

КОМПАНИИ

ВАШ БИЗНЕС-НАВИГАТОР

Янтарный Меркурий:
в этом зале все победители



КОНСУЛЬТАНТ
ПЛАЮС
ЯНТАРЬ

Обязательная
продажа
валютной
выручки

Как провести
финансовое
планирование

Правила
нейминга:
полезные
рекомендации

ЛИЦЕНЗИРОВАННОЕ УТИЛИЗАЦИОННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

Золотой Ресурс



**УТИЛИЗАЦИЯ
АВТОМОБИЛЬНОГО
ТРАНСПОРТА**

Отходы

I-IV класса опасности

- сбор
 - транспортировка
 - обработка
 - утилизация
-

**УТИЛИЗАЦИЯ
МЕДИЦИНСКИХ
ОТХОДОВ**

**ЭКСПЕРТНЫЕ
ЗАКЛЮЧЕНИЯ**

«Мира и благополучия Вашему дому»

РФ, г. Калининград, ул. Больничная, 24, офис 32.

Тел./факс: +7 (4012) 37-63-39, 641-309, +7 (909) 777-90-09

www.gr-com.ru e-mail: gr_ru@mail.ru

ДЕПАРТАМЕНТ СОДЕЙСТВИЯ РАЗВИТИЮ И ПРОДВИЖЕНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА «ЗА СВОБОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»



**Регистрация ООО и ИП,
реорганизация, ликвидация**

**Бухгалтерское и налоговое
сопровождение**

**Составление всех видов
деклараций,
в т. ч. 3-НДФЛ
(возврат налога для физлиц)**

**Консультирование
по организации
и ведению бизнеса**

**Семинары, тренинги,
мастер-классы**

**Курсы по бизнес-
планированию
и повышению квалификации**

**Организация обучения
по вопросам охраны труда
и пожарно-техническому
минимуму на предприятии**

**Консультирование по
вопросам приобретения
недвижимости на льготных
условиях в беспроцентную
рассрочку**

**г. Калининград, Гвардейский пр., 15,
пом. 17, оф. 121а, тел. (4012) 520-068,
e-mail: kdsrpp39@mail.ru**





4 | КОНКУРС
«Янтарный Меркурий»: в этом зале
все победители

10 | НОВОВВЕДЕНИЯ

12 | ДНЕВНИК НАБЛЮДЕНИЙ
Олег ЧЕРНОВ: «Новая карта мира:
какое место займет Калининград»

15 | ПОЗДРАВЛЯЕМ!
Вручены награды ТПП РФ

16 | ДОСКА ПОЧЕТА
Трудности переезда

18 | ПОЗДРАВЛЯЕМ!
Форпост для лидерства

20 | ПОЗДРАВЛЯЕМ!
Награды – дань подвигу людей,
не допустивших коллапса экономики

22 | ОБСУЖДЕНИЕ
Семейному бизнесу нужны правила

24 | ПРОЕКТ
Денис ЧЕЧУЛИН:
«У нас нет конкурентов.
Мы - лучшие»

30 | МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ
Моратории на валютные проверки
и блокировку счетов

32 | УПРАВЛЕНИЕ
Что такое финансовое планирование
и кому оно пригодится

38 | КОНСУЛЬТАЦИИ
Промокод на услуги ОФД

40 | ГОСЗАКУПКИ обзор

42 | МАРКЕТИНГ
Как подобрать название бренда

49 | МАРКЕТИНГ
Особенности составления
интеллект-карты

54 | ТЕХНОЛОГИИ
Техэксперт приглашает

56 | КОНТАКТЫ
Где можно получить
защиту и поддержку?

НАШИ ПАРТНЕРЫ:



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



Руководитель проекта:
Галина ТРЕТЬЯКОВА
E-mail: reklama@inok.ru



Руководитель проекта:
Анна МИРОНОВА
E-mail: mironova@mbkaliningrad.ru



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



Руководитель проекта:
Оксана БУКАУСКЕНЕ
E-mail: kdsrpp39@mail.ru



Руководитель проекта:
Андрей КРЫЛОВ
E-mail: gr_ru@mail.ru



Руководитель проекта:
Светлана ХРОМОВА
E-mail: director@mik-avia.ru

*У нас отличная
компания,
присоединяйтесь!*

27 мая лучшие из лучших принимали поздравления с победой в бизнес-конкурсе «Янтарный Меркурий», организованном Калининградской ТПП.

«Янтарный Меркурий»: в этом зале все победители



«Янтарный Меркурий» состоялся в двенадцатый раз. Конкурс на лучшее региональное предприятие был учрежден палатой в 2010 году, в год 20-летия Калининградской ТПП. С тех пор 114 калининградских компаний и 4 муниципальных образования региона стали победителями в различных номинациях, а 18 компаний и администрация городского округа «Город Калининград» вышли на общероссийский уровень и стали лауреатами и победителями федерального конкурса.



Количество номинаций для участников расширяется с каждым годом и позволяет найти свою нишу представителям любой отрасли и любого вида деятельности. Расширена номинация для предприятий строительной отрасли – теперь на «Янтарный Меркурий» смогли заявиться и производители стройматериалов, и те, кто возводит здания, прокладывает

дороги. Также разделили на две номинации «производственников» – выделили продукцию производственно-технического назначения и потребительскую.

Открыли церемонию президент Союза «Калининградская торгово-промышленная палата» Феликс ЛАПИН и председатель Совета Калининградской ТПП Сергей ЛЮТАРЕВИЧ.



ДЛЯ СПРАВКИ:

Победители «Янтарного Меркурия» участвуют в федеральном этапе конкурса. По итогам 2019 года у нас появился победитель «Золотого Меркурия» в очень сложной номинации – «Лучшим предприятием – экспортёром в сфере международного инновационного сотрудничества» стало ООО «КОДЭ», крупнейший производитель софта для управления контроллерами.

А по итогам 2020 года небольшое производство, где варят крафтовые сыры, - КФХ Ильина, победило в номинации «Лучшее малое предприятие в сфере производства агропромышленной продукции».

24 июня мы узнаем, кто же из калининградцев стал лучшим по итогам 2021 года. Церемония награждения победителей «Золотого Меркурия» состоится в Москве и соберёт представителей бизнеса со всей России.

ОГРАНИЧЕНИЯ НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ

Предприятия, ставшие победителями конкурса в течение последних трех лет, к участию не допускаются.

Если одна из компаний, входящих в группу компаний, победила в конкурсе, другая компания, являющаяся самостоятельным юридическим лицом, может участвовать в конкурсе (по согласованию с организационным комитетом конкурса).

Конкурс проводится на безвозмездной основе. Участники конкурса не платят взносы и не несут расходы на экспертизу.



Это праздник людей высочайшей ответственности, которые, создав бизнес, отвечают за него

«Я очень рад, что вы нашли в себе силу, энергию, чтобы прийти и отметить наш праздник, праздник предпринимательства, - обратился к членам палаты Феликс ЛАПИН. - Это праздник людей высочайшей ответственности, которые, создав бизнес, отвечают за него собственной шкурой. Все, что происходит в бизнесе и вокруг бизнеса, все, что пытается зарегулировать деятельность, мы чувствуем на своей коже. Я хотел бы пожелать всем терпения, уверенности, что вы все делаете правильно. Помните песню – и на Марсе будут яблони цвести? Я точно знаю, что если это будет возможно, то первые яблоневые сады на Марсе разобьют предприниматели Калининградской области!»

Председатель Совета Калининградской ТПП Сергей ЛЮТАРЕВИЧ, подчеркнув значимость палаты как площадки, объединяющей бизнес, места, где постоянно идет конструктивный диалог между бизнесом и властью, отметил: «Мы сегодня будем награждать лучших из лучших. Но я уверен, что в этом зале все победители. Только тот человек, который побеждает себя, может быть предпринимателем. Я поздравляю всех с этим праздником, вас и ваши коллективы. Пускай все задуманное реализуется. Никогда не теряйте дух предпринимателя!»



Наши победители

- В номинации «Лучшее предприятие в сфере производства продукции производственно-технического назначения» - **ООО «Родионов-камень»**
- В номинации «Лучшее предприятие в сфере производства потребительской продукции» - **ООО «Управляющая компания «Продукты питания»**
- В номинации «Лучшее предприятие в сфере строительства и строительной индустрии» - **ООО «ТК «ГИДРОКОМФОРТ»**
- В номинации «Лучшее предприятие-экспортер в сфере промышленного производства» - **ООО «Первая Картонажная Фабрика»**
- В номинации «Успешный старт» - **ИП Соломонова К.А.**
- В номинации «Лучшее крестьянско-фермерское хозяйство» - **КФХ «Калина»**
- В номинации «Лучшее предприятие в агропромышленном комплексе» Победитель: **ПСПК «Наш Продукт»**
Лауреат: **ООО «Романовски-Агро»**
- В номинации «Лучшее предприятие в сфере услуг» - **ООО «Экология производства»**
- В номинации «Лучшая компания в сфере информационных технологий» - **ООО «Инфотех»**
- В номинации «Лучшее предприятие в сегменте HoReCa» - **ООО «Кейтеринговая компания «Русский пир»**
- В номинации «Работодатель года» - **ОАО «Калининградский тарный комбинат»**
- В номинации «Лучшее семейное предприятие» - **ООО «Мик-Авиа»**
- В номинации «Лучший региональный бренд» - **ООО «Агрофабрика Натурово»**
- В этом году в номинации «Лучший региональный бренд» экспертным советом было решено учредить специальный приз жюри. Спецприз вручен одному из самых известных брендов региона - **МАУК «Калининградский зоопарк».**
- В номинации «Лучший муниципалитет (город) с наиболее благоприятными условиями для развития предпринимательства» - **МО «Гусевский городской округ».**

Фото Алексея ПОЛИЩУКА, Андрея РУБЧЕНКО



Феликс ЛАПИН,
президент Калининградской ТПП:

- Я точно знаю, что если это будет возможно, то первые яблоневые сады на Марсе разобьют предприниматели Калининградской области!

Хотите узнать о наших победителях поподробнее? Заходите на виртуальную выставку Калининградской ТПП, которая открылась 27 мая и продлится до 27 июня. Проект запущен в честь Дня российского предпринимательства и приурочен к подведению итогов конкурса «Янтарный Меркурий» за 2021 год. В экспозиции более 50 стендов.

QR-код для перехода на стенд конкурса:



Посещение выставки возможно через мобильное и десктопное приложение, которые можно скачать на сайте <https://vrcci.ru/>, в web-версии, а также с помощью VR-очков.

Губернаторский срок на пять лет, повышение МРОТ и прожиточного минимума, увеличение количества бюджетных мест в вузах. Первый месяц лета приносит много законодательных изменений.

Изменения с 1 июня

Представляем подборку важных законов и правил, которые заработают в июне 2022 года и коснутся многих россиян.

Повышение МРОТ и прожиточного минимума

Прожиточный минимум в стране с 1 июня повысится на 10% и составит 13919 рублей. Поскольку в зависимости от его размера устанавливается часть пособий и выплат, это также приведет к их увеличению, станет дополнительным подспорьем для многих семей с детьми.

Вслед за прожиточным минимумом на 10% должен вырасти минимальный размер оплаты труда – он составит 15779 рублей в месяц. За полное рабочее время теперь работодатель должен будет платить не меньше этой суммы. Еще МРОТ влияет на больничные и декретные: их минимальная сумма зависит от этого показателя, и она тоже поднимется.

Смягчение запретов для инвесторов

С 1 июня Банк России отменит запрет на короткие продажи ценных бумаг. Кроме того, регулятор принял решение временно – с 1 июня по 31 декабря 2022 года – уменьшить размер кредитного плеча, который брокер может предоставить клиенту для совершения необеспеченных сделок с активами. Напомним, что запрет на открытие коротких позиций («шортов») ввели 22 марта.

Такое решение в ЦБ объяснили обеспечением защиты интересов инвесторов на финансовых рынках, снижением рисков и ограничением чрезмерной волатильности. Короткие продажи – это когда трейдер берет у брокера валюту или ценные бумаги в долг, продает их, потом выкупает дешевле и возвращает брокеру. Так зарабатывают на разнице при ожидаемом падении цены активов.

Индексация пенсий

С 1 июня на 10% будут увеличены пенсии неработающим пенсионерам. Индексация коснется 35 миллионов получателей страховых пенсий. Минтруд обещает, что повышенные выплаты им начнут поступать на карты уже с 3 июня.

С учетом предыдущей индексации, проведенной на 8,6% с 1 января 2022 года, пенсии вырастут на 19,5% или в среднем на 1760 рублей. Повышение произойдет автоматически – никаких заявлений для этого подавать не нужно.

Губернатор или глава региона

С 1 июня устанавливается пятилетний срок полномочий региональных парламентов, а также порядок и основания для досрочного прекращения полномочий.

Руководитель субъекта РФ официально будет называться или губернатором, или главой региона и сможет занимать свою должность более двух сроков подряд. Один губернаторский срок также составит пять лет.

Больше получателей пенсии по потере кормильца

Увеличивается период выплаты страховой пенсии по потере кормильца для получателей старше 18 лет, окончивших школу и не поступивших в средние или высшие учебные заведения. В этом случае пенсию будут получать до 1 сентября года, в котором завершено обучение.

Кроме того, обеспечивается непрерывность получения таких выплат для поступивших в среднее или высшее учебное заведение. Также не нужно будет доказывать факт иждивения в случае, если получатели пенсии не состоят в трудовых отношениях.

Упрощенная идентификация клиента

С 29 июня облегчается идентификация клиентов-физлиц для организаций, осуществляющих операции с денежными средствами или иным имуществом. Для этого разрешается использовать водительские права.

Увеличивается лимит платежа по КАСКО и ОСАГО, при котором не требуется проверять данные клиента (за исключением ж/д транспорта), – с 15 тыс. до 40 тыс. рублей.

Изменения в законе о госрегистрации недвижимости

Новый закон регламентирует действия МФЦ при получении заявления о государственном кадастровом учете или регистрации прав и прилагаемых к нему на бумажном носителе документов.

Электронные образцы документов также уравниваются в силе с бумажными аналогами, и исключается возможность подачи заявления о кадастровом учете или регистрации права по почте.

Меры социальной защиты получить будет легче

С согласия граждан реквизиты банковских счетов, на которые они хотят получать выплаты, автоматически передадут в органы, предоставляющие меры социальной защиты.

В России появится «паспорт болельщика»

Продавать билеты на спортивные мероприятия будут при наличии «паспорта болельщика». Список таких мероприятий устанавливает правительство.

Оформить документ можно через портал «Госуслуги». Отказать в его выдаче могут, например, если болельщик нарушал общественный порядок на спортивных мероприятиях. Решение об отказе можно обжаловать в суде.

Экипаж сможет использовать спецсредства для умиротворения пассажиров

С 5 июня члены экипажа и сотрудники Службы авиационной безопасности при пресечении противоправных действий на борту смогут использовать специальные средства сдерживания. Делать это можно на основании распоряжения командира воздушного судна.

Список спецсредств, правила их применения и порядок действий экипажа установит правительство РФ.

Лечение детей препаратами офф-лейбл

Препараты офф-лейбл (лекарства, которые назначают по показаниям, не упомянутым в инструкции по их применению. – Прим. ТАСС), уже включенные в клинические рекомендации или стандарты оказания медпомощи, могут использоваться для излечения тяжелых заболеваний у детей (перечень определен правительством), но только после обязательного информирования и получения согласия пациента или его представителя.

Закон позволит использовать современные препараты для лечения детской онкологии и гематологии.

Социальная помощь станет более адресной

Государство будет информировать граждан о возможности получения положенных льгот и пособий.

Всю необходимую информацию для назначения пособия возьмут из Единой государственной системы социального обеспечения с согласия граждан.

Весна-2022... Безусловно, произошедшие события перезапустили всю российскую, а вслед за ней и общемировую экономику. Как сейчас принято говорить – произошли глубинные структурные изменения, и нам всем придется учиться жить в новых условиях. Калининграду же как региону-эксклаву сегодня ЖИЗНЕННО ВАЖНО найти свое место на обновляющейся экономической карте.

Новая карта мира: какое место займет Калининград?

Позволю себе как руководитель Балтийского металлообрабатывающего кластера сделать первые осторожные выводы по изменениям, которые произошли в нашей отрасли за эти два невероятно тяжелых месяца.

Ключевые проблемы, с которыми столкнулись все металлообрабатывающие предприятия региона, – это КОЛОССАЛЬНЫЕ сложности с ЛОГИСТИКОЙ и проблемы с РАСЧЕТАМИ с иностранными поставщиками.

Олег ЧЕРНОВ,
основатель ГК «БМК», генеральный директор АО «ИМС» ИП STANLWERK

Море «замерзло»

Один из основных каналов для перевалки оптовых партий сырья – морской путь – для нашего региона оказался фактически «заморожен». Мы фиксируем критический уровень опасности по задержкам грузов. И теперь речь идет уже не только о европейских партнерах, но и о поставщиках из Юго-Восточной Азии.

Основная проблема возникает на этапе, когда контейнеры, прибывшие в европейские порты, особенно Польши, должны готовиться к перегрузке в наш порт назначения. Но этого не происходит – на текущий момент сотни контейнеров региональных компаний, в том числе и наших резидентов, застряли в различных европейских портах.

Особенно сложными выдались последние недели – после введения пятого пакета санкций. И что самое печальное – ни у кого пока нет рабочих механизмов по выводу застрявших партий товаров и сырья.

Паром не тянет

Мы весьма признательны за оперативную работу, которую провели областные и федеральные власти. Как и было обещано, на паромную линию «Усть-Луга – Балтийск – Усть-Луга» в кратчайшие сроки вышли дополнительные суда. На сегодняшний день по маршруту курсируют уже 3 паромов и 1 сухогруз. Но вынужден отметить, что даже этого объема недостаточно для организации оптимальной перевалки грузов между Калининградом и материковой частью.

При этом доставка силами паромов автотранспорта или вагонов осуществляется уже по тарифу с увеличенным сухопутным коэффициентом – а это, на секунду, +30% к стоимости!

Да и попасть в паромное расписание – задача не для слабонервных: очередь на погрузку расписана на месяц вперед.

Автотранспорт: бодрое движение

Удивительно, но факт: по результатам опроса наших резидентов мы фиксируем, что ситуация с наземным транспортом за последний месяц стабилизировалась – скорость движения

грузов увеличилась, а тарифы, взлетевшие месяц назад в 3 раза, «откатились» обратно.

Конечно, закрытие проезда через погранпереход в Советске увеличило очереди в Чернышевском и не лучшим образом отразилось на скорости транзита, но очень надеемся на открытие в июне-июле нового погранперехода в Дубках.

Уверен, что отличным подспорьем для снижения цены грузоперевозок и загрузки наших автотранспортников стало бы формирование на границе нашего региона логистических хабов по примеру соседней Белоруссии. Логично было бы воспользоваться внезапным преимуществом и перегружать на материковую часть России те иностранные грузы, которые могут поставиться в наш регион иностранными перевозчиками.

Дополнительным плюсом стало бы разрешение выйти на линию автотранспорта с региональной растаможкой. Количество фур на маршруте «Калининград – материковая Россия» выросло бы, а тарифы на перевозку серьезно уменьшились бы.

Ж/Д маршрут: островок стабильности

Еще одна наша ключевая артерия – железная дорога – также справляется с потоком грузов. Остаются вопросы лишь к некоторым владельцам вагонов, кто по-прежнему не желает отправлять их в наш регион. Но эти случаи скорее единичные: в целом ситуация с доступностью вагонов стала гораздо лучше, чем месяц назад.

Скорость движения грузов выросла

На текущий момент этот канал поставок в регион – пока один из самых стабильных и хорошо прогнозируемых. Сегодня один из наших резидентов – проект «Строительные материалы БМК» – всерьез рассматривает увеличение доли ж/д перевозок в своей работе и планирует перейти от автомобильных перевозок к использованию ж/д контейнеров.

Комплаенс – новая банковская реальность

Однако есть одно серьезное НО, которое сбивает наш оптимистический настрой.

Новое слово «комплаенс» становится черным символом всей международной торговой активности.

Иностранные банки начинают тщательно проверять переводы, так или иначе связанные с Российской Федерацией. Все меньше число тех, кто соглашается принимать платежи от резидентов России и Белоруссии. Причем банки отказываются проводить расчеты в любой валюте, в том числе и платежи от наших экспедиторов за транзит.

Так, например, у наших экспедиторов по ж/д еще в апреле платежи принимали три прибалтийских банка. В конце апреля сдался Swedbank, закрыв возможность платежей. Второй на очереди – банк Luminor, который приостанавливает платежи в ближайшее время. Сколько продержится наш третий партнер – непонятно.

Одним словом, риски неприема платежей увеличиваются с каждым днем, что может негативно отразиться на транзите наших грузов по территории Литвы.

Форс-мажор по-русски

Есть вопросы и к работе наших банков. Они пока не признают существенными письма от иностранных поставщиков о наступлении форс-мажора. Для нас это означает угрозу нарушения сроков валютных операций со штрафными санкциями – причем на суммы, порой равные 100% от внесенной предоплаты.

В итоге наши резиденты рискуют потерять не только суммы предоплат, но и будут вынуждены заплатить такие же штрафы.

Сейчас мы по рекомендации от ЦБ достигли договоренности с банками и получили корректировку сроков СВО в одностороннем порядке, которая действительно до окончания действия

контракта. Но вопрос окончательно не решен: когда подойдет срок окончания контракта, вопрос встанет вновь.

Кризис как возможность

Я постарался перечислить ключевые риски, с которыми сейчас работают калининградские металлообработчики. Отмечу, что непредсказуемости ситуации добавляет стабильный рост тарифов естественных монополий.

И, тем не менее, рад зафиксировать, что в нашем регионе за последние годы сложилась вполне эффективная схема взаимодействия региональных властей и бизнеса. Отличным рупором и инициатором выступают наши бизнес-объединения. Поэтому все кризисные ситуации мы проходим вместе, слушая и слыша позиции друг друга.

Считаю, что главная задача, которая стоит сегодня перед экономикой региона, – это СОХРАНИЕ И НАРАЩИВАНИЕ внутреннего спроса. Это станет серьезной мотивацией для бизнеса сохранять себя, искать пути выхода из очередного кризиса, выстраивать новые логистические цепочки и главное – продолжать производить продукт.

В последний месяц мы в нашей отрасли видим увеличение заказов на металлообработку и металлосервисные услуги, хотя, казалось бы, потребность на рынке закономерно должна снижаться.

Также мы отмечаем, что потребители начинают отказываться не только от импортных поставок металлоконструкций и изделий из металла, но даже пересматривают отношения с поставщиками с материковой России. Все чаще калининградцы ищут альтернативу у местного производителя.

Все это лишь подтверждает общеизвестную бизнес-истину: любой кризис стоит рассматривать не как трагедию и удар, а как возможность для трансформации и нового рывка.

Верим в то, что кризис сплотит нас решать актуальные задачи!
Желаю всем сил и терпения в преодолении ситуации!

Наши резиденты рискуют потерять не только суммы предоплат, но и будут вынуждены заплатить такие же штрафы

27 мая на торжественном мероприятии, посвященном празднованию Дня российского предпринимательства, президент палаты Феликс ЛАПИН и председатель Совета Калининградской ТПП Сергей ЛЮТАРЕВИЧ вручили награды ТПП РФ.

Вручены награды ТПП РФ



Приказом ТПП РФ за вклад в развитие экономики и предпринимательства Калининградской области и активное сотрудничество с Союзом «Калининградская торгово-промышленная палата» дипломом Торгово-промышленной палаты РФ награждена:

■ Ассоциация учреждений и организаций профессионального образования Калининградской области

Приказом ТПП РФ за вклад в развитие экономики и предпринимательства Калининградской области и активное сотрудничество с Союзом «Калининградская торгово-промышленная палата» почетной грамотой Торгово-промышленной палаты Российской Федерации награждены:

■ Александр ДАНИШЕВСКИЙ (генеральный директор ООО «Техносервис»)

■ Дмитрий ДЕМЧУК (директор ООО «Кадастровый инженер»)

■ Валерий ЖАСАН (главный конструктор по направлению АО «ОКБ «Факел»)

■ Мухтар Али ИБРАГИМОВ (президент ООО «Максик»)

■ Роман АРАНИН (генеральный директор ООО «Обсервер»)

Звание «Почетный член ТПП России» присваивается российским коммерческим и некоммерческим организациям, индивидуальным предпринимателям, являющимся членами ТПП РФ не менее 15 лет, за значительный вклад в развитие национальной экономики и предпринимательства, достижение высоких производственных и социальных показателей, активное сотрудничество с ТПП РФ, содействие развитию института торгово-промышленных палат.

Постановлением Правления Торгово-промышленной палаты Российской Федерации звание «Почетный член Торгово-промышленной палаты Российской Федерации» присвоено:

■ АО «Агрофирма «Прозоровская» (компания

является членом Калининградской ТПП уже 24 года)

■ ООО «Айсберг-Аква» (член Калининградской ТПП в течение 19 лет)

■ ООО «Винно-коньячный завод «Альянс – 1892» (компания является членом Калининградской ТПП 19 лет)

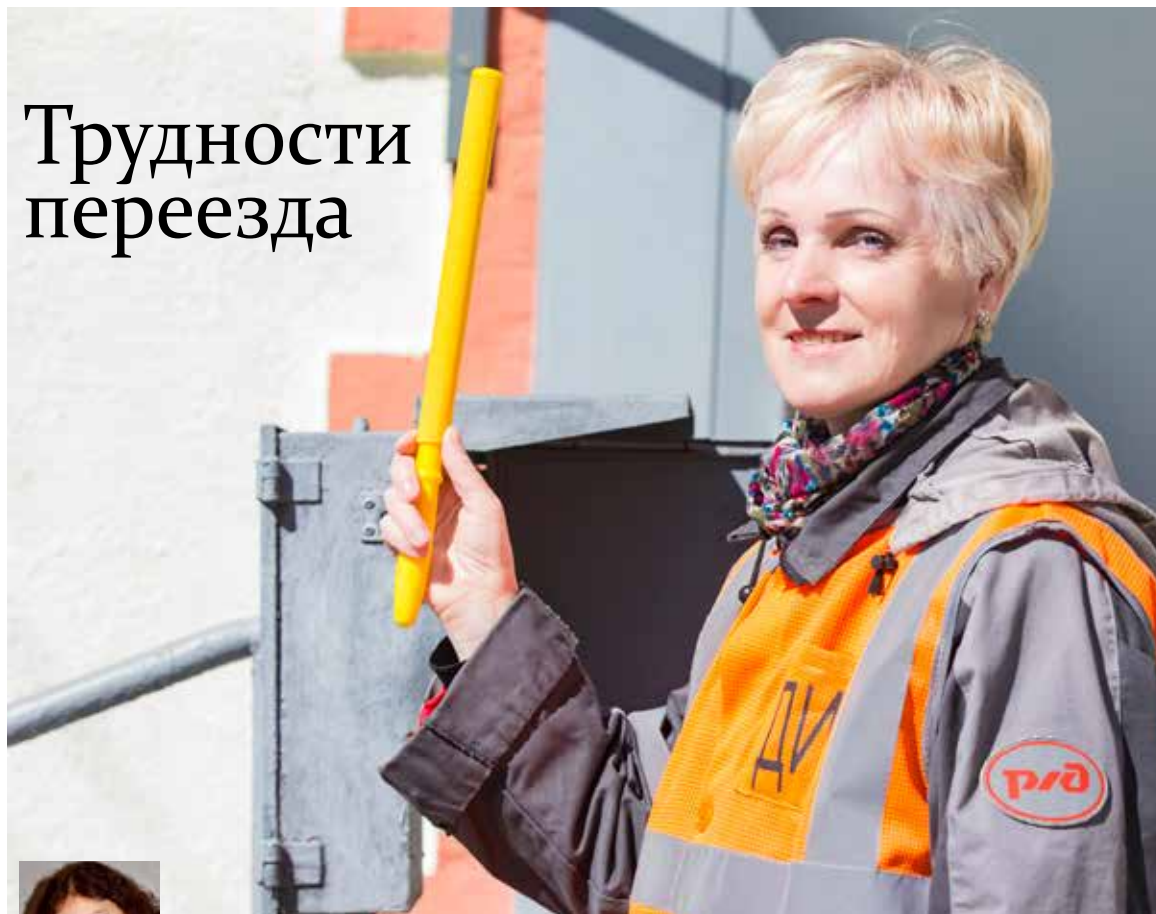
■ ЗАО «Зверохозяйство «Гурьевское» (в этом году стаж членства в Калининградской ТПП составит 25 лет)

■ АО «Калининградский холодокомбинат» (компания стала членом Калининградской ТПП 30 лет назад)

■ ЗАО «Мерапак» (компания является членом Калининградской ТПП 19 лет)

9 июня отмечается Международный день привлечения внимания к железнодорожным переездам

Трудности переезда



Ирина ПАРШИНА,
ведущий специалист
отдела корпоративных
коммуникаций КЖД

Дежурная по переезду Светлана ПАСКЕВИЧ дважды предотвратила ДТП на железнодорожном переезде.

Светлана ПАСКЕВИЧ – коренная жительница Калининградской области. С малых

лет живет в приморском городке и работать предпочитает здесь же, на родном Балтийском побережье. У нее приличный стаж службы в армии, и уже пять лет она трудится на Калининградской железной дороге дежурной по переезду.

... Пронесется одна за одной электрички, разрезая гудками курортную тишину, но рабочий пост Светланы тихим не назовешь. Расположенный возле станции Светлогорск-1, на пересечении железнодорожного полотна с главной

- Здесь все просто, и я не героиня, улыбаясь, говорит о своей работе Светлана ПАШКЕВИЧ.

автодорогой, ведущей в Калининград, переезд на 48-м км считается одним из самых сложных. Движение здесь интенсивное, в летний период тысячи отдыхающих на автомобилях устремляются к морю, график движения поездов, как говорят железнодорожники, становится напряженным.

Независимо от погодных условий и сложившихся обстоятельств, ответственность на дежурной по переезду огромная. Она встречает поезда, регулирует движение по переезду всех видов транспорта, обеспечивая безопасность движения. Приборы автоматизации, которыми оснащен переезд, умная сигнализация ей в этом помогают.

- Здесь все просто, и я не героиня, улыбаясь, говорит о своей работе ПАСКЕВИЧ.

Тем не менее она, как никто другой, понимает, как сложны бывают ситуации на дороге. А участники дорожного движения это осознают порой только в тот момент, когда их автомобиль внезапно застревает на переезде перед мчащимся поездом.

Заградительная сигнализация на охраняемом переезде работает как часы, и нарушитель, пренебрегший нехитрыми правилами, может оказаться попросту заблокированным на путях. Бывает, и машина дает технический отказ прямо на рельсах. От растерянности водители не знают, что предпринять. Дежурная же по переезду действует четко: перекрывает движение и сообщает об этом машинисту, диспетчеру железной дороги и в ГИБДД.

В минувшем году и уже в этом, 2022-м, у Светланы Анатольевны были два таких случая. Последний – в апреле этого года, когда женщина, двигавшаяся со стороны Светлогорска, игнорируя запрещающий сигнал светофора, выехала на переезд, в этот момент сработало устройство заграждения путей и автомобилю пришлось остановиться. В результате – ловушка: впереди путь закрыт, позади – вереница автомобилей и, как говорится, ни туда, ни сюда хода нет.

Благодаря оперативным действиям дежурной все обошлось. И нарушительница жива, и машина не пострадала. Поезд с пассажирами тоже цел. Но могло быть иначе. По данным ревизорского аппарата Калининградской железной дороги, в прошлом году в результате ДТП на переезде в регионе погиб один человек, один оказался травмирован. В текущем году не допущено ни одного случая ДТП на переездах магистрали, однако зафиксировано два несанкционированных выезда автомобилей на железнодорожные пути.

Светлана ПАСКЕВИЧ долгое время служила в Вооруженных силах, работала на границе на контрольно-пропускном пункте. Наверное, по сути, так и осталась она служивым человеком, потому что армейская закалка помогает существенно в работе на железной дороге, где зачастую личная дисциплина и организованность являются залогом безаварийной работы.

Что касается ответственности, то она у Светланы Анатольевны записана в генах. Бабушка была дежурной по переезду, дед – начальником станции. Так что династия не подвела, да и свои личные качества у нашей героини на высоте. Но она уверена, что прежде всего люди, которые находятся за рулем, должны проявлять большую ответственность при пересечении переездов, ведь на кону в этом случае всегда здесь оказывается человеческая жизнь.



Без пересадок – до Анапы

Прицепной вагон до Анапы вновь начинает курсировать в составе поезда Калининград-Адлер со 2 июня.

Со 2 июня и далее по датам на летний период в состав поезда №360 Калининград – Адлер назначается прицепной вагон до Анапы. Время отправления с Южного вокзала – 18:07. В обратном направлении вагон будут включать с 5 июня в состав поездов №130 Анапа – Красноярск и №205 Анапа – Иркутск, перцепляя его в Краснодаре в состав поезда №359 Адлер – Калининград. Время отправления из Анапы – 19:40.

На сайте Федеральной пассажирской компании, в мобильном приложении «РЖД Пассажирам» можно ознакомиться с точными датами курсирования поездов между Калининградом и Анапой, а также заранее приобрести билеты.

Калининградская железная дорога заняла первое место среди магистралей страны по итогам работы в первом квартале 2022 года.

Форпост для лидерства



20 мая на КЖД состоялась видеоконференция в связи с присуждением магистрали первого места среди железных дорог России по итогам работы в первом квартале 2022 года. Руководству КЖД было вручено свидетельство о победе в отраслевом соревновании.

Генеральный директор – председатель правления ОАО «РЖД» Олег БЕЛОЗЕРОВ поздравил калининградских железнодорожников с заслуженной наградой, особо отметив в своем выступлении, что коллектив показал высокие результаты, обеспечивая в сложных условиях надежные и безопасные перевозки.

По итогам работы в первом квартале дорога увеличила объем погрузки и перевозки грузов, больше пассажиров стали пользоваться поездами дальнего следования и пригородного сообщения. Увеличилась среднесуточная скорость движения,

практически с абсолютной точностью выполняется график курсирования поездов.

Олег БЕЛОЗЕРОВ отметил высокий уровень экологической работы, проводимой на магистрали, активную вовлеченность работников в волонтерское движение.

Дорога работает в тесном взаимодействии с правительством региона. Обновлен парк пригородных поездов, увеличены параметры областного заказа.

Как результат, в летнем графике 2022 года на пригородных маршрутах дороги запланировано выполнить 18 тысяч рейсов, что на треть больше, чем летом прошлого года. Другими словами, поезда на побережье теперь будут отправляться с интервалом в 30 минут, как в доброе старое время.

Руководитель холдинга РЖД заверил, что компания и дальше будет делать все, чтобы обеспе-

чивалась связь форпоста со всей страной, развитие Калининградской области.

Губернатор Калининградской области Антон АЛИХАНОВ в свою очередь выразил признательность руководству и коллективу магистрали за сотрудничество и подчеркнул, что железная дорога играет огромную роль в социально-экономическом развитии региона, обеспечивая доставку грузов дешевле, быстрее и удобнее в сравнении с альтернативными видами транспорта.

Глава региона поздравил калининградских железнодорожников с наградой, выразил признательность за ежедневный труд, высокий профессионализм в работе.

Начальник Калининградской железной дороги Сергей САПЕГИН поблагодарил руководителей компании и региона за высокую оценку работы коллектива, заверив, что первоочередной задачей для магистрали является бесперебойная доставка в Калининградскую область всей необходимой номенклатуры грузов и товаров как по традиционному сухопутному маршруту, так и с максимальным задействованием возможностей паромной линии.

Сергей САПЕГИН подчеркнул, что коллектив магистрали, подняв планку в работе, и в дальнейшем будет стремиться к выполнению транспортно-логистических задач на самом высоком уровне.

Фото Ольги ОТВАЛКО

АВИАКАССЫ НА ЖИТОМИРСКОЙ

г. Калининград, ул. Житомирская, д. 18,
тел. 539-053, факс 539-346 e-mail: info@y-k.ru



ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ «МИК-АВИА»

г. Калининград, ул. Житомирская, д. 20,
тел. 533-388, факс 538-853 e-mail: tour@mik-avia.ru

РАСПИСАНИЕ (находится в процессе утверждения)

полетов международного аэропорта «Храброво» с 1.06.22 по 30.06.22

1 – ПОНЕДЕЛЬНИК, 2 – ВТОРНИК, 3 – СРЕДА, 4 – ЧЕТВЕРГ, 5 – ПЯТНИЦА, 6 – СУББОТА, 7 – ВОСКРЕСЕНЬЕ

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	S7 1214	Ежд	11-00	14-00	S7 1213	Ежд	09-05	10-15
		S7 1212	2 3 4 6	16-50	19-50	S7 1211	2 3 4 6	14-50	16-00
		U6 372	Ежд	11-55	14-55	U6 371	Ежд	10-00	11-05
		U6 168	Ежд	17-55	20-55	U6 167	Ежд	16-00	17-05
		U6 628	5 6 7	13-55	16-55	U6 627	5 6 7	12-00	13-10
	321	6R 4676	1	12-35	15-35	6R 4676	1	10-40	11-35
МОСКВА ШРМ	32A	SU 1001	Ежд	09-10	12-50	SU 1000	Ежд	06-40	08-20
		SU 1003	Ежд	12-50	16-30	SU 1002	Ежд	10-15	11-55
		SU 1005	Ежд	16-10	19-50	SU 1004	Ежд	13-40	15-20
		SU 1007	Ежд	19-55	23-00	SU 1006	Ежд	18-30	20-10
		SU 1009	Ежд	06-00	09-05	SU 1008	Ежд	20-05	21-45
		SU 1011	Ежд	19-05	22-45	SU 1010	Ежд	16-35	18-15
		SU 1013	Кр 6 7	17-40	21-20	SU 1012	Кр 6 7	15-00	16-40
	738	SU 1015	Ежд	10-25	14-05	SU 1014	Ежд	07-55	09-35
ВНУКОВО	738	5N 212	2 4 6	21-55	01-00	5N 211	2 4 6	20-15	21-15
	73 B	R3 776	1 7	12-35	15-35	R3 775	1 7	10-40	11-35
ЕКАТЕРИНБУРГ	738	DP 262	Ежд	09-20	12-10	DP 261	Ежд	07-50	08-55
		DP 264	Ежд	20-40	23-30	DP 263	Ежд	19-10	20-15
ИВАНОВО	319	U6 404	2 6	12-45	19-25	U6 403	2 6	12-30	13-15
ИЖЕВСК	ЦРЙ	7R 399	2 6	12-35	15-50	7R 400	2 6	10-35	11-50
КАЗАНЬ	738	ИЖ 902	3	18-40	00-10	ИЖ 901	3	16-00	17-40
	ЦРЙ	7R 349	5	07-00	12-25	7R 350	5	13-10	16-15
КАЛУГА	73X	N4 592	5	16-10	19-55	N4 591	5	20-50	23-00
			7	21-00	00-40		1	12-40	14-50
КАЛУГА	SU9	A4 246	1 5	15-40	18-20	A4 245	1 5	13-55	14-40
МИН. ВОДЫ	SU9	A4 648	1 4	18-15	22-20	A4 341	1 4	15-15	17-30
МИНСК	E95	B2 950	3 5 7	14-55	18-50	B2 949	3 5 7	12-15	14-05
НИЖНИЙ НОВГОРОД	73X	N4 365	2 6	20-05	23-20	N4 366	3 7	10-50	12-35
НОВОСИБИРСК	32N	S7 5066	3 6	11-40	21-50	S7 5065	3 6	09-55	10-40
ПЕТРОЗАВОДСК	ЦРЙ	7R 333	2 5	08-45	12-10	7R 334	1 4	16-45	18-20
ПСКОВ	SU9	A4 606	1 5	14-55	17-55	A4 605	1 5	13-10	14-05
САМАРА	73X	N4 63	1	16-35	21-25	N4 64	2	08-55	10-05
			4	17-30	22-20		5	09-50	11-00
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	319	SU 6324	Ежд	09-40	12-10	SU 6323	Ежд	08-25	08-55
		SU 6326	Кр 1	12-30	14-55	SU 6325	Кр 1	11-15	11-45
			1	11-40	14-05		1	10-30	11-00
		SU 6328	Ежд	02-55	05-25	SU 6327	Ежд	00-05	00-40
	320	SU 6330	Ежд	18-05	20-30	SU 6329	Ежд	16-50	17-20
		U6 392	Ежд	14-05	16-35	U6 391	Ежд	12-45	13-20
		U6 038	Ежд	19-00	21-30	U6 037	Ежд	17-40	18-15
	738	DP 530	Ежд	20-40	23-15	DP 529	Ежд	19-40	20-15
		DP 536	Ежд	09-05	11-40	DP 535	1 3 5 7	08-00	08-40
	737	5N 534	1 4 6 7	15-05	17-35	5N 533	1 4 6 7	13-45	14-25
ТАМБОВ	ЦРЙ	7R 377	1 4	07-20	10-35	7R 378	1 4	15-00	16-25
УФА	73X	N4 65	1	16-25	22-45	N4 -66	2	11-40	12-20
			4	17-40	00-05		5	11-20	11-50
ЧЕЛЯБИНСК	73X	N4 588	3 7	17-40	00-10	N4 587	4 1	11-40	12-45
ЧЕРЕПОВЕЦ	ЦР2	D2 142	2	11-05	14-05	D2 141	2	09-20	10-20
		D2 148	7	13-05	16-05		7	14-40	15-40
			4	16-00	19-00	D2 145	4	09-00	10-00

ПОЗДРАВЛЯЕМ!

27 мая калининградским предпринимателям вручили государственные награды «За заслуги перед Калининградской областью».

Награды – дань подвигу людей, не допустивших коллапса экономики



Губернатор Калининградской области не смог присутствовать на мероприятии лично из-за командировки, но направил свое видеопоздравление.

Антон АЛИХАНОВ поблагодарил цвет регионального бизнеса: «Два года назад, в разгар эпидемических ограничений, вот так же, дистанционно, поздравляя вас с Днём предпринимательства, я говорил, что этот праздник отмечается в самых, пожалуй, непростых условиях за последние годы, а может, и десятилетия.

И сейчас этот тезис снова актуален. Но так же актуальна и сильна уверенность в том, что мы с вами преодолеем все трудности. Поэтому что предприниматели нашего особого

эксклавного региона – тоже особенные и находят решения самых сложных задач. Вы – защита и гордость Калининградской области! Искренне благодарен вам за ваш профессионализм и заботу о трудовых коллективах, за ваш вклад в развитие нашей земли.

Важно, что мы работаем все вместе. Взаимодействие бизнеса и власти сейчас по-настоящему рабочее, оно лишено формальностей и нацелено исключительно на результат. Немалая заслуга в этом принадлежит нашим бизнес-объединениям и, конечно, организатору сегодняшнего праздника – Калининградской торгово-промышленной палате. Спасибо Феликсу Феликсовичу Лапину и всем организаторам «Янтарного Меркурия» за сохранение этой доброй традиции.

№137 май 2022

ПОЗДРАВЛЯЕМ!



21

Дорогие друзья! От всей души желаю всем нам успехов, удачи и силы духа! С праздником! С Днём российского предпринимательства!»

Региональные награды по поручению губернатора вручил заместитель председателя правительства Калининградской области Илья БАРИНОВ.

Орденами «За заслуги перед Калининградской областью» награждены:

Александр КОМАРОВ, управляющий директор ЗАО «Металлическая упаковка»

Марат МУСИН, генеральный директор ООО «КБС Групп»

Ирина ПОЛЯКОВА, директор филиала АО «ЛУКОЙЛ-Черноморье»

Олег ПОНОМАРЕВ, генеральный директор ООО «Торговый дом «Семья»

Медалью «За заслуги перед Калининградской областью» отмечены:

Алексей ЕЛАЕВ, заместитель генерального директора ООО «Торговый дом «Семья»

Сергей ЗАХАРОВ, генеральный директор ООО «Пранкор» (Технополис Гусев)

Игорь КАСТУСИК, директор ООО «НОВАЯ АПТЕКА»

Владимир КИРИЛЛОВ, генеральный директор ООО «Залесский фермер»

Татьяна ЛУНЕВА, президент ООО «Продукты питания Комбинат»

Маргарита САРАПИЙ, генеральный директор ООО «Фермерские продукты»

Юрий ДЕРГАЧЕВ, директор ООО «Юринат БТД»

«Я горжусь тем, что лучшие представители регионального бизнеса – члены Калининградской ТПП, – говорит президент Союза «Калининградская торгово-промышленная палата» Феликс ЛАПИН. – Несмотря на все сложности, вызванные пандемией, на ограничения, которые существенно затрудняли работу, калининградский бизнес выстоял, не только сохранил производства и рабочие места, но и сумел «вырасти», увеличив налоговые отчисления. Эти награды – дань подвигу людей, сумевших в самые сложные дни локдауна не допустить коллапса экономики».

Фото Алексея ПОЛИЩУКА

Важно, что мы работаем все вместе. Взаимодействие бизнеса и власти сейчас по-настоящему рабочее





Успешное развитие семейного бизнеса в России без соответствующего закона весьма затруднительно, уверен президент ТПП РФ Сергей КАТЫРИН. Но этого закона до сих пор нет. В Госдуме ФС РФ пошел «круглый стол», на котором обсудили вопросы развития малого предпринимательства, прежде всего семейного, в условиях санкций.

Семейному бизнесу нужны правила



Александр БОНДАРЬ,
старший эксперт пресс-службы
Центра по связям со СМИ ТПП РФ

Семейный бизнес процветает в большинстве стран, обеспечивает на планете половину рабочих мест. Есть он и в России, и ему сегодня в условиях санкций бывает весьма непросто (санкций

против России применено уже более 10 тысяч; это в пять с лишним раз больше, чем против Северной Кореи, с которой Запад ведет санкционную борьбу многие десятилетия), напомнил Сергей КАТЫРИН.

Но в то же время сегодня никто точно не скажет, сколько в стра-

не семейных компаний, заявил глава ТПП РФ. Дело в том, что до сих пор не принят закон о семейном предпринимательстве, то есть, по сути, такая форма бизнеса, конечно, есть, но формально как бы и нет.

Оценочно речь идет о 2,5 млн компаний, а если учесть, что 99 процентов фермерских хо-

зяйств – это тоже семейный бизнес, то цифра еще выше. Иными словами, огромный пласт бизнеса все еще официально не признан.

Палата давно добивается принятия закона о семейном предпринимательстве, участвовала в его разработке, но до сих пор экономический блок правительства проект закона «дошлифовывает».

Сергей КАТЫРИН высказал надежду, что в этом году дело сдвинется с мертвой точки, а это позволит разработать и правила функционирования семейного предпринимательства, и меры его поддержки, что крайне важно в нынешних непростых условиях. Налоговики перестанут постоянно подозревать, как сегодня это бывает, семейные компании в различных нарушениях, прежде всего в дроблении бизнеса для снижения налогового бремени.

Узаконенные четкие «правила игры» позволят решить проблему наследования, из-за которой, сообщил глава палаты, уже были закрыты многие ранее преуспевающие семейные предприятия. Продуманная нормативно-правовая база крайне важна для развития семейного бизнеса и для решения остальных вопросов, а их немало.

В «круглом столе» приняли участие законодатели, предприниматели, представители министерств и ведомств.

Технический директор семейной компании «Селена» из Костромы Андрей ЗЛЕНКО, в частности, рассказал о бюрократических нелепостях, которые мешают запустить толковый проект. В нынешнее непростое время, убежден он, такие вопросы надо ре-

шать быстро, законодателям следует задуматься об этом.

Директор ООО «НПП «Порошковые технологии» Александр ИЗЮКОВ считает, что нужно проанализировать, какие ниши освободились на рынке. Нужен своего рода реестр того, что необходимо делать в рамках импортозамещения, чтобы бизнес знал, что надо предпринимать. Есть огромное количество вещей, которые может сделать малый бизнес в этом плане, заявил он, приведя пример, как случайно узнал о нехватке на крупном автозаводе небольшой детали, поступавшей ранее по импорту; сейчас фирма выпускает эту деталь в нужном количестве. Но, посоветовал предприниматель, все заводы не обойти, чтобы узнать, что требуется, а вот специальный реестр очень помог бы.

Главный управляющий директор по направлению МСП и закупкам ГKR «ВЭБ.РФ» Марина РОМАНОВА, говоря о новых мерах поддержки малого бизнеса, отметила, что более половины предпринимателей попросту о них не знают; нужно наладить соответствующее масштабное информирование бизнеса.

Генеральный директор ООО «ИМПР Нежа» Игорь АБЫЗОВ считает одной из проблем российской экономики низкую производительность труда, чему виной, как правило, отсутствие нового оборудования. Да, есть программы поддержки бизнеса, модернизирующего производство, но объемы помощи незначительны. Так, в Московской области на эти цели выделили 200 млн рублей, а заявки от бизнеса поступили на 1,6 млрд рублей.

Генеральный директор ООО «Е.Ми» Николай МИРОШНИЧЕНКО, в частности, затронул

Узаконенные «правила игры» позволяют решить проблему наследования, из-за которой были закрыты многие ранее преуспевающие семейные предприятия

вопрос о непростых отношениях налоговиков и семейных компаний. Очень трудно отбиваться от обвинений в аффилированности, требуются тонны справок, бумаг, услуги бухгалтеров и т.д. Закон о семейном предпринимательстве должен расставить все по своим местам, надеется он.

Важным семейный бизнес считает вопрос дешевых кредитов. Для развития нужны кредиты инвестиционные, нельзя развивать производство при нынешних процентных ставках. На такие цели не следует государству жалеть денег на поддержку, каждый вложенный рубль со временем даст десять рублей налогов, говорили предприниматели.

Проблем было названо на «круглом столе» много. И все же было очевидно: в целом бизнес настроен работать и добиваться своего. Власть со своей стороны уже многое сделала для поддержки предпринимательства в это санкционное время. Это правильный путь, говорили участники «круглого стола», надо только активнее снимать существующие барьеры, решать оперативно появляющиеся острые вопросы, понимать, что все делают общее дело для развития экономики и страны.

Фото пресс-службы ТПП РФ

В конце мая гостем проекта Калининградской ТПП «Директор39.ru» стал Денис ЧЕЧУЛИН, руководитель КФХ «Калина».

Денис ЧЕЧУЛИН:

«У нас нет конкурентов. Мы – лучшие!»



Открывая мероприятие, президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН отметил: «У нас будет очень интересная встреча с человеком, который взял на себя такое тяжелое бремя крестьянской судьбы. Уже более 30 лет этот бизнес, семейный бизнес, успешно развивается. Постараемся узнать, в чем же секрет успеха».

Беседу вела начальник отдела РЧП Калининградской ТПП Екатерина СОЛОМАТИНА. Предлагаем познакомиться с основными тезисами беседы.

Все мое детство прошло в деревне

Я родился в Нижнем Новгороде в 1971 году. Папа 10 лет отработал авиадиспетчером, но так и не смогли они с мамой привыкнуть жить в большом городе, приняли решение вернуться на родину – в деревню. В 1982 году мы переехали в Черняховский район, в поселок Калиновка.

В 1989 году, когда «появилась» частная собственность, отец организовал первый сельскохозяйственный кооператив. Через год кооператив развалился. А когда в 1991 году появилась возможность создать крестьянское (фермерское) хозяйство, они с мамой вышли из колхоза, забрали по 9 га земли, начали работать.

В 1997 году я поступил учиться в КГТУ (по специальности «агрономия»). В 2002 году окончил, пришел работать агрономом в компанию. А в 2004-м, в возрасте 23 лет, стал руководителем нашего предприятия. Не сильно хотел ра-

ботать начальником, но так по жизни получилось. Отец мне выбора не оставил.

Семейная компания

У нас два учредителя - я и отец (по 50% акций). На предприятии работает супруга, она занимается торговлей. Мой младший брат – руководитель производства. Старшая дочь учится в Тимирязевской академии в Москве на агронома - фитопатолога. Надеюсь, она тоже будет у нас работать.

Младшая дочь проходит обучение по бизнес-программе ТПП РФ «Сто надежд бизнеса».

У нас семейное предприятие во втором поколении, и хочу, чтобы это все продлилось в третьем, четвертом, пятом.

Лимитирующий фактор - погода

Нам 31 год, мы многое прошли, и серьезных проблем для существования компании я не вижу. Лимитирующий фактор – это погода, много или мало дождя, был зимой снег или не было. Сельское хозяйство надо любить.

Счастье фермера - чтобы вовремя дождь пошел и вовремя прекратился, чтобы зимой снег лег, когда морозы приходят. В сельском хозяйстве все очень зависит от погодных условий.

Риски «разложили» по корзинам

На протяжении пяти лет мы не увеличиваем посевные площади, идем в качество, увеличивая отдачу земли. В 2015 году от зерновой группы немного ушли в овощи. Пшеница и рапс - это традиционные культуры.



Что касается овощной группы – мы риски разложили в разные корзины, так как есть опасность вымерзания рапса. И это нас выручает.

Завели такую культуру как морковь, очень сложную. Практически 90% моркови в натуровских пакетах – наша морковь. Семена картофеля вывозим в большую Россию, порядка 1000 тонн каждый год.

Картофель мы продаем по длинным контрактам (этот картофель идет на производство, в частности, чипсов «Лейс»). А если брать морковь, она продана на 30 лет вперед.

Тмин возим в Россию и Белоруссию, Латвию, Литву, Эстонию и Польшу. С прохождением границ проблем нет.

У нас нет конкурентов. Мы – лучшие. Тмин мы единственные в России выращиваем. Наши конкуренты – финны и чехи, плюс Литва.

Мы перестроились, перезагрузились, внимательно начали относиться к экономии. Не вижу проблем, узких мест нет. Погода – это основное. Все остальное в сельском хозяйстве можно сделать и решить.

ДЛЯ СПРАВКИ:

КФХ «Калина» основано в 1991 году. Сегодня «Калина» - самый крупный производитель тмина в России и самый крупный производитель моркови в регионе, помимо этих культур, здесь выращивают пшеницу, рапс, семенной картофель.

Ежегодно в севообороте используется 4000 га собственных земель. КФХ «Калина» заложило самый первый промышленный яблоневый сад в Калининградской области со времен распада СССР. Территория сада занимает более 20 гектаров, продукция представлена в торговых сетях всего региона.

В этом году КФХ «Калина» признано экспортёром года в сфере агропромышленного комплекса, победило в специальном проекте ТПП РФ «100 семейных предприятий». Благодаря чему будущий продолжатель семейного дела Чечулина Валерия обучается в проекте ТПП РФ «100 надежд бизнеса».



Я очень людей люблю, работник - это личность. Но если он мешает выполнять цели и задачи, можем поступить как с винтиком (заменить). Есть уважение, есть понимание, что от каждого человека зависит конечный результат. Не важно – то ли он на тракторе, то ли картошку перебирает. Учитывая, что мы все живем в одной деревне, постоянно на виду, когда и работаешь вместе, и вместе праздники проводишь, по-другому нельзя к людям относиться.

Каким должен быть начальник

Ключевые качества руководителя - смелость, трудолюбие и, наверное, любовь к тому делу, которым занимаешься.

*Фото из семейного архива
ВидеOVERсия - на страницах
Калининградской ТПП в YouTube.*



Ждем Вас на страницах
Калининградской ТПП!
Будем рады видеть
в числе наших подписчиков!



**СОЮЗ «КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА»**

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



О кадрах

Уровень заработной платы на селе выше, чем в городе, даже выше, чем в Калининграде, поэтому молодые кадры есть. Но есть и их отток из села. Из деревни молодежь переезжает в Черняховск, где есть школы, магазины. И уже оттуда едут работать на село.

Сейчас техника позволяет за 5 – 6 дней сделать всю необходимую работу, и по воскресеньям мы отдыхаем. Исключение – уборочная. В это время мы ориентируемся на погоду: есть дождь или нет.

Одиннадцать проектов членских организаций системы ТПП одобрены к льготному финансированию по программам ФРП, среди них - мебельное производство из Калининграда.

Калининградский проект получит финансирование по программе ФРП



Вице-президент ТПП РФ, член Экспертного совета ФРП Дмитрий КУРОЧКИН отметил, что в экспертизе инвестиционных проектов, как и прежде, принимали активное участие представители профильных комитетов и советов ТПП России, заявки помогли готовить территориальные палаты.

ООО «Аквелла инвест» (г. Калининград, член Калининградской ТПП с 2016 года) с помощью займа ФРП на сумму 146,8 млн рублей модернизирует технологическое оборудование и на 30% повысит производительность труда при выпуске тумб, шкафов и пеналов для ванных комнат. После модернизации компания планирует выпускать 130 тысяч предметов мебели в год и сможет занять до 10% российского рынка.

«Фонд развития промышленности предоставляет уникаль-

ную возможность получить заём на развитие производства под 1% годовых, - отмечает Феликс ЛАПИН. - С момента основания Фонд активно сотрудничает с системой торгово-промышленных палат. Экспертный совет ФРП при рассмотрении заявок предприятий учитывает рекомендации региональных ТПП. Мы готовы проконсультировать и помочь в подготовке заявки».

Познакомиться с условиями получения льготного финансирования можно здесь: <https://frprf.ru/>

КОНТАКТЫ ДЛЯ КОНСУЛЬТАЦИЙ



Александр ЮДИН,
руководитель
Департамента по
работе с членами
палаты и поддержке
предпринимательства
Тел.: (4012) 590-662,
590-650, e-mail:
yudin@kaliningrad-cci.ru

ДЛЯ СПРАВКИ:

В 2020 году завод «Балтийская звезда» получил финансирование ФРП на развитие производства. Инвестиции составили 150 млн рублей, из которых 75 млн рублей в виде льготного займа предоставил Фонд развития промышленности.

С помощью нового оборудования совокупное производство велосипедов на предприятии выросло со 100 тысяч до 200 тысяч в год. Также компания расширила линейку детских и подростковых велосипедов под брендом Novatrack в среднем ценовом сегменте 10-15 тысяч рублей. К 2025 году в планах предприятия довести общую мощность производства до 230 тысяч штук.

В 2021 году поддержку ФРП получили проекты ООО «ЭнКОР Групп» (2 млрд рублей) и ООО «Дуэко Интернешнл» (139,95 млн руб.). С помощью займа ФРП «ЭнКОР Групп» создаст современный промышленный комплекс для импортозамещающего производства кремниевых пластин, которые впоследствии будут использоваться для создания фотоэлектрических преобразователей для солнечных батарей. После запуска предприятия будет выпускать 206,9 млн кремниевых пластин n-типа.

ООО «Дуэко Интернешнл» запустит новое производство одноразовой картонной упаковки для еды и одноразовых столовых приборов. Компания будет выпускать тарелки, салатники, супники, стаканы, упаковки для суши, лапши, бургеров, сэндвичей, контейнеры для тортов, пакеты, держатели напитков, вилки и ложки. Вся линейка продукции сделана из природных материалов, поэтому полностью разлагаема.

ПОЗДРАВЛЯЕМ!

КОМПАНИИ. Ваш бизнес-навигатор

В День предпринимателя генеральный директор ЦИОБ ИНОК Олег МАТУКЕВИЧ получил Благодарственное письмо от Председателя Законодательного собрания Калининградской области.



- Это оценка многолетней работы всего нашего коллектива по созданию и ведению СПС КонсультантПлюс:Янтарь - базы нормативно-правовых актов регионального и муниципального уровня. В настоящее время она включает более 100 000 актуализированных документов и де-факто является стандартной рабочей системой руководителей и сотрудников предприятий и организаций всех форм собственности.

Мы благодарим наших депутатов за высокую оценку нашего труда и надеемся, что продолжим наше сотрудничество ещё более тесно и эффективно.

КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка



РАДОСТНОГО ЛЕТА
вместе с КонсультантПлюс



✉ ric_044@inok.ru

☎ +7 (4012) 777-155

👉 www.inok.ru

До конца года приостановлены проверки валютного законодательства. Продлены ограничения на блокировку счетов. Даны рекомендации владельцам ТЦ об определении арендной платы. Об этом и не только читайте в обзоре СПС КонсультантПлюс.

Моратории на валютные проверки и блокировку счетов

Правительство велело налоговым органам приостановить до конца года проверки соблюдения валютного законодательства. Мораторий вступил в силу 31 мая.

Ограничение на блокировку операций по счетам при взимании налоговых долгов продлили до 1 июля. Об этом сообщила ФНС.

Арендная плата, фиксированная для всех контрагентов

Приостановка работы многих иностранных компаний в сферах розничной торговли и общепита сильно повлияла на посещаемость ТЦ. Из-за этого Минпромторг настоятельно советует, в частности, владельцам ТЦ определять размер арендной платы на равных для всех контрагентов условиях.

Приостановка работы многих иностранных компаний в сферах розничной торговли и общепита сильно повлияла на посещаемость

ТЦ и показатели их арендаторов. Поэтому Минпромторг настоятельно рекомендует владельцам ТЦ определять размер арендной платы на равных для всех контрагентов условиях.

Чтобы выполнить рекомендацию, нужно для арендаторов, которые приостановили бизнес, предусмотреть вместо оборотных сумм фиксированные платежи. Их можно рассчитать исходя из средних поступлений до временного закрытия.

Минпромторг предостерегает владельцев торговой недвижимости от попыток покрыть убытки за счет арендаторов, которые продолжают работу. Так, не следует предоставлять необоснованные преференции тем, кто приостановил деятельность. Об этом министерство просит сразу же сообщать ему и прилагать пояснения.

Поддержка туроператоров

Туроператоры смогут компенсировать затраты на вывоз ту-

ристов из-за границы после закрытия некоторыми странами воздушного пространства для российских самолетов.

Оплата долей в имуществе зарубежных компаний

ЦБ РФ предусмотрел, что без его индивидуальных разрешений оплачивать доли в уставном капитале иностранных юрлиц можно при совокупности следующих условий:

- зарубежная компания не резидент страны, совершающей недружественные действия;
- операцию проводят в рублях или в валюте государства, которое не предпринимает этих действий;
- размер доли — не более 10 млн руб. либо их эквивалента в упомянутой иностранной валюте по курсу ЦБ РФ на дату платежа.

Единое разрешение резиденты могут применять также для оплаты, например, вкладов в складочном капитале зарубежных юрлиц.

Напомним, разрешительный порядок действует до конца года.

Госзакупки в сфере науки и высшего образования

С 26 мая упростили госзакупки ряда товаров, работ, услуг в



сфере науки и высшего образования. В 2022 году, в частности, государственные вузы и научные организации вправе провести электронный запрос котировок без ограничений по цене и объему, если покупают товары, работы, услуги с кодами по ОКПД2:

- 20 — химические вещества и продукты;
- 26 — компьютерное, электронное и оптическое оборудование;
- 27 — электрическое оборудование;
- 61 — телекоммуникационные услуги;
- 62 — программные продукты и услуги по разработке ПО, консультационные и аналогичные услуги в области ИТ;
- 63 — услуги в области ИТ;

- 72 — услуги и работы, связанные с научными исследованиями и экспериментальными разработками.

Новшества вступили в силу 26 мая.

Дефектура лекарств

С 26 мая упростили госзакупки ряда товаров, работ, услуг в сфере науки и высшего образования

Минздрав утвердил положение о комиссии, которая будет вносить дефицитные препараты в специальный перечень. Он необходим для применения предложенных правительством мер, в т.ч. для временного обращения не зарегистрированных в РФ лекарств и зарегистрированных препаратов в иностран-

ной упаковке.

Документ вступает в силу 7 июня и действует до конца 2023 года (за исключением отдельных положений).

Информировать Минздрав об отсутствии или риске отсутствия препарата могут все субъекты обращения лекарств. Для этого нужно подать предложение с обоснованием. В нем следует указать, насколько прогнозируемые объемы потребления препарата превышают прогнозируемые объемы его ввоза (производства).

Комиссия примет решение о дефектуре или риске ее возникновения, если лекарства недостаточно или нет в обращении. При этом учтут наличие одного или нескольких критериев, среди которых отмена госрегистрации препарата, прекращение деятельности производителя (поставщика) стандартных образцов лекарства. Положение о критериях действует до 1 января 2023 года.

Перечень дефектурных препаратов разместят в госреестре лекарств в разделе «Журнал» для авторизованных пользователей.

Ускоренная регистрация медизделий

Росздравнадзор утвердил положение о комиссии, которая будет формировать перечень дефицитных медизделий. Их зарегистрируют по особым правилам.

Когда начинающий предприниматель открывает собственное дело, часто возникают ситуации, при которых развитие бизнеса идет не по плану. Эту проблему можно предотвратить, если использовать метод финансового планирования и экономического моделирования. По статистике, 95% стартапов, не имеющих финансового плана, обречены на провал. Многие бизнесмены сталкиваются с проблемами в плане грамотного распределения средств и появлением дополнительных, незапланированных расходов.

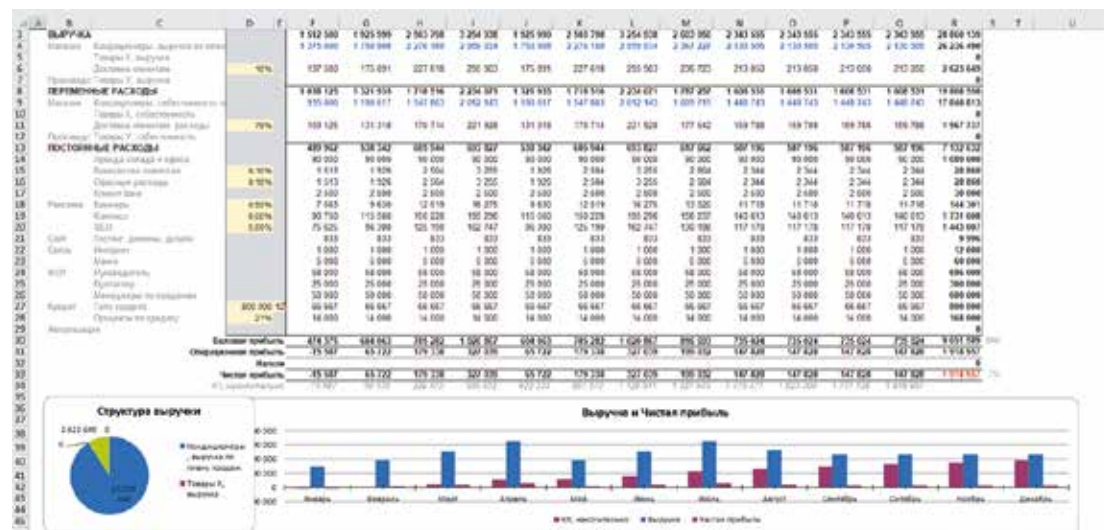
Что такое финансовое планирование и кому оно пригодится

Чтобы не попадать в такую ситуацию, всегда нужно планировать и рассчитывать ресурсы заранее. Разобраться в финансовом планировании и юнит-экономике не так уж сложно.

Финансовое планирование подразумевает определение краткосрочных и долгосрочных целей. На основании этих целей разрабатывается план, согласно которому будет осуществляться дальнейшее развитие и рост компании. По сути, это управление деньгами предпринимателя. Все вложения, ожидаемые доходы, запланированные и незапланированные расходы нужно считать и быть готовым к возникновению нетипичных ситуаций.

Без финансового планирования бизнесу грозит неудача в виде невыплаченных кредитов, долгов, кассовых разрывов, что чревато банкротством и закрытием фирмы.

Обычно финансовый план составляют на один год с подробным описанием действий на



каждый месяц. Но также бывают варианты, когда планирование производится на более длительный срок, например, на 5 лет. Намечать определенные задачи по развитию бизнеса менее чем на один год бессмысленно.

Если план разрабатывается на 3-6 месяцев, то не учитывается сезонность спроса и другие факторы. Это может привести к сложностям и неудачам.

Создание финансового плана будет полезно для всех предпринимателей, занятых в малом, среднем и крупном бизнесе. Для тех, кто ведет деятельность в офлайне, и тех, кто предпочитает работать в сфере e-commerce, наличие такого документа может значительно облегчить процесс достижения бизнес-целей и минимизировать риски возникновения неудач.

Как провести финансовое планирование

Прежде чем начать составлять план, нужно ответить на два вопроса. Они помогут владельцу бизнеса максимально точно определить цели:

1 ЗАЧЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ НУЖЕН ЭТОТ БИЗНЕС? Ответ на этот вопрос подразумевает личную цель человека или группы лиц, которые задумали создать собственное дело. Благодаря ответу на этот вопрос у руководителя появится понимание, зачем все это нужно, и будет проще планировать дальнейшие шаги.

2 КАКУЮ ПОЛЬЗУ ЛЮДЯМ БУДЕТ ПРИНОСИТЬ БИЗНЕС? Ответ на данный вопрос является целью бизнеса. У любого коммерческого проекта должна быть цель. И когда предприниматель осознает, зачем и для кого он это затеял, кто будет интересоваться услугами компании и какую пользу из этого вынесут для себя клиенты, тогда становится ясно, каким образом продвигать услуги и на чем делать акцент.

Перед планированием важно провести анализ целевой аудитории. Это нужно для того, чтобы понять, где искать клиентов, чем можно их заинтересовать. На начальном этапе не обязательно проводить углубленный анализ ЦА.

Достаточно обозначить потенциальных покупателей с помощью маркетингового инструмента, проведя исследование по технике «5W»:

- what – что продается?
- who – кто покупает?
- why – почему это покупают?
- when – когда это покупают?
- where – где это покупают?

Полученные данные для удобства можно занести в таблицу, чтобы периодически обновлять результаты и иметь возможность проводить сравнительный анализ.

№	Вопрос	Способ сегментации	Ответ
1.	What/что Что вы продаете?	По типу товара, услуги	Кофе, газировка в бутылках, шоколадки, бутерброды и выпечку
2.	Who/кто Кто это покупает?	По типу потребителя	Автомобилисты и их пассажиры
3.	Why/почему Почему это покупают?	По типу мотивации к совершению покупки: как ваш продукт или услуга решает проблему клиента?	Они хотят перекусить
4.	When/когда Когда это покупают?	По ситуации, в которой совершается покупка	Ждут, когда помогут их машину
5.	Where/где Где ищут потенциальные клиенты решение своей проблемы?	По каналам сбыта / источникам трафика	Нигде не ищут. Обычно ищут подходящую автомойку, кафе — это уже бонус

1. Разработка или обновление бизнес-плана компании

Бизнес-план является стратегически важным документом для любой компании. Поэтому без этого документа будет крайне сложно достичь намеченных целей. Нет смысла планировать периодические и единоразовые расходы, если бизнес-план устарел или вовсе отсутствует. Срок окупаемости вложений должен быть рассчитан максимально точно.

Отталкиваясь от уже готового бизнес-плана организации, нужно ответить на ряд вопросов, которые помогут определить порядок действий в следующем шаге:

- 1. Планируется ли расширение/масштабирование бизнеса в ближайшие полгода?
- 2. Потребуется ли закупка специального оборудования и другой вспомогательной техники?
- 3. Планируется ли расширение штата и потребуется ли набор новых сотрудников?
- 4. Потребуется ли привлечение новых ресурсов для развития бизнеса и его успешного ведения?

- 5. Как финансовое планирование должно повлиять на прибыль компании и статью расходов?
- 6. Понадобится ли дополнительное финансирование в лице спонсоров, инвесторов или кредиторов? Если да, то какая сумма?

2. Проведение прогнозирования на ближайший месяц

Будет хорошо, если этот шаг выполнять ежемесячно, независимо от того, проводится финансовое планирование или нет. Финансовый прогноз на месяц должен включать в себя данные о планируемых расходах: закупка расходных материалов, зарплата сотрудникам, затраты на транспортные и коммунальные расходы.

Сведения об ожидаемой прибыли тоже необходимо внести в прогноз. Помимо основных расходов в любой момент могут возникнуть неожиданные траты, поэтому незапланированные издержки нужно учитывать.

Если организация небольшая и ее финансовые возможности весьма ограничены, можно делать прогноз на каждую 1-2 недели. Такой подход позволит руководителю рассчитывать

будущие затраты, основываясь на данных пройденных этапов. Важно после каждого мини-прогнозирования извлекать выводы и оценивать последствия прошедшей недели.

3. Определение источников финансирования

На основе данных из предыдущих шагов определяются потребности и сумма вложений, необходимая для реализации задуманного. Вопрос финансирования является очень важным, и решать его нужно заранее, чтобы потом не возникло проблем с деньгами. Стоит обсудить этот момент с партнерами по бизнесу, инвесторами или обратиться в банк за получением кредита.

4. Планирование действий на случай непредвиденных обстоятельств

Никто не застрахован от неожиданных ситуаций. Поэтому нужно подумать, что будет делать руководитель, если в организации наступят тяжелые времена. В случае ухудшения финансового положения должен быть запасной вариант действий и подушка безопасности в виде денежной суммы.

Часто на случай непредвиденных обстоятельств предприниматели открывают вклад, который в случае необходимости можно обналичить, или обращаются в банковские организации за выдачей небольшого кредита.

5. Мониторинг результатов

В зависимости от того, на какой срок был составлен финансовый план, необходимо регулярно оценивать результаты: раз в 1-2 недели, каждый месяц или каждые полгода. Главным показателем успешного планирования служат цифры прогнозируемых и реальных значений.

Данные о планируемых и фактических расходах, доходах будут отклоняться. Необходимо проанализировать, насколько эти данные отличаются, и скорректировать стратегию на следующий период. Такой несложный, но эффективный метод как постоянный мониторинг результатов позволяет вернуть и направить бизнес на нужный путь, если произошли какие-то изменения, повлекшие за собой отклонения от первоначальной цели.

Самым простым и удобным вариантом является использование таблиц в Excel или Google Docs. Финансовое планирование можно выполнять без подключения дополнительных платных сервисов, просто внося необходимые данные в таблицу.

	комментарий	1		2	
		кол-во человек	кол-во рабочих мест	кол-во человек	кол-во рабочих мест
Руководитель	выполняет обязанности в том числе HR	1	0	1	0
Кассир-официант		3	2	3	2
Супервизор		1	0	1	0
Бухгалтер		1	0	1	0
уборщица		2	0	2	0
ИТОГО:		8	2	8	2
изменения за месяц				0	0

Для тех, кто хочет максимально упростить данный процесс и протестировать возможности программ, существуют специальные сайты, с помощью которых можно определить новые точки роста снизить расходы и получать больше прибыли.

Как быстро и легко составить финансовый план на год

Прежде всего, нужно составить некую бизнес-модель компании, где подробно и точно расписать цели и задачи организации, сегменты и портреты целевой аудитории. Также важно определить и согласовать показатели, по которым будет оцениваться работа всей компании в целом, отделов и отдельных сотрудников.

Благодаря готовым показателям в дальнейшем будет проще выявить, насколько эффективным был финансовый план, стоит ли его корректировать или можно оставить ту же методику его составления.

В документе, где будут находиться все планы, цели и расчеты, рекомендуется завести отдельные таблицы для учета расходов на зарплату сотрудников и обеспечение их рабочих мест. Таблицу с возможными ресурсами тоже стоит вынести отдельно. Так будет проще контролировать и планировать расходы, чтобы не держать часть информации в голове.

Также необходимо записывать все, даже незначительные суммы трат.

Перед тем как планировать сумму дохода, неплохо бы проанализировать цены конкурентов, чтобы не продешевить и не оказаться самым дорогим брендом среди соперничающих фирм. Цены на товары или услуги организации должны находиться в средней ценовой категории.

Чтобы быстро посчитать прибыль за определенный период, нужно знать точное количество клиентов. Сначала вычисляют среднее число клиентов, затем сумму среднего чека. После этого необходимо умножить полученные числа друг на друга.

А чтобы легко вычислить сумму вложений в бизнес, можно из суммы доходов вычесть сумму расходов. Налоги на прибыль тоже стоит учитывать и вносить в статью ежемесячных расходов.

Что такое юнит-экономика и зачем она нужна

Под понятием юнит-экономика подразумевается способ планирования и моделирования бизнеса, при котором расходы и доходы раскладываются по молекулам. С помощью такого подхода можно спрогнозировать прибыль компании, основываясь на анализе одной единицы товара или одного клиента.

Термин юнит в данном контексте означает базовую единицу, благодаря продаже этой единицы организация получает доход, и этот доход можно увеличивать при условии выполнения определенных действий.

Плюсы юнит-экономики в том, что решения о масштабировании бизнеса принимаются взвешенно, на основе четких показателей. Это значительно сокращает риск неудач в будущем. Руководителю становится проще понимать и выявлять слабые места компании, точки роста организации.

Вопросы доходности и рентабельности фирмы обретают ясные очертания благодаря прозрачности прогнозирования и действий по увеличению прибыли. Также юнит-экономика может стать своеобразным козырем для предпринимателя в условиях приближающегося и действующего кризиса.

Считать юнит-экономику нужно затем, чтобы понимать, в какую сторону движется развитие компании и движется ли оно вообще. Эффективность каналов продаж как нельзя лучше определяется именно с помощью данного подхода. Такие показатели, как точка безубыточности организации и доходность инвестиций, тоже просчитываются благодаря unit-экономике.

Грамотно заинтересовать инвесторов, просчитать, какую сумму нужно потратить для привлечения одного клиента и сколько таких клиентов нужно всего, – в этом опять же поможет этот метод.



Как посчитать юнит-экономику

Чтобы произвести расчеты и получить нужные результаты, нужно провести предварительное исследование фирмы, чтобы определить некоторые базовые показатели. Иногда эти показатели отслеживаются постоянно.

Но бывает и так, что в штате отсутствует соответствующий специалист или у маркетолога не хватает времени и средств для вычисления необходимых данных. Если нет возможности получить данные вручную, можно воспользоваться сервисами для управления бизнесом.

Базовые показатели для расчета unit-экономики:

- количество потенциальных клиентов, которые знают о существовании фирмы и о том, какие услуги или товары она продвигает;
- количество клиентов, которые совершили какое-либо касание с продуктом – заказали товар, заинтересовались предложением или сделали попытку оформления заказа;
- сумма расходов на рекламу и продвижение сайта, услуг и товаров;
- себестоимость одного продукта или услуги;
- стоимость лида – пользователя, который перешел на сайт;
- стоимость клиента, который уже совершил покупку;
- средний чек;
- среднее количество покупок одного и того же клиента за определенный период;
- бюджет – сумма вложений в бизнес за определенный период: разность между доходами и расходами;
- расходы на удержание клиента – затраты на продвижение и рекламу разделить на сумму действующих покупателей в условиях одного временного периода;
- расходы на обслуживание клиента – сумма затрат на обслуживание за определенный период: транспортировка и хранение товара, оформление возврата или возмещение морального ущерба и так далее;
- выручка за 1 месяц от одного покупателя.

Определение этих показателей будет самой сложной частью. Дальнейшие расчеты строятся

на основе несложных формул. Нужны лишь правдивые и свежие данные, чтобы вычислить тот или иной показатель, относящийся к юнит-экономике.

Формулы микроэкономики

В основе юнит-экономики лежат правила и постулаты управленческого учета и формулы микроэкономики. Поэтому базовые формулы данного подхода взяты из микроэкономики. Самым главным показателем считается прибыль.

Прибыль = Выручка – Постоянные затраты – Переменные затраты

Под переменными затратами подразумевается себестоимость продукта или услуги. Постоянные затраты – это те расходы, которые являлись первоначальными вложениями в дело.

Затем нужно посчитать чистую прибыль с одной единицы товара или услуги. Для этого из полной цены продукта нужно вычесть все переменные затраты.

Теперь можно узнать, сколько юнитов нужно реализовать чтобы выйти в плюс и покрыть все существующие расходы. Для этого сумму постоянных затрат нужно разделить на чистую прибыль с одной единицы товара.

Если нет возможности, времени или желания рассчитывать все эти показатели самостоятельно, можно воспользоваться специальными сервисами, в которые встроены unit-калькуляторы.

Несмотря на удобство готовых сервисов и простоту расчетов, эксперты советуют все же про-



Наличие такого документа может значительно облегчить процесс достижения бизнес-целей и минимизировать риски возникновения неудач

считать юнит-экономику вручную. Это нужно для того, чтобы весь процесс формирования и получения данных стал понятным для предпринимателя.

Глубокое понимание процесса важно, потому что через призму собственного бизнеса владелец компании сможет получить ответы на основные вопросы, связанные с позицией фирмы на рынке, темпами развития организации и своевременным покрытием издержек.

Специалисты рекомендуют относиться к юнит-экономике как можно проще. Хотя, на первый взгляд, может показаться, что такой метод исследования и анализа бизнеса усложняет понимание ситуации. На самом деле, все необходимые данные для расчетов нахо-

дятся внутри компании: они известны и не нужно ничего придумывать.

Не стоит усложнять процесс: 30-60 минут, потраченных на формулы и расчеты, могут дать развернутое и глубокое представление о бизнесе и о том, на какие аспекты следует обратить внимание в ближайшие недели или месяцы.

Используя способ финансового планирования и метод юнит-экономики в бизнесе, можно с легкостью контролировать все, что происходит внутри компании. Перечисленные маркетинговые инструменты помогают грамотно распределять финансовые потоки, следить за работоспособностью отделов и каждого сотрудника, оценивать возможности имеющихся ресурсов и держаться на плаву даже в период кризиса.

Финансовый план и unit-экономика не являются панацеей, но значительно помогают руководителю работать над оптимизацией определенных процессов, повышать эффективность управления компаний.

Оплачивать услуги ОФД промокодом довольно выгодно, и многие компании этим пользуются. Однако можно ли учесть этот расход при расчете налоговой базы - вопрос интересный. Мы адресовали его специалистам Минфина.

Промокод на услуги ОФД: учитываются ли траты на него в налоговых расходах

Инна КРАВЧЕНКО,
старший эксперт

Некоторые компании покупают у организаций по обслуживанию ККТ (далее - продавец) промокоды на услуги ОФД. Промокод - это пароль, который подтверждает оплату услуг оператора фискальных данных на выбранный срок со скидкой. Достаточно активировать код в личном кабинете ОФД - и кассой можно пользоваться. Продавец выставляет акт на услугу по предоставлению промокода. Однако закрывающих документов от самого ОФД нет.

Оплата с помощью промокода обусловлена тем, что если платить оператору напрямую, то выходит дороже. Но возникает вопрос: можно ли учесть в налоговых расходах траты на покупку этих промокодов? Давайте разбираться.

Первоначально нужно понять, чем по своей сути является этот промокод:

- или это имущественное право требовать от исполнителя оказания услуг ОФД;
- или это предварительная оплата услуг ОФД?

Отвечаем на этот вопрос, а также разъясняем возможность учета трат на промокоды упрощенцами с объектом «доходы минус расходы».

Учет промокодов при расчете «упрощенного» налога

Светлана ПАХАЛУЕВА, советник государственной гражданской службы РФ 1 класса:

- В указанной ситуации промокод на услуги ОФД реализует не сам ОФД, а другая организация. Учитывая, что документов от самого оператора фискальных данных нет, полагаю, что траты на покупку указанных промокодов следует рассматривать все-таки как имущественное право требовать от исполнителя оказания услуг ОФД.

Расходы на приобретение имущественных прав не поименованы в закрытом перечне учитываемых



мых расходов при УСН. А потому учесть их стоимость в базе по «упрощенному» налогу не получится.

А вот у общережимников ситуация лучше. Им учитывать траты на приобретение имущественных прав разрешается.

Учет промокодов при расчете налога на прибыль организаций

Олег ХОРОШИЙ, государственный советник налоговой службы РФ II ранга:

- Да, затраты на приобретение промокодов на услуги ОФД можно учесть в составе расходов по налогу на прибыль. Причем признавать их разрешается в течение срока, на который предоставляется это право.

Таким образом, желание сэкономить для компаний на ОСН негативными налоговыми последствиями не обернется, а вот упрощенцам, прежде чем оплачивать промокод, лучше просчитать, стоит ли игра свеч: возможно, оплатить услуги ОФД напрямую без скидки и учесть их стоимость в налоговых расходах как покупку, связанную с оплатой услуг оператора, окажется куда более выгодным.

Указом Президента РФ с 28 февраля 2022 года была введена обязанность продажи части экспортной валютной выручки.

Обязательная продажа валютной выручки: опять новшества

Елена КАЛИНИЧЕНКО, старший эксперт по бухгалтерскому учету и налогообложению

Но уже в апреле этого года Банк России в рамках своих полномочий смягчил валютный контроль для экспортеров, увеличив сроки продажи и позволив уменьшать сумму подлежащей продаже валюты.

Уменьшение суммы валюты, подлежащей продаже

Доля валюты, поступившей на счет в рамках экспортных контрактов, которую нужно перевести в рубли, по-прежнему составляет 80%.

Однако с 16 апреля 2022 года у экспортеров появилась возможность уменьшить сумму валюты, подлежащую обязательной продаже, на следующие расходы:

- оплата транспортировки, страхования и экспедирования грузов;
- уплата таможенных пошлин и сборов;
- оплата услуг, связанных с приобретением за пределами России ГСМ, продовольствия, материально-технических запасов и иных товаров, необходимых для обеспечения эксплуатации и техобслуживания транспорта в пути следования или в пунктах промежуточной остановки (стоянки), а также для ремонта транспорта;
- оплата услуг международной электросвязи, включая роуминг.

Кроме того, экспортер может получить у Банка России разрешение не продавать поступившую валюту в размере, необходимом для выполнения обязательств по валютным кредитам перед отечественными банками (в частности, для погашения кредита, уплаты процентов, штрафных санкций). Размер этой суммы необходимо определять на момент зачисления иностранной валюты на счет экспортера.

Чтобы получить такое разрешение, резиденту нужно не позднее чем за 10 рабочих дней до планируемого дня зачисления валюты подать заявление по специальной форме. К нему нужно приложить копию кредитного договора, заверенную банком, выдавшим кредит.

Увеличение срока обязательной продажи валюты

Указ Президента РФ обязывает резидентов продавать часть валюты, полученной в рамках экспортного контракта, в срок не позднее 3 рабочих дней со дня ее зачисления на счет. Вместе с тем Банку России были даны полномочия выдавать экспортерам разрешения на продажу валюты в иные сроки.

В конце марта 2022 года был определен порядок выдачи таких разрешений. Он предусматривает, что экспортер, который хочет увеличить срок продажи, должен обратиться в Банк России с заявлением не позднее чем за 10 рабочих дней до планируемого дня зачисления валюты.

Однако позднее в связи со стабилизацией ситуации на валютном рынке Банк России решил смягчить требования об обязательной продаже иностранной валюты сначала в отношении компаний-экспортеров несырьевого неэнергетического сектора, а затем и в отношении всех прочих экспортеров.

Так, Банк России разрешил всем экспортерам проводить обязательную продажу валюты, полученной начиная с 19.04.2022, в срок не позднее 60 рабочих дней со дня ее зачисления на транзитные валютные счета в уполномоченных банках. Такое разрешение будет действовать до 01.09.2022. Но в случае изменения ситуации на финансовом рынке Банк России может его скорректировать.

Статьи впервые опубликована в журнале «Главная книга», №10, 2022

ЦБ РФ снова снизил ключевую ставку

На внеплановом заседании Банк России понизил с 27 мая ключевую ставку до 11%. Это на 3 процентных пункта ниже предыдущего значения. С начала апреля ставку снижают уже третий раз.

Информация Банка России от 26.05.2022

Закупку у едпоставщика по Закону N 223-ФЗ нельзя провести без оснований для этого

Заказчик за 1 день подписал с едпоставщиком 41 договор на поставку одинакового товара. Цена каждого из них не превышала пороговое значение из положения о закупке.

По мнению заказчика, если он установил в положении право заключать сделки таким способом, значит, им можно воспользоваться при любых потребностях независимо от конкурентного рынка неограниченное количество раз.

Контролеры и суды трех инстанций посчитали это нарушением:

- договоры заключили, чтобы избежать конкурентной процедуры;
- приобрести товары, работы, услуги у едпоставщика можно, например, если по объективным причинам нельзя провести конкурентную закупку;
- заказчик не подтвердил необходимость закупки продукции у едпоставщика и невозможность ее приобрести конкурентным способом.

Суды также напомнили об основаниях для закупки у едпоставщика. Среди них:

- ограниченный товарный рынок;
- колебание цен в узком диапазоне;
- срочное размещение заказа;
- закупка на товарном рынке, где преобладает недобросовестная конкуренция.

ВС РФ не стал пересматривать дело.

Определение ВС РФ от 13.05.2022 N 304-ЭС22-5628

С заказчиком не надо согласовывать привлечение третьих лиц

Заказчик установил в проекте договора, что по письменному согласованию с ним подрядчик может привлечь за свой счет третьих лиц для выполнения работ. При этом он обязан по запро-

су заказчика представить копии договоров с этими лицами.

Участник пожаловался на ограничение конкуренции. Контролеры его поддержали, поскольку условие:

- нарушает право подрядчика на свободу правоотношений с третьими лицами. Он может сам определить, с чьей помощью достигнет лучшего результата работ;
- может привести к злоупотреблениям со стороны заказчика, поскольку тот выбирает третьих лиц по своему усмотрению. Критериев согласия на их привлечение в документации нет. По Закону N 223-ФЗ заказчик вправе установить требования только к участникам закупки;
- является вмешательством в хозяйственную деятельность исполнителя и ограничивает количество участников.

Сходную позицию занимают, в частности, Московское и Якутское УФАС.

Краснодарское УФАС решило иначе: условие о согласовании не обязывает участников предоставлять какие-либо документы при проведении закупки. Оно относится к отношениям на стадии исполнения договора и не ограничивает конкуренцию.

Решение Самарского УФАС России от 06.04.2022

N 063/07/3-253/2022

Нельзя отклонить заявку, если товар не отвечает данным сайта производителя

Заявку участника отклонили. Заказчик решил, что в ней недостоверные сведения, так как характеристики товара не совпадали с информацией на сайте производителя.



Контролеры посчитали это нарушением. Суды трех инстанций с ними согласились:

- параметры товара соответствовали паспортам продукции, но заказчик их не запрашивал. Недостоверность сведений в заявке не доказали;
- информация на сайте производителя не привязана к конкретной партии товара. Она не отражает нужные заказчику характеристики;
- в документации о закупке нет требований о соответствии товара данным сайта производителя.

ВС РФ не стал пересматривать дело.

Сходную позицию занимает, в частности, Московское УФАС. В практике есть также пример, когда суды не поддержали заказчика, поскольку он не доказал, что сайт производителя содержит актуальную информацию о товаре и имеет статус официального.

Определение ВС РФ от 04.05.2022

N 301-ЭС22-5007

Планируют ввести мораторий на антимонопольные требования к некоторым госзакупкам у едпоставщика

Хотят уточнить: к закупкам у едпоставщика по дополнительным основаниям не станут применять, в частности, антимонопольные требования к конкурентным процедурам. Проект внесли в Госдуму.

Поправка станет гарантией того, что заказчиков не накажут за нарушения ряда норм Закона о защите конкуренции.

Новое правило вступит в силу со дня опубликования в виде федерального закона. Его будут применять к отношениям, которые возникли с 8 марта 2022 года.

Напомним, в рамках антикризисных мер правительство уже определило дополнительные случаи и порядок закупок неконкурентным способом. До конца года это вправе сделать и регионы.

Проект ФЗ N 127020-8

Поправки к Законам N 44-ФЗ и 223-ФЗ о конфликте интересов приняли в третьем чтении

По Закону N 223-ФЗ руководитель заказчика, член комиссии по закупкам примут меры, чтобы при закупке не возник конфликт интересов. Поправки прошли третье чтение 25 мая.



Членами комиссии не станут (с. 2-3 проекта):

- физлица с личной заинтересованностью в закупке;
- участники (акционеры) организаций, которые подали заявки, члены их органов управления, кредиторы;
- иные физлица из положения о закупке.

В Законе N 44-ФЗ уже есть перечень возможных участников конфликта интересов. Этот список уточнят (с. 4-5 проекта). В частности, конкретизируют, какие органы управления юрлица – участника закупки вступят в конфликт интересов с заказчиком. Например, учредитель унитарной организации.

Изменяют также перечень лиц, которые не могут стать членами комиссии по закупкам. Из их числа уберут, например, привлеченных экспертов по оценке соответствия участников допребованиям (с. 6-7 проекта).

За отсутствием конфликта интересов проследят, в частности, руководитель и работники контрактной службы (с. 5 проекта). Большинство поправок вступит в силу с 1 июля (с. 8 проекта).

Проект ФЗ N 1145363-7

К госзакупкам не допустят участников, если они попали в РНП

В закупке надо устанавливать условие о том, что в РНП не должно быть сведений об участнике и других лицах из заявки. Правило нужно применять с 1 июля при таких обстоятельствах:

- участника и иных лиц включили в реестр после того, как от контракта отказались из-за санкций и (или) ограничений в отношении заказчика;
- в закупке не предъявили аналогичное требование об отсутствии данных в РНП.

Постановление Правительства РФ

от 23.05.2022 N 937

Многие начинающие предприниматели ошибочно считают, что подбор названия для бренда – простое дело, не требующее особых усилий. Из-за чего на свет появляется масса нелепых и неуникальных наименований. А сами незадачливые бизнесмены впоследствии не могут понять, почему их проекты не приносят даже части ожидаемой прибыли.



Как подобрать название бренда: правила нейминга, полезные рекомендации

Происходит подобное потому, что в попытках как можно быстрее организовать собственный бизнес люди не уделяют должного внимания неймингу. Однако выбор имени имеет огромное значение для будущей компании.

Давайте выясним, как правильно назвать бренд, чтобы в перспективе не прибегать к ребрендингу, вкладывая в него немалые деньги.

Для чего бренду хорошее название

Правильный выбор наименования бренда – основа успеха вашего бизнес-проекта. Оригинальное, красивое имя, которое легко запоминается,

работает сразу в нескольких направлениях. Оно позволяет компании выделиться на фоне конкурентов, является отличительным знаком для потенциальных клиентов и в целом обеспечивает положительный образ бренда. И это не окончательный список достоинств.

Удачное наименование:

- Способствует активному продвижению компании и реализуемого продукта.
- Позволяет сократить расходы фирмы на запуск рекламных кампаний.
- Вызывает заинтересованность целевой аудитории.
- Делает акцент на достоинствах предлагаемых товаров и услуг.

Для создания хорошего названия, которое будет отражать суть бизнес-проекта и продвигать продукт, необходимо знать правила его формирования. А также предельно четко представлять, каким параметрам оно должно соответствовать.

Подбор подходящего наименования – основная задача, которую предстоит решить предпринимателю на стартовом этапе бизнес-деятельности. И подойти к ее решению нужно максимально ответственно. Чтобы проект не превратился в очередной ресторан «Гурман», службу доставки «ДоставимВМиг» или «ИП Алексеев».

Рассматривая многочисленные варианты, не забывайте, что название должно вызывать эмоциональный отклик у потенциальных потребителей. Вспомните, к примеру, торговую марку «Село Зеленое». Имя бренда буквально кричит о том, что выпускаемая продукция является вкусной, полезной и натуральной.



В итоге каждый покупатель сразу же мысленно представляет себе солнечное утро, уютный дворик в деревне, пасущихся на зеленом лугу коров. И руки сами тянутся к полке супермаркета за вожденным продуктом. Это реально работает!

Так формируется положительный образ компании и предлагаемого ею товара/услуги. Поэтому правильно выбранное имя – это ваша будущая прибыль и доверие покупателей. А значит, к процессу нейминга ни в коем случае нельзя подходить спустя рукава. В противном случае впустую потратите деньги и разочаруетесь в себе как в предпринимателе.

Какие названия актуальны на сегодня

Возможно, для кого-то это станет открытием, но названия принято типировать. Так, например, в бизнес-среде их подразделяют на категории.

Описательно-образные

Идеальное имя одновременно вызывает эмоциональный отклик и рассказывает покупателю о самой торговой марке. Такие «особо удачные» наименования и относятся к описательно-образным. Придумать их по-настоящему сложно. Но ради достижения успеха бизнес-проекта важно стремиться к идеалу.

Описательные

Имена из данной категории не вызывают эмоционального отклика, но все равно широко используются российскими предпринимателями. Потому что являются оптимальными для определенных сфер деятельности.

Допустим:

- «Газпром нефть», «Сургутнефтегаз», «ЛУКОЙЛ» – относятся к нефтегазовой промышленности.
- «Типография АКЦЕНТ», «Флай Принт», «Первый полиграфический комбинат» – компании, связанные с печатной отраслью.
- «Банк ВТБ», «Сбербанк России», «Московский Кредитный Банк» – вполне логично представляют финансовую сферу.
- «КрасАвиа», «Сириус-Аэро», «Аэрофлот» – яркие представители сферы авиации.

Перечисленные выше наименования прекрасно отражают деятельность компаний, хоть и не вызывают у потенциальных потребителей каких-то сильных эмоций. С одной стороны – это хорошо. Однако с другой – подобных названий в России огромное множество.

Людям, которые не слишком часто сталкиваются с деятельностью организаций в определенной отрасли, запомнить их и выделить довольно проблематично.



Ведь примеры, приведенные нами выше, относятся к наиболее популярным. О них действительно знают все. Но основная масса аналогичных названий (от менее известных брендов) часто остаются незамеченными.

Образные

Это особая категория названий. Относящиеся к ней имена в принципе никак не отражают деятельность компании, не вызывают особых эмоций, но при этом являются ярким отождествлением определенного продукта. **Вспомните известный мировой бренд Apple.**

Сейчас даже ребенок знает, что именно производит данная компания. Однако в год ее основания (1976) мало кто представлял, чем она занимается.

Также в числе категорий наименований присутствуют абстрактные и сконструированные имена. Они не говорят о деятельности компании, не вызывают эмоциональный отклик у потенциальных покупателей, зачастую вообще не имеют смысла. Но отличаются оригинальностью и легко запоминаются.

Поэтому в наших мыслях при их упоминании ментально возникает четкая взаимосвязь: «название – что предлагает компания». Например, Agilent (производитель электронно-медицинского оборудования), Escada (парфюмерный бренд), Contardo (изготовитель холодильного оборудования).

Влияние целевой аудитории на выбор наименования

Продумывая варианты названий для бренда, важно помнить о потенциальных потребителях, которые будут воспринимать предлагаемую им информацию. А восприятие их во многом зависит от особенностей индивидуального характера.

Поэтому **целевую аудиторию также принято подразделять на категории в соответствии с характерными чертами:**

1. ПОКУПАТЕЛИ-РАЦИОНАЛИСТЫ. Такие люди предпочитают не переплачивать. Высоко ценят выгоду, точность и определенность. Если на какой-то продукт распространяется скидка или действует акционная программа, они обязательно обратят на него внимание.

Компании, которые работают на данный сегмент, должны носить простые незатейливые названия. При создании имени бренда лучше всего сделать акцент на описательные варианты наименований. Такие как «Почта Банк», «Стройцентр», «СкидкиТут».

2. КЛИЕНТЫ-ГЕДОНИСТЫ И НОВАТОРЫ. Представители данной категории всегда стремятся быть первыми. Купить новую модель айфона раньше других, посетить недавно открывшийся ресторан, пощеголять в модной одежде из последней коллекции.

Соответственно компании, предлагающие продукт таким потребителям, должны буквально провоцировать рынок своим звучным именем. Предлагать продукцию или услуги любителям новинок, подтверждая, что относятся к группе новаторов, готовы открывать новые горизонты и тому подобное.

Наименование просто обязано вызывать эмоции, даже если ничего не объясняет о деятельности компании. Обратите внимание на такие яркие примеры: Supreme, Tesla, Starbucks.

Starbucks – известная компания по продаже кофе и сеть кофеен, чье название вызывает эмоции, но не говорит напрямую о предлагаемом продукте

3. СОСТОЯТЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ. Жизнь таких людей неизменно проходит под грифом «Люкс». Они предпочитают товары и обслуживание премиум-класса. Посещают закрытые мероприятия для самых «достойных». Постоянно стремятся завоевать уважение таких же обеспеченных VIP-персон.

Работая на данную категорию, следует подобрать лаконичное название бренда без излишеств и вычурности. Обратите внимание, насколько статусно звучат: Louis Vuitton, Prada, Rolex, Tiffany.

4. ЛЮДИ-ЭМОТИВЫ. Это очень чуткие и восприимчивые натуры. Они полностью сконцентрированы на своем внутреннем мире. Склонны игнорировать то, что происходит вокруг, если происходящее не соответствует их образу мышления.

Для эмотивов важно, чтобы приобретаемые вещи/услуги дарили им радость и эмоциональное удов-



летворение. Нередко готовы переплатить за дополнительный комфорт. Поэтому название бренда, чьей целевой аудиторией они являются, должно «выплескивать» эмоции и демонстрировать дружеское расположение. Например: «Дары природы», «Верный друг», «Любимая кафешка», «Мир уюта».

Каким должно быть название бренда

Теперь давайте четко определим, каким должно быть название бренда. **С учетом активного продвижения компании и продукции, а также привлечения потенциальных клиентов.**

1. ПОНЯТНЫМ. Подбирая наименование, следует избегать неоднозначности. Допустим, бренд «Приятного аппетита» идеально подходит сети кафетериев или столовых. Глядя на это название, потребитель сразу поймет, что компания предлагает ему готовую еду. Другими словами – имя бренда должно характеризовать вашу работу.

При формировании наименования обратите внимание на звучные слова и выражения, которые регулярно употребляются в вашей сфере. Отталкиваясь от них, будет проще остановиться на подходящем варианте.

2. ПРОДАЮЩИМ. Насколько это возможно. Имя обязано продавать ваш товар/услугу. Оно должно рассказывать о вашем проекте, отображать отношение к бизнес-среде в целом.

При этом совершенно не нужно стараться задействовать в названии непосредственно предлагаемый продукт. Достаточно ненавязчиво подчеркнуть основную суть вашей деятельности. Едва заметным штрихом обозначить достоинства товара/услуги.

Как, например, один из лидеров коммерческой торговли Amazon ассоциируется у покупателей с крупным торговым проектом, предоставляющим обширный спектр услуг и богатый ассортимент товаров. А сервис аналитики Quicksprout наталкивает на размышления о быстром росте и развитии.

3. ЛЕГКО ЗАПОМИНАЮЩИМСЯ. Человеческий мозг не в состоянии без потерь хранить большие объемы информации. Такова особенность нашего организма. Поэтому сложные, трудновыводимые названия, не вызывающие конкретных ассоциаций, быстро забываются. Они остаются в нашей памяти совсем ненадолго.

Чтобы наименование навсегда запечатлелось в памяти потенциальных покупателей, оно должно вызывать определенные ассоциации, эмоции и чувства. Только так человек никогда не забудет о торговой марке, предлагающей продукт.

4. НЕ СЛИШКОМ ДЛИННЫМ. В отношении формирования названия для бренда железно работает утверждение: «краткость – сестра таланта». То есть чем лаконичнее будет наименование – тем лучше. Такой подход, опять же, значительно упрощает запоминание торговой марки и быстрее наводит на размышления об определенном продукте.

Выбирая имя бренда, старайтесь не перегружать восприятие потенциального клиента избытком информации. Не заставляйте его запоминать больше, чем он в состоянии. Соответственно в нейминге отдавайте предпочтение коротким названиям. Таким как: Ford, Kit Kat, Uber, IBM.



5. СОВРЕМЕННЫМ (ТРЕНДОВЫМ). Если задача вашей компании – привлечь молодое поколение и тех, кто следит за последними трендами, давать бренду устаревшее имя – не лучшее решение. Но в этом плане также важно не переборщить.

Ведь то, что сегодня является модным направлением, завтра забудется, потеряет свою актуальность. Предпринимателю же следует подобрать такое название, которое останется на слуху минимум 5-7 лет.

Кстати, на сегодняшний день абсолютно не обязательно опираться на домен сайта интернет-магазина при подборе наименования бренда. Хорошо, конечно, если они окажутся созвучными (быстрее отложатся в памяти потенциальных потребителей). Но прицельно ориентироваться на доступное доменное имя все-таки не стоит.

6. ОРИГИНАЛЬНЫМ. Уникальность в нейминге имеет не последнее значение. Имя бренда должно звучать нестандартно, привлекать внимание неординарностью. Только так оно надолго отложится в памяти целевой аудитории (разумеется, сейчас мы не рассматриваем различные варианты из категории шок-контент, выходящие за рамки приличия).

По части оригинальности названия дело касается не только удобства запоминания и ясности для покупателей. Ежедневно на рынке появляются тысячи

новых компаний. Если начинающий предприниматель даст своему бизнес-проекту имя, схожее с уже зарекомендовавшим себя брендом, его детище вряд ли добьется успеха.

7. ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ. Имя бренда должно вызывать приятные ассоциации, эмоциональный отклик у потребителей. На первый взгляд – ничего сложного. Но ваша задача сделать его не просто красивым, а привлекательным конкретно для того сегмента целевой аудитории, на которую вы работаете.

Соответственно в процессе нейминга в первую очередь необходимо изучить своих потенциальных покупателей. Понять, что им нравится, какой подход они предпочитают, к чему стремятся и тому подобное.



Так, например, бренд VиноMofo пользуется огромной популярностью у современных миллениалов. Он создан с учетом потребностей молодых прогрессивных людей, характеризующихся вовлеченностью в сферу информационных технологий.

В противовес им люди старшего поколения вряд ли выберут VиноMofo, отдавая предпочтение изысканным сортам напитка в дорогом ресторане или уютной домашней обстановке.

8. ДОЛГОВЕЧНЫМ. Хорошо, если ваша торговая марка останется на слуху не у одного поколения. Как например, знаменитые часы «Победа», которые выпускаются на заводе, основанном еще во времена



Петра I в 1721 году. Часовой завод до сих пор выпускает и реализует свою продукцию, которая известна не только на территории России.

Поэтому, называя бренд, старайтесь не задавать акцент на конкретного человека. Время неумолимо, рано или поздно известного деятеля не станет. А компания и производимый ею продукт вполне резонно перейдут к детям/внукам или другим преемникам.

9. ОСМЫСЛЕННЫМ. Давая бренду бессмысленное наименование, вы сильно рискуете. Безусловно, существует немало примеров, когда такие нестандартные имена действительно хорошо работают. Легко запоминаются и в целом благоприятно воспринимаются потребителями. Но в основном это мировые бренды, такие, как Google, Fogdog, Novartis, Aventis.

Далеко не факт, что ваш бизнес-проект сможет достичь аналогичного размаха и зарекомендовать себя в мировых масштабах. Чтобы потенциальные потребители узнавали его по одному (пусть бессмысленному и даже нелепому) наименованию.

Распространенные методы подбора названия

Рассмотрим популярные методики, с помощью которых можно создать по-настоящему рабочее, оригинальное и легко запоминающееся наименование бренда.

Использование фамилии

Если подобрать подходящее имя бренду так и не удастся, обратите внимание на собственную фамилию. Такой подход к неймингу задействуют многие предприниматели. Единственное условие – ваша фамилия сама по себе должна быть оригинальной.

Распространенные Петров, Иванов, Сидоров, к сожалению, не позволят создать креативное неизбитое название.

Ваша задача – не повторять уже существующие варианты. А также следить за тем, чтобы имя бренда не вызвало сомнительных ассоциаций. Как, например, ресторан «Тараканов».

Применение аббревиатур

Еще один простой и доступный способ сформировать имя для бренда. Особенно если все подходящие названия уже заняты. Главное – не сде-

лать так, чтобы аббревиатура сложно читалась. Если потенциальный потребитель не сможет ее воспроизвести хотя бы мысленно, он вряд ли заинтересуется вашим предложением.



В идеале должно получиться что-то наподобие: KFC, ВТБ, BMW.

Комбинирование слов

Предполагает задействование частей нескольких слов. Чаще всего за основу берутся имена или фамилии бизнесменов, реализующих совместный бизнес-проект. Допустим, компания основана несколькими родственниками. Брат – Николай, сестры – Марина и Татьяна. Если из частей их имен собрать одно слово, получится интересные варианты «МаНиТа» или «ТаМаНи».

Здесь опять же необходимо следить за тем, чтобы подобные наименования не были зарегистрированы ранее.

Акцент на созвучие и повтор

Выражаясь литературным языком – использование аллитерации. Которая представляет собой повторение схожих или идентичных звуков. Наименования, сформированные по данной методике, хорошо запоминаются и легко ложатся на слух. Однако далеко не всегда подходят особо



серьезным сферам деятельности (финансовым, юридическим).

В числе удачных примеров можно привести: «Сам Самыч», «Крошка Картошка», Kitkat, M&M's.

Применение географических названий

В процессе нейминга не стоит сбрасывать со счетов название города или района, в котором размещается компания. Если грамотно подойти к формированию имени, может получиться неплохой запоминающийся вариант. Просто скомбинируйте географическое наименование и сферу деятельности. Например, «Сибирское здоровье», «Вина Кубани», «Уральские авиалинии».



Задействование приставок, усиливающих значимость бренда

В данном случае речь идет о знакомых всем: мега-, супер-, гипер-. Они задают уникальность уже применяемым именам. Но в их отношении следует быть максимально осторожным. Чтобы в результате наименование бренда не звучало как бравада и преувеличение.

Согласитесь, вывеска «Гиперобувь» на небольшом обувном магазинчике будет выглядеть нелепо. А ремонтная мастерская «Супермастер» вряд ли наработает себе много постоянных клиентов, если в числе ее сотрудников будут только вчерашние выпускники колледжей без опыта.

Выбор названия бренда – серьезное и очень ответственное дело. Без хорошего имени бизнес-проект наверняка не оправдает ваших ожиданий. Всем успехов!

Источник: www.insales.ru



■ **10 июня | 9.00 – 16.00**
Недействительность сделок:
реформа ГК РФ и судебная практика
 БЕВЗЕНКО Р.С. (г. Москва)
 Стоимость – 3850 руб., для клиентов – 2950 руб.

■ **15 июня | 9.00 – 16.00**
Налог на прибыль, НДС и налог на
имущество в 2022 году
 КРУТЯКОВА Т.Л. (г. Москва)
 Стоимость – 3850 руб., для клиентов – 2950 руб.

■ **16 июня | 13.00 – 16.00**
Новое в охране труда в 2022 году:
подводим промежуточные итоги
и определяем пути дальнейшей
работы по охране труда в
организации
 ГЕРАСИМЕНКО Н.С. (г. Москва)
 Стоимость – 3150 руб., для клиентов – 1950 руб.

■ **17 июня | 9.00 – 16.00**
Кадровая безопасность
работодателя: предупреждаем
риски в оформлении трудовых
отношений в 2022 году
 КОНЮХОВА Е.В. (г. Москва)
 Стоимость – 3850 руб., для клиентов – 2950 руб.

■ **21 июня | 9.00 – 13.00**
Расходы на персонал: налоговые

последствия стандартных и
нестандартных выплат
 САМКОВА Н.А. (г. Москва)
 Стоимость – 3150 руб., для клиентов – 1950 руб.

■ **27 июня | 9.00 – 13.00**
Договор поставки: учет и «первичка»
 РОЛЬЗИНГ Т.А. (г. Москва)
 Стоимость – 3150 руб., для клиентов – 1950 руб.

■ **28 июня | 9.00 – 13.00**
Спорные вопросы регистрации
юридических лиц. Изменения
состава сведений об организации в
ЕГРЮЛ
 ШАЛАГИНОВА Е.Г. (г. Москва)
 Стоимость – 3150 руб., для клиентов – 1950 руб.

■ **28 июня | 9.00 – 16.00**
Основные средства и капитальные
вложения: учет и налогообложение
в 2022 году
 ДЖААРБЕКОВ С.М. (г. Москва)
 Стоимость – 3850 руб., для клиентов – 2950 руб.

■ **29 июня | 9.00 – 13.00**
Маркетплейсы: особенности учета и
налогообложения
 САМКОВА Н.А. (г. Москва)
 Стоимость – 3150 руб., для клиентов – 1950 руб.

Ответы лектора на ВСЕ вопросы, присланные заранее на адрес pr@inok.ru.
 Всем слушателям предоставляются раздаточные материалы, свидетельство о прохождении обучения.
 Регистрация и информация по телефону (4012) 777-155, доб. 325, на сайте www.inok.ru

Ежедневно каждому из нас приходится воспринимать огромное количество информации. Обработать ее, систематизировать и анализировать, чтобы получить нужный результат. В этом нам нередко помогают различные методики визуализации данных, которые позволяют структурировать получаемые сведения и находить взаимосвязи между их разрозненными частями. К таковым относятся и интеллект-карты.

Особенности составления интеллект-карты

В сегодняшней статье мы с вами выясним, что собой представляет интеллект-карта и как с ее помощью можно открыть онлайн-магазин. А также разберемся с процессом создания наглядного плана для решения бизнес-задач.

Интеллект-карта (она же ментальная карта, или mind map) — это эффективная методика, позволяющая визуализировать любую задачу, идею или концепцию.

Она помогает нам визуально обозначить структуру мысли, выделить ее основу, вспомогательные элементы и разобраться в нюансах взаимосвязи между ними. Что весьма полезно в момент разработки и реализации бизнес-задач. Особенно при открытии интернет-магазина.

Карта мыслей наглядно демонстрирует идею целиком и по составляющим во всех направлениях, которые необходимо проработать для достижения цели. Так нам удастся провести предварительную оценку масштаба будущего коммерческого проекта и планомерно организовать его работу по шагам. Ведь любая многоходовая идея предполагает составление четкого продуманного плана.

Допустим, вы планируете открыть собственный онлайн-магазин. Для начала вам предстоит сформировать список «Что нужно сделать» или составить последовательную ментальную карту. На иллюстрации, представленной ниже, показано, насколько сильно разнятся используемые подходы.

Как работают обычные списки и интеллект-карты

В основе mind map всегда лежит главная задача, которая разбивается на ведущие идеи, направленные на ее решение. Каждая ключевая мысль подразделяется на пункты, подпункты и далее. Пока перед вами не окажется полноценная структура предстоящих действий.

В отличие от обычных последовательных списков интеллект-карта дает возможность обозначить абсолютно все связи между составляющими главной задачи. В результате образуется логически прочная цепочка действий, подчиненных одной общей идее.

Достоинства методики mind map

Преимущества использования ментальных карт при открытии нового дела несколько. В числе наиболее выраженных плюсов:

- Возможность предельно ясно представить себе основную идею будущего бизнес-проекта.
- Наглядно продемонстрировать имеющиеся данные, которые при этом значительно проще воспринимаются и запоминаются.
- Разобрать глобальную задачу на составляющие и детально проработать каждое направление, не теряя из вида картину целиком.
- Разработать и внедрить креативные решения, которые помогут увеличить

Без интеллект-карты



Список и перечисление много слов, мешанина. Невозможно понять, что главное, а что второстепенное.

эффективность онлайн-магазина в будущем.

- Подойти к процессу запуска бизнес-проекта не только с практической стороны, но и творчески. Что опять же положительно скажется на работе электронной торговой площадки.

Что важно учесть при составлении карты

Составляя mind map, необходимо обратить внимание на ряд важных факторов:

1. ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ МЕТОДИКИ. Ментальная карта яв-

ляется отражением мыслительной деятельности определенного человека. Поэтому вполне закономерно, что другим она может показаться непонятной. Далеко не все смогут уловить связь между многочисленными пунктами и подпунктами, объединенными общей целью.

Поэтому при формировании карты в обязательном порядке необходимо учитывать не только собственные идеи, но и мнение сторонних пользователей. Если она предназначена не исключительно для личного использования.

2. НЕИЗБЕЖНОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ. Мир устроен таким об-



Есть структура: видно главное и второстепенное. Меньше слов, больше сути.

разом, что наши жизненные установки, ассоциации, способность воспринимать информацию постоянно меняются. Через некото-

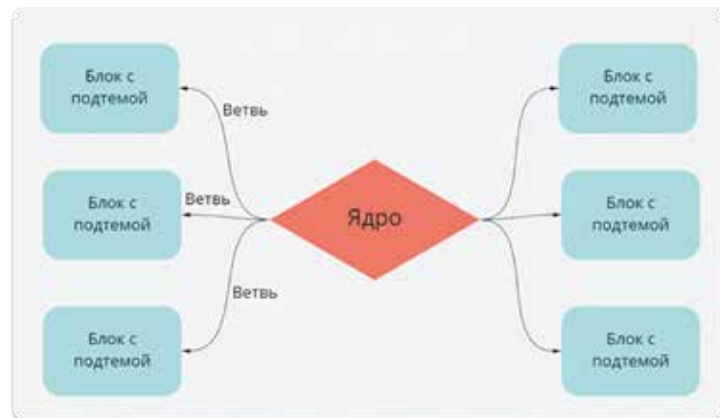
рое время (например, через год или два) ментальная карта может стать непонятной даже для того, кто ее составлял.

3. ПРЕИМУЩЕСТВА КРАТКОЙ РАСШИФРОВКИ. Чтобы в будущем не возникало проблем с пониманием mind map, следует обзавестись полезной привычкой расшифровывать ключевые моменты. Такой подход обеспечит своевременное напоминание создателю о ходе его мыслей или разъяснить другим людям, на что конкретно опирался автор в своей работе.

Приведенные выше факторы следует учитывать независимо от назначения интеллект-карт (для дома, учебы, работы). Однако в отношении mind map для интернет-магазина забывать о них категорически нельзя. Сложная структура не должна остаться без соответствующих пометок и разъяснений основных моментов. В противном случае от карты не будет никакой пользы.

Только представьте, каково будет разбираться в тонкостях разветвленной структуры без подробного разбора каждой ветки и поясняющих дополнений.

Составление



ментальной карты

Если вы запланировали открытие интернет-магазина — самое время приступить к формированию интеллект-карты. Давайте посмотрим, как это делается по шагам.

1. Определитесь, где именно будете составлять свою карту

Изучите возможности доступных сервисов или возьмите большой бумажный лист, если решите оформлять mind map собственноручно на бумаге. Не забывайте, что она не должна содержать каких-то отвлекающих элементов.

2. Обозначьте основную идею

Обратите внимание — mind map стандартно выстраивается по иерархическому принципу: от общего к частному. Поэтому для начала обозначьте ведущую идею в центральной части листа.

Эта основа должна быть представлена наименованием вашей электронной торговой площадки. Как только вы это сделаете, разрозненные мысли начнут обретать более четкие контуры. Фантазия превратится в реализуемую на практике задачу.

3. Добавьте категории

Когда ведущая идея уже обозначена, проведите от нее ответвления. Первые ветки будут основными категориями. Главными действиями, которые вы будете выполнять для достижения цели.

К разряду категорий при планировании работы компании могут относиться следующие пункты:

- Определение целевой аудитории.

- Разработка дизайна для будущего сайта.
- Подбор поставщиков товаров.
- Оформление и сбор документации на ведение бизнес-деятельности.
- Изучение компаний-конкурентов.

Приблизительно так выглядит интеллект-карта разработки веб-ресурса

4. Разбейте категории на подкатегории

Просто фиксируйте все, что необходимо сделать в рамках каждого крупного раздела. Чем больше подкатегорий в нем окажется, тем проще будет решать поставленные задачи.

Количество подразделов неограниченно. Добавляйте столько, сколько потребуется, и по возможности дополняйте их соответствующими изображениями (для наглядности). Так, например, для крупного раздела «Ниша» подкатегориями могут быть: предлагаемый продукт, его характеристики, сезонность, объем входящих средств, маржинальность.

5. Позаботьтесь о деталях, если они нужны

Каждую подкатеорию в свою очередь можно поделить на несколько более мелких действий. И делать это до тех пор, пока все задачи не будут сведены к единственному простому шагу, выполняемому без дополнительной разбивки.

Например, подкатеорию «Товар», которая входит в более крупный раздел «Ниша», целесообразно расписать на: условия хранения продукта, срок годности, особенности доставки, объем минимальной партии и другое.

Правила составления ментальных карт при планировании запуска

Как составлять карту по шагам, мы выяснили. Теперь немного поговорим о технике формирования mind map для запуска онлайн-магазина. Потому что при составлении следует придерживаться определенных правил:

- Всегда размещайте лист на ровной горизонтальной поверхности (если отображаете план на бумаге).
- Располагайте основную идею строго в центральной части листа. В данном случае напишите название своей компании. Второстепенные ответвления добавляйте только после детальной прорисовки ключевых идей. Прежде чем нанести очередную ветку, внимательно посмотрите на карту в целом, удостоверьтесь, что подбираете правильный подраздел. В центральной части листа линии должны быть более выразительными (яркими и широкими). Второстепенные — тонкими. Чем сильнее они будут отличаться друг от друга, тем проще воспринимать информацию. От центра листа к краям ветви плана становятся более тонкими

- В процессе составления старайтесь задавать как можно больше символов и образов. Чтобы работа приносила удовольствие, придумывайте собственные условия визуализации. Делайте наброски, скетчи, символические и схематичные изображения. Основная задача — сделать карту понятной для вас и тех, кто еще будет с ней взаимодействовать. Помните, что графические изображения



запоминаются и воспринимаются значительно легче, по сравнению с текстом.

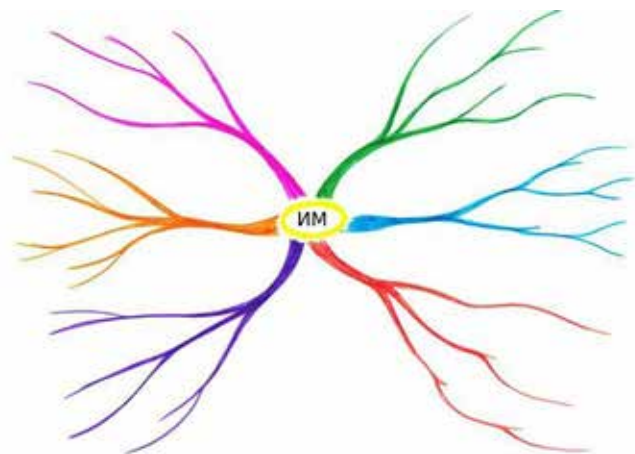
■ Однако совсем отказываться от текстового оформления не следует. Обязательно подпишите основные и второстепенные ветви (категории и подкатегории). Грамотно обозначьте ключевую идею, выстройте ассоциативный ряд. Текстовое содержание должно способствовать лучшему восприятию и запоминанию информации, а также планомерному выполнению поставленных задач. На каждом ответвлении стоит применять только одно слово. Так удастся не потерять основную идею в ходе проработки карты и последующей реализации бизнес-проекта. Наиболее значимые слова отметьте дополнительным объемом или подчеркиванием. Второстепенные сделайте менее бросающимися, но все-таки заметными, чтобы обозначить иерархический принцип построения структуры.

■ При необходимости расширяйте структуру интеллект-карты. Вставляйте добавочные элементы, позволяющие упростить процесс восприятия информации. Допустим, продемонстрируйте связь между составляющими

дополнительными цепочками или стрелками.

Задающие направление элементы фиксируют взгляд на определенной области mind map. Кроме того, дают возможность плавно перемещаться по ней, не теряя смысловой нити. Особых требований к оформлению добавочных элементов нет (по объему, форме, оттенку). Они просто должны делать ментальную карту точнее и понятнее.

■ Для отображения главных идей старайтесь подобрать максимально сильные слова или словосочетания. Подписи должны не просто бросаться в глаза, они должны сразу же давать понимание поставленной задачи.



■ Используйте печатные буквы, когда составляете интеллект-карту на бумажном листе. В противном случае индивидуальные особенности почерка не позволят разобраться в структуре. Зачастую и самому создателю некоторое время спустя.

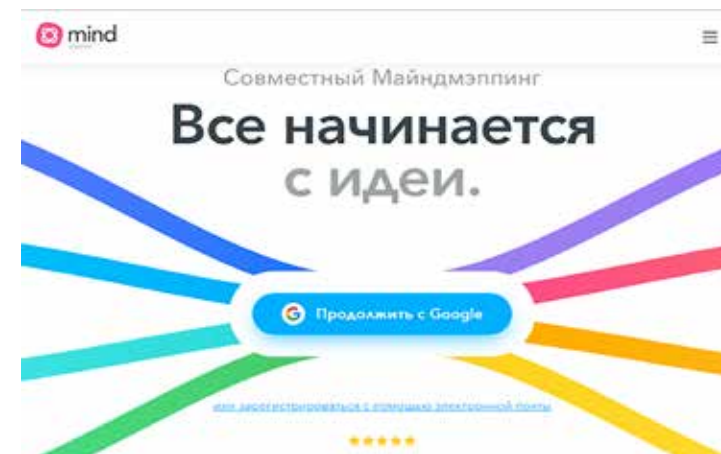
Специальные сервисы для создания ментальных карт

Найти актуальную спецпрограмму для составления mind map сейчас не проблема. Имеющиеся в доступе аналоги, как правило, различаются между собой стоимостью использования, стилевым оформлением интерфейса или особенностями предоставления бесплатных функций. Тем не менее с помощью любого сервиса вы сможете выстроить грамотную, понятную и яркую ментальную карту. Внимательно изучите их сайты и остановитесь на оптимальном варианте.

Ниже приведем несколько примеров специальных сервисов:

MindMup

Удобный вариант для тех, кто собирается составлять интел-



лектуальную карту впервые. С чем обычно и сталкиваются начинающие предприниматели, открывающие собственные торговые точки в интернете.

MindMup дает возможность использовать программу бесплатно первые полгода. Допускается как самостоятельная, так и коллективная работа над планами.

Mindmeister

Сервис предлагает сформировать 3 первые интеллект-карты абсолютно бесплатно. Для

этого в свое распоряжение пользователи получают множество шаблонов и изображений. При этом скачивание готовых решений и командная работа над mind map допускаются только на платной основе.

Mindmeister позволяет работать не только в программе, но и непосредственно в браузере

MindManager

Основным преимуществом данной спецпрограммы является возможность формировать мен-

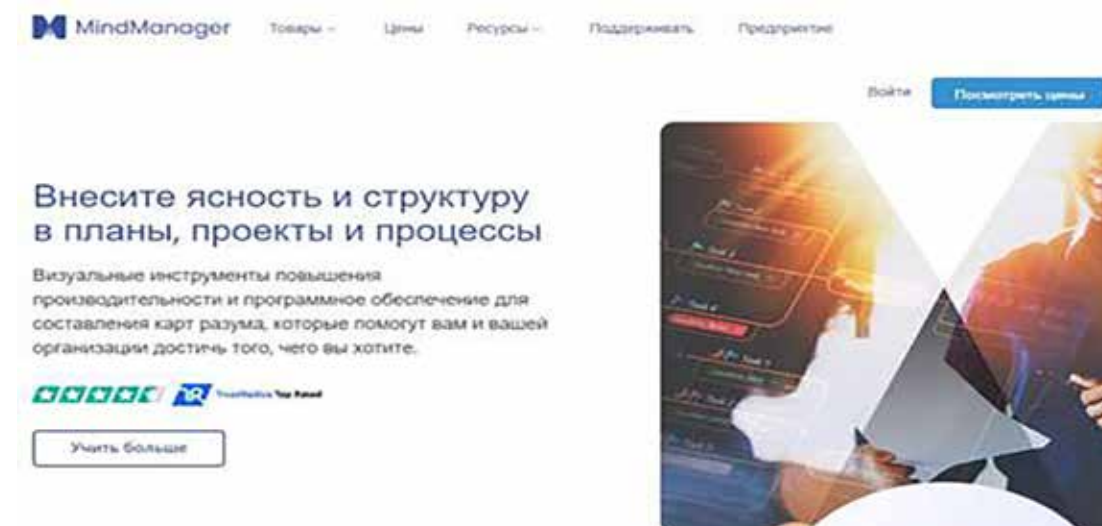
тальные карты на устройствах любого типа. В том числе — в облаке через браузер. К дополнительным плюсам стоит отнести понятный русифицированный интерфейс и бесплатный тестовый период (1 месяц).

MindManager — удобный сервис по созданию карт на всех типах устройств

Интеллект-карта — полезный инструмент структурирования, анализа, планирования и принятия решений. Огромное количество разрозненной информации с его помощью легко систематизируется, превращаясь в реальные цели и задачи.

Составив интеллект-карту вручную или посредством специальной программы, вы четко осознаете — пришла пора действовать. Последовательно выполнять каждый из расписанных пунктов, чтобы запустить по-настоящему рабочий бизнес-проект. Только так вы добьетесь максимальной эффективности от своего бизнеса в перспективе.

Источник: www.insales.ru



Консорциум «КОДЕКС» (ТЕХЭКСПЕРТ) приглашает вас участвовать в мероприятиях и вебинарах.



Техэксперт приглашает

Это позволит вам всегда быть в курсе изменений законодательства, его практического применения, а также быстро ориентироваться в потоке информации в сфере вашей профессиональной деятельности.

7 июня |
Вебинар для специалистов строительной отрасли
«Процесс создания информационной модели»

9 июня |
Онлайн-конференция для специалистов по защите окружающей среды
«День эколога - Техэксперт»
«Теория и практика обращения с отходами на производстве»

14 июня |
Вебинар для специалистов сферы здравоохранения
«Дезинфекция, стерилизация и утилизация медицинских отходов по новым требованиям»

15 июня |
Вебинар для пользователей «Техэксперт: Экология Премииум»
«Особенности взаимодействия с Федеральным оператором при обращении с отходами I и II класса опасности»

16 июня |
Вебинар для специалистов по обслуживанию и эксплуатации зданий
«Наиболее распространённые дефекты в результате эксплуатации зданий и сооружений»

23 июня |
Вебинар для специалистов пищевой отрасли
«Программы предварительных условий (ППУ) – базовые мероприятия для обеспечения безопасности пищевых продуктов на основе ISO/TS 22002»

Начало в 9 часов по местному времени.
Участие в вебинарах бесплатное

Для участия в вебинарах отправить заявку на эл. почту: resurs39@gmail.com



КОНТАКТЫ ДЛЯ КОНСУЛЬТАЦИЙ



Алексей ПОЛЯКОВ,
региональный представитель
информационных систем
«Кодекс» и «Техэксперт».
Тел. +7-900-565-37-47,
e-mail: resurs39@gmail.com
www.kaliningrad.cntd.ru

15 ИЮНЯ

Особенности взаимодействия с федеральным оператором при обращении с отходами I и II класса опасности

Вебинар для экологов. Поможет ответить на частые вопросы природопользователей о новом порядке по обращению с отходами I и II класса опасности. Будут разобраны спорные ситуации, связанные с введением нового порядка по обращению с отходами I и II класса опасности, будут приведены примеры из практики.

Лектор – Юлия БАБИКОВА, эксперт профессиональных справочных систем «Техэксперт: Экология», консультант службы поддержки пользователей в области охраны окружающей среды и природопользования. Автор статей онлайн-издания «Эколог в курсе».

16 ИЮНЯ

Наиболее распространенные дефекты в результате эксплуатации зданий и сооружений

В числе обсуждаемых вопросов вебинара – классификация основных причин появления дефектов. Также детально будет рассмотрено, какие дефекты характерны для металлических, каменных и железобетонных конструкций.

Лектор – Артур РОЩУПКИН, генеральный директор ООО «ГенСей», специалист по обследованию зданий и сооружений, сертифицированный судебный эксперт в области строительно-технической экспертизы, имеющий 12 лет опыта работы в области обследования зданий и сооружений.

23 ИЮНЯ

Программы предварительных условий (ППУ) – базовые мероприятия для обеспечения безопасности пищевых продуктов на основе ISO/TS 22002

Вебинар для специалистов пищевой отрасли, руководителей пищевых предприятий всех уровней, технологов пищевой промышленности, специалистов в области качества и безопасности пищевых продуктов

Участники обсудят, что такое предварительные мероприятия; что входит в программы предварительных условий (ППУ); какие процессы необходимо настроить в рамках ППУ и как их описать; получат информацию о технических спецификациях ISO/TS 22002, рекомендации по ППУ на пищевом производстве и правилах поверки ППУ при аудите.

Эксперты мероприятия – Елена ГРИГОРЬЕВА, главный специалист Департамента образовательных проектов и программ Ассоциации по сертификации «Русский Регистр», **Альфия АХМАРОВА,** менеджер по развитию комплекта систем «Техэксперт: Пищевая промышленность».

Все слушатели смогут получить электронный сертификат участника.

Для бесплатного участия в обучающих мероприятиях необходимо направить заявку на e-mail: resurs39@gmail.com

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. 323м, тел. (4012) 599-337

Замминистра – Ирина Николаевна ГРАКОВА,
тел. (4012) 599-338
Замминистра – Анастасия Александровна
АБРАМОВА, тел. (4012) 599-327
Замминистра – Артём Игоревич ИВАНОВ,
тел. (4012) 599-171
Замминистра – Александр Николаевич
ТУГОЛУКОВ, тел. (4012) 599-034

Департамент развития предпринимательства
и торговли
Начальник – Мария Николаевна КУКЛЕВА,
тел. (4012) 599-332
Департамент промышленности и науки
Начальник – Дмитрий Владимирович ХУДОБА,
тел. (4012) 599-144
Департамент недвижимости
Начальник – Сергей Тадеевич МАЗЕПА,
тел. (4012) 599-344

Центры

ГКУ КО «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг»

Начальник отдела поддержки МСП –
Наталья Георгиевна ХОТЯНОВИЧ
г. Калининград, ул. Уральская, 18
(ТЦ «Мега-Маркет», 4-й этаж),
тел. (4012) 310-110

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 – Светлана Борисовна НИЖЕГОРОДОВА.
г. Калининград, Московский пр. 95, офис 408.
Тел. 8 (4012) 71-76-34, 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
г. Балтийск. 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 45265 49, (4015) 640-398.
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: aleksandroo2014@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, +7 (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: fermerslavsk@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, Гвардейский пр., 15, пом. 17, оф. 121а, 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.rsp.ru

Союз «Калининградская торгово-промышленная палата»

Президент – Феликс Феликсович ЛАПИН
г. Калининград, Советский пр., 179,
тел. (4012) 590-650, факс (4012) 95-47-88,
www.kaliningrad.tpprf.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 «Союз машиностроителей»

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

КРОО «Союз строителей»

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

НП «Балтийский деловой клуб»

Председатель – Сергей Николаевич ЛЮТАРЕВИЧ,
тел. (4012) 344-001

Ассоциация промышленников Калининградской области

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

Ассоциация предприятий туристической Калининградской области

Председатель – Светлана СЛЕПЕНКО,
тел. (4012) 46-96-55

Ассоциация мясопроизводителей Калининградской области

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

Ассоциация калининградских мебельщиков

Президент – Евгений 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



26 лет
МЫ ЗАБОТИМСЯ О ВАШЕМ ЗДОРОВЬЕ И КРАСОТЕ!

ЛЕЧЕНИЕ ВОЛОС И КОЖИ ГОЛОВЫ | КОРРЕКЦИЯ ФИГУРЫ | ДИЕТОЛОГИЯ
ВРАЧЕБНАЯ КОСМЕТОЛОГИЯ ДЛЯ МУЖЧИН
ЛАЗЕРНАЯ КОСМЕТОЛОГИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОСМЕТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ВОЛОС И КОЖИ



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

