







**АКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА**

**ВТБ покупает сибирский банк**

ВТБ договорился с акционерами Запсибкомбанка о приобретении контрольного пакета — более 70 процентов акций кредитного учреждения. Сделка состоится до конца года. Интеграция банков продлится до 2020-го, когда исчезнет бренд поглощенного банка. Покупатель удвоит число отделений в регионе и надеется также в два раза увеличить здесь свою долю в секторе кредитования физлиц. Запсибкомбанк со штаб-квартирой в Тюмени в 1990 году учредили четыре добывающих компании ЯНАО и Югры, а также Тобольский нефтехимкомбинат. Три года, до перехода на работу в тюменское правительство, банк возглавлял нынешний глава Минстроя РФ Владимир Якушев. Учреждение с активами в 117 миллиардов рублей обслуживает около 600 тысяч физлиц и 21 тысячу корпоративных клиентов.

**Оператор поможет вывезти зерно из Зауралья**

Оператор вагонов «Технотранс» и департамент АПК Курганской области заключили соглашение о взаимном сотрудничестве в сфере перевозки зерна. В частности, речь идет о его транспортировке из Зауралья в другие регионы России, на экспорт и на строящийся Высоцкий зерновой терминал «Технотранс» в Ленинградской области. Ожидается, что соглашение позволит увеличить объемы поставки зерновых, зернобобовых и масличных культур за пределы Курганской области. Тем временем местные предприниматели уже на свои деньги приобрели более ста вагонов для отправки зерна на экспорт. Зауралье, напомним, пользуется льготными тарифами на перевозку зерна железнодорожным транспортом, однако вывезти продукцию было трудно из-за нехватки спецвагонов.

**Подстанция «Тарко-Сале» не подведет**

Федеральная сетевая компания ЕЭС завершила первый этап модернизации оборудования 37 подстанций Западной Сибири. Заменены 58 высоковольтных вводов на десяти ключевых питающих электросетевых объектах, включая подстанцию 500 кВ «Тарко-Сале» — одну из крупнейших на Ямале. От ее работы зависит бесперебойное электроснабжение промыслов «Луринефтегаза», компании «Транснефть-Сибирь», городов Губкинский, Тарко-Сале и поселка Турпе с совокупным населением около 75 тысяч человек.

**ЧМК изготовил арматуру для «Радуги»**

Челябинский металлургический комбинат (ЧМК) произвел более 5000 тонн арматуры для крупнейшего жилищного проекта Татарстана — строительства жилого района «Салават Кулер» («Радуга») в Казани. Здесь планируют возвести 1,5 миллиона квадратных метров жилья, в том числе по ипотечным программам, 22 детсада и семь школ. Население нового района в перспективе достигнет 50 тысяч человек.

**В Тюмени разбили сквер в честь геолога**

При финансовой поддержке компаний «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь», «НОВАТЭК», «Сургутнефтегаз» в новом тюменском микрорайоне обустроили сквер имени Льва Ровнина — одного из первооткрывателей Западно-Сибирской нефтегазовой провинции, министра геологии РСФСР в 1970—1987 годах. Здесь заслуженному геологу республики поставили бюст, поместив его в нишу четырехметрового цельного камня — уральского змеявика. На территории сквера, а это около двух гектаров, создана специальная велосипедная трасса, детская и игровая площадки, зона тихого отдыха, а весной тут заработает фонтан.

**Уральская горничная вошла в тройку лучших специалистов страны**

На всероссийском конкурсе профессионального мастерства под эгидой Ростуризма Наталья Хубалиева заняла третье место в номинации «Лучший специалист службы эксплуатации номерного фонда». На торжественной церемонии награждения в Москве горничной спортивного комплекса «Курганово» вручили диплом и памятную статуетку. Наталья Хубалиева призналась, что ее мечта — достичь новых высот в российском сервисе гостеприимства. «Главное — чтобы гость уезжал из гостиницы в хорошем настроении и с удовольствием возвращался к нам снова», — считает она. По традиции конкурс проходил в два этапа: победители региональных состязаний затем боролись за победу в столице. В 2018 году в финальном этапе конкурса приняли участие 110 специалистов из 40 регионов страны.

По сообщениям корреспондентов «РГ»

Российская Газета  
Уральский филиал

**ФОТОКОНКУРС НА ЛУЧШУЮ ОБЛОЖКУ СПЕЦИАЛЬНОГО НОЯБРЬСКОГО ВЫПУСКА**

**#СДЕЛАНО В УРФО**

Присылайте снимки на адрес **konkurs@rg-ural.ru** до 15 ноября 2018 года

Приз:  
**публикация на обложке и авторский гонорар**  
Подорожности по ссылке: **rg.ru/art/1610519**

Партнер проекта:  
**Мирт** центр фотографии

Подробнее информацию об организации конкурса, правилах проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их вручения можно получить по телефону редакции: **8 (343) 371-24-84**

**Явление Почему молодые уральцы хотят быть предпринимателями**

**Работать на дядю не круто**



Илья Перетыкин, Свердловская область

АКЦЕНТ

**Получить помощь государственных или частных фондов непросто, но главное — заинтересовать инвесторов своей идеей и показать, почему она будет успешной**

**М**ногие молодые люди мечтают создать дело своей жизни и стать предпринимателями. Однако пока одни грезят об этом, раздумывая о возможных проблемах и огромных вложениях, другие воплощают мечты в реальность. О том, что привлекает молодежь в бизнес и какие трудности ожидают на этом пути, «РГ» рассказали те, кто уже сумел чего-то добиться на предпринимательском поприще.

**Поколение Z**

Некоторые из наших собеседников связывают стремление молодежи к созданию бизнеса с популярностью этого вида деятельности в интернете. Так, член совета по малому и среднему бизнесу при главе администрации города Екатеринбурга Никита Меньшиков считает: быть коммерсантом — это мода, навязанная через социальные сети.

— В соцсетях появился тренд: если ты имеешь бизнес, ты крутой. Работать инженером и получать 30 тысяч в месяц не так круто, как быть предпринимателем с доходом 20 тысяч рублей, — говорит он.

С таким утверждением согласны не все. Например, победитель регионального этапа конкурса

ми, которые помогли мне посмотреть на компанию с другой стороны, благодаря чему мне стало ясно, что нужно делать, чтобы бизнес шагнул вперед, — рассказал основатель интернет-магазина «Сандалики» Алексей Мохов.

Вместе с тем молодые коммерсанты получают поддержку не только от государственных структур, но и от общественных организаций и фондов. Никита Зотов рассказывает, что активно сотрудничает с «Опорой России», что обеспечивает экспертные мнения по поводу его проектов, а также возможность общаться с участниками среднего и крупного бизнеса. А Юрий Сырейщиков хотел бы участвовать в проектах Фонда развития интернет-инициатив, занимающегося поддержкой не только начинающих компаний.

Получить помощь государственных или частных фондов непросто, но главное — заинтересовать инвесторов своей идеей и показать, почему она будет успешной. Для этого, считает Никита Меньшиков, нужно создавать продукт, в котором досконально разбираешься.

— Надо понимать, что продукт делается не ради себя, а ради других. Я бы посоветовал выбрать одну тематику и не менять ее. Выяв, у людей опускаются руки после неудач, а им нужно было приложить еще чуть-чуть усилий — и идея бы «выстрелила», — рассуждает Никита. Безусловно, начинающие должны заимствовать опыт людей, успешных в интересующей их сфере. Многие коммерсанты готовы дать экспертный совет, кото-

ры, возможно, поможет решить возникшие проблемы.

— Нельзя выходить на рынок с непонятной идеей. Нужно узнать, что в ближайшие 5–10 лет будет актуально и востребовано на рынке, — добавляет Сырейщиков. — Для этого необходимо читать профильные издания и следить за трендами.

**На своих ошибках**

Впрочем, молодежь часто самостоятельно справляется с проблемами и учится на своих ошибках. — Я выбрал сферу торговли легкой обувью, сейчас у меня уже два магазина. Помешать молодому коммерсанту может его нерешительность или мнение других людей. Не надо бояться начинать бизнес, но следует рассчитать результат. В любом деле существуют риски, которые нужно учитывать заранее, — говорит Алексей Мохов.

— В первый год после регистрации ИП у меня были проблемы с уплатой налогов — я не понимал, как работает система налогообложения, — рассказывает Сырейщиков. — Поначалу толком не умел считать деньги, поэтому происходили кассовые разрывы. Все приходит к опыту. Особенно когда этот опыт связан с потерей денег.

Ну а если начинающие предприниматели научились управлять компанией в стрессовых ситуациях, господдержка поможет им удержаться на рынке и развивать свой бизнес. Главное — у молодежи есть к этому стремление. ●

ЦИФРА

**328**

МИЛЛИОНОВ РУБЛЕЙ

составила сумма микрозаймов, выданных СОФПП за 10 месяцев 2018 года. Это на 55 миллионов больше, чем за аналогичный период 2017-го

**Государство поможет**

По мнению взрослых коллег, стартапы не всегда вырастают в успешные предприятия, потому что молодым предпринимателям не хватает знаний, а также информации о различных мерах господдержки. В Свердловском областном фонде поддержки предпринимательства (СОФПП) советуют молодым коммерсантам чаще заходить на официальный сайт фонда, чтобы не пропустить льготные программы. Например, одну из них — «Начни свое дело» — считают самой

**Совет друга**

По словам участников такого рода мероприятий, именно новые контакты — их главная ценность.

— Участие в программе «Ты — предприниматель» — это в первую очередь новые знакомства. Я пообщался с опытными коммерсанта-

**Тем временем**

На площадке Уральского государственного экономического университета проводится всероссийская образовательная программа «Ты — предприниматель», предназначенная для бизнесменов от 14 до 30 лет. Ее цель — помочь молодым людям открыть свое дело и сделать первые шаги в интересующей их сфере. Принять участие в обучении могут и те, у кого уже есть компания — их научат разрабатывать управленческие стратегии и рассчитывать возможные риски. Программа включает лекции, тренинги и консультации. Обучение бесплатно.

**ФАС В Челябинске запретила рекламу пива на «воздушном шаре»**

**Штраф за надувательство**

**Михаил Пинкус, Челябинск**

В Челябинске завершено разбирательство по факту появления рекламы сети магазинов розливающего пива на объемной конструкции в виде воздушного шара.

Как пояснили в региональном УФАС, воздушный шар в конце лета появился на перекрестке улиц Чайковского и Братьев Кашириных в Челябинске — в непо-

средственной близости от магазинов розничной продажи пивных напитков. На нем в фирменном черно-желтом стиле красовалось название торговой сети и надпись: «Разливное пиво здесь», что сразу привлекло внимание жителей. По закону реклама алкогольной продукции запрещено размещать в публичных местах. А тем более «с использованием рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их».

Специалисты внимательно изучили надувную конструкцию, а для верности провели опрос горожан, подтвердивший, что воздушный шар сразу и прочно ассоциируется с продавом алкогольной продукции и предлагаемым им товаром.

Однако в торговой сети претензии на свой счет не приняли. Сначала попытались откритиковать от самого факта установки необычной конструкции: мол, возможно, это просто чья-то дурачная шутка. А затем сообщили, что шар с названием магазина не подпадает под закон «О рекламе», поскольку не является техническим средством

стабильного территориального размещения — он был надут вне зданий и сооружений, не имел прочной связи с землей, а его монтаж и демонтаж возможно проводить без специальных технических средств.

Однако в УФАС эти доводы сочли неубедительными. Особенно позабавило специалистов заявление торговцев о том, что надувная конструкция является летательным аппаратом, а потому ее нельзя отнести к техническим средствам размещения рекламы. Действительно, шар накачивали обычным воздухом и улететь он не мог. Но что это означает?

— Понятие «рекламная конструкция» охватывает все возможные виды наружной рекламы, — поясняет представитель ведомства

Наталья Мартынюк. — В законе имеется их перечень, но он носит открытый характер. Поэтому рекламной считается любая конструкция, которая установлена или размещена с целью распространения рекламы.

Стоит отметить, что по заявлениям торговой сети, воздушный шар привлекал внимание горожан всего один день — после вмешательства антимонопольщиков конструкция была демонтирована. Однако добровольное устранение нарушений не освобождает от ответственности. И теперь по факту размещения незаконной рекламы будет возбуждено административное производство, предусматривающее наказание в виде штрафа на сумму от 100 до 500 тысяч рублей. ●



**СПРАВКА РГ**

В 2017 году государство инициировало проект «Национальная система сертификации». Цель — вернуть доверие к добровольной сертификации и помочь покупателям в выборе качественного товара. На товары, прошедшие сертификацию по этой системе, стоит знак НСС и QR-код, позволяющий получить информацию о качестве товара. Сертификацию в НСС уже прошли 534 товара.