а новая точка роста, которая объединяет бизнес, спорт, отдых и повседневную жизнь в едином ритме. Вдохновленный историческими фортами Восточной Пруссии и построенный по последнему слову технологий, БЭЛФОРТ стремится не только вписаться в культурный ландшафт города, но и задать новую планку его развития.

Архитектура, вдохновленная историей

Образ БЭЛФОРТа родился из диалога с прошлым: массивные очертания зданий отсылают к фортификационному наследию региона, в то время как фасады – это современная интерпретация кирпичной архитектуры старого Кенигсберга. За архитектурной концепцией



стоит команда российских и международных специалистов, поставивших задачу создать пространство, где визуальная сила сочетается с технологичностью и комфортом.

Особое внимание уделено энергоэффективности, экологичным материалам и плавной интеграции в существующую городскую среду. Комплекс буквально «врастает» в город: зелёные террасы, открытые бульвары и пешеходные связи делают его продолжением Калининграда, а не изолированным анклавом.

Город в городе: сценарии будущего

БЭЛФОРТ реализует концепцию «город в городе». Это значит, что внутри квартала можно не только работать, но и жить, отдыхать, заниматься спортом, встречаться с друзьями и проводить деловые переговоры. На территории комплекса разместятся:

- Офисные пространства класса А+, ориентированные на компании из сфер IT, финансов, страхования, консалтинга и других профессиональных услуг.
- Продуманные планировки офисов выполнены с учётом современных подходов к организации рабочего пространства. Здесь предусмотрены зоны для индивидуальной и командной работы, переговорные, лаунж-пространства и места для неформального общения. Для арендаторов доступны премиальные офисы с выходами на террасы и видом на парк, гибкие пространства формата Open Space, а также помещения с витражными окнами на первых этажах – идеальные для фронт-офисов и клиентских сервисов.
- Гостиница категории 4* с номерным фондом на 85 номеров – удобное решение для деловых туристов и спортсменов;
- Торговая галерея, рестораны и кофейни с открытыми зелёными террасами;
- Подземная и наземная парковка на 292 места, оснащённая автоматизированными системами навигации.

Место силы для спорта: Центр развития тенниса им. Александра ВОЛКОВА

Одной из изюминок проекта станет теннисный центр, построенный по стандартам Российской и Международной теннисных федераций. 12 кортов – 5 крытых с покрытием «Хард» и 7 открытых грунтовых – обеспечат круглогодичный тренировочный процесс. Центральный корт с трибунами на 300 зрителей рассчитан на проведение турниров и мастер-классов, делая БЭЛФОРТ потенциальной площадкой спортивных событий международного уровня.

Экосистема взаимодействия

БЭЛФОРТ строится с мыслью о синергии: тщательно подобранные резиденты – компании и сервисы, которые дополняют друг друга, – формируют взаимовыгодную экосистему. Здесь айтишники смогут работать бок о бок с юристами и маркетологами, не покидая своей среды, а гости отеля – не только отдыхать, но и посещать деловые мероприятия или спортивные матчи.

Калининград и будущее

БЭЛФОРТ – это не просто проект, а часть городской трансформации. Он создает новые рабочие места, привлекает инвестиции и меняет образ деловой жизни в Калининграде. Это площадка, которая делает город не только удобным для бизнеса, но и интересным для жизни.

«Мы верим, что БЭЛФОРТ станет не только визитной карточкой деловой Калининградской области, но и местом, где хочется быть ежедневно», – отмечает один из архитекторов проекта.

Именно в таких местах рождаются новые городские смыслы: на стыке прошлого и будущего, работы и отдыха, личности и сообщества. ○

Г. Калининград,
ул. Чекистов, 81
+7 921 006 22 51
www.bel-fort.ru



СОЮЗУ
«КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА»



ООО «СПАРТАК»



Руслан НОСОВ,
генеральный директор

– Уважаемый Феликс Феликсович!

От имени ООО «Спартак» и от себя лично поздравляю коллектив Калининградской торгово-промышленной палаты с 35-летием!

Мы – молодые участники сообщества: всего год назад ООО «Спартак» стало членом Калининградской ТПП. Для нас это важный этап: мы готовимся к сдаче многофункционального комплекса «Бэлфорт» – масштабного объекта, призванного стать новой точкой притяжения бизнеса и горожан.

Для нас особенно ценно быть частью профессионального сообщества, которое объединяет активных, амбициозных и ответственных представителей бизнеса. Мы видим в Палате надежного партнера, площадку для делового взаимодействия и открытого диалога.

Желаем всей команде Калининградской ТПП устойчивого развития, новых достижений и успешной реализации задуманных проектов! Пусть впереди будет еще больше ярких инициатив, конструктивного партнерства и уверенного движения вперед – на благо региона и бизнеса.

В День знаний железнодорожники поздравляли учащихся своих базовых учебных заведений.

Ступеньки к профессии



Ирина ПАРШИНА,
ведущий специалист
отдела
корпоративных
коммуникаций
КЖД

Сервый урок для учеников профильного класса РЖД в школе поселка Романово Зеленоградского района провел начальник Калининградской железной дороги. Студентов-первокурсников регионального филиала Петербургского государственного университета путей сообщения также приветствовали первые лица магистрали.

Отправление с маленькой дороги

Небольшая, но уютная и светлая школа с хорошим ремонтом в поселке Романово в начале учебного года встречала гостей.

«Нет ничего лучше, чем познавать новое, учиться и приобрести профессию», – напутствовал ребят из профильного железнодорожного 6 «Р» начальник Калининградской железной дороги Сергей САПЕГИН. При этом он отметил, что класс на праздничной линейке был наиболее организованным и дисциплинированным.

«Так и надо для будущих работников магистрали, – поддержал ребят Сергей Николаевич, – ведь железная дорога – это зона повышенной опасности». В чем состоит опасность и как вести себя на объектах железнодорожного транспорта, ученики 6 «Р» знают хорошо.

«Для нас организуют экскурсии на разные предприятия железной дороги», – рассказывала двенадцатилетняя Рита КУЛИЧЕНКО. – Особенно запомнилось, как на Южном вокзале нам рассказывали о его работе, правилах безопасности и их важности для пассажиров и работников. Это называется охрана труда. Ещё нам очень понравилась познавательная викторина «Что? Где? Когда?», за которую нашему классу даже вручили диплом».

В День знаний начальник Калининградской железной дороги провел первый урок для школьников. Он кратко рассказал о компании «Российские железные дороги», ее калининградском филиале, инфраструктуре и направлениях деятельности. После этого ребята задали ему вопросы и представили проекты, над которыми работали в прошлом году.

Мальчики из 6 «Р» представили гостю разработанный ими макет поезда на магнитной подушке, который движется по миниатюрной железной дороге на стенде. Девочки рассказали о героях войны, работавших на железной дороге.

Профильный класс открылся в романовской школе год назад. Сейчас в нем учатся 20 школьников: 15 мальчиков и 5 девочек. К сожалению, не все ребята легко осваивают математику, которая необходима для инженерного образования. Новую дисциплину «Юный железнодорожник» ученики изучают дважды в неделю.

«Мы стараемся показать детям, что на железной дороге работают не только инженеры. Это также воспитатели, врачи, работники культуры и юристы. Ребята понимают это и уже сейчас рассматривают железнодорожную отрасль как возможное место своей будущей карьеры», – рассказал классный руководитель «железнодорожного» класса Егор АГИБАЛОВ.

В 2022 году опорные классы РЖД появились не только в Романовской школе, но и в гимназии № 22, а также в средней школе № 33 Калининграда. В прошлом году магистраль создавала четыре базовых учебных заведения: гимназию «Вектор» в Зеленоградске, среднюю

школу № 1 в Светлогорске, школы в Славске и Романово.

В ПГУПС – за средним техническим

В Калининградском филиале Петербургского университета путей сообщения имени Императора Александра I День знаний тоже отмечали с особым настроением. Впервые в ПГУПС прошел набор на очное отделение по трем направлениям среднего профессионального образования: «Техническая эксплуатация подвижного состава железных дорог», «Организация перевозок и управление на транспорте», «Строительство железных дорог, путь и путевое хозяйство».

Теперь сорок молодых людей из разных городов Калининградской области, которые будут получать среднее специальное образование по железнодорожному профилю, принимали поздравления.

Вчерашние школьники на праздничной линейке выглядели немного растерянными, ведь всё было непривычно. Зато родители сияли от счастья: их дети выучатся и начнут само-



стоятельную жизнь в стабильной и надежной компании.

«Вы выбрали очень правильные профессии, которые будут востребованы на десятки лет вперед», - отметил начальник Калининградской железной дороги Сергей САПЕГИН, обращаясь в своей поздравительной речи к молодым людям.

Заместитель начальника дороги по кадрам и социальным вопросам Дмитрий БЕРСЕНЕВ рассказал, что впереди у ребят много интересного: экскурсии по предприятиям железной дороги, спортивные турниры, участие в праздниках. На магистрали серьезно относятся к молодежи, стараются создать для нее комфортные условия и вовлекают в социальные проекты. В конце лета руководство Калининградской дирекции тяги организовало экскурсию в локомотивное депо для будущих студентов, чтобы познакомить их с профессией.

На торжественной линейке первокурсники прочитали стихи, дав своеобразную клятву студентам, и отправились в свою альма-матер. Будущие железнодорожники начинают учиться в аудиториях с современным оборудованием, а практику пройдут на полигоне дороги. «Вы выбрали учебное заведение, которое готовит высококлассных специалистов для железнодорожного транспорта», - отметил, провожая ребят, начальник Калининградской железной дороги Сергей САПЕГИН.

Перед классным часом руководители подразделений и начальники дирекций – управления движением, инфраструктуры, тяги и моторвагонного подвижного состава – обратились к студентам с напутствием. ○

Фото Ольги ОТВАЛКО



Магистраль вновь лучшая

Калининградская железная дорога стала победителем отраслевого соревнования за второй квартал 2025 года

26 августа заместитель генерального директора ОАО «РЖД» Дмитрий ПЕГОВ вручил начальнику КЖД Сергею САПЕГИНУ свидетельство о победе магистрали в конкурсе трудовых коллективов компании. Более 20 лучших сотрудников магистрали также получили награды.

Глава холдинга ОАО «РЖД» Олег БЕЛОЗЕРОВ по видеоконференции поблагодарил калининградских железнодорожников за профессионализм и труд. Он отметил, что магистраль достигла высоких результатов благодаря выполнению плановых показателей по погрузке, росту объемов пассажирских перевозок, развитию инфраструктуры, соблюдению графика и другим важным параметрам.

К поздравлениям присоединился врио губернатора Калининградской области Сергей БУЛЫЧЕВ. Он отметил, что руководство дороги уже много лет успешно сотрудничает с органами власти. Это взаимодействие положительно влияет на работу коллектива магистрали и помогает достигать высоких результатов.

До Немана - теперь на поезде

Между Неманом и Калининградом начал курсировать пригородный поезд.

Впервые за всю послевоенную историю региона между Неманом и Калининградом начал курсировать пригородный поезд. Пассажирами первого поезда стали около 300 человек.

Продление маршрута пригородного поезда Калининград – Советск до Немана стало результатом совместной работы с правительством региона, направленной на повышение транспортной доступности для жителей восточной части области. Поезд следует со всеми остановками через Советск, Славск, Полесск, Гурьевск.

Из Немана в Калининград поезд курсирует ежедневно, кроме воскресенья. Время отправления со станции Неман-Новый – 5:58, прибытия на Южный вокзал Калининграда – 8:53.

Из Калининграда в Неман поезд отправляется ежедневно, кроме субботы. Время отправления с Южного вокзала – 18:21, прибытие на станцию Неман-Новый – 21:13.

С 7 сентября со станции Неман-Новый курсирует воскресный «студенческий» поезд. Из Немана он будет отправляться в 17:32 и прибывать на Южный вокзал в 20:33.

Все рейсы выполняются трехвагонными рельсовыми автобусами серии РА2. В каждом составе предусмотрено 222 посадочных места. ○

РАСПИСАНИЕ

полетов международного аэропорта Храброво (в расписании возможны изменения) с 1.10.2025 по 31.10.2025



ул. Житомирская, 18. Тел. 539-053, e-mail: info@y-k.ru www. y-k.ru

Аэропорт назначения	Тип самолета	Отправление из Калининграда (время местное)				Отправление в Калининград (время местное)			
		№ рейса	день вылета	время вылета	время прилета	№ рейса	день вылета	время вылета	время прилета
МОСКВА ДМД	320	U6-74	Пн	07-15	11-00	U6-73	Пн	04-40	06-30
		СБ		16-40	20-25	СБ		14-05	15-55
		U6-168	Ежд	19-35	23-20	U6-167	Ежд	16-55	18-45
		U6-372	Ежд	11-40	15-25	U6-371	Ежд	09-00	10-50
		U6-628	Ежд	14-05	17-50	U6-627	Ежд	11-10	13-00
		57-1214	Пн, ср, чт, пт, сб	13-25	17-10	57-1213	Пн, ср, чт, пт, сб	10-50	12-40
			Вс, Вт	14-15	18-00		Вс, Вт	11-40	13-30
		СУ-1001	Ежд	09-10	12-45	СУ-1000	Ежд	06-35	08-10
		СУ-1003	Ежд	12-55	16-30	СУ-1002	Ежд	10-00	11-25
		СУ-1005	Ежд	16-10	19-45	СУ-1004	Ежд	13-35	15-10
МОСКВА ШРМ	325	СУ-1007	Ежд	21-10	00-45	СУ-1006	Ежд	18-35	20-10
		СУ-1009	Ежд	03-00	06-30	СУ-1008	Ежд	20-10	21-45
		СУ-1011	Ежд	09-25	12-15	СУ-1010	Ежд	16-55	18-25
		СУ-1013	Ежд	18-05	21-40	СУ-1012	Ежд	15-30	17-05
		СУ-1015	Ежд	10-35	14-10	СУ-1014	Ежд	08-00	09-35
		СУ-1017	Ежд	11-35	15-10	СУ-1016	Ежд	09-00	10-35
		СУ-1019	Ежд	14-25	17-55	СУ-1018	Ежд	11-50	13-35
		СУ-1025	Ежд	17-00	20-35	СУ-1024	Ежд	14-15	16-00
		СУ-6310	Ежд	11-30	15-05	СУ-6309	Ежд	08-45	10-30
		СУ-6312	Ежд	20-40	00-15	СУ-6311	Ежд	17-55	19-35
		СУ-6314	26.10-30.10	20-20	23-55	СУ-6313	Ежд	17-45	19-20
		СР-6662	Ежд	19-00	22-35	СР-6661	Ежд	16-25	18-00
		DP-6832	С 26.10-23.11	16-30	20-10	DP-6831	С 26.10-23.11	14-20	16-05
		DP-6834	Ежд	18-30	20-10	DP-6833	Ежд	16-00	17-35
		DP-6836	Ежд	15-55	19-30	DP-6835	Ежд	13-55	15-30
		DP-6838	Ежд	09-50	13-25	DP-6837	Ежд	07-50	09-25
		DP-6840	Вт, чт, сб	09-00	12-35	DP-6839	Пн, ср, пт	21-55	23-30
			Пн	22-20	01-50		Пн	20-05	21-40
		5N-252	Ср	11-15	14-45		Ср	08-55	10-30
			Вс	05-40	09-15		СБ	10-45	12-20
МОСКВА ВНК	320	DP-264	Ежд (с 26.10)	19-25	23-15	DP-263	Ежд (с 26.10)	17-10	19-00
	320	DP-262	Ежд	20-10	23-55	DP-261	Ежд	18-05	19-45
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	320	СУ-6320	03.10-25.10	16-00	18-55	СУ-6319	03.10-25.10	14-05	15-00
		СУ-6322	Ежд	11-45	14-40	СУ-6321	Ежд	10-00	10-55
		СУ-6324	Ежд	10-25	13-05	СУ-6323	Ежд	08-40	09-25
		СУ-6326	Ежд	20-10	22-50	СУ-6325	Ежд	18-25	19-10
		СУ-6330	Ежд	18-45	21-25	СУ-6329	Ежд	16-50	17-45
		СУ-6332	Ежд	21-50	00-30	СУ-6331	Ежд	20-10	20-55
		СУ-6334	Ежд	08-45	11-25	СУ-6333	Ежд	07-00	07-45
		U6-54	КР вт, пт	12-35	15-25	U6-53	КР вт, пт	10-55	11-50
		U6-392	Ежд	13-50	16-45	U6-391	Ежд	11-50	12-45
		DP-530	Ежд	09-30	12-20	DP-529	Ежд	08-10	09-05
		DP-536	Ежд	20-00	22-50	DP-535	Ежд	18-40	19-35
		5N-506	Пн, Ср, Чт, Пт, Сб	10-20	13-05	5N-505	Пн, Ср, Чт, Пт, Сб	08-40	09-30
			Вт	11-20	14-05		Вт	09-40	10-30
			Вс	09-45	12-30		Вс	08-05	08-55
		5N-514	Пн	15-30	18-15	5N-513	Пн	13-50	14-40
			Ср	14-45	17-30		Ср	13-15	14-05
		N4-282	Кр Вс	11-00	13-55	N4-281	Кр Вс	10-05	10-55
			Пн-Пт	16-45	19-40		Пн-Пт	15-55	16-45
		N4-284	Сб, Вс	14-25	17-20	N4-283	Сб, Вс	14-25	15-15
НОВОСИБИРСК	320	S7-5066	Кр, Вс	16-10	02-35	S7-5065	Кр, Вс	14-25	15-15
	319	U6-404	Пн, Вт, Чт, Вс	17-25	00-20	U6-403	Пн, Вт, Чт, Вс	15-30	16-40
ЕКАТЕРИНБУРГ	73X	U6-504	Ср, Пт, Сб	15-05	22-00	U6-503	Ср, Пт, Сб	13-10	14-20
	73X	DP-611	Пн, Ср, Пт	23-55	06-50	DP-612	Вт, Чт, Сб	07-25	08-35
ИВАНОВО	73X	N4-984	Пн, Чт	13-05	16-40	N4-983	Пн, Чт	10-15	12-05
	73 x	N4-732	Кр Ср	19-05	23-25	N4-731	Кр Ср	15-40	18-15
КАЗАНЬ	738	5N-530	Вс	01-40	05-30	5N-529	Сб	22-55	00-50
	Е95	B2-950	КР 2	13-00	16-30	B2-949	КР 2	10-30	12-10
МИНСК	73X	N4-859	Вт	06-05	10-05	N4-860	Вт	20-40	22-45
	73X		Пн, Пт	06-30	10-30		Пт	20-15	22-20
САМАРА	73X	N4-855	Чт	09-30	14-55	N4-856	Чт	23-20	01-00
	737	5N-3103	Вс	10-00	15-25		Вс	16-30	18-10
ЧЕЛЯБИНСК			Сб	19-50	02-55	5N-3104	Вс	03-45	04-50
			Пн	16-05	19-00		Пн	08-30	09-45
ЧЕРЕПОВЕЦ	ЦР2	D2-142	Ср	16-40	19-40	D2-141	Ср	07-00	08-15
			Вс	19-50	22-45		Вс	12-15	13-30
ПЕТРОВОЗОВСК	ЦР2	D2-507	Пн	10-35	13-30	D2-508	Пн	14-20	15-15
			Вс	14-20	17-15		Вс	18-05	19-00
АРХАНГЕЛЬСК	738	5N-176	Сб	13-05	16-35	5N-175	Сб	17-15	18-50
	Е90	N4-857	Чт, Вс	15-35	21-00	N4-858	Чт, Вс	22-00	23-35
САРАТОВ			Пн	07-50	14-25		Пн	12-30	13-35
			Ср, Сб	05-05	11-45	N4-852	Ср, сб	21-00	22-05
УФА	73X	N4-851							
ПСКОВ	СУ9	A4-4105	Вс	16-50	19-50	A4-4106	Вс	14-45	15-50
ВОЛГОГРАД	Е90	N4-861	Пн, Пт	01-20	05-55	N4-862	Ср	23-30	02-10
КАЛУГА	ЦР2	D2-501	Ср	09-45	13-15	D2-502	Ср	00-25	03-05
ОРЕНБУРГ	321	N4-867	Ср	16-10	23-05	N4-868	Пн	14-05	15-50
			Вс	20-40	03-35		Пн	04-35	05-45
ИЖЕВСК	738	ИЖ-902	Пн, Чт	21-15	02-15	ИЖ-901	Пн, Чт	13-50	15-00
КИРОВ	Е90	N4-853	Чт, Вс	06-05	10-10	N4-854	Чт, Вс	19-00	20-15
ЧЕБОКСАРЫ	32A	СУ-2821	Ср, Сб	02-35	06-55	СУ-2820	Чт, Пт	11-10	13-25
ПЕРМЬ	739	N4-884	Ср, Вс	00-30	06-55	N4-883	Вт, Сб	23-15	01-45
								21-50	22-35



Юридические компании и адвокаты обсудили новый законопроект: мнения разделились.

Умрет ли юридический бизнес?



Юлия КИРИЕНКО,
пресс-секретарь
Союза
«Калининградская
торгово-
промышленная
палата»

На площадке Калининградской ТПП прошел круглый стол, где рассмотрели проект федерального закона о развитии адвокатуры, профессионализации судебного представительства и консолидации юридической профессии.

В обсуждении приняли участие представители Адвокатской палаты Калининградской области, юридические компании, уполномоченный по защите прав предпринимателей региона Олеся БЕЛАЯ и начальник Управления Министерства юстиции РФ по Калининградской области Константин ПРОХОРОВ.

Дискуссия была жаркой, участники высказывали противоположные мнения, грамотно обоснованные с юридической точки зрения. Однако стремление к консолидации, похоже, еще далеко.

Президент Калининградской ТПП **Феликс ЛАПИН** отметил, что торгово-промышленную палату не привлекали к обсуждению закона на ста-



дии оценки регулирующего воздействия: «Спасибо Олеся Валерьевне, которая начала переписку в защиту частных юридических компаний и предпринимателей.

Мы сегодня, понимая в какой стадии находится обсуждение законопроекта, больше сконцентрируемся на тех проблемах, которые ожидают бизнес. Несмотря на пропущенный срок, мы договорились с департаментом Минэка России, который занимается ОРВ, что наши замечания по этому проекту, будут приняты».

Олеся БЕЛАЯ проанализировала проект закона и отметила, что риски его принятия неоднократно обсуждались в рамках института уполномоченных по защите прав предпринимателей. Она обратила

внимание на отсутствие четкого определения «квалифицированной юридической помощи», новую трактовку понятия «близкий родственник», который может быть судебным представителем, и недооценку квалификации «юрист» в дипломе: «Вводим двойные стандарты – если это твой близкий родственник, это какой-то оберег, не нужно беспокоиться о квалификации юриста?».

Олеся БЕЛАЯ также выразила озабоченность возможной «смертью» компаний, оказывающих юридические услуги: «Будет ли монополия и повышение цен, гадать не могу. Но... Мы с сотрудниками сели и вручную посчитали адвокатов с действующим статусом – на сайте обозначено 694, у 71 статус приостановлен, следова-

Монополизация рынка – это снижение качества и повышение цен

тельно, остается 623 субъекта. За год параллельно разбирается в арбитражном суде 54451 дело (по итогам 2024 года). Несопоставимые цифры...».

При принятии этого закона с 1 января 2028 года юридические лица, индивидуальные предприниматели, плательщики налога на профессиональный доход (самозанятые), оказывающие юридические услуги, будут лишены права судебного представительства. По данным Уполномоченного, только в Калининградской области 1621 субъект предпринимательской деятельности будет ограничен в предоставлении услуг судебного представительства, выведен с рынка.

Президент Адвокатской палаты Калининградской области **Евгений ГАЛАКТИОНОВ** положительно отнесся к принятию закона. Он отметил, что юристы могут стать членами адвокатуры и сдать экзамены: «Ждем ли мы в свои ряды юристов? Ждем. Потому что вы не сидели где-то в засаде, выходили нашими противниками по другим делам. Мы вас видели, знаем.

Ничего страшного в экзаменах нет. Тест на сайте федеральной палаты 95% сдают. Чтобы сдать блестяще устный экзамен юристу, надо 5 дней на подготовку. Потому что вопросы, которые там стоят, на по-

верхности. В адвокатуре юристы будут делать то же самое, что во время своей юридической практики. Есть 5 лет стажа, можно создать адвокатское бюро. Мы вас ждем».

Впрочем, воспользуются ли этим предложением так называемые «вольные» юристы, пока неясно. К примеру, **Станислав СОЛНЦЕВ, директор юридической фирмы «Солнцев и партнеры»**, категорически против принятия этого закона: «Все мы согласны, что защита прав граждан и бизнеса должна быть качественной, но сама идея решения этой задачи через адвокатскую монополию мне претит. Формальный статус адвоката не делает тебя хорошим защитником. Речь идет о монополизации рынка, а это снижение качества и повышение цен, и в этом нет ничего хорошего».

Свое мнение в ходе дискуссии высказали как представители адвокатуры, так и частнопрактикующие юристы. В частности, были обозначены проблемы с подтверждением юридического стажа и другие.

Подводя итоги круглого стола, Феликс ЛАПИН объявил сбор предложений по доработке законопроекта.



Феликс ЛАПИН,
президент
Калининградской
ТПП



Константин ПРОХОРОВ,
начальник
Управления
Министерства
юстиции РФ по
Калининградской
области



Олеся БЕЛАЯ,
уполномоченный
по защите прав
предпринимателей в
Калининградской области



Евгений ГАЛАКТИОНОВ,
Президент
Адвокатской палаты
Калининградской
области



Станислав СОЛНЦЕВ,
директор
юридической
фирмы «Солнцев
и партнеры»



На комитете по торговле Калининградской ТПП обсудили требования Правил благоустройства, существенно влияющие на оформление магазинов.

В поиске компромиссов



Юлия КИРИЕНКО, пресс-секретарь Союза «Калининградская торгово-промышленная палата»

Решение городского Совета депутатов Калининграда от 30 апреля 2025 года № 121 о внесении изменений в Правила благоустройства вызвало бурную реакцию среди предпринимателей. Эти изменения не прошли оценку регулирующего воздействия, что добавило неопределенности.

Несоблюдение правил обходится дорого

На заседании комитета предприниматели выразили опасения по поводу новых требований и попробовали добиться четких разъяснений от администрации Калининграда - за что их могут наказать и как дорого обойдется несоблюдение Правил благоустройства.

Председатель комитета по торговле Юрий ДЕРГАЧЕВ подчеркнул, что речь идет о запрете размещения рекламных материалов в витринах как с внешней, так и с внутренней стороны.

Представитель X5-Group (Микрорегион «Северо-Запад») Ольга ВОЛКОВА отметила, что запрет может негативно сказаться на потребителях, которые получают меньше информации о товарах: «Это затронет порядка 45 наших магазинов. Мы понимаем задачи города Калининграда по сохранению эстетического облика, архитектурной привлекательности. Но считаем такую меру чрезмерной».

Она также указала на то, что главная функция рекламных материалов - создание комфортной температуры в магазинах. И предложила оставить



запрет только на внешнее размещение рекламы: «В других субъектах, к примеру в Санкт-Петербурге, запрет касается размещения рекламы только с внешней стороны. В результате не только меньше информации получит потребитель, главная функция этих рекламных носителей - защита товара от солнечных лучей, создание более комфортной температуры внутри помещения».

Предприниматель Николай ПОРШНЕВ напомнил, что ранее действовало разрешение использовать под рекламу 30% поверхности окон: «Мало того, что мы потратили деньги (на исполнение предыдущих требований), нам непонятно, в какие сроки мы должны очистить витрины и как должны рассказывать о себе потребителям. Хотелось бы, чтобы эти нормы были доведены до ума или сделаны переходные положения».

Цель нововведений не ясна

Уполномоченный по защите прав предпринимателей Калининградской области Олеся БЕЛАЯ отметила, что цель введения новых правил не ясна. Она также указала на правовую неопределенность, связанную с противоречием между действующими документами: «Стали искать (цель), но не нашли. Зато нашли постановление администрации от 2015 года, которое разрешает оклеивать не более 30% площади витрины, и его никто не отменял».

Мы видим правовую неопределенность. Один документ говорит - можно, другой - нельзя. А меры ответственности за нарушение правил есть». Вполне правомерно возник вопрос и о гражданах, которые в окнах квартир пишут «Продается». Видимо, они тоже нарушители? (Спойлер: да!)

Главный архитектор Калининграда Андрей АНИСИМОВ объяснил, что цель изменений - создание комфортного города для работы и от-

Мы видим правовую неопределенность. Один документ говорит - можно, другой - нельзя. А меры ответственности за нарушение правил есть

дыха. Он подчеркнул важность эстетического оформления витрин и окон, которые делают город живым и привлекательным: «Город должен быть удобным, предоставлять безопасные и качественные сервисы, объединять людей, которые становятся клиентами, покупателями, объединять бизнес и человека».

Напомним, что до апреля 2025 года было запрещено:

- 1 Размещение афиш, объявлений, листовок и нанесение граффити на здания, столбы, деревья, остановки и другие места, не предназначенные для этого.
- 2 Нанесение любых надписей, изображений на объектах улично-дорожной сети, не относящиеся к организации дорожного движения.
- 3 Нанесение любых надписей на стенах зданий и ограждениях (кроме предупреждающих об опасности).
- 4 Устанавливать выносные щиты на улицах.

30 апреля 2025 года были введены дополнительные ограничения, запрещающие размещать вывески на ограждениях лоджий, балконов и веранд, а также оклеивать или закрашивать окна и витрины с любой стороны.

Нет задачи навредить

Андрей АНИСИМОВ подчеркнул, что оклейка окон является фактором, который понижает качество городской среды. Он предложил использовать вместо оклейки стекол шторы, жалюзи или неоновые буквы, которые не будут нарушать новые правила: «Очень важной частью здания является блеск окон и то, что происходит за стеклом. Это работает на бизнес, работает на качество городских пространств. В темное время, если мы видим горящие окна, оформленные витрины, здание выглядит живым. А когда видим здание с глухими окнами - оно выглядит мертвым, улица становится недружелюбной».

Когда ввели ограничение в 30%, в радужных мечтах рисовалось, что на витринах будут надписи нерекламного характера: чай, кофе, контурные эмблемки, при этом само стекло останется прозрачным. Часть предпринимателей сделали нормальные наклейки. Остальные либо не стали обрезать свою рекламу, либо обрезали так, чтобы осталось 30%.



30 апреля 2025 года были введены дополнительные ограничения, запрещающие размещать вывески на ограждениях лоджий, балконов и веранд, а также оклеивать или закрашивать окна и витрины с любой стороны

Нужен переходный период

«Нужен переходный период, к примеру, до апреля 2026 года, потому что на переделку нужны средства», – уверен Юрий ДЕРГАЧЕВ.

Участники обсудили, что делать, если фольга на окнах необходима. Она может скрывать неприглядный вид за стеллажами с товарами или различные процедуры – от медицинских до косметических. Возникает вопрос: можно ли убрать фольгу и заменить её роллетами с той же информацией? (Вешать роллеты и шторы разрешено). И какой штраф может грозить за это?

Генеральный директор АО «Производственное предприятие «Русский хлеб» Кирилл САМАРЕВ отметил, что иногда предпринимателей просто жалко.

Подвел итоги обсуждения Феликс ЛАПИН, предложив определить перечень улиц, где недопустима «разгуляй-малина», и начать именно с них. А также предусмотреть переходный период до апреля 2026 года: «Мы бы такое не пропустили, если бы состоялась процедура оценки регулирующего воздействия».

Вы, получив обратную связь, были бы сориентированы, на что обращает внимание бизнес. Сейчас переходного периода нет, существует коллизия документов, что людям делать? По креативности я согласен, но нормативно-правовой документ не дает такой градации.

Давайте попробуем, может, через полгода появятся какие-то подходы, которые можно будет внедрять. Пока это скорее репрессии. Мы подготовим свои предложения, исходя из того, что документ будет иметь силу закона. Теперь ваша очередь действовать».

Еще хуже получилось, но претензий юридических нет. У нас нет цели навредить или помешать предпринимателю. Вместо оклейки стекло, повесьте шторы, жалюзи. Между стеклом и этим фоном сделайте подсветочку, и помещение будет живое, манить к себе. Хотите надпись – подвесьте на леску буквы из пенопласта, неоновые буквы. Каждый предприниматель, который подойдет к оформлению таким не trivialным образом, внесет свою долю в оформление городского пространства».

Обязательная информация не является рекламной

Заместитель генерального директора ООО «ТД «Семья»» Алексей ЕЛАЕВ поднял вопрос о том, как размещать обязательную информацию (вывеску, оформленную в соответствии с Законом о защите прав потребителей), если для этого недостаточно места: «Очень часто, особенно если магазин маленький, для размещения обязательной информации (вывеска, оформленная в соответствии с Законом о защите прав потребителей) остаются только окна или стеклянные двери. Это нарушение?»

Главный архитектор заверил, что это не является нарушением, так как обязательная информация не является рекламой.

ВАЖНО! Обязательную вывеску можно установить в окне, но с учетом городских норм. Информацию можно нанести краской или аппликацией, при этом её площадь не должна превышать 0,25 кв. м. Такая вывеска не считается рекламой.

На заседании комитета по торговле Калининградской ТПП рассматривали внедрение маркировки товаров и связанные с этим проблемы.

Маркировка товаров: сложности и перспективы

Участникам рассказали о новшествах, которые ждут торговлю и производителей в этом и следующем году.

Региональный представитель ООО «Оператор-ЦРТП» Сергей ЗЕМЛЯНЫХ сообщил о предстоящих экспериментах по маркировке ряда товарных групп и сроках, после которых продажа немаркированных остатков будет запрещена.

За шесть лет участники рынка научились работать с маркированными товарами и процессы стали привычными, но некоторые вопросы остаются. Например, маркировка импортных товаров с ограниченным сроком годности вызывает трудности. Это особенно заметно при маркировке пива в кегах и сладкой газированной воды.

Олег МАКАРСКИЙ, руководитель таможенного и внешнеэкономического направления ГК «Новик», отметил, что срок годности у зефира и мармелада будет еще меньше. Импортёрам придется маркировать продукцию за пределами РФ. Возникают проблемы с интервалами и привязкой к конкретным продуктам. Необходимо обсудить изменение нормативов по срокам годности, чтобы маркировать товары на российских таможенных складах.

Дмитрий ВОЗНЕСЕНСКИЙ, генеральный директор ООО «ТДА», заявил, что система «Честный знак» ориентирована на производителей



Юрий ДЕРГАЧЕВ, председатель комитета по торговле, директор ООО «Юринат БТД»:

– От ошибок страдают и производители, и оптовые, и розничные структуры. Бывает, неправильно наклеивают марки на продукцию, и ее невозможно принять, так как марки предназначены для другой продукции, или при поставке на склад часть марок может быть утрачена. Предлагаю в рамках комитета подготовить вопросы и направить их в «Честный знак».

и розницу. Дистрибуторам сложно работать с поэкземплярным учетом из-за большого объема ошибок и невозможности отгрузки.

Юрий ДЕРГАЧЕВ, председатель комитета по торговле и директор ООО «Юринат БТД», поддержал его. Он подчеркнул, что ошибки затрагивают производителей, оптовые и розничные структуры, предложил подготовить вопросы и направить их в «Честный знак».

Михаил СЕЛЕЗНЕВ, куратор по СЗФО ООО «ОПЕРАТОР-ЦРПТ», поддержал эту идею и предложил организовать мероприятие с производителями, розницей и оптовиками на базе комитета.

Феликс ЛАПИН, президент Калининградской ТПП, предложил бизнесу направить вопросы, касающиеся маркировки товаров, в Калининградскую ТПП. Он отметил, что важно, чтобы товары с ограниченным сроком реализации маркировались в регионе.

Также необходимо учитывать специфику Калининградской области, где нет общей границы с другими субъектами РФ. Это усложняет возврат продукции поставщику. При транспортировке часто встречаются нарушения упаковки. В Палате ждут вопросы, которые затем будут консолидированы и направлены в «Честный знак».





Законопроект об ограничениях продажи алкоголя в области обсудили на заседании комитета по торговле Калининградской ТПП.

Где, когда и до скольких...

В обсуждении приняли участие представители правительства региона, оптовой и розничной торговли. Уполномоченный по правам предпринимателей Калининградской области Олеся БЕЛАЯ выступила в защиту тех, кого могут затронуть новые ограничения.

Начальник департамента лицензирования министерства регионального контроля (надзора) Светлана ШЕВЧЕНКО объяснила суть документа. Новые ограничения касаются объектов общепита в многоквартирных домах, которые продают слабоалкогольные напитки без лицензии. Теперь им запретят торговать алкоголем после 21:00, как и обычным магазинам. Это затронет 203 заведения, торгующих пивом, но не коснется ресторанов с лицензиями.

Светлана ШЕВЧЕНКО отметила, что жалобы поступают только на пивные заведения, а на лицензиатов приходится не более 3–4%. Ограничение направлено на то, чтобы исключить продажу алкоголя в многоквартирных домах под видом общепита.

Председатель комитета Юрий ДЕРГАЧЕВ призвал не ограничивать, а перейти к нормам федерального закона. Во многих регионах, включая Москву, продажа алкоголя разрешена с 8:00



до 23:00. Он отметил, что время работы участников алкогольного рынка планируют уравнивать, но вопрос о расширении рамок остается открытым.

Президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН поддержал идею, напомнив, что регион привлекает много туристов, у которых местные ограничения вызывают недоумение.

Представитель X5-Group (Микрорегион «Северо-Запад») Ольга ВОЛКОВА поделилась опытом Вологодской области, где продажа алкоголя (в будни) разрешена фактически два часа. Это привело к закрытию более 200 магазинов из 610 работавших. Она подчеркнула, что запреты часто приводят к росту теневого рынка, где алкоголь продается без лицензий, налогов и акцизов. В реги-

онах с более свободным режимом продажи алкоголя рынок защищен от контрафакта.

Заместитель гендиректора сети SPAR Алексей ЕЛАЕВ подчеркнул, что не раз выступал за единство требований к общепиту и розничной торговле, но не за единство сокращения времени продаж. Важно обеспечить легальную торговлю алкоголем. Розница обеспечивает побутовый учет, а общепит – только учет первой открытой бутылки.

В Калининградской области практически невозможен нелегальный рынок алкоголя, так как любую продукцию сюда ввезти можно только легально. Эксперт предложил расширить торговлю алкоголем в рознице до 23:00, уравнивая условия с общепитом.

Олеся БЕЛАЯ призвала не забывать, что от принятия ограничений пострадают 203 компании: «Это добросовестные лица, осуществляющие легальный вид деятельности. Мы рассматривали в рамках ОРВ данный законопроект, и в нашем понимании – это движение назад в плане обеспечения общих условий для участников рынка.

Сегодня в регионе работает около 372 заведений с лицензией на крепкий алкоголь, что сопоставимо с числом объектов, на которые распространяются ограничения. «Мы стоим на защите добросовестных предпринимателей, законом данный вид деятельности не запрещен», – подчеркнула омбудсмен и напомнила об оценке фактического воздействия нормативного документа, предложив сначала проанализировать результаты работы при прежнем варианте закона.

Светлана ШЕВЧЕНКО настаивала на том, что законопроект направлен на борьбу с «наливайками». Она отметила, что такие заведения не обеспечивают полноценный отдых жителей многоквартирных домов.

«Вы задели очень целеустремленных людей, даже если ограничить время продажи (в «наливайках»), они будут искать и найдут то, что обеспечит «продолжение дискуссии», – невольно отметил Феликс ЛАПИН и подвел неоднозначные итоги рассмотрения документа.

Признав, что общее мнение выработать не удалось, он предложил направить заключение с тремя вариантами мнений.

Одно из предложений – отметить, что нет оснований огра-

ничивать один из видов общественного питания. Деятельность таких заведений законна, и если необходимо, то нужно запрещать их размещение в жилых домах.

Второе предложение – уравнивать розницу и общепит, ограничив продажу спиртного с 21:00. Третье – расширить рамки торговли алкоголем в рознице до 23:00. Это будет востребовано, так как Калининградская область – туристический регион. ○



Светлана ШЕВЧЕНКО, начальник департамента лицензирования министерства регионального контроля (надзора):

– Законопроект направлен на борьбу с «наливайками». Он призван обеспечить нормальный полноценный отдых жителей многоквартирных домов. Когда приезжаешь с проверкой, там есть зал обслуживания, есть туалет, но потом, когда ты туда приходишь как обычный гражданин, то туалет закрыт с надписью «Не работает». Они открыто говорят, что главное – это оборот».

372
заведения,
сегодня работают
в Калининградской области
с лицензией на крепкий алкоголь



Алексей ЕЛАЕВ, заместитель гендиректора сети SPAR:

– Когда говорим об уравнивании условий, то с позиции того, что необходимо обеспечить широкую легальную торговлю алкогольной продукцией. Розница обеспечивает побутовый учет, а общепит – учет только первой открытой бутылки и сколько из нее было налито, никто не знает.

При этом в Калининградской области практически невозможен нелегальный рынок алкогольной продукции. Любую продукцию сюда можно ввезти только легально. Формально у нас продажи алкоголя выше, а фактически ниже, чем по стране. Мы не видим в пояснительной записке доводов, почему торговлю алкогольной продукцией необходимо сужать».



Самарская областная и Калининградская торгово-промышленные палаты подписали Соглашение о сотрудничестве.

Новые перспективы для бизнеса

18 августа президенты Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН и ТПП Самарской области Валерий ФОМИЧЕВ обсудили направления совместной работы, обменялись опытом в организации экспертной деятельности.



Цель сотрудничества палат - создание основы для развития и расширения двусторонних отношений между предприятиями и организациями Самарской и Калининградской областей, а также создание благоприятных условий для экономического и технического сотрудничества, предпринимательской деятельности, содействия взаимному развитию экономик.

Реализацию Соглашения не стали откладывать – в ближайшее время начнется работа по подготовке бизнес-миссий для самарских и калининградских предпринимателей.

На встрече в Калининградской ТПП Валерий ФОМИЧЕВ и Феликс ЛАПИН обсудили перспективы бизнес-сотрудничества. У регионов немало точек соприкосновения от продвижения продукции высокотехнологичных производств до организации работы палат в условиях ОЭЗ и реализации образовательных проектов.

Валерий Фомичев представил презентацию, посвященную инвестиционному потенциалу Самарской области, которую адресно получают заинтересованные калининградские предприятия. Феликс ЛАПИН познакомил коллегу с особенностями работы в янтарном крае, обусловленными тем, что границы Особой зоны совпадают с границами региона.

Хотя Калининградская область меньше Самарской по площади и численности населения, она известна стойкостью и гибкостью своих предпринимателей, а также высоким уровнем организации производства по международным стандартам.

Экономика Калининградской области диверсифицирована. Здесь производится все необходимое – от зубочисток до автомобилей и судов, активно развивается сельское хозяйство. Средние урожаи зерновых достигают 50–60 центнеров с гектара, а в некоторых хозяйствах превышают 100.

Феликс ЛАПИН рассказал о компании «Интерген», первой в России племенной станции с технологией сексирования семени. Компания предлагает генетическую продукцию высочайшего качества. Благодаря технологии, в 90% случаев рождаются телочки, что минимизирует количество бычков.

Президент Калининградской ТПП продемонстрировал гостям возможности виртуальной ТПП (кросс-платформенный комплекс разработан по заказу Калининградской палаты), сообщив, что готов бесплатно поделиться этим программным продуктом.

Напомним, что Виртуальная ТПП позволяет визуализировать реестр членов, связываться с выбранными предприятиями, проводить виртуальные выставки и многое другое. ◦

Сотрудники Калининградской ТПП осваивают искусство эффективной коммуникации.



Успешно коммуницировать и предотвращать конфликты учились эксперты, специалисты департамента по работе с членами палаты – все те, кто непосредственно работает с людьми.

Тренинг, который прошел 19 августа, провели Ольга СИМОНОВА – медиатор и юрисконсульт по интеллектуальной собственности, и Ирина КОСЫХ – юрист, медиатор и тренер медиативных практик, ведущий восстановительных программ, сертифицированный игропрактик.

Открывая мероприятие, вице-президент Калининградской ТПП, председатель коллегии медиаторов Марина ФИЦАК подчеркнула важность коммуника-

Эффективная коммуникация в рабочих и переговорных ситуациях

тивных навыков не только для выстраивания диалога с членами палаты и клиентами, но и для самих специалистов.

Ведь, сохраняя эмпатию, развивая эмоциональный интеллект, помогая людям решить их проблему, необходимо и себя защитить от излишнего эмоционального напряжения, выгорания. Еще одно необходимое для успешной работы и жизни качество – активное слушание, помогающее существенно снизить риск недопонимания.

О чем говорили на тренинге:

- **КОММУНИКАЦИЯ** – это не только про слова, но и про результат.
- **КАК ДОНЕСТИ СВОЮ ПОЗИЦИЮ** ясно и уверенно.
- **КАК ВЕСТИ ДИАЛОГ** так, чтобы вас слышали, а не просто слушали.
- **КАК РЕАГИРОВАТЬ**, если собеседник действует резко, уходит в сторону или «давит»?

Участники не только слушали, но и проигрывали различные сценарии. Партнеры выбирались случайным образом: каждый вытянул билет с заданием и стал либо недовольным клиен-

том, либо специалистом, пытающимся решить его проблему.

Это было увлекательно и полезно. Участники смогли посмотреть на работу палаты с новой стороны, проработать диалоги и найти эффективные аргументы для обеих сторон.

В качестве бонуса участники получили хорошее настроение и гайд по общению с трудными собеседниками: подборку готовых фраз и стратегий для сохранения ясности, уверенности и профессионализма, а также памятку с рабочими выражениями для конструктивного общения в любых ситуациях.

Домашнее задание: ежедневно анализировать свои эмоции и реакции, а также составить колесо баланса, чтобы оценить свою жизнь и понять, на что уходит слишком много сил, а чему не уделяется достаточно внимания.

Как это сделать? Начертите круг и разделите его на сектора, отражающие время, проведенное на работе, уделенное семье, потраченное на хозяйство, личное развитие, хобби и т.д. Это поможет задуматься и постараться сделать жизнь гармоничной. ◦



ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ТТП

КОНТАКТЫ
ДЛЯ КОНСУЛЬТАЦИЙ

Информационно-аналитический центр
Союза «Калининградская торгово-
промышленная палата»
+7 (4012) 590 657
infocenter@kalininrad-cci.ru

начинает набор на обучение по образовательной программе
повышения квалификации

«ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ»

ОБЪЕМ: 88 часов.

БУДЕТ ПОЛЕЗНО для владельцев туристических агентств и менеджеров по туризму; маркетологов; дизайнеров; сотрудников учреждений культуры; предпринимателей, осуществляющих деятельность в янтарной отрасли, а также в сферах арт-индустрии, фотографии, рекламы, ювелирного дела, исполнительского искусства, полиграфии, издательской деятельности, кино, теле- и радиовещания, информационных технологий, разработки программного обеспечения и видеоигр, производства музыкальных инструментов, архитектуры и проектирования, охраны культурного наследия, музейного, библиотечного и архивного дела, дизайна и творческого образования.

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ – 40 000 рублей.

В него входит обучение одного представителя, индивидуальные консультации, предоставление видеозаписей занятий и презентаций.

Для представителей организаций-членов Калининградской ТТП – скидка 5%.

ПО ИТОГАМ ОБУЧЕНИЯ слушатели получат удостоверение установленного образца о повышении квалификации (лицензия на образовательную деятельность № ДПО-1260 от 21 марта 2016 года).

ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ: сентябрь 2025 г., по мере набора группы.

ФОРМАТ ОБУЧЕНИЯ: очно-заочный с применением дистанционных технологий (Ватутина, 20А, конференц-зал, 2-й этаж).

ОБУЧЕНИЕ ПО ДАННОЙ ПРОГРАММЕ ПОЗВОЛИТ:

- Освоить гибкие методы управления проектами в креативных индустриях, основанные на инструментах управления проектами по методологии Agile;
- Получить знания и практические навыки применения теории Scrum: прозрачность, инспекция, адаптация;
- Научиться выстраивать, приоритизировать и оценивать задачи в бэклоге;
- Развить навыки работы в команде с фокусировкой на цели;
- Изучить методы измерения эффективности работы команды;
- Освоить современные методы и инструменты создания и продвижения продуктов креативных индустрий;
- Получить навыки работы с данными в условиях цифровизации;
- Познакомиться с методами сбора и хранения данных;
- Изучить инструменты превращения данных в информацию и применение ИИ;
- Усовершенствовать навыки формирования и управления командой проекта и применения инструментов лидерства.

ПРОГРАММА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ
ИНСТИТУТА
НА 2025 ГОД:



ДЛЯ СПРАВКИ:

АНО ДПО «ИПИТ КТПП» учрежден Калининградской торгово-промышленной палатой, осуществляет свою деятельность на основании Федеральных законов «О некоммерческих организациях» и «Об образовании», Устава и действующего законодательства Российской Федерации, лицензии, дающей право на ведение образовательной деятельности, выданной службой по контролю и надзору в сфере образования Калининградской области (регистрационный № ДПО - 1260 от 21 марта 2016 г.)

Реклама

№176 / 2025

ОБУЧЕНИЕ



25

18 специалистов завершили обучение по программе
переподготовки в сфере управления персоналом.

Грамотное управление персоналом – фундамент успеха компании



Курс «Управление персоналом организации», состоящий из 252 академических часов, был организован АНО ДПО «Институт предпринимательства и торговли».

Программу обучения разработали эксперты Ассоциации «HR-партнер», основываясь на отечественном и зарубежном опыте.

Обучение началось с основ. Слушатели познакомились с профильным профессиональным стандартом «Специалист по управлению персоналом». Затем они освоили базовые навыки: от кадрового администрирования и основ управления организацией до тонкостей отбора и подбора персонала. Особое внимание уделили уме-

нию управлять кадрами, развивать их и обучать новым компетенциям.

Завершился курс отработкой коммуникативных навыков, освоением технологий бюджетирования и оптимизации расходов на персонал.

Программа объединила профессионалов из кадровых служб, тех, кто временно остался без работы, и молодых мам, решивших получить востребованную профессию. Онлайн-занятия по рабочим дням и очные встречи по субботам позволили каждому найти время для обучения.

Поздравляем всех, успешно защитивших итоговую работу! Все слушатели получили дипломы, дающие право вести профессиональную деятельность в сфере управления персоналом. ○



Нина ЗАЙЦЕВА,
агентство недвижимости
«Эволюция»:

– Все продумано до мелочей, каждая деталь под контролем. Здесь работают лучшие преподаватели, харизматичные, отзывчивые, профессионалы своего дела, всегда готовые помочь и поделиться опытом. Они открыты для общения и с радостью передают свои знания.



СОЮЗ «КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА»

г. Калининград,
Советский пр-т, 179,
тел. (4012) 590-650,
факс (4012) 95-47-88,
www.kaliningrad.tpprf.ru

Есть даты, которые становятся символами.
Для ЦИОБ «Инок» это 1 сентября.

Знания, решения и 34 года пути вместе



Олег МАТУКЕВИЧ,
генеральный директор
ЦИОБ «Инок»

Не случайно наш путь начался в день, когда вся страна возвращается к учебникам и новым открытиям. Ведь мы с самого начала решили: будем помогать людям принимать решения на основе достоверных знаний и проверенных технологий.

34 года назад мы сделали первый шаг, а сегодня Центр информационного обеспечения бизнеса «Инок» – это команда профессионалов, сервисы, которые работают, и репутация надежного партнера для тех, кто ценит точность и качество.

День знаний напоминает: развитие никогда не останавливается. Мы растем вместе с вами – внедряем новые

технологии, расширяем сервисы, учимся у лучших и делимся опытом. И все это – ради того, чтобы наши друзья-клиенты чувствовали уверенность в каждом своём шаге.

Я благодарен команде «Инок» за верность делу и готовность решать задачи любой сложности. Благодарен партнерам за доверие и идеи, которые мы вместе воплощаем. Благодарен клиентам за выбор нас на протяжении десятилетий.

Мы и дальше будем рядом, чтобы знания превращались в решения, а решения – в успехи. С праздником! С Днем знаний и с нашим общим Днем рождения! ○



В торжественной обстановке ЦИОБ «Инок» отметил 34-ю годовщину со дня своего основания.

Годы успеха и традиций

В учебном классе компании чествовали сотрудников, отработавших в компании 5, 10, 15, 20 и 25 лет.

Такая традиция – чествовать ежегодно специалистов со стажем работы в компании, кратным 5 годам, разделяющих ее ценности и бесспорно способствующих развитию предприятия, сложилась еще на 15-летнем юбилее компании. Многие из награждаемых пришли в компанию с университетской скамьи и в настоящее время занимают должности руководи-

телей подразделений, зная все тонкости бизнеса.

В ходе мероприятия генеральный директор ЦИОБ «Инок» Олег МАТУКЕВИЧ поздравил коллектив, отметив вклад каждого в развитие бизнеса. «34 года – это история, написанная нашими общими усилиями. Благодарю всех за преданность, профессионализм и стремление к совершенству», – подчеркнул он.

Коллеги не жалели добрых слов в адрес друг друга. Собрание получилось душевным и эмоциональным. Коллеги вспомнили не только профессиональные достижения, но и множество традиций компании: спортивных мероприятий, совместных праздников, акций и множество полезных инициатив. ○

Фото Алины КАСТРИЦКОЙ



Малые предприятия часто сосредоточены на продажах и производстве, забывая о юридических аспектах. Это приводит к нарушениям закона, штрафам и судебным спорам.

Внимательно проверяйте устав и договоры

Сегодня рассмотрим основные юридические риски в малом бизнесе и способы их предотвращения.

Риск №1. Неправильное оформление документов

Ошибки в уставе, договорах и кадровых документах могут вызвать претензии налоговой службы и контрагентов. Нечеткие формулировки и устные договоренности приводят к спорам. Например, поставщик может не выполнить условия доставки, и товар испортится. Расходы в таком случае ложатся на вас.

Риски также связаны с интеллектуальной собственностью. Без передачи исключительных прав автор может запретить использование своего произведения и потребовать компенсацию.

Корпоративные конфликты также не редкость. Если в уставе не учтены нюансы управления, доли учредителей могут перейти к посторонним, лишая владельцев контроля над компанией.

ПОСЛЕДСТВИЯ: штрафы, судебные споры, потеря активов.

КАК ИЗБЕЖАТЬ: внимательно проверяйте устав и договоры, фиксируйте все обязательства письменно, прописывайте передачу прав на результаты труда.

Однотипные услуги от одного человека на постоянной основе вызывают у ФНС подозрения



Риск №2. Работа с ненадежными контрагентами

Банкротство партнера или его проблемы с законом могут привести к серьезным потерям. При банкротстве сделки расторгаются, а расчеты могут затянуться на годы. Если контрагент подозревают в мошенничестве или уклонении от налогов, его счета блокируют, а имущество изымают. Обязательства перед вами не выполняются.

Более того, вас могут привлечь к проверкам как свидетеля или даже подозреваемого. Это означает допросы, изъятие документов и дополнительные расходы на адвокатов.

ЧТО ПРОВЕРЯТЬ:

- данные о банкротстве – в «Коммерсанте»;
- судебные дела – в ГАС «Правосудие»;
- выписку из ЕГРЮЛ/ЕГРИП – на сайте ФНС;
- исполнительные производства – в базе ФССП;
- риск-профиль – через платформу «Знай своего клиента».

СОВЕТ: в договоре укажите, что стороны действуют добросовестно, в рамках своих полномочий и без умысла причинить ущерб.

Риск №3. Несоблюдение трудового законодательства

Трудовые отношения требуют от работодателя обеспечения отпусков, больничных, нормированного рабочего времени и налоговых отчислений. Чтобы сократить расходы, некоторые предприниматели маскируют найм под договоры гражданско-правового характера или привлекают самозанятых.

ФНС легко выявляет такие схемы: однотипные услуги от одного человека на постоянной основе вызывают подозрения. В результате бизнесу грозят штрафы и проверки.

Другой риск – фиктивное «партнерство», когда сотрудники фактически работают как наемные, но официально оформлены как самозанятые. Это приводит к налоговым проблемам и репутационным потерям.

ПОСЛЕДСТВИЯ: штрафы, конфликты, текучка кадров.

КАК ИЗБЕЖАТЬ: оформляйте трудовые договоры там, где требуется постоянное присутствие, и корректно работайте с самозанятыми.

Риск №4. Неактуальные ОКВЭД и лицензии

ОКВЭД фиксирует виды деятельности компании, а лицензии подтверждают право на ведение определенных операций. Несоответствие данных в отчетности или отсутствие лицензии может привести к штрафам и даже уголовной ответственности.

Крупные контрагенты также проверяют документы: несоответствие с реальностью часто становится причиной отказа от сделки.

ПОСЛЕДСТВИЯ: штрафы, блокировка деятельности, потеря клиентов.

КАК ИЗБЕЖАТЬ: регулярно обновляйте сведения в ЕГРЮЛ/ЕГРИП и своевременно продлевайте лицензии.

Риск №5. Онлайн-нарушения

Основные риски в интернете связаны с работой с персональными данными, рекламой и защитой информации.

Без согласия клиента запрещено собирать и использовать его данные. Нарушения караются административной ответственностью. Если сайт взломают конкуренты, бизнес может потерять базу данных и деньги, а расследование потребует времени и средств.

В рекламе также много ограничений: ее нужно маркировать, нельзя продвигать отдельные товары (например, алкоголь), использовать чужой контент или вводить в заблуждение. Нарушения могут привести к искам и штрафам от ФАС.

ПОСЛЕДСТВИЯ: административные, гражданские и уголовные санкции.

КАК ИЗБЕЖАТЬ: зарегистрируйтесь в Роскомнадзоре как оператор персональных данных, маркируйте рекламу, проверяйте контент на авторские права и обеспечьте защиту сайта.

Источник: мойбизнес.рф

Главное

Юридические риски – это не только угроза, но и возможности для роста, шанс построить бизнес правильно.

* Проверяйте договоры с юристом.

* Изучайте контрагентов до заключения сделки.

* Оформляйте сотрудников по закону.

* Обновляйте лицензии и ОКВЭД.

* Соблюдайте требования онлайн-среды.

Компетентный подход к правовым аспектам экономит время, деньги и силы, а главное – укрепляет позиции компании на рынке.

С 1 сентября вступили в силу изменения в законодательстве, которые затрагивают многие сферы жизни.

Основные изменения осени

Юристам необходимо быть в курсе этих изменений, чтобы грамотно и эффективно представлять интересы своих клиентов. Сегодня рассмотрим основные нововведения, которые важно учесть специалистам в области права.

Предоставление информации по запросу правоохранительных органов

Банки и операторы сотовой связи обязаны исполнять запросы в рамках приостановления операций со средствами клиента (абонента) в ходе досудебного производства по уголовному делу.

Срок – не позднее 3 рабочих дней, если иной срок не указан в самом запросе, либо 24 часа, если запрос подан в электронной форме и может быть обработан автоматически.

Персональные данные

- Согласие на обработку персональных данных нужно всегда оформлять отдельным документом.

- Для бизнеса ввели требования к обезличиванию персональных данных. В отношении информации, обезличиваемой по запросу Минцифры, установлены отдельные правила. Подробности в новости.

- Чтобы получить доступ к системе, в которой можно обрабатывать составы обезличенных сведений, юрлицу нужно пройти проверку на соответствие ряду требований. Ее проведет Минцифры по запросу компании.

Корпоративные отношения

Заработали новшества в Законе об ООО, позволяющие исключить или ограничить преимущественное право покупки доли.

Недвижимость

Начали действовать признаки неиспользования участков из состава земель населенных пунктов, садовых и огородных участков.

Интернет и другие виды связи

- Абоненты могут отказаться от массовых вызовов и оформить запрет на оформление сим-карт на свое имя. Операторы связи должны определять бизнес-номера, чтобы пользователи знали, кто им звонит.

- Установлены административные санкции за незаконную передачу в пользование посторонним мобильных номеров или данных для доступа на интернет-ресурсы.

- Начали действовать критерии блокировки сайтов за пропаганду «чайлдфри».

- Из перечня лицензируемых услуг связи исключены услуги предоставления персонального радиовызова и услуги связи по передаче данных для целей передачи голосовой информации. Это поможет в борьбе с телефонным мошенничеством.

Розничная торговля

- Вступило в силу новое требование к продаже смартфонов и других гаджетов, касающееся предустановленного софта.

- На гаджеты нужно предустанавливать цифровую платформу MAX вместо VK Мессенджера. Предупреждение магазина приложений RuStore распространяется на iOS и HyperOS.

- Торговым сетям запретили включать в договор условия об ответственности за полную или частичную непоставку продовольствия в большем количестве, чем было согласовано.

- Заработали новые меры против навязывания дополнительных услуг и товаров. В частности, запрещено проставлять автоматические отметки о согласии потребителя на платное предоставление дополнительных товаров, работ или услуг.

- Многочисленные изменения затронули сферу маркировки товаров для системы «Честный знак».

Гостиничный бизнес

- До 1 сентября гостиницы и другие средства размещения, подлежащие обязательной классификации, должны были пройти оценку соответствия. Если этого не было сделано, действие классификации приостановят и принимать новых постояльцев будет нельзя. Нарушителям с 6 сентября грозят штрафы.

- Уведомлять о начале предоставления гостиничных услуг, услуг по временному размещению и обеспечению временного проживания больше не нужно. Этих услуг нет в обновленном правительственном перечне.

Реклама

Нельзя размещать рекламу на ресурсах с ограниченным доступом. Нарушение обернется штрафом.

Потребительское кредитование

- Банкам и МФО теперь во многих случаях нельзя выдавать потребителям деньги сразу после согласования индивидуальных условий договора (период «охлаждения»). Кредиторы должны проверять получателей заемных средств через антифрод-базу ЦБ РФ. Нарушение новых правил влечет запрет требовать возврата кредита или займа.

- Если умерший заемщик не вернул долг или не уплатил проценты, то кредитор не может начислять неустойки (штрафы и пени) до принятия наследства, но не более полугода со дня его открытия. Другой срок будет вправе установить законодатель или суд.

Противодействие снятию наличных мошенниками

Кредитные организации обязаны выявлять признаки снятия через банкомат средств клиента без его согласия.

Возврат просроченной задолженности

В законе закрепили норму о том, что кредитор, его представитель вправе вместо номера телефона использовать буквы, символы и их комбинации при звонке или направлении сообщения должнику.



Транспорт

- Пошлина за выдачу водительских прав выросла вдвое. Увеличены пошлины за предоставление пластикового ТС, госномеров, свидетельства о допуске к перевозке опасных грузов и т.д.

- Закреплены форма единого транспортного документа и порядок его составления. Требования должны соблюдать перевозчики в прямом смешанном сообщении.

- Расширен перечень грузов, которые можно перевозить в прямом смешанном сообщении.

- Изменились правила грузовых и автобусных перевозок. Резервирование даты и времени проезда грузового ТС через границу РФ в ряде случаев ограничили. Появились новые основания для отказа в резервировании даты и времени. Ввели мораторий на весовой и габаритный контроль автобусов, которые включены в реестр лицензий.

- Изменились правила обслуживания и ремонта транспортных средств. Например, в договоре исполнитель обязан указывать ОГРН и дату государственной регистрации, форму оплаты.

- Авиаперевозчиков привлекут к административной ответственности за нарушения, допущенные при работе с системой оформления воздушных перевозок.

Оборот метанола

Предусмотрен реестр компаний и ИП, которые, в частности, продают, используют, перевозят метанол и жидкости с ним. Полностью запрещено розничная продажа. Новшества не затронут оборот бензина и других жидкостей из правительственного перечня.

Успех компании во многом зависит от личности руководителя, его способностей управлять сотрудниками и принимать правильные решения.

Важно держать руку на пульсе

Коллектив тонко чувствует отношение руководителя к работе и, наблюдая отсутствие мотивации и тяги к труду с его стороны, быстро теряет интерес к общему делу



Каждый руководитель выбирает свой стиль управления и держит в тайне секреты работы с проблемными сотрудниками. Но есть ли единый рецепт, позволяющий любому лидеру научиться добиваться от подчиненных сверх результатов? Да, существует набор базовых проблем, с которыми сталкивается каждый управленец. Рассмотрим их более подробно.

Правильное воздействие на персонал, или принцип трех основ

Научиться эффективно управлять сотрудниками не так-то просто — для этого нужны годы практики, постоянное повышение своего профессионализма, знание психологии. Одним из принципов успешного воздействия лидера на подчиненных является сочетание трех основ: высокий профессионализм, правильное делегирование полномочий и корректное общение с подчиненными.

Грамотно комбинируя эти три составляющие, успешный руководитель может повысить результативность труда своих подчиненных и усовершенствовать собственные навыки в управлении.

1 ВЫСОКИЙ ПРОФЕССИОНИЗМ. Каждому менеджеру управленческого звена необходимо иметь высокий профессиональный статус, чтобы разговаривать со своими подчиненными на одном языке и разбираться в специфике бизнеса для корректной постановки целей и задач.

Руководитель обязан держать руку на пульсе, находить и уметь применять новые технологии в управлении бизнесом с целью повышения конкурентоспособности компании. Практически невозможно руководить направлением, обладая в нем слабой экспертизой, — в этом случае эффективность работы будет снижаться, а заработок авторитет среди подчиненных станет значительно сложнее.

2 ПРАВИЛЬНОЕ ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ. Этот управленческий инструмент, подходит руководителям, которые обладают лидерскими качествами и не боятся передавать необходимые полномочия для решения определенных задач своим подчиненным.

Делегирование является эффективным лишь в том случае, если руководитель умеет выбрать подходящего сотрудника, обладающего соответствующей квалификацией. Передача полномочий заинтересованному сотруднику с недостатком опыта или специалисту с более высокими компетенциями и соответственно отсутствием мотивации в обоих случаях ставит угрозу перед качественным выполнением той или иной задачи.

3 КОРРЕКТНОЕ ОБЩЕНИЕ С ПОДЧИНЕННЫМИ. Не менее важно правильно выстроить отношения со своими подчиненными. Постоянная коммуникация и своевременное получение обратной связи — незаменимые инструменты управления,

позволяющие оказывать положительное влияние на качество выполняемой работы, добиваться построения эффективной системы взаимодействия между подчиненными, повышать их мотивацию.

Риск неверного применения обратной связи велик в той же мере, что и потенциальный положительный эффект. От руководителя требуется наличие жизненного опыта и управленческой мудрости для осмысления полученной информации и ее дальнейшего использования. Некорректное применение обратной связи может иметь значительные негативные последствия в случае перехода на личности, использования неконструктивной критики и др.

Далеко не у каждого руководителя все три составляющие развиты одинаково хорошо, обычно преобладает одна из компетенций.



Собственный пример. Какой руководитель — такие и подчиненные

Коллектив тонко чувствует отношение руководителя к работе и, наблюдая отсутствие мотивации и тяги к труду с его стороны, быстро теряет интерес к общему делу. Управлять такими сотрудниками становится намного сложнее: когда «запас» пропал, остается только один тип мотивации — материальная, которая далеко не всегда может удерживать работников в компании. Как только разочарованному сотруднику предложат более высокий оклад в другой компании, он уйдет, не раздумывая.

В рабочем коллективе важна личность руководителя, с которым приходится работать. Подчиненные хотят видеть специалиста, который поможет раскрыть им новые профессиональные грани, перейти на новый карьерный уровень,

даст ценные наставления. При этом им важна и психологическая составляющая – они хотят взаимопонимания, тактичного отношения и индивидуального подхода к своей персоне.

Таким образом, в ежедневной работе каждый управленец должен понимать, что на него смотрят десятки глаз, которые хотят видеть в нем пример для подражания. И для этого совсем не обязательно приходить на работу раньше своих подчиненных – намного важнее показывать профессиональное отношение к своим обязанностям, заниматься повышением собственной квалификации, обучением сотрудников, много времени уделять мотивации персонала, выстраивать комфортный климат внутри коллектива.

Не стоит требовать от своих подчиненных соблюдения условий, которые Вы сами будете нарушать каждый день – золотое правило успешного управленца. Остается лишь верно ему следовать.



Совет и приказ, поощрения и наказания

Каждый день руководитель дает десятки указаний, ориентированных на успешное развитие бизнеса. Донести их можно разными методами в зависимости от стиля управления, который в своей работе проповедует руководитель. Со стороны может показаться, что директивный метод управления самый простой: отдал приказ – получил результат.

Но практика говорит о том, что в действительности один только директивный метод управления оправдывает себя далеко не всегда. В поисках оптимальных инструментов руководителю приходится экспериментировать от уговоров, упрасиваний и разъяснений до

жестких способов передачи информации сотрудникам.

Сложность ситуации заключается в том, что выбор метода управления зависит не только от специфики бизнеса компании, функции, за которую отвечает Ваш отдел, но и от индивидуальных особенностей каждого сотрудника. Для кого-то директивный стиль управления будет не приемлем, а кто-то сможет эффективно работать только из-под палки.

Такая же дилемма стоит при выборе оптимального соотношения таких методов управления, как поощрение и наказание. Наказания сотрудников чаще используются в компаниях с авторитарным стилем управления, где рабочая обстановка имеет высокую степень токсичности вследствие высокого уровня стресса. В таких организациях сотрудники думают скорее о сохранении своего рабочего места, а не о том, как привнести инновации в рабочий процесс и поднять его эффективность.

Такой подход к управлению периодически дает положительные результаты, но только в краткосрочной перспективе. Именно поэтому все больше руководителей либо используют практику поощрения, позволяющую создать здоровую конкуренцию внутри коллектива, либо придерживаются классического «кнути и пряника».



«Расхолаживающие» сотрудники

Причиной падения производительности компании могут быть как неправильные управленческие решения, так и «неправильные» сотрудники. Так называемыми «расхолаживающими» сотрудниками являются те, кто отрицательно влияют на общее настроение команды. Поэтому общая результативность других сотрудников в

результате их влияния может значительно снижаться.

Основной парадокс состоит в том, что такой сотрудник сам может работать сверхэффективно, но при этом расхолаживает остальной коллектив. В большинстве случаев он делает это не специально, сам не замечает отрицательное влияние в коллективе. Такие сотрудники, например, могут разрушать рабочую атмосферу постоянным весельем, распускать сплетни и пораженческие настроения в компании, тем самым демотивируя своих коллег.

Что делать, если в вашей компании наблюдается подобная ситуация: ликвидировать или контролировать? Очевидно, первый вариант – не лучшее решение проблемы, ведь Вы не только потеряете эффективного работника, но и вызовете массу вопросов внутри коллектива.

Большинство руководителей идут по пути разъяснительных бесед, в которых объясняют человеку, как его излишняя активность в том или ином направлении наносит вред компании. Часто достаточно пары таких бесед, чтобы человек начал контролировать свое поведение и пытался критически оценивать себя со стороны.

Кардинально поменять модель поведения сотрудника за неделю Вы не сможете, но признание его заслуг перед компанией, индивидуальный подход и постоянная «воспитательная работа» со временем сделают свое дело и минимизируют риски, связанные с его поведением.

Если же сотрудник не идет на контакт, игнорирует замечания руководителя и продолжает вести «подрывную деятельность», то, скорее всего, его мотивация к работе в компании невысока. В этом случае имеет смысл начать поиск равноценной замены, иначе вред от такого специалиста в разы перевесит пользу.

Победа признанием или проигрыш отторжением?

Когда в коллектив приходит новый руководитель, есть два варианта развития событий: коллектив либо примет его, либо отвергнет. При этом вектор движения будет понятен уже в ближайшие 2-3 месяца в зависимости от уровня ответственности руководителя и численности штата.



Многие руководители начинают свою работу с формирования нового штата сотрудников – набирают новых или приходят сразу со своей командой. Связано это не столько с боязнью руководителя не прижиться в новом коллективе, сколько с необходимостью быстро выполнить поставленные перед ним задачи.

Очень редко предыдущий менеджер оставляет наследство в виде профессиональной и сплоченной команды, готовой приступить к решению сложных бизнес-задач, которая к тому же будет разделять стиль управления нового руководителя.

Но профессиональный управленец не будет рубить с плеча и обязательно проведет аттестацию текущей команды, постарается найти общий язык с сильными сотрудниками, замотивует их на продолжение работы в компании под его руководством. Этот процесс обоюдный и болезненный для обеих сторон. Бывали случаи, когда сотрудники сами «убегали» от нового руководителя, оставив попытки найти общий язык. ○

Источник: etobiznes.com

Главное

Чтобы обойтись без лишних жертв, компания и руководитель должны внимательно оценить ситуацию, понять, насколько совпадают их взгляды на методы ведения бизнеса и корпоративную культуру, иначе попытка повысить эффективность работы отдельного департамента за счет привлечения нового руководителя может привести к долгосрочным проблемам на всех уровнях управления.

Правила подтверждения страны происхождения товаров изменятся

С 1 сентября 2025 года продлевается возможность подтверждать страну происхождения стерильных марлевых бинтов, шприцов, эндопротезов суставов конечностей и других товаров сертификатом СТ-1, если закупки по ним объявят до 31 декабря 2025 года.

Также установлены случаи, когда временно не требуется указывать в реестре российской промпродукции информацию о совокупном количестве баллов. Это касается записей, сформированных до 10 октября 2023 года, для товаров, закупки которых объявят до 31 декабря 2026 года.

В список таких товаров входят компьютерные томографы, рентгенографические аппараты, электрокардиографы и аппараты ультразвукового сканирования.

Особенности описания объекта закупки

Если у заказчика есть разрешение на закупку импортного товара, в извещении нужно указать получение этого разрешения, его реквизиты и характеристики товара. Они должны совпадать с теми, что были в обращении на выдачу разрешения.

Перечень товаров с ограничением на закупку

С 1 января 2026 года список продукции № 2 с ограничением на закупку дополняют новыми позициями: стопа из композитных материалов, коленный модуль с гидравлическим управлением, тазобедренный модуль с механическим управлением и узел кисти активный.

Постановление Правительства РФ от 29.08.2025 № 1326

Аванс до 80% для некоторых промтоваров останется обязательным до 2030 года

Минпромторг предлагает до конца 2030 года закрепить в контрактах на поставку промышленной продукции из перечня № 1 аванс не менее 80%.

В перечень добавят три новые позиции:

- * 23.91.11 – жернова, точильные камни, шлифовальные круги и другие;
- * 25.73.60 – прочий инструмент;
- * 28.24.1 – ручные электрические инструменты и прочие с механизированным приводом. Сейчас при закупках из перечня № 1 повышенный размер аванса не требуется. Правило действовало для контрактов, заключенных до конца 2024 года.

Проект постановления Правительства РФ

С 2026 года в реестр контрактов включат больше данных об экстренных закупках

С нового года заказчики, проводящие экстренные закупки у единственного поставщика, обязаны будут указывать в реестре контрактов основания для таких закупок.

Среди них:

- * необходимость оказания неотложной или экстренной медицинской помощи;
- * аварии;
- * предупреждение чрезвычайных ситуаций (при введении режима повышенной готовности);
- * ликвидация ЧС;
- * оказание гуманитарной помощи;
- * иные обстоятельства непреодолимой силы.

Постановление Правительства РФ от 02.09.2025 № 1353 предусматривает и другие изменения

Централизованные закупки: Минфин предлагает расширить перечень заказчиков и товаров

Минфин предложил расширить список заказчиков, для которых федеральное казенное учреждение «Центр по обеспечению деятельности Казначейства России» будет централизованно закупать типовые товары, работы и услуги.

В него войдут:

- * Минприроды России;
- * Минэнерго России;
- * Минздрав России;
- * Минпросвещения России;
- * Минкультуры России и его территориальные органы;
- * Ростехнадзор и его территориальные органы;
- * Рособrnаdзор;
- * Роструд и его территориальные органы;
- * Роснедра и его территориальные органы;
- * Росмолодежь.

Перечень типовых товаров, работ и услуг будет уточнен. В него добавят услуги хранения и отпусла ГСМ для транспорта.

Кроме того, учреждение будет закупать и те товары, работы и услуги, которых нет в списке. В этом случае ему дадут право провести такие закупки. Проект также предусматривает правила взаимодействия заказчика с учреждением.

Документ: проект постановления Правительства РФ

КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка



Уютная осень Вместе с КонсультантПлюс



РЕКЛАМА



8 (4012) 777-155

ric_044@inok.ru

inok.ru



Вопросы конкурса «ЮРИСТ-ПРОФЕССИОНАЛ 2025»



ВОПРОС № 1.

Согласно региональной программе капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах, утвержденной постановлением правительства Калининградской области от 09.12.2014 № 826, первый период проведения работ по капитальному ремонту кровли многоквартирного дома относится к 2021-2023 гг. Очередность проведения складывается из таких критериев как год постройки дома, процент износа, наличие ранее проведенных капитальных ремонтов конструктивов, а также объем собираемости взносов. Учитывая объем лимитов средств, которые запланированы к сбору в 2021-2023 гг. и которые региональный оператор вправе направить на капитальный ремонт общего имущества в домах, проведенный 10.01.2020 мониторинг сотрудником СНО КО «Фонд капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах», рассматриваемый дом не включен в соответствующий краткосрочный план на 2021-2023 гг.

Правоммерно ли совершены указанные действия?



ВОПРОС № 2.

В органы Роскомнадзора обратился гражданин по поводу размещения на официальном сайте средства массовой коммуникации «Северное сияние» (далее - СМИ), а также в Telegram-канале «Сплетни» статьи, которая, по его мнению, порочит его честь и достоинство, а факты в ней не соответствуют действительности. В связи с этим просит принять меры по блокировке незаконно распространенной информации.

Относится ли к компетенции органов Роскомнадзора разрешение этого вопроса? Если относится, то в какой части и на каком этапе Роскомнадзор может вступить в эту ситуацию в соответствии со своими полномочиями? Если не относится, обоснуйте почему.

Что должен в данном случае предпринять гражданин, и какая ответственность предусмотрена за распространение таких сведений в ИТС «Интернет» вышеуказанными «распространителями» публикации?



ВОПРОС № 3.

Известный блогер-путешественник Александр Петров трагически погиб. После его смерти осталась сложная наследственная масса, включающая в себя как традиционные активы (квартира, машина), так и целый ряд цифровых активов, в частности:

- монетизированный канал на Rutube «Мир глазами Александра» (500 тыс. подписчиков). На момент смерти в виртуальном кошельке находилось 500 тыс. рублей;
- аккаунт в Instagram (принадлежит Meta - организации, деятельность которой признана экстремистской и запрещена на территории РФ) с уникальным ником @alexandr.world, где выложено более 1 000 фотографий высокого качества, сделанных самим Александром;
- аккаунт в Telegram с платной подпиской, где Александр публиковал эксклюзивный контент. В его кошельке Telegram Stars находилось эквивалентно 150 000 рублей;
- токены (NFT) на два его самых известных фотографических произведения, данные на платформе OpenSea;
- электронный кошелек Trust Wallet (не кастодиальный), где хранится 0.5 BTC. Пароль и seed-фразу от кошелька знал только Александр, они нигде не записаны.

Наследники:

Мать Александра, Анна Сидорова (60 лет, единственный наследник по закону, так как Александр не был женат и не имел детей).

Бывшая гражданская жена, Марина Иванова, с которой

они расстались за год до смерти. Марина утверждает, что именно она была автором идей для многих видео и моделью на большинстве фотографий, и требует долю в наследстве.

Анна Сидорова обратилась к вам, юристам, с вопросом: что из перечисленного она может унаследовать и как ей действовать с учетом требований Марины Ивановой.

Дайте развернутый ответ, определив правовую природу каждого из цифровых активов (являются ли они объектами гражданских прав, входят ли в состав наследственной массы по смыслу ст. 1112 ГК РФ). Оцените обоснованность претензий на долю в наследстве со стороны Марины Ивановой. Разработайте план действий для Анны Сидоровой в части возможности (или невозможности) получения каждого из перечисленных цифровых активов в составе наследственной массы.



ВОПРОС № 4.

Обеспечение граждан категории «дети-сироты» жилым помещением специализированного жилищного фонда: правовые основы, органы, к компетенции которых относится разрешение указанных вопросов, проблемы при реализации полномочий на примере Калининградской области.



ВОПРОС № 5.

В соответствии с положениями части 1 статьи 12 Федерального закона от 21.11.2011 № 324-ФЗ «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» к полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации отнесена реализация государственной политики в области обеспечения граждан бесплатной юридической помощью, в том числе принятие соответствующих законов.

Обозначьте основные направления развития законодательства Российской Федерации в сфере оказания бесплатной юридической помощи в настоящее время.

Реализация каких мер, на ваш взгляд, может способствовать развитию системы бесплатной юридической помощи в Российской Федерации?



ВОПРОС № 6.

Преамбула (ситуация):

ООО «АгроХолдинг» (далее - Хранитель) заключило договор ответственного хранения партии генно-модифицированной пшеницы, предназначенной для экспорта в страну с жесткими фитосанитарными требованиями, с ООО «ТрейдКом» (далее - Поклажедатель). Партия была застрахована Поклажедателем от рисков порчи и гибели в страховой компании «СтраховЩит» (далее - Страховщик).

Для финансирования сделки по закупке данной партии зерна ООО «ТрейдКом» взяло кредит в АО «АгроБанк». В обеспечение кредита:

1. ООО «ТрейдКом» предоставило банку залог прав требований по договору экспортного контракта.

2. АО «АгроБанк» потребовало заключения договора залога непосредственно хранящегося зерна. Договор залога между ООО «ТрейдКом» (Залогодатель) и АО «АгроБанк» (Залогодержатель) был надлежащим образом заключен, а Хранитель (ООО «АгроХолдинг») уведомлен о залоге и подтвердил его принятие.

Хранение осуществлялось на элеваторе Хранителя. Договор хранения содержал следующую ключевую норму:

«Хранитель несет ответственность за сохранность зерна при условии соблюдения им всех технологических регламентов хранения. Хранитель освобождается от ответствен-

ности, если докажет, что ухудшение качества или гибель зерна произошли вследствие обстоятельств, которые Хранитель не мог предвидеть и предотвратить, включая скрытые недостатки самого зерна».

Через два месяца хранения в одной из бетонных силосных емкостей элеватора произошел самонагрев и возгорание зерновой массы, приведший к полной порче и гибели всей партии. Экспертиза установила, что наиболее вероятной причиной возгорания стало наличие в массе скрытой примеси неучтенного маслосодержащего жмыха, что является нарушением условий договора хранения со стороны Поклажедателя (поставка некондиционного по качеству зерна). Однако также было выявлено, что система аэрации и температурного контроля на данном силосе Хранителя работала с перебоями в течение недели до инцидента, что могло способствовать развитию процесса.

Страховщик («СтраховЩит»), выплатив страховое возмещение ООО «ТрейдКом», предъявил регрессный иск к ООО «АгроХолдинг» (Хранителю) о взыскании уплаченной суммы, ссылаясь на вину хранителя в ненадлежащем исполнении договора.

АО «АгроБанк», не получивший платеж по кредиту, уведомил все стороны о своем намерении обратиться взыскание на страховое возмещение, полученное ООО «ТрейдКом», как на предмет залога по кредитному договору.

1. Ключевой вопрос: Проанализируйте перспективы регрессного иска Страховщика к Хранителю. Какие правовые позиции есть у сторон? Оцените, как повлияют на ответственность Хранителя выводы о наличии вины Поклажедателя (скрытая примесь) и вины самого Хранителя (неисправная система аэрации)? Применима ли здесь оговорка о «скрытых недостатках» из договора хранения?

2. Вопрос на переход прав (суброгацию): Правомерны ли требования АО «АгроБанка» об обращении взыскания на страховое возмещение? Перешли ли к Страховщику в порядке суброгации права требования к Хранителю, обремененные залогом в пользу Банка? Каков порядок удовлетворения требований Банка и Страховщика при недостаточности суммы возмещения для покрытия всех требований?

3. Вопрос на публичное право: Узнав, что пшеница была генно-модифицированной и предназначалась для экспорта без необходимого разрешения Россельхознадзора на вывоз именно такого типа продукции, Хранитель заявляет, что договор хранения ничтожен как заключенный в отношении вещи, изъятой из оборота или ограниченной в обороте без соответствующего разрешения. Как эта аргументация может повлиять на споры между Страховщиком, Хранителем, Поклажедателем и Банком? Меняет ли это квалификацию взаимоотношений сторон?

4. Процессуальный вопрос: Против кого и в каком процессуальном качестве (соответчик, третье лицо, заявляющее самостоятельные требования) должен заявлять свои требования АО «АгроБанк» в рамках дела по регрессному иску Страховщика к Хранителю? Предложите оптимальную модель судебного разбирательства для разрешения всего комплекса споров.



ВОПРОС № 7.

Каков правовой механизм и допустимые пределы применения искусственного интеллекта (ИИ) в качестве инструмента для проведения профилактических мероприятий и принятия решений при осуществлении контрольно-надзорной и разрешительной деятельности? В случае применения ИИ имеются ли правовые основания у контрольно-надзорного органа для привлечения юридического лица к административной ответственности по ст. 14.57 КоАП РФ?



ВОПРОС № 8.

ООО «Ромашка» (Продавец) является самостоятельным юридическим лицом, зарегистрированным в соответствии с законодательством Российской Федерации. При

этом 100% доли в уставном капитале ООО «Ромашка» принадлежит юридическому лицу, созданному в соответствии с законодательством Республики Польша.

ООО «Ласточка» (Покупатель) также является самостоятельным юридическим лицом, зарегистрированным в соответствии с законодательством Российской Федерации. При этом 100% доли в уставном капитале ООО «Ласточка» принадлежит юридическому лицу, созданному в соответствии с законодательством острова Мэн.

ООО «Ромашка» принадлежит на праве собственности объект недвижимости - нежилое помещение в здании, расположенном в городе Калининград, Калининградская обл., которое было им приобретено до 2020 года.

ООО «Ромашка» (Продавец) договорилось о продаже принадлежащего ему объекта недвижимости ООО «Ласточка» (Покупатель). Расчеты между юридическими лицами планируют проводить в российских рублях путем перечисления денежных средств с расчетного счета ООО «Ласточка» (Покупатель) на расчетный счет ООО «Ромашка» (Продавец). Договор купли-продажи стороны планируют подписать в 2025 году.

Установлены ли действующим законодательством РФ какие-либо дополнительные требования, соблюдение которых обязательно при совершении сделок с недвижимым имуществом между вышеуказанными субъектами (ООО «Ромашка», ООО «Ласточка»)?

Если да, то укажите нормативно-правовые акты, их устанавливающие, и перечислите, какие именно дополнительные требования необходимо соблюсти указанным субъектам сделки.

Укажите правовые последствия несоблюдения установленных дополнительных требований субъектами сделки.



ВОПРОС № 9.

ИП Петровым А.А. в арбитражный суд подано исковое заявление о взыскании компенсации за нарушение исключительных прав на фотографическое произведение (фотографию) - «Восточная пожарная часть Кёнигсберга» - (ул. 1812 года, 59). Заявленный размер компенсации - 150 000 руб. (по 30 000 руб. за каждый факт нарушения). По мнению истца, нарушение состояло в следующем. Ответчик (туристическая фирма ООО «Пора в поездку») на своем сайте и странице социальной сети «ВКонтакте» разместил рекламную информацию о туристических продуктах (туры по Калининградской области) - на пяти различных страницах с использованием одной и той же фотографии.

При этом ИП Петров А.А. не является автором спорной фотографии. Автором является фотограф Иванов А.А. Однако между Ивановым А.А. (учредителем управления) и ИП Петровым А.А. (доверительный управляющий) заключен договор доверительного управления на объекты интеллектуальной собственности, согласно которому истцу передано в доверительное управление исключительное право на данное фотографическое произведение, принадлежащее учредителю управления. При этом про передачу права на предъявление исков в суды с требованием о взыскании компенсации в договоре доверительного управления ничего не сказано.

1.1. Ответчик возражает против иска по тому основанию, что истец не подтвердил наличие права на предъявление такого иска, поскольку не является автором спорной фотографии. Полномочия на подачу исков не подтверждены. Насколько обоснована такая позиция ответчика?

1.2. Ответчик возражает против иска по размеру компенсации и количеству эпизодов правонарушения. Полагает, что в рекламе туристических продуктов (туры по Калининградской области) была использована всего одна фотография. Поэтому количество допущенных нарушений - одно. Компенсация заявлена истцом в соответствии с подп. 1 ст. 1301 ГК РФ (от десяти тысяч рублей до пяти миллионов рублей).

Таким образом, размер компенсации следует исчислять в

минимальном размере - 10 000 руб. Насколько обоснована такая позиция ответчика?

Вариант 1.2.1. Спорная фотография была использована для рекламы одного и того же тура. Размещение данной рекламы на разных страницах обусловлено исключительно особенностями построения разделов сайта (горящие туры, сезонные предложения, история, новости и т. д.). Насколько обоснована такая позиция ответчика в данном случае?

Вариант 1.2.2. Спорная фотография была использована для рекламы разных туров (по продолжительности, категории номеров для размещения, организации питания). Насколько обоснована такая позиция ответчика в таком случае?

1.3. Ответчик возражает против иска по тому основанию, что уже около года туристическая фирма ООО «Пора в поездку» фактически не осуществляет предпринимательскую деятельность в связи с финансовыми трудностями. Офис закрыт, туристические путевки не продаются, общество готовится к ликвидации. Насколько обоснована такая позиция ответчика?

1.4. Ответчик возражает против иска по тому основанию, что он не является ни владельцем, ни администратором сайта в сети интернет, ни соответствующей группы «ВКонтакте». Они были переданы по договору купли-продажи совершенно другой туристической фирме ООО «Сказочные туры» один год назад. Администратором домена вообще является иное лицо - ООО «Регистратор доменных имен РЕГ.РУ».

Однако новый владелец сайта и группы не внес соответствующие изменения в содержание сайта и группы. Поэтому данные о фирме ООО «Пора в поездку» (название, контактные телефоны, электронный адрес, телеграм) до сих пор остались на сайте и в группе.

Ответчик (ООО «Пора в поездку») полагает себя ненадлежащим ответчиком, просит заменить его на надлежащего ответчика - ООО «Сказочные туры».

Насколько обоснована такая позиция ответчика?

Какие действия должен предпринять суд (замена ответчика, привлечение второго ответчика, привлечение третьих лиц, оставление искового заявления без рассмотрения)?

1.5. Ответчик возражает против иска по тому основанию, что спорная фотография не несет никакой художественной ценности - она сделана с помощью телефона Айфон 15, при обычном освещении, подготовка к съемке не производилась. Фотосъемка произведена из окна автомобиля, фотограф даже не выходил на улицу для этого!

По мнению ответчика, такая фотография не является объектом исключительного права. Соответственно, компенсация не может быть взыскана. Насколько обоснована такая позиция ответчика?

1.6. Ответчик возражает против иска по тому основанию, что автор фотографии (Иванов А.А.) не является профессиональным фотографом, является студентом 4-го курса юридического факультета. Более того, он сам выложил спорную фотографию на своей открытой странице в социальной сети «ВКонтакте», ничего не указав об авторском праве либо о запрете использования фотографии без согласия автора. Насколько обоснована такая позиция ответчика?

1.7. Ответчик возражает против иска по тому основанию, что спорная фотография полностью создана генеративной нейросетью без участия человека. Истец не отрицает данного обстоятельства, но приводит доказательства того, что фотография создана по запросу-промпту Иванова А.А. Поэтому именно его следует считать автором фотографии. Насколько обоснована такая позиция истца и ответчика?

1.8. Какие доводы можно привести ответчику для максимально возможного уменьшения размера компенсации (если суд все-таки признает факт нарушения по всем пяти эпизодам)?

ВОПРОС № 10.

С директором ООО «Альфа» был заключен трудовой дого-

вор сроком на пять лет. По истечении срока договора был заключен новый договор с 1 сентября 2024 года на те же пять лет. В июне 2025 года по решению собственников, оформленному протоколом, директору выплатили денежные средства с формулировкой «единовременное вознаграждение из прибыли общества». Единовременная выплата превышает месячный оклад в десять раз. Директор, по заявлению уходит в отпуск с 1 сентября 2025 года.

Можно ли включить единовременную выплату в расчет среднего заработка при расчете отпускных директору?

Если нет, то почему? Если можно, то на основании каких нормативно-правовых актов и какие документы должны быть у общества?

ВОПРОС № 11.

Что представляет собой такое явление как правовой комплаенс? Какие направления включает в себя комплаенс-система организации? Охарактеризуйте систему правового регулирования и правоприменительной практики в данной сфере. Какова роль юристов и правового подразделения организации в обеспечении комплаенс-системы организации?

Номинация «КАДРОВИК-ПРОФЕССИОНАЛ»

ВОПРОС № 12.

Сотрудник имеет основное место работы, а также работает дистанционно (на удаленке) в двух других предприятиях по совместительству.

Кто из работодателей и как оплачивает больничный лист (первые 3 календарных дня нетрудоспособности)?

ВОПРОС № 13.

Добровольческая (волонтерская) деятельность. Кто может быть волонтером? Права, обязанности и взаимодействие организаций и волонтеров.

ВОПРОС № 14.

Сотрудник работал 09 мая 2025 года и 10 мая 2025 года. Как он может использовать день работы в выходной или нерабочий праздничный день?

ВОПРОС № 15.

Возможно ли проведение специальной оценки условий труда в дошкольной образовательной организации на рабочем месте воспитателя без привлечения организации, проводящей специальную оценку условий труда?

ВОПРОС № 16.

В учреждении сложился дефицит по некоторым должностям. В результате дефицита кадров работники имеют значительное количество часов, отработанных сверх нормы.

Основанием для отработанных часов по норме является трудовой договор по занимаемой должности. Основанием для отработки часов сверх норм является личное заявление сотрудника, в результате которого сотрудник включается в график дежурств.

На основании личного заявления и утвержденного графика дежурств издается приказ по учреждению с указанием часов отработанного времени и размера компенсационных выплат. Данные выплаты учреждением расцениваются как замещение по вакантным ставкам, а не переработка, и выплачиваются в одинарном размере, т. к. инициатором работы сверх установленных норм является сам сотрудник.

Дать правовую оценку действиям работодателя.



Время побеждать! Регистрация началась



Сканируй
и регистрируйся
на сайте
inok.ru



- 01.10.2025 | 09.00-13.00
Офисные расходы: нюансы учета и оформления
Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 01.10.2025 | 09.00-13.00
Особенности содержания имущества в бюджетных учреждениях в 2025 году
Калиновская (Жиркова) И.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 02.10.2025 | 09.00-16.00
НДС и налог на прибыль: решаем сложные вопросы при подготовке отчетности за 9 месяцев 2025 года
Крутякова Т.Л. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 03.10.2025 | 09.00-16.00
Камеральные и выездные налоговые проверки: правила и реальность
Рассакина Л.Ю. Хорошилов В.Н. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 06.10.2025 | 09.00-16.00
Учет и налогообложение основных средств и МПЗ
Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 07.10.2025 | 09.00-16.00
Командировки и представительские расходы: как оформить и рассчитать налоги
Колмакова П.В. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 07.10.2025 | 09.00-13.00
Готовимся к проверке ГИТ: на что обратить внимание кадровику и руководителю
Конюхова Е.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 08.10.2025 | 09.00-13.00
Применение ККТ: разбираем практические ситуации. Кассовая дисциплина – лимиты, оформление ПКО/РКО. Оформление кассиров по ГПД
Асадуллина Э.М. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 08.10.2025 | 09.00-13.00
Инвентаризация в соответствии с новым ФСБУ 28/2023
Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 09.10.2025 | 09.00-12.00
Чек-лист участника закупки и поставщика контрактной системы: на что нужно обращать внимание при участии в определении поставщика и исполнении контракта
Кузьмин П.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 13.10.2025 | 14.00-17.00
Индексация присужденных судом денежных сумм в свете актуальных позиций Верховного Суда РФ (применение по АПК РФ, ГПК РФ)
Каркина О.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 14.10.2025 | 09.00-13.00
Посреднические операции: особенности учета и налогообложения
Колмакова П.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 15.10.2025 | 09.00-12.00
Практика закупок у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика). Ошибки при выборе основания, новое в порядке заключения контракта и ведения реестра контрактов. Практические примеры решений контрольных органов и судов
Казарина М.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 16.10.2025 | 09.00-16.00
Годовая инвентаризация в 2025 году в организациях бюджетной сферы
Опальский А.Ю. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 17.10.2025 | 09.00-16.00
Земельное регулирование – 2025: основные понятия, характеристики, подготовка к сделкам с земельными участками, разбор классификатора ВРИ и ситуаций из судебной практики
Волкова Ю.П. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 17.10.2025 | 09.00-13.00
Подготовка отчетности по налогу на прибыль. Готовимся к изменениям 2026 года. Алгоритмы лучших решений с КонсультантПлюс
Воронцова Т.А.; Сиушкина И.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 21.10.2025 | 09.00-13.00
Как оптимизировать расходы, правильно применяя нормы Налогового кодекса РФ. Алгоритмы лучших решений с КонсультантПлюс
Воронцова Т.А.; Троякова Е.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 22.10.2025 | 09.00-12.00
Ответственность сторон контракта с учетом реальных практических примеров. Неустойка, РНП и риск взыскания убытков
Кузьмин П.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 24.10.2025 | 09.00-13.00
Типичные ошибки в кадровых документах: почему они возникают и как их не допустить. Алгоритмы лучших решений с КонсультантПлюс
Колесникова Я.В.; Шавкунта Н.Г. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 27.10.2025 | 09.00-13.00
Малый бизнес: выбор оптимальной системы налогообложения на 2026 год
Самкова Н.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 31.10.2025 | 09.00-13.00
Трудовой договор: заключаем, изменяем, расторгаем без ошибок
Бодрова А.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.

Ответы лектора на ВСЕ вопросы, присланные заранее на адрес pr@inok.ru. Всем слушателям предоставляются раздаточные материалы, свидетельство об участии в семинаре.

РЕГИСТРАЦИЯ И СПРАВКИ ПО ТЕЛЕФОНУ: 8 (4012) 777-155, доб. 325 www.inok.ru

podo·profi®
медицинский центр

*Пододо-Профи
Лицензия Л041-01157-39/00367351
от 10.06.2016

БЕЗОПЕРАЦИОННАЯ КОРРЕКЦИЯ ВРОЩЕГО НОГТЯ

- ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПОДОПЕДИКЮР
- ПРОТЕЗИРОВАНИЕ НОГТЕВЫХ ПЛАСТИН
- ОБРАБОТКА МОЗОЛЕЙ, НАТОПТЫШЕЙ
- ВРАЧ-ДЕРМАТОВЕНЕРОЛОГ
- ВРАЧИ-ТРАВМАТОЛОГИ-ОРТОПЕДЫ
- ВРАЧ-ЭНДОКРИНОЛОГ
- ВРАЧ УЛЬТРАЗВУКОВОЙ ДИАГНОСТИКИ
- МЕДИЦИНСКИЙ МАССАЖ

г. Калининград, ул. Тельмана, 73
+7(4012) 522-597, +7 921 614 11 77

podopedicure

реклама

podopedicure.ru

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМО
ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Реклама

Хорошая репутация – залог успеха в бизнесе.

Работа над репутацией – это всегда игра «в долгую»



По статистике, 79% пользователей изучают отзывы, прежде чем совершить покупку. А одно негативное мнение способно отпугнуть десятки потенциальных клиентов. Разбираемся, как нужно управлять репутацией компании, какие методы и инструменты для этого можно использовать.

Управления репутацией – это комплекс действий, направленный на создание положительного образа компании. Он включает три основных направления работы: отслеживание упоминаний Вашего бренда, отработка негатива и распространение позитивного контента.

Компании обычно начинают задумываться об управлении репутацией в двух случаях:

- Когда скапливается слишком большое количество негативных публикаций, и это уже плохо влияет на бизнес.
- Когда компания занимается повышением уровня клиентского сервиса и хочет донести эту информацию до аудитории.

Но самый разумный подход к управлению репутацией – формировать положительный образ бренда с момента его выхода на рынок. В этом случае Вы сможете заранее создать нужный имидж и предупредить возможные кризисы.

По статистике, 52% людей не будут покупать продукт, если его средняя оценка – ниже 4 баллов. При этом 70% аудитории обращают внимание не только на отзывы, но и на ответы компании.

Грамотное управление репутацией дает бизнесу множество плюсов:

- 1 Повышается узнаваемость бренда, снижаются затраты на маркетинг.
- 2 Клиенты принимают решение о покупке быстрее, увеличивается объем продаж.
- 3 Негатив нивелируется, рейтинг на сайтах с оценками растет.
- 4 Формируется положительный имидж компании, поэтому легче привлекать инвестиции и нанимать сотрудников.
- 5 Вы контролируете упоминания бренда – риск внезапного кризиса снижается.
- 6 Информационным полем нужно управлять, так как негативные отзывы и другие эмоциональные сообщения о компании могут сильно навредить бизнесу.

Каким компаниям это нужно

Без эффективного управления репутацией тяжело работать бизнесам, которые:

- **ОКАЗЫВАЮТ УСЛУГИ.** Это то, что невозможно «потрогать», поэтому люди ориентируются в первую очередь на мнение других клиентов.
- **ПРИВЯЗАНЫ К ГЕОГРАФИИ.** Если продукт обычно ищут через поисковики, карты или агрегаторы, например, 2Гис или Яндекс Путешествия, то рейтинг компании имеет решающее значение.
- **РАБОТАЮТ В СФЕРЕ, ГДЕ ВАЖНА ЭКСПЕРТИЗА.** К примеру, медицина, юриспруденция, консалтинг. Здесь цена ошибки высока, поэтому на репутацию обращают особое внимание.
- **ПРОДАЮТ ЧЕРЕЗ МАРКЕТПЛЕЙСЫ.** По данным Aliexpress Россия, в этом канале 9 покупок из 10 совершают под влиянием отзывов клиентов.
- **АКТИВНО ПРИВЛЕКАЮТ ИНВЕСТИЦИИ.** Для крупного бизнеса, который ищет инвесторов или выходит на IPO, вопросы имиджа бренда критично важны. По данным статистики, больше половины рыночной стоимости компании формируется под влиянием репутации.

Например, металлургический завод, который работает в сфере B2B или на государственных заказах, может не отслеживать каждое упоминание о себе. Иногда таким компаниям достаточно

поддерживать хорошие отношения с ключевыми клиентами. Но если бизнесу вдруг понадобится быстро набрать в штат много талантливых сотрудников либо привлечь спонсоров, то надо будет сформировать положительный имидж компании. А это не делается за один день.

Что влияет на репутацию

Репутация – это не просто набор отзывов о компании в сети, а общее субъективное восприятие бренда. Оно строится на основе многих факторов, к ним относятся:

- отзывы клиентов и сотрудников;
- информация, которую человек видит в поисковой системе Яндекс и Google, например, в Википедии или на новостных сайтах;
- сообщения в онлайн и офлайн-медиа;
- публикации от лица бренда в СМИ, соцсетях, блоге;
- корпоративные ценности и миссия, которую транслирует компания, например, с помощью социально значимых проектов;
- личный бренд руководителя бизнеса и его топ-менеджеров.

От этой информации зависит, будут ли клиенты обращаться в компанию и доверять ей. При этом работа над репутацией – это всегда игра «в долгую». На то, чтобы построить нужный имидж, могут уйти годы. Чтобы не уничтожить репутацию, стоит отслеживать все каналы коммуникации с клиентами и формировать позитивное восприятие бренда.

Как измерить уровень репутации

Чтобы оценить репутацию компании, надо соотносить количество негатива и частоту позитивных упоминаний вашего бренда.

Вот несколько способов мониторинга репутации:

- **РУЧНОЙ МОНИТОРИНГ.** Если упоминаний мало, то их можно легко найти, просто вбив в поисковике название компании и слово «отзывы». Второй вариант – вручную отслеживать отдельные площадки, например, социальные сети или маркетплейсы.
- **АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ АНАЛИТИКА.** Если сообщений с участием бренда много, то лучше вы-

брать одну из систем автоматического сбора данных. Например, Brand Analytics, Медиалогию, Babkee, IQbuzz или YouScan. Такой сервис позволяет отслеживать все упоминания компании. С его помощью можно определить тональность каждого сообщения и оценить вовлеченность аудитории.

• **ОЦЕНКА NPS.** Net Promoter Score – это индекс потребительской лояльности, который измеряют у реальных покупателей бренда. Он отражает, насколько люди удовлетворены продуктом, и какие комментарии они будут давать своим друзьям и знакомым – позитивные или негативные. Если NPS выше нуля, значит, положительных отзывов будет больше.

Выбор способа мониторинга надо делать, учитывая размер компании, ее цели и задачи, основные каналы продаж, специфику отрасли и особенности целевой аудитории.

Как улучшить репутацию компании

Чтобы сформировать положительный образ бренда и повысить репутацию компании, надо работать в трех основных направлениях:

1. ОТСЛЕЖИВАТЬ УПОМИНАНИЯ. Управление репутацией начинается с отслеживания упоминаний Вашего бренда: оценки количества негативных и позитивных сообщений, рейтинга компании. Глобальный мониторинг надо проводить регулярно, например, раз в несколько недель или месяцев. Отзывы на ключевых площадках следует отслеживать ежедневно: на маркетплейсах и в социальных сетях отвечать лучше в течение часа.

Обратите внимание на ТОП поисковой выдачи – что видит клиент, когда ищет информацию о Вашей компании.

Для каждого периода работы с репутацией обязательно поставьте для себя цель, например:

- повысить рейтинг 10 ключевых продуктов на Ozon и Wildberries до 4 баллов за следующий месяц;
- вытеснить с первой страницы Яндекс и Google негативные отзывы о бренде за квартал;
- провести опрос по системе NPS как минимум у 50% действующих клиентов.

Сравнивайте результаты замеров с целью – достигнута ли она, есть ли прогресс.

2. НИВЕЛИРОВАТЬ НЕГАТИВ. Снизить количество негативных публикаций в информационном поле компании можно разными способами:

- решить проблемы клиента и попросить его дополнить отзыв либо поменять свою оценку;
- договориться с площадкой об удалении сообщения или новости (способ актуален, если публикации ошибочны или созданы по просьбе конкурентов);
- можно вытеснять негатив из ТОПа поисковых систем, используя инструменты SEO-продвижения. Для этого надо написать несколько положительных материалов для сайта и оптимизировать их так, чтобы ссылки появлялись на первых позициях поиска.

Главное правило работы с негативом – на него обязательно нужно реагировать. Отвечать на отрицательные отзывы следует спокойно и конструктивно, с заботой о клиенте. Не стоит использовать шаблонные фразы или давать одинаковые ответы всем подряд. Постарайтесь найти индивидуальное решение проблемы и продемонстрируйте готовность помочь. Рекомендуем быстро отвечать на негативные отзывы клиентов в каждом из каналов коммуникации.

Совет: возьмите контакты клиента и переведите обсуждение в непубличные каналы. Продолжите общение с человеком лично, а именно по телефону, в мессенджере или по почте. Так подробности ситуации не попадут в интернет, меньшее количество людей увидит негативные упоминания бренда.

Отзывы – это способ получения обратной связи от клиентов, а она дает возможность улучшить Ваш продукт. Если причина негатива реальна, а не субъективна, то следует принять меры, чтобы такие ситуации не повторились в будущем.

В случае более крупного кризиса, когда речь идет не об одиночных отзывах клиентов, а о новостях компании, которые попадают в СМИ, следует действовать так:

- Определить масштаб кризиса и просчитать возможные последствия.
- Быть в курсе ситуации, «держать руку на пульсе» всех изменений.
- Разработать план действий – как Вы будете решать проблему.
- Сделать публичное заявление и рассказать о том, какие шаги планируете предпринять.
- Общаться с аудиторией и СМИ, открыто отвечать на

вопросы и обеспечивать необходимую поддержку. Так Вы минимизируете потери и сохраните доверие клиентов.

Другими словами, информационное пространство лучше всего заполнять сообщениями от лица компании. В противном случае подачу и эмоциональную окраску новостей будет сложно контролировать.

3. РАСПРОСТРАНЯТЬ ПОЗИТИВ. Еще одно важное направление работы с репутацией – распространение позитивного контента о компании. Это могут быть отзывы клиентов или любые положительные новости бренда. Чтобы получить больше отзывов:

- попросите клиентов поделиться впечатлением о продукте;
- укажите, на каких популярных площадках это можно сделать;
- предложите бонус за отзывы – скидки или баллы, которые можно потратить на следующие покупки. По статистике, 31% пользователей мотивируют такие акции.

Распространяйте положительные новости компании, полезные статьи и посты. Используйте контент-маркетинг, емейл-рассылки, продвижение в соцсетях и активное общение с журналистами. Внимательно относитесь к запросам со стороны СМИ – делитесь пресс-релизами и новостями, оперативно отвечайте на вопросы.

Повышайте медийность бизнеса:

- участвуйте в отраслевых мероприятиях и организуйте их сами;
- привлекайте известных спикеров или блогеров, создайте амбассадора бренда;
- обеспечьте себе членство в профессиональных ассоциациях;
- запустите социальный проект, широко осветите его в СМИ.

Такая работа над репутацией поможет сформировать нужный имидж компании и повысить узнаваемость бренда. ○

Источник: etobiznes.ru

Главное

Несколько советов для улучшения управления репутацией:

1. Заполните карточки компании в интернете. Начните с простого: разместите полную информацию о вашей компании на сайтах 2ГИС и Яндекс, а также в отзовиках. Укажите контакты, часы работы, подробное описание товаров и услуг, цены, текущие акции, добавьте яркие фотографии и расскажите о преимуществах. Это поможет потенциальным клиентам получить больше информации о вашем бизнесе и создаст положительное первое впечатление.

2. Учите географию. Поисковая выдача может отличаться в разных регионах. Например, результаты поиска по запросу «Спортивный клуб» для Москвы и Екатеринбурга будут разными. При проведении репутационного аудита обязательно учитывайте влияние географии: анализируйте, что видят пользователи в каждом ключевом регионе.

3. Создайте гайд по ответам на отзывы. Разработайте стандартные ответы на позитивные, нейтральные и негативные комментарии клиентов. Включите лучшие практики и примеры общения как онлайн, так и офлайн. Обучите всех сотрудников, чтобы они могли эффективно взаимодействовать с клиентами в любых ситуациях.

4. Автоматизируйте сбор отзывов. Используйте современные технологии для автоматического сбора обратной связи. Создайте удобную форму и рассылайте ссылку на нее через sms, email или мессенджеры. Клиенты смогут быстро оставить отзыв.

5. Поощряйте клиентов оставлять отзывы. После покупки отправляйте клиентам сообщения с просьбой оценить работу вашей компании, например, в WhatsApp. Тем, кто поставил высокую оценку, предложите оставить отзыв на 2ГИС, Яндекс Картах или в отзовиках. В качестве благодарности предложите подарок, скидку или другой бонус. Это поможет быстро улучшить рейтинг компании на этих платформах.

6. Используйте скрытый маркетинг. Продвигайте компанию через блогеров, популярных авторов и инфлюенсеров. Они могут рассказывать о своем опыте использования вашего продукта, что вызовет доверие у аудитории. Особенно эффективна нативная реклама у микроинфлюенсеров с небольшой, но активной и вовлеченной аудиторией.

Умение эффективно работать с возражениями – ключевой навык для любого специалиста, стремящегося достичь успеха в своей деятельности.

Благодарите, сопереживайте, вникайте: психологические приемы снятия возражений



Сегодня рассмотрим основные стратегии и техники работы с возражениями, которые помогут вам повысить эффективность продаж, обсудим, как правильно реагировать на возражения, какие аргументы использовать, как сохранять спокойствие и уверенность в сложных ситуациях. Независимо от того, работаете ли вы в сфере продаж, обслуживания клиентов или ведете переговоры, эти навыки будут полезны.

Возражения клиентов могут возникать по разным причинам и в разных ситуациях. Они могут быть связаны с сомнениями в качестве продукта

или услуги, недоверием к продавцу, непониманием выгоды предложения и многими другими факторами.

Работа с возражениями требует не только технических знаний, но и психологических навыков, умения слушать и понимать клиента, а также находить правильные аргументы и подходы.

В основе всех покупок обычно лежат три эмоции: страх, жадность и тщеславие

Почему клиент возражает?

Есть несколько причин:

– **КЛИЕНТА НЕ УСТРАИВАЕТ ЦЕНА.** Пожалуй, это самое логичное возражение: если товар дорогой, людям свойственно искать дешевле.

– **КЛИЕНТ ЛЮБИТ ПОСПОРИТЬ.** Есть такие люди: хотят, чтобы последнее слово всегда осталось за ним.

3. **ЕМУ ТРУДНО ПРИНЯТЬ РЕШЕНИЕ СРАЗУ.** Нужно хорошенько подумать, посоветоваться с коллегами или начальством, и только тогда, может быть, что-то решит.

4. **У НЕГО ПЛОХОЕ НАСТРОЕНИЕ.** Вы не знаете, что случилось с ним до того, как он пришел к вам в компанию и начал общаться с вами. Может быть, с женой поругался. А может, посмотрел предложения десяти ваших конкурентов, не нашел ничего подходящего и теперь уверен, что и у вас не получит того, чего хочет.

И еще масса разных причин! Самое главное – помнить, что клиенты – живые люди, они могут быть в дурном настроении, сомневаться, капризничать. Задача хорошего продавца – побыть психологом, угадать боль клиента и мягко продавливать свою позицию.

Этапы работы с возражениями

1 ВЫСЛУШАТЬ КЛИЕНТА. Что бы он ни говорил, каким бы утомительным не был, задача продавца – услышать между строк его истинные потребности. Не нужно перебивать, торопиться скорее продать – это вы еще успеете.

2 ВЫСЛУШАЛИ – ОСМЫСЛИТЕ И ПОЙМИТЕ. Сломайте систему: пусть клиент считает вас не бездушной машиной, для которой главное – план продаж, а живого человека, способного понять его.

3 ПОНЯЛИ – ПОГОВОРИТЕ С НИМ. Вместе разберитесь в ситуации, обсудите, что делать (например, если слишком дорого – предложите аналогичные товары, возможность купить в кредит, дайте небольшую скидку). Не тараторьте, как безумный попугай, пригласите клиента к диалогу – пусть сам предложит вариант решения проблемы.

4 ПРИВЕДИТЕ КОНТРАРГУМЕНТ. И вот когда в процессе разговора всплывет истинная боль клиента – произнесите то самое слово, которое заставит человека задуматься и поменять решение, сделать-таки заказ.

5 УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ПРОБЛЕМА РЕШЕНА. Для этого уточните, не осталось ли у клиента еще вопросов. Если да – начинайте все заново.



Примеры снятия возражений

Перейдем к конкретике – разберем, как отвечать на распространенные возражения на примерах.

! У вас очень дорого!

- А на какую сумму вы рассчитывали? Давайте подберем более дешевый, но не уступающий по качеству вариант.

- Я понимаю, но, если разделить эту сумму на год, в месяц получается всего 1000 рублей! Разве это дорого?

- У нас средние цены по рынку. Вот смотрите: у конкурентов X этот товар стоит столько-то, у Y – столько-то. Вы просто не найдете варианта дешевле.

- (Для VIP-сегмента). Вы знаете, эта цена оправдана. Взамен мы предлагаем вам отличное качество (рассказываете о характеристиках товара, выгодах для клиента), приятные бонусы (VIP-карта, членство в клубе, бесплатные обучающие материалы и тому подобное).

! У конкурентов дешевле!

- Вы знаете, честно скажу, да. Но у них есть ряд подводных камней: платная доставка, отсутствие скидок. В итоге общая стоимость получится даже больше.

- Согласен, дешевле. Но почему вы думаете, что у нас одинаковые товары? У них Китай, у нас европейский производитель. Конечно, цены отличаются.

! Мне надо подумать

- Отлично, что вы хотите как следует взвесить все за и против. Но должен вас предупредить, предложение действует еще только 3 дня, потом акция закончится.

- Да, конечно. Давайте я вам помогу? О каких еще характеристиках товара вы бы хотели узнать?

• Да, конечно. А о чем конкретно подумаете? Что вас смущает – я могу рассказать.

• Я вас понимаю, это надо обдумать. Советую также обдумать ... (называете самые выгодные характеристики товара, чтобы еще раз сконцентрировать на них внимание).

! Мне все нравится, но цена слишком высокая для меня

• Спасибо, что говорите прямо! Давайте подумаем, что можно сделать. У нас есть возможность купить в кредит, а для постоянных клиентов предусмотрены скидки.

• Хорошо, скажите, а на какую цену вы рассчитываете? Сколько планировали потратить? (исходя из названной суммы подбираете товар).

! Мне не понравились ваши товары

• Спасибо за честность! Но давайте разберем, что именно вам не нравится?

• Я вас понимаю, сложно выбрать. Скажите, а какие товары вам нравятся? На что вы обращаете особое внимание (здесь можно опять вывести разговор на основные преимущества и характеристики товара)?

• Хорошо, а давайте мы пришлем вам бесплатный образец товара? Если вам не понравится, тогда принесем вам извинения.

• Жаль... Значит, вы не оцените нашу новинку – абсолютный хит по городу М. (региону)...

! Мне сейчас некогда, поговорим позже

• Хорошо, спасибо. Даже одной минутки не найдется? Я не отниму у вас много времени.

• Хорошо, а когда вам удобно позвонить (написать)? Скажите время, я обязательно перезвоню (напишу).

! Спасибо, я пока просто смотрю

• Я очень рад, что вы смотрите наши товары! Хотите, я расскажу вам о... ? Это займет всего одну минутку.

• Отлично! Какие товары вас интересуют? У нас сейчас скидки на... (называете категории распродаж).

• Отлично! Обратите особое внимание на...

! Пока мне это не нужно. Может быть, потом...

• Хорошо, понял вас! А что случится потом, откройте секрет? :)

• Спасибо за ответ! Посмотрите наши другие варианты – может, они пригодятся вам прямо сейчас.

• Спасибо за ответ! Конечно, обращайтесь к нам в любое время! А пока просто посмотрите, какие классные товары есть в наличии сейчас!

МНЕ НИЧЕГО НЕ НУЖНО....

Скрытый вопрос: Я не знаю марку, не знаком с продукцией, хочу узнать больше.

- Подскажите, пожалуйста, Вы недавно уже совершили покупку (товар) или это принципиально вам не нужно?

Психологические приемы снятия возражений

Все люди разные – одним нужно доказывать что-то с помощью логики, другим – воздействовать на эмоции, третьим – внимательно слушать и поддакивать.

Способ «Спасибо за день, спасибо за ночь...»

БЛАГОДАРИТЕ ЗА ВСЕ: за само обращение к вам, за желание глубоко разобраться в вопросе, за быстроту принятия решения. Похвала даже кошке приятна, а человеку тем более.

- Я пока не определился, думаю.

- Как приятно встретить человека, который хочет глубоко разобраться в предмете!

Или:

- Я читал о вас негатив в сети.

- Спасибо за то, что изучаете информацию о нас!

Способ «Я вас понимаю»

СОПЕРЕЖИВАЙТЕ. О чем мы уже говорили: искренне произнесенное «я вас понимаю» способно растопить лед даже самого грубого сердца и сделать любой стандартный разговор личным и дружелюбным.

- У меня сейчас нет денег.

- Понимаю вас, сам нахожусь в такой ситуации. А давайте мы с вами подумаем, что можно сделать? У нас есть возможность кредита, рассрочки, скидки...

Способ «Задать вопрос»

ВНИКАЙТЕ. Постоянно спрашивайте, уточняйте, подводите итоги. Заставляйте клиента не выслушивать ваш монолог, а самому участвовать в диалоге. Вовремя заданные вопросы заставляют клиента задуматься.

- У вас дорого.

- А по сравнению с кем?

Или:

- А сколько для вас недорого?

Или:

- Правильно, дорого, но у нас покупают тысячи человек. Как думаете, почему, они же не будут работать себе в убыток?



Способ «Предложи выгоду»

ЭТО КЛАССИКА ЖАНРА: не рассыпайтесь в похвалах компании – покажите, как ваши преимущества помогут покупателю. Что он получит, в чем будет его выгода? Это так называемые «ты»-высказывания, которыми нужно заменять разговоры о себе («я»-высказывания).

- У вас небольшой выбор.

- Да, есть такое. Зато у нас все товары ручной работы. Вы получите уникальное платье, которого ни у кого не будет. А еще мы привезем его прямо к вам домой – сможете померить в привычной обстановке.

Способ «Да, но...»

Вы вроде бы соглашаетесь с клиентом, признаете его правоту, но в то же время мягко настаиваете на своем. Например:

- Ой, у вас так дорого!

- Да, дорого, но зато мы предлагаем отличное качество, экологические материалы.

Или:

- У конкурентов цены ниже.

- Да, но у них нет наших преимуществ. Мы предлагаем бесплатную доставку, скидки и акции, сувениры в подарок.

Или:

- Я читал о вас плохие отзывы в интернете.

- Да, но вы же обратили внимание: хороших отзывов намного больше, люди доверяют нам!

Способ «Именно поэтому...»

Так можно ответить на любое возражение. Вы не спорите с клиентом, не доказываете его неправоту – обращаете его слова в вашу пользу. В принципе этот прием можно назвать ловкой манипуляцией, но именно поэтому он и работает. И потом, мы же об этом никому не расскажем!

- У вас очень дорого.

- Именно поэтому я хочу предложить вам пробник продукции – чтобы вы убедились, что цена соответствует качеству.

Или:

- Мне сейчас некогда разговаривать.

- Именно поэтому я хотел вас попросить оставить контактные данные: телефон или электронную почту. Я свяжусь с вами в любое удобное для вас время.

Или:

- У вас платная доставка, меня это не устраивает.

- Именно поэтому у нас масса других плюсов: низкие цены, возможность рассрочки, отличное качество.

Способ «Уточнение»

Вы повторяете слова клиента, уточняя и переспрашивая. Верная фраза: «Я правильно вас понял, вы хотите...?» Так клиент поймет, что его слушают, и будет более лоялен. Есть и более хитрый прием: повторяя, вы оставляете суть фразы клиента, но меняете посыл – на более выгодный вам.

- У вас дорого.

- Я правильно понимаю, если мы сделаем скидку, вы купите товар?



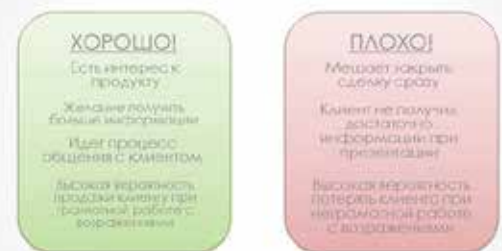
Главное

А как делать не надо? Разберем основные ошибки при работе с возражениями:

- Спорить с клиентом, пререкаться, указывать на его неправоту. Даже комментировать не будем — это категорически запрещено, и точка.
- Навязывать свое мнение. Здесь тонкая грань: нужно и выслушать покупателя, и одновременно продать свою позицию. В этом помогут описанные выше психологические приемы.
- Превращать диалог в монолог, театр одного актера. Многие продавцы так увлекаются описанием товара, что напрочь забывают о клиенте.
- Наоборот, показывать свою некомпетентность, затрудняться с ответами, мямлить и блеять «Я не знаю», «Мне нужно уточнить», «Я спрошу у руководства...» Доверия к такому продавцу не будет.
- Не думать о клиенте вообще, рассматривать его как инструмент, средство для выполнения плана продаж. Мы не раз говорили: клиента нужно понять, угадать его желания и боли. А если не угадывается - спросить прямо.
- Бояться отвечать на возражения, соглашаться с каждым словом клиента. Часто такую ошибку допускают неопытные новички, которые опасаются показаться слишком навязчивыми. С опытом все эти страхи проходят.
- Думать, что возражение - это отказ. Нет, отказ - это твердое «нет», но даже и его можно попытаться исправить.

Конечно, все это приходит с опытом. Нужна постоянная практика продаж, но и про теорию не стоит забывать. Постоянно обучайте сотрудников, проводите тренинги и мастер-классы, отправляйте на семинары и конференции. Удачи в продвижении!

ВОЗРАЖЕНИЯ КЛИЕНТОВ: хорошо или плохо?



Или:

- Поговорим потом. Когда-нибудь.
- То есть вы согласны, что я вам перезвоню, и мы более детально пообщаемся?

Способ «Стадный инстинкт»

Банально, но работает! Невзначай сообщите клиенту, что вот этот конкретный товар сейчас на пике моды, все его берут и не нарадуются. Приведите цифры, чтобы еще больше его убедить.

Например, «Мы заказали большую партию игрушек – 10 000 штук, так уже 8000 раскупили». Сообщайте об отзывах покупателей или давайте ссылку на них (если есть): «Вообще говорят, что игрушки хорошие, прочные, не ломаются и не пачкаются».

Способ «Болевые точки»

Как правило, в основе всех покупок лежат три эмоции: страх, жадность и тщеславие. Возьмем распространенную рекламу «Лореаль: ведь ты этого достойна!» Это же тщеславие в чистом виде, плюс страх постареть.

Стандартный призыв «Торопитесь, до конца распродажи осталось всего 3 дня!» – тоже из этой оперы. Здесь упор делается на жадность (распродажа кончится, и мне ничего не достанется) и страх (опять же опоздать и не успеть сэкономить). Комбинаций этих болевых точек несколько – пробуйте все. Вот как это выглядит на примере:

- У меня сейчас нет денег.
- Ах, как жаль! Таких платьев осталось всего три штуки, их очень быстро разбирают.

Или:

- У конкурентов этот смартфон намного дешевле.
- Намного? Это опасный знак. Вы же не хотите купить подделку?

Источник: insales.ru

На уловки мошенников попадают не только обычные граждане, но и бизнесмены, главные бухгалтеры, секретари компаний.

Мошенничество в бизнесе: как не стать жертвой



Подвергаются нападениям как небольшие фирмы, где легко ввести в заблуждение сотрудников, так и крупные компании, имеющие службу безопасности. Рассмотрим основные схемы, которые используют злоумышленники.

Последствия много: финансовые потери, разорение, подставные незаконные сделки от имени юрлица, потеря бизнеса. От этого страдает и репутация, и открыть новое дело становится сложнее.

Методы, которые придумывают мошенники, бывают самые разные. В некоторых случаях даже

сложно заподозрить обман. Но! Кто предупрежден, тот вооружен.

Мошенники постоянно изобретают новые схемы, используя современные технологии. Вот последние уловки:

- Поддельный личный кабинет на сайте ФНС для сдачи 3-НДФЛ;
- Письма об обязательных взносах на СВО;
- Поддельные уведомления от налоговой инспекции.

Мошенничество с переводами

Это когда мошенники пишут или звонят бухгалтеру под видом главы организации.

СЦЕНАРИЙ МОШЕННИЧЕСТВА: Мошенники клонируют в мессенджере аккаунт главы компании (чаще всего в «Телеграме», так как он стал практически стандартным корпоративным мессенджером). Полностью повторяют фото, описание, придумывают объяснение, почему исчезли прошлые сообщения (из соображений безопасности, конечно).

Затем пишут главному бухгалтеру просьбу перевести какую-то сумму на карту, дают ее номер. Или скидывают платежку для банковского перевода. Оправдывают эту просьбу необходимостью перевести срочно деньги какому-то партнеру или для приобретения нужной техники для офиса.

С нынешними возможностями искусственного интеллекта мошенники уже идут дальше: клонируют не просто аккаунт в мессенджере, но и личность руководителя, его голос и даже внешность. Поэтому бухгалтеру может поступить не только текстовое сообщение, но и аудио-, видео сообщение. Уже описаны случаи, когда псевдоруководитель с клонированным голосом и внешностью участвовал в видеоконференции, на которой общался с новыми «партнерами» и в конце давал указания присутствующему на этом совещании бухгалтеру.

В итоге бухгалтер деньги переводит, и аккаунт исчезает. Настоящий руководитель возвращается в офис и узнает, что потерял энную сумму. Виноват ли бухгалтер? Виноват. Но виноват и сам руководитель. Он обязан дать четкие инструкции, как, когда и куда ему разрешено переводить деньги.

КАК ЗАЩИТИТЬСЯ:

- Подписывать платежи лично или использовать две подписи: директора и бухгалтера;
- Установить регламент для платежей новым контрагентам, например, обязательно согласовывать их с другим топ-менеджером;
- Установить лимит на платежи, которые бухгалтер может совершать самостоятельно, например, только суммы до 100 тыс. руб., зарплату и платежи действующим контрагентам;

- Использовать корпоративные закрытые мессенджеры;
- Информировать руководство компании о возможных схемах мошенничества и быть бдительными.

Клонирование компании-контрагента

Это когда у компании внезапно появляется новый выгодный партнер, клиент или поставщик.

СЦЕНАРИЙ МОШЕННИЧЕСТВА, который может обмануть бизнесмена – это создание клона какой-либо компании, которая предлагает выгодное сотрудничество. Подделываются юридические документы, чтобы все выглядело правдоподобно, дублируется корпоративный сайт – благо сейчас это быстро и недорого.

В итоге ваша фирма получает очень выгодное коммерческое предложение от крупной известной фирмы. Предложение сразу покажется заманчивым, подписываются договоры, перечисляются деньги... И все, компании пропадают.

Когда бизнесмен обращается в клонированную мошенниками оригинальную фирму с вопросами, что случилось и почему договор не выполняется, оказывается, что руководители ничего не знают о договоренностях. И вообще, не участвовали в закупках и не планировали заключать с кем-то контракт.

КАК ЗАЩИТИТЬСЯ:

- Изучать ваших новых контрагентов.

Мошенничество с налоговой декларацией

Это когда вы получаете письмо из госоргана с требованием заплатить налоги или подать отчет.

СЦЕНАРИЙ МОШЕННИЧЕСТВА: Злоумышленники отправляют письма от имени налоговой инспекции, требуя срочно оплатить налоги или подать декларацию. Они создают правдоподобные документы и даже предлагают скидки на оплату. Причем все выглядит правдоподобно: указаны какие-то детали о вашей компании или ИП.

Сумма тоже какая-то правильная – неровная, даже с копейками. И предлагают оформить или оплатить все быстро, и даже со скидкой по ссылке. А в противном случае – вплоть до уголовной ответственности.

Если отправить деньги по такой ссылке, они пропадут, а данные карты будут скомпрометированы.

КАК ЗАЩИТИТЬСЯ:

- Проверять информацию о задолженности на сайте налоговой инспекции или в личном кабинете на Госуслугах;
- Не переходить по ссылкам из подозрительных писем.

Другие сценарии

Злоумышленники используют различные уловки, чтобы похитить пароли, деньги, загрузить вирус в компьютер с данными компании. Например:

- **ПОДМЕНА РЕКВИЗИТОВ.** Мошенники присылают фальшивые реквизиты компании-контрагента, и деньги перечисляются на их счет.
- **ТЕЛЕФОННЫЕ ЗВОНКИ.** Преступники представляются сотрудниками правоохранительных органов, банков или других организаций и требуют сообщить реквизиты банковских счетов. Часто угрожают, что каждая минута на счету, не дают подумать, торопят.
- **ПСЕВДОЗАКУПКИ.** Мошенник представляется агентом крупной компании и предлагает поучаствовать в закрытых торгах. Затем выясняется, что для победы нужен сертификат соответствия, который можно приобрести у контрагента. После оплаты организатор исчезает.

Что делать, если вы стали жертвой мошенников

Если вы потеряли деньги или ваши данные попали к злоумышленникам, немедленно:

- 1 Обратитесь в полицию.
- 2 Позвоните в банк и объясните ситуацию менеджеру.
- 3 Свяжитесь с человеком, чьи данные были использованы мошенниками, и предупредите его. Возможно, взломали его учетные записи на сайтах телефон или социальные сети. Предупредить человека в такой ситуации – обязательно.

Злоумышленники используют различные уловки, чтобы похитить пароли, деньги, загрузить вирус в компьютер с данными компании

4 Соберите все доказательства: номер телефона, с которого поступил звонок, адрес сайта, с которого к вам попала вредоносная программа, запись разговора. Чем больше вы соберете свидетельств, тем быстрее мошенников найдут. И даже велик шанс вернуть свои деньги. ◊

Источник: etobiznes.com

Главное

КАК НЕ СТАТЬ ЖЕРТВОЙ МОШЕННИКОВ

Несколько советов для юридических лиц:

- Если внезапно Вам через мессенджер (телеграм, ватсап, вайбер, любой другой) звонит Ваш руководитель, коллега, бухгалтер, бывший или нынешний партнер, а также Сбербанк, МВД, ФНС, Рос-что-нибудь-надзор – сразу быстро и вежливо завершите разговор и перезвоните сами этому человеку по известному Вам номеру телефона (не через мессенджер).

- Проверяйте компании, с которыми планируете сотрудничать, в Единой информационной системе. Или просто позвоните бизнес-партнеру и уточните реквизиты. Помогут изучение сайта будущего партнера, отзывы о нем и его работе. Можно даже проверить факт местонахождения офиса или предприятия фирмы.

- Установите антивирусное программное обеспечение на рабочие компьютеры и используйте лицензионное ПО.

Вариантов много. Главное – не бояться задавать вопросы, быть бдительными и не поддаваться на уловки злоумышленников.

Где можно получить защиту и поддержку?

Органы исполнительной власти

Министерство экономического развития, промышленности и торговли Калининградской области

г. Калининград, ул. Д. Донского, 1,
www.minprom.gov39.ru
Министр – Вероника Юрьевна ЛЕСИКОВА,
каб. 139, тел. (4012) 599-337

Замминистра – Ирина Николаевна ГРАКОВА,
тел. (4012) 599-338
Замминистра – Анастасия Александровна
АБРАМОВА, тел. (4012) 599-327
Замминистра – Артем Игоревич ИВАНОВ,
тел. (4012) 599-171

Департамент развития предпринимательства и торговли

Начальник отдела предпринимательства –
Георгий Валерьевич ЛЕБЕДЕВ, тел. (4012) 599-309
Начальник отдела торговли – Ксения
Владимировна МАЛЫШЕВА, тел. (4012) 570-624

Департамент промышленности и науки

Начальник – Дмитрий Владимирович ХУДОБА,
тел. (4012) 599-144

Департамент недвижимости

Начальник – Сергей Тадеевич МАЗЕПА,
тел. (4012) 599-344

Центры

Государственное казенное учреждение Калининградской области

«Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг» (ГКУО «МФЦ»)
Директор – Ольга Александровна ДУДИНА,
отдел поддержки малого и среднего предпринимательства –
г. Калининград, ул. Уральская, 18
(ТЦ «Мега-Маркет», 4-й этаж),
тел. (4012) 310-800, mfc39.ru

ГКУ КО «Информационно-расчетный центр» (субсидии)

Директор – Мария Юрьевна КОЛОТУШКИНА,
г. Калининград, ул. Уральская, 18, офис 403,
(ТЦ «Мега-Маркет», 4-й этаж),
тел. (4012) 303-380, www.irc39.ru

Центр поддержки предпринимательства Калининградской области

(микрокредитная компания)
Гендиректор – Кирилл Валерьевич ЛИЛО,
г. Калининград, ул. Уральская, 18, офис 442
(ТЦ «Мега-Маркет», 4-й этаж),
тел. (4012) 994-588, доб. 901

Аппарат Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Калининградской области

Уполномоченный – врио Олеся Валерьевна БЕЛАЯ
г. Калининград, Московский пр., 95, офис 408.
Тел. 8 (4012) 71-76-34, e-mail: kaliningrad@ombudsmanbiz.ru,
www.ombudsmanbiz39.ru

Общественные помощники в муниципальных образованиях:

МО «Городской округ «Город Калининград»

Александр Владимирович ЛЮБЧЕНКО
Тел. +7 911 450 44 56. E-mail: lubchenko@cdcs.pro
Юрий Иванович БИЛЕЙ
Тел. +7 921 616 19 19. E-mail: yury.b@cdcs.pro

МО «Балтийский муниципальный район»

Ольга Станиславовна БАСИНА
Тел. +7 906 236 03 42.
E-mail: basina69@mail.ru

МО «Гусевский городской округ»

Дмитрий Николаевич ТРИФОНОВ
Тел. +7 906 215 78 78. E-mail: Pufasl@yandex.ru

МО «Зеленоградский городской округ»

Елена Александровна ЕВТУШЕНКО
Тел. +7 911 852 74 24. E-mail: ombzel39@mail.ru

МО «Мамоновский городской округ»

Дмитрий Романович КУРЕЛЯК
Тел.: +7 911 452 65 49, (40156) 4-03-98.
E-mail: dkureljak@mail.ru

МО «Нестеровский район»

Евгений Алексеевич БИРЮКОВ
E-mail: jurist@rusadpo.dk

МО «Полесский муниципальный район»

Евгений Викторович СЕМЕНОВ
Тел. +7 906 213 94 27.
E-mail: semen19702007@yandex.ru

МО «Черняховский городской округ»

Игорь Александрович КУЛИКОВ
Тел. +7 921 260 23 47. E-mail: raiter1@baltnet.ru

МО «Гурьевский городской округ»

Эдуард Александрович МАТТЕРН
Тел. +7 906 215 93 79. E-mail: frankonia@list.ru

МО «Краснознаменский городской округ»

Николай Николаевич МЯКЧИЛО
Тел. +7 911 458 90 89

МО «Багратионовский городской округ»

Александр Александрович ПЕТУХОВ
Тел. +7 921 615 97 77. E-mail: bagradpo@mail.ru

МО «Гвардейский район»

Александр Геннадьевич ПОПРОВ
Тел. +7 906 239 97 13. E-mail: aleksandrooo2014@mail.ru

МО «Озерский городской округ»

Андрей Викторович ЕЛИЗАРОВ
Тел.: +7 952 110 00 70, (40142) 3-33-11.
E-mail: elizarov_ozersk@mail.ru

МО «Пионерский городской округ»,

МО «Светлогорский городской округ»
Александр Владимирович ЖУКОВ
Тел.: +7 909 794 82 27, (40153) 2-91-95.
E-mail: alexsandr777@mail.ru

МО «Правдинский городской округ»

Николай Гайкович ГЗИРЯН
Тел. +7 911 862 28 96. E-mail: kdniko@gmail.com

МО «Светловский городской округ»

Татьяна Александровна КРЮКОВА
Тел. +7 911 860 33 31. E-mail: kryukova.tanechka@bk.ru

МО «Славский городской округ»

Павел Иванович ЦЫМБАЛИЙ
Тел.: +7 921 711 13 14, (40163) 3-16-55.
E-mail: farmerslavsk@gmail.com

МО «Советский городской округ»

Ольга Владимировна ПЕРЕГИНА
Тел. +7 911 484 88 44. E-mail: bakkara@inbox.ru

МО «Янтарный городской округ»

Денис Александрович ФЕДОРОВ
Тел. +7 911 466 69 51. E-mail: fedorov-denis@mail.ru

МО «Неманский район»

Геннадий Николаевич СУРКОВ
Тел. +7 906 238 50 59. E-mail: baltagro39@mail.ru

Подать жалобу на действия органов власти можно на сайте www.ombudsmanbiz39.ru

Департамент содействия развитию и продвижению предпринимательства «За свободное предпринимательство»

Генеральный директор – Оксана БУКАУСКЕНЕ
г. Калининград, ул. Сергеева, 14, помещ. 423,
тел. (4012) 520-068, e-mail: kdsrpp39@mail.ru

Центры поддержки малого и среднего предпринимательства

г. Балтийск, ул. Ушакова, 13, тел. (40145) 6-41-95
г. Гвардейск, ул. Горная, 2, тел. (40159) 3-23-53
г. Гусев, ул. Московская, 14, тел. (4012) 988-298
г. Зеленоградск, Курортный пр., 4, каб. 31,
тел. (40150) 3-21-28
г. Мамоново, ул. Советская, 12, тел. (40156) 4-03-98
г. Озерск, ул. Пограничная, 1, тел. (40142) 3-33-11
г. Правдинск, ул. Торговая, 14, тел. (40157) 2-16-92

Профессиональные общественные объединения

Региональное отделение РСПП

Президент – Андрей Владимирович РОМАНОВ
Исполнительный директор – Мила Петровна
ФОМИЧЕВА, г. Калининград, ул. Гостиная, 3,
тел./факс (4012) 674-783,
e-mail: spp@kaliningrad.ru, www.sppko.spp.ru

Союз «Калининградская торгово-промышленная палата»

Президент – Феликс Феликсович ЛАПИН,
г. Калининград, Советский пр-т, 179,
тел. (4012) 590-650, факс (4012) 95-47-88,
www.kaliningrad.tprrf.ru

Ассоциация иностранных инвесторов

Президент – Стефано ВЛАХОВИЧ,
тел. (4012) 675-000

Калининградский филиал «АСМАП»

Президент – Алексей Владимирович ЕГОРОВ,
тел.: (4012) 916-396, 950-321, 951-142

КРОО «ДЕЛОВАЯ РОССИЯ»

Председатель – Георгий Яковлевич ДЫХАНОВ,
тел. +7 (911) 459-14-88

КРОО «Союз машиностроителей»

Руководитель – Александр Валерьевич ЦАПЛИН,
тел. (4012) 590-392

КРОО «Союз строителей»

Президент – Борис Владимирович КАЛИНИН,
тел.: (4012) 935-981, 998-063

Балтийский деловой Клуб

Президент Клуба – Сергей Аркадьевич ГОЗ,
тел. (4012) 344-001

Ассоциация промышленников

Калининградской области

Руководитель – Валерий Анатольевич ЗАХАРОВ,
тел. (4012) 576-032

Ассоциация предприятий туристической Калининградской области

Председатель – Светлана Павловна
МЕРЖВИНСКАЯ, тел. (4012) 30-54-25

Ассоциация мясопроизводителей Калининградской области

Президент – Роман Анатольевич ЕСИПОВ,
тел. (4012) 716-905

Ассоциация калининградских мебельщиков

Президент – Евгений Валерьевич ПЕРУНОВ,
тел. (4012) 57-77-09

Калининградская областная ассоциация производителей молока

Председатель – Николай Иванович ПИЛИПЮК,
тел. (4012) 531-287

Центр информационного обеспечения бизнеса «ИНОК»

Генеральный директор – Олег МАТУКЕВИЧ
г. Калининград, ул. Горького, 55,
тел. (4012) 777-155, www.inok.ru

Фонд знаний и технологий для МСБ «Виктория»

Директор – Виктория МАТУКЕВИЧ
г. Калининград, ул. Горького, 55, офис 501,
тел. (4012) 777-156, www.fkt-sme.ru

**Поможем
вам
сохранить**
красоту,
молодость
и здоровье!

**Консультации
врачей-специалистов:**

- дерматолог
- диетолог
- косметолог
- терапевт
- трихолог
- эндокринолог



**Медицинский центр
АМД Лаборатории**

**г. Калининград,
ул. Сержанта Колоскова, 12
Тел.: +7 (4012) 71-84-71,
+7 (4012) 39-83-98
www.amdlab39.ru**

НЕОБХОДИМА ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА