ДЛЯ ТЕХ, КТО ВЫБИРАЕТ ЛУЧШЕЕ! 16+

БИЗНЕС ГАЗЕТА.

ТВЕРСКОЙ РЕГИОН

№13 (13) июль 2021

DEKART
LAW & ACCOUNTING FIRM

Декарт – группа компаний в сфере права, налогообложения финансов и IT

Наши компетенции:
01 Бухгалтерия
02 Налоги
03 Договоры
04 Судебные споры
05 Инвестиции
06 IT-проекты

г. Тверь,
ул. Советская,
д. 56, корп. 2
+7 910 647 53 44
www.cpbo.net

Реклама

Бизнес-консультация
ОТ НАДЕЖДЫ НА АВОСЬ - К НОВОМУ БИЗНЕС-МЫШЛЕНИЮ 2-3 стр.

Бизнес-интервью
МОЖНО ЛИ СМОДЕЛИРОВАТЬ ФИНАНСЫ БИЗНЕСА? 4 стр.

Бизнес-территория
МАЛОМУ БИЗНЕСУ ДОЛЖНО БЫТЬ СПОКОЙНО В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА 5 стр.

Актуальный вопрос
ФНС ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: 6 АВГУСТА ОТСРОЧКА ЗАКАНЧИВАЕТСЯ 6 стр.

Бизнес-идея
ИДЕЯ В КРИЗИС: КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН 7 стр.

Бизнес Газета. Тверской регион. член Союза ТТПП и ТПП РФ

ТЕМА НОМЕРА: IT-ТЕХНОЛОГИИ

СЛУЧИТСЯ ЛИ ПРОРЫВ В «ГОНКЕ ВООРУЖЕНИЙ» IT-ТЕХНОЛОГИЙ?

Без сомнения, случится. В ближайшем будущем IT-отрасль будет развиваться в больших масштабах. Мы уже живём в век высоких технологий. Ведь IT-технологии сегодня можно увидеть почти во сферах жизни. Достаточно посмотреть, насколько сильна изменилась наша жизнь за последние 20 - 30 лет.

Если лет 30 назад компьютер был в диковинку, то сегодня для многих людей ноутбук (даже не стационарный компьютер) или смартфон – предметы первой необходимости. Если лет 10 назад поездка на такси была только для привилегированных людей, то сегодня можно воспользоваться, например, carsharing, уехать в другой город и оставить там машину. Доставка еды из любимого ресторана или кафе стала весьма востребованной услугой. Эти и другие инновационные технологии делают нашу жизнь более комфортной.

Правда, пока происходит всё не так быстро, как хотелось бы. И на это есть свои причины. Если в 2018-2019 годах был пик развития высоких технологий в нашей стране, то с 2020 года IT-отрасль погрузилась в стагнацию, и доля в ВВП, по мнению экспертов, снизилась с 2,9% до 2,8%. Это связано, в первую очередь, с экономическим кризисом из-за пандемии коронавируса, следствие которой стало уменьшение инвестиций в IT-компании. Мы знаем, что при больших проблемах с экономикой вложения будут снижаться, даже если это перспективное дело. Ещё одна проблема, которая преследует нашу страну с 90-х годов, это «утечка мозгов» на запад. За настоящих профессионалов компании борются на международном уровне. Чаще программисты работают в иностранных компаниях или пытаются переехать за рубеж. Как бы то ни было, на западе меньше бюрократических сложностей для ученых и айтишников. И хотя в России существуют свободные экономические зоны, но говорить о том, что для развития высоких технологий созданы комфортные условия, пока нельзя. Несмотря на это, IT-специалисты по праву считаются высокооплачиваемыми профессионалами. Есть позитивная нотка: спрос на IT-профессионалов растёт и будет расти. К примеру: в России в 2021 году в IT-сфере задействовано почти 400 тыс. человек. По подсчётам экспертов, к 2025 году число возрастет примерно на 10-15%.

Константин Иванов - предприниматель-практик, основатель Smally

Но нельзя умолчать ещё об одной проблеме: количество айтишников в нашей стране, безусловно, растёт. Но на экономику они мало влияют. Дело в том, что квалификация IT-специалистов на сегодняшний день не совсем должного уровня. Здесь нужно быстро отреагировать высшим учебным заведениям, так как спрос постоянно меняется. Но получить хорошее образование, это полдела. Сами айтишники должны заниматься непрерывным самообразованием. Иначе они не смогут быть востребованными. Высококлассные специалисты, как правило, обладают фундаментальными знаниями, поэтому могут легко адаптироваться к новым реалиям. И такая проблема, как профессиональное проседание, им не страшна.

Конечно же, IT-сфера более активно развивается в Москве и Санкт-Петербурге. Здесь больше спрос на IT-специалистов, зарплата выше. Но регионы тоже не отстают. В пятерку развитых IT-городов после Москвы и Санкт-Петербурга вошли Казань, Новосибирск (кстати, всем известные карты 2Gis созданы именно здесь), Екатеринбург, Ростов-на-Дону и Нижний Новгород. В Твери тоже развивается IT-сектор. Есть компании с мировым именем, как Accenture, и уникальные местные IT-компании.

Олег Баранник - модератор, эксперт Фонда «Сколково»

Журнал «Умный город» и центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес» опросили почти 500 айтишников о том, что нужно изменить в Твери для комфортного IT-климата. На первом месте повышение зарплаты, на втором – комфортная городская среда, на третьем – социальные условия.

Будет ли Тверь городом айтишников, это вопрос времени. Но уже сегодня можно говорить о том, что именно в Твери есть несколько технологических трендов, которые были представлены руководителями IT-компаний на первой конференции «Умный город. Технологические тренды-2021», которая прошла в июне в центре «Мой бизнес». Организатор конференции – лекторий «Живое слово» и редакция журнала «Умный город». Облачные технологии, now code (разработка без разработчиков), low code подход в цифровизации, технологии дополненной реальности, микрогенерация энергии, ветровая и солнечная энергия, антиконтрафактные технологии – об этом и не только узнали участники конференции. Более подробно о технологических трендах мы расскажем в следующих номерах нашей газеты. Следите за публикациями! И в заключение хочется сказать, что тверские разработчики обязательно займут достойное место в общей «гонке вооружений» IT-технологий.

Азалия Сабирова
фото лектория «Живое слово»

ЖЕЛАЕТЕ ОТКРЫТЬ СВОЁ ДЕЛО И РАСЧЁТНЫЙ СЧЁТ В БАНКЕ?
ТОГДА УСЛУГА «ВЫЕЗДНОЙ МЕНЕДЖЕР» ДЛЯ ВАС!

ВЫЕЗДНОЙ МЕНЕДЖЕР БЕСПЛАТНО:
- зарегистрирует ИП или ООО;
- откроет счёт в банке на выбор: Сбербанк, Альфа-банк, Промсвязьбанк, Точка банк;
- подберёт оптимальный тариф;
- выпустит бизнес-карту.

МЫ ЭКОНОМИМ ВАШЕ ВРЕМЯ - ВЫ РАЗВИВАЕТЕ СВОЙ БИЗНЕС!
Закажите услугу «Выездной менеджер»
ПО ТЕЛЕФОНУ +7 930 181 41 90,
и менеджер подъедет к Вам в удобное для Вас время

Реклама

БИЗНЕС ГАЗЕТА. ТВЕРСКОЙ РЕГИОН
№ 13 (13) июль 2021

ОТ НАДЕЖДЫ НА АВОСЬ – К НОВОМУ БИЗНЕС-МЫШЛЕНИЮ

Правовая грамотность предпринимателя, наряду с финансовой, – непременные условия успешности бизнеса. В рамках прошедшей в Твери Недели предпринимательства ее участникам были предоставлены широкие возможности узнать о нормативных новациях, регулирующих предпринимательскую деятельность, получить ответы на актуальные вопросы, связанные с правоприменительной практикой в сфере МСБ.

Александр Потапенко - бизнес-эксперт, член экспертного совета Молодежного парламента при ГД ФС РФ

Семинар «Юридическая безопасность бизнеса» провел бизнес-эксперт, член комитета Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, член экспертного совета Молодежного парламента при Государственной Думе ФС РФ, победитель этапа конкурса «Лучший молодой предприниматель России» 2014 года Александр Потапенко. В его интервью «Бизнес Газете» затронуты темы взаимоотношений бизнеса и власти, нюансы партнерства с маркетплейсами, а также изменений бизнес-мышления отечественных предпринимателей за годы их деятельности.

– Юридические проблемы в сегменте МСБ – это, по вашей оценке, в большей степени следствие недоработок нормативной базы в этой сфере или же дело в основном в недостаточной юридической грамотности самих предпринимателей?

– Здесь нет однозначного ответа. Думается, основная причина – все же не в проблемах нормативной базы. В сегменте МСБ действует много действительно отличных законов, вполне соответствующих сложившейся на сегодня экономической ситуации и степени развитости самой этой сферы. Конечно, есть в ней и несовершенства, база постоянно дорабатывается. А по-другому никак: сейчас скорость изменений в обществе увеличилась, и то, что было насущным еще вчера, сегодня утрачивает актуальность. Взять, к примеру, регулирование предоставления дистанционных услуг: технологии здесь каждый день меняются, там, где вчера работали курьеры, сегодня используется роботизированная доставка, и т.д. И за этими новациями законодательство не всегда успевает.

Что же касается юридической грамотности предпринимателей… Мне кажется, проблема скорее в том, что до сих пор в этой среде в определенной степени сохранился правовой нигилизм: некоторые предприниматели продолжают считать, что они, даже явно нарушив закон, не «попадут под раздачу» санкций со стороны правоохранительных или контролирующих органов. И упорно пытаются, например, использовать «серые» схемы. Порой рискованность свидетельствует о невысоком уровне уважения к праву, к обществу. Как с этим бороться? Используя традиционное сочетание «кнута и пряника»: непременно наказывать за нарушения и всячески поощрять законопослушность, пропагандировать позитивные примеры.

– Не оправдывая нарушителей, надо всё же честно признать, что подобный правовой нигилизм бывает и спровоцированным: во всех регионах есть свои истории об «отжатых» бизнесах, о невозможности найти правду и добиться справедливости у коррумпированных чиновников…

– Действительно, некоторые опросы подтверждают весьма невысокий уровень доверия предпринимателей к силовому блоку, к контролирующим организациям. Ситуации с не всегда законным преследованием предпринимателей, к сожалению,не столь редки. Известно также, что у правоохранительных и контролирующих органов есть планы по выявлению нарушений и наложению штрафных санкций, по их выполнению судят об эффективности их работы. «Палочная» система, безусловно, порочна, она ощутимо подрывает доверие к правоохранителям. Например, любой предприниматель знает, что такое сезонность, что доход у фирмы не может быть одинаковым в каждом месяце, план по продажам постоянно варьируется. И если, к примеру, магазин торгует школьной формой и письменными принадлежностями, должно быть понятно, что пик продаж у него придется на август, а, допустим, в марте выручка будет совершенно иной. Но вот проверяющие, придя в магазин с плановой проверкой «не в сезон», могут задавать владельцу очень неудобные вопросы и делать выводы без учета планового изменения выручки. Но с другой стороны, понятна и логика государства: полный отказ от «планов по штрафам» чреват резким ростом числа нарушений со стороны бизнеса.

– В ряде передовых стран решают эту проблему методом «от противного»: там профессионализм контролирующих органов оценивается по снижению числа нарушений, считается, что в данном случае эффективно сработала профилактика.

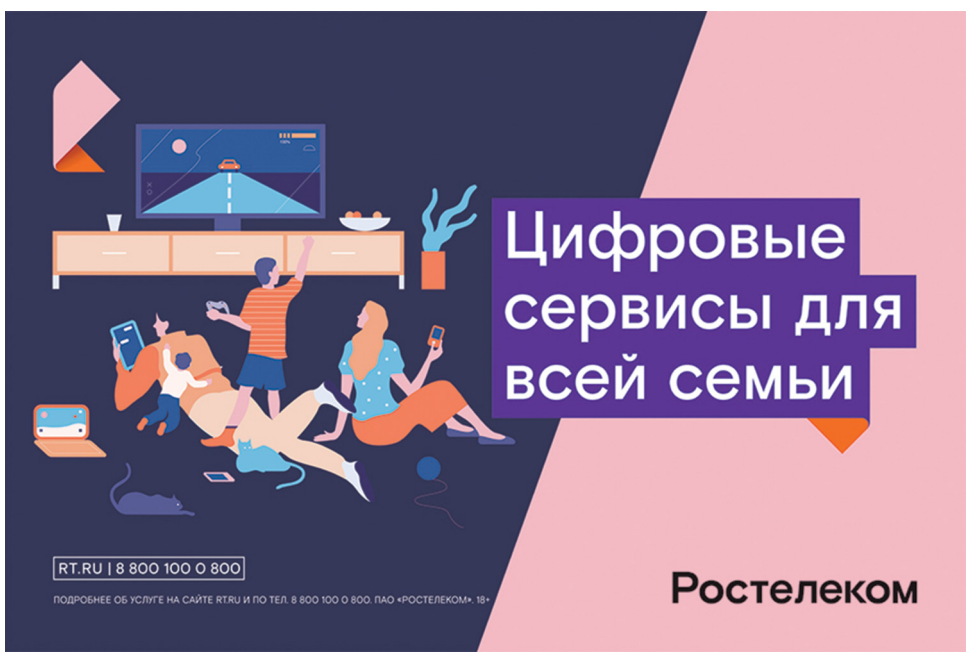
– Не знаю в деталях, как построена такая система в этих странах, но во всех случаях систему следует воспринимать целостно. И если мы отмечаем, что этот ее аспект где-то отстроен по-другому, надо учитывать, что там, например, и налоги не сравнимы с российскими: те же налоги на зарплату могут превышать 60%. Так что, если рассматривать систему в комплексе, а не только оценивать ее отдельные пазлы разной степени удачности, то окажется, что в нашей стране возможности для развития МСБ ничуть не меньше, чем в других. Конечно, есть у нас и своя специфика. Денежная масса у нас в стране не столь велика. А для предпринимателя одна из самых важных составляющих успеха – это рынок сбыта. И госорганы сейчас стараются оказывать бизнесу помощь в их поиске и закреплении на них – созданием онлайн-площадок, услугами маркетологов и т.д.

– В этом плане сегодня востребована помощь при выходе компаний МСБ на маркетплейсы, в том числе международные. Однако, как показывает жизнь, партнерство с такими площадками порой может принести больше проблем, чем выгоды. То есть, сначала-то у нового клиента маркетплейса всё идет хорошо, но потом, когда он уже достаточно «обжился» на площадке, ему там начинают ставить весьма неудобные для него условия, например, поднимать комиссию или настойчиво предлагать снизить цены на реализуемую продукцию и т.д. Можно ли здесь обеспечить правовую защищенность наших предпринимателей?

– Это действительно актуальная проблема – и маркетплейсов, и агрегаторов в целом. Известно большое количество случаев, когда агрегаторы «вдруг» повышают комиссии за продажи. С этим, в частности, сталкиваются клиенты из сферы общепита, особенно те, кто обеспечивает доставку еды. Не случайно, например, Додо-пицца не пользуется услугами агрегаторов, сделав соответствующие расчеты и убедившись, что им выгоднее создать собственную службу доставки, чем платить комиссию агрегатору. Опытные предприниматели в подобных случаях прогнозируют ситуацию: они понимают, что онлайн площадки сначала могут заманить их выгодными условиями, а потом, когда клиент создаст определенный трафик на этот сайт, ему увеличат комиссию. Конечно, агрегаторы не в состоянии подобным образом диктовать условия глобальным компаниям, но вот среднему и малому бизнесу создать такие проблемы вполне могут.

Как подстраховаться? Прежде всего, внимательно изучить каждую букву договора с маркетплейсом. Как минимум, понимать, как часто и каким образом могут меняться его условия, что вправе сделать агрегатор, как может измениться та же комиссия, идет ли речь о безакцептных изменениях, т.е., без согласия предпринимателя, или же требуется обоюдное согласие сторон, и т.д.

Как этот вопрос может решаться на государственном уровне? Первое, что может здесь прийти на ум, – это введение госрегулирования. Но самое привычное для нас, стереотипное решение – не значит самое грамотное, тем более, оптимальное. Еще вариант, который, кстати, поддержали эксперты ТПП РФ, когда обсуждали проблему роста цен на продукты, – поддержать адресно самих пользователей услуг агрегаторов. Москва уже идет по этому пути, в бюджете города предусмотрены субсидии для предпринимателей, размещающихся на маркетплейсах. Если будет принято решение распространить эту практику на всю страну, нужно, конечно, обойтись без перегибов, подходы к дотированию должны быть индивидуальными, критерии предоставления помощи – четкими и понятными. Это поможет предпринимателям раз-



виваться, по крайней мере, на начальном этапе деятельности. А если конкретная компания представлена на глобальных площадках, то, поддерживая ее, государство стимулирует также развитие экспорта.

Здесь есть еще принципиальный момент – уровень финансовой грамотности предпринимателя. Если маркетплейс, к примеру, увеличивает комиссию, предприниматель должен понимать, что ему понадобится «подкрутить» в своем бизнесе, чтобы компенсировать возросшие затраты. Ведь маркетплейсы, в свою очередь, принимают подобные решения не с потолка: они анализируют финансовое состояние своих клиентов, пользуясь при этом аналитическими возможностями Биг Дата.

– А вот МСБ пока не имеет доступа к большим данным. Как ему здесь можно помочь?

– Это очень интересная и перспективная тема: Сейчас в Евросоюзе активно обсуждается законопроект об использовании больших данных. В России тоже есть подобные инициативы, они пока не настолько на слуху, но, на мой взгляд, их надо быстрее продвигать. В чем здесь суть? Допустим, у агрегатора собрано огромное количество данных, которыми он и пользуется в полном объеме, предоставляя клиентам-предпринимателям лишь определенную их часть. Именно этот вопрос – об обеспечении всем заинтересованным сторонам полного доступа к необходимым данным – и надо как можно скорее решить на законодательном уровне. Идея такая: если компания располагает объемом данных о других людях, хозяйствующих субъектах, она не должна распоряжаться ими только в собственных целях, использовать только для себя. Получив доступ к полной статистике, предприниматели смогут принимать более взвешенные бизнес-решения. Но, конечно, здесь важен и уровень и финансовой, и правовой культуры предпринимателя, его способность работать с массивами информации, возможно, ему потребуется и прямая юридическая поддержка, которую тоже необходимо обеспечить.

– Вернемся от международной практики к отечественной. Какие юридические споры в сегменте МСБ сейчас преобладают: проблемы взаимоотношений с властью, с контролирующими органами, с контрагентами или же внутри компаний?

– Больше всего споров и конфликтов – между хозяйствующими субъектами. Возникают претензии по поводу качества поставленных товаров, соблюдения сроков поставок, по поводу непогашенных долгов при взаиморасчетах и т.д. То есть, речь идет об операционной деятельности. Сам по себе объем операций огромен, и неудивительно, что какая-то его часть становится проблемной. Еще один большой массив конфликтов – споры предпринимателей с госорганами: оспариваются налоговые начисления, суммы штрафов, результаты проверок и т.д. А вот количество трудовых споров постепенно уменьшается. Полагаю, что основная причина здесь – рост уровня правовой культуры в сегменте МСБ.

– Каковы наиболее типичные ошибки владельцев бизнеса, которые чреваты судебными исками?

– Одна из типичных ошибок проистекает, скорее, из особенности российского менталитета – это привычка откладывать всё до того момента, когда, согласно известной поговорке, грянет гром. Ну и извечная надежда на авось, в данном случае – на то, что авось пронесет и не случится проблемы. Ведь когда большинство из нас идут к докторам? Правильно, когда болезнь уже обострилась донельзя и все способы самолечения перепробованы. То же и с предпринимательскими проблемами: пока ситуация не стала критической, большинство владельцев бизнеса не начинают всерьез заниматься решением проблемы. Тогда как куда более надежный путь – подстраховаться заранее, изначально проанализировать возможные риски. Здесь есть и проблема недостатка предпринимательских знаний и опыта, который подсказывает, что риски надо планировать. Может быть, дело здесь в том, что в МСБ пока не развита система наставничества. Но в то же время у нас есть масса профильной литературы с конкретными кейсами, многие крупные бизнесмены описали в книгах свои истории успеха, содержащие, по сути, готовые модели, практики – как надо делать и как не надо.

– Проблема в том, что у нас и крупный бизнес пока не очень-то умеет планировать, разрабатывать реальные стратегии развития, а что уж говорить об МСБ...

– Да, для большинства компаний малого бизнеса и микробизнеса понятие стратегии – это что-то очень далекое, почти как космос. Не наработана привычка смотреть на перспективу, хотя бы среднесрочную, и сегодня создавать основу под будущее развитие в соответствии с этими планами. Отчасти это потому что современные экономические реалии сейчас меняются очень быстро, и многие планы срываются, либо же оказываются устаревшими еще на стадии их разработки. Но, как говорится, и в штормящем море всё же нужно прокладывать курс, а не отдаваться на волю волн и течений. В этом смысле задача образовательных программ для МСБ – культивировать разработку и реализацию стратегий компаниями этого сегмента.

Еще одна причина того, что наши предприниматели упускают этот важнейший момент, состоит в том, что стаж в бизнесе у большинства из них очень небольшой, особенно в сравнении с их европейскими коллегами. В Европе семейный бизнес на протяжении веков передается из поколения в поколение, и традиции предпринимательства очень давние. Возраст же российских компаний МСБ пока не превышает 30 лет. И когда у наших предпринимателей сложатся семейные династии, появится понимание, что их бизнес будет поддерживать все последующие поколения семьи, – вот тогда естественным образом возникнет потребность и в среднесрочном планировании, и в разработке долгосрочной стратегии. Но, понятно, для этого должно пройти время. Кстати, в этом плане симптоматично, что в ходе семинаров, подобных сегодняшнему, мне из зала все чаще задают вопросы по поводу оформления наследования бизнеса, его брендирования. Так что вектор в нужном направлении уже обозначен: люди начинают смотреть на свой бизнес, как на долгосрочный проект. И от этого нового бизнес-мышления выиграют все: и сами предприниматели, и их наемные работники, которые, убедившись в надежности компании, смогут так же планировать свою карьеру в ней на годы вперед, не боясь, что бизнес может закрыться одномоментно, и государство, которое получит надежных и лояльных налогоплательщиков. Кстати, не так давно я проводил занятия в бизнес-лагере и уловил четкий запрос от предпринимателей-родителей по поводу того, чтобы их дети тем или иным образом продолжили их семейный бизнес, как минимум, проявляли бы к нему предметный интерес.

– Каковы ваши впечатления о современной бизнес-среде, вынесенные из подобных семинаров?

– Бизнес-среда неоднородна, ведь это – срез нашего общества, а оно многослойно. Кто-то привык полагаться на помощь извне, в основном рассчитывает на поддержку государства, кто-то настроен решать все свои задачи и проблемы самостоятельно. При этом вопросы и проблемы у многих общие. Если говорить о юридическом аспекте, то многих в первую очередь интересует, как оптимально наладить работу с персоналом, как взаимодействовать с контрагентами, как выстроить взаимоотношения с контролирующими органами.

Беседовал Денис Савельев

СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Марина Гавришенко, главный редактор

Много чего интересного произошло за последние две недели. Например, сборная Италии стала чемпионом Европы по футболу, чему были несказанно рады подавляющее число россиян, чья национальная команда сумела даже не выйти из группы на чемпионате. Но все же основные треволнения минувших дней и, думается, дней последующих связаны с обязательной вакцинацией россиян, потому что это дело уже не лично каждого, а головная боль большинства работодателей страны.

С высокой долей вероятности можно предположить, что план привить всех первым компонентом до 18 июля (по факту – к 15 июля) – с треском провалился. Нет, наши граждане в едином порыве бросились вакцинироваться, стойко перенося многочасовые очереди в торговых центрах, где были спешно оборудованы прививочные пункты. О том, почему план провалился расскажу позже, на примере Тверской области. Пока же – официальные цифры по стране, которые посчитал Минпромторг.

Итак, по данным Минпромторга, российские продовольственные сети успели привить первым компонентом вакцины только 5% сотрудников, непродовольственные — 27,5%. При этом, обязательная вакцинация 60% сотрудников розничной торговли, общепита, сферы услуг и ряда других отраслей введена в 22 регионах страны, в том числе и в Тверском регионе.

В Москве и Московской области показатели намного лучше: в столице продовольственный ритейл привил четверть работников, непродовольственный— 45%. Показатели Московской области — 28% и 42% соответственно.

Издание «Коммерсантъ» отмечает, что в Москве и Подмосковье выполнить требование властей об обязательной вакцинации успевают только несколько сетей, а по остальным регионам и большей части компаний сроки срываются.

Среди причин сложившейся ситуации участники рынка выделяют дефицит вакцин, очереди в пунктах вакцинации и сезоны отпусков. Так, нехватка вакцины зафиксирована в Краснодарском и Хабаровском краях, Ростовской, Брянской, Тамбовской, Кемеровской областях, на Сахалине и на Алтае. На этом фоне выглядит удивительным новое распоряжение Краснодарских властей об обязательной вакцинации на месте всех приезжающих в край на отдых.

Крупные сети, такие как X5 Group, Leroy Merlin, Metro и «Спортмастер», рассказали, что число вакцинированных сотрудников «растет ежедневно», но их доля сильно разнится от региона к региону.

В Ассоциации компаний розничной торговли сообщили о том, что компании действительно столкнулись с «рядом объективных сложностей», которые замедляют процесс вакцинирования и ставят под вопрос достижение 60% показателей к 15 июля.

На этом фоне Минпромторг не исключает того, что придется просить все вышестоящие власти сдвинуть сроки вакцинации на более реалистичные, либо отказаться от штрафных санкций за их нарушение. Также ведомство хочет ввести неофициальный мораторий на штрафы в отношении предприятий, которые не успели вакцинировать 60% персонала по объективным причинам.

Почему так? Рассмотрим на примере нашего региона. На сегодняшний день в Тверской области вакцинировано чуть более 200 тысяч жителей. В ближайшие время прививку получат еще порядка 50 тысяч человек. Если все очень грубо округлить, пусть будет, что к 18 июля вакцинируются 250 тысяч человек. В регионе с населением порядка 1 миллиона 200 человек, это даже не половина, а это где-то 25 процентов. То есть положенных 60 процентов нет и быть не может. Никак не может.

Цифры по производству Спутника V (остальные вакцины даже не рассматриваем, они выпускаются в малых количествах) озвучил недавно глава Минпромторга Денис Мантуров. На российских площадках с июля объемы выпуска составляет до 30 миллионов доз в месяц. В России – 85 субъектов. То есть, если даже не делить субъекты на большие и малые, города- миллионники и вымирающие деревни, получается порядка 350 тысяч вакцин в месяц на регион. И это я еще не делю вакцину на первый и второй компонент, тогда получится еще меньше. Мне кажется, вот такие элементарные подсчеты надо было провести с самого начала, чтобы не создавать искусственный ажиотаж и панику.

Выход один – или продлевать срок обязательной вакцинации или срочно вводить новые производственные мощности. Думается, первое более очевидно.

Берегите себя!

БИЗНЕС ГАЗЕТА. ТВЕРСКОЙ РЕГИОН
№ 13 (13) июль 2021

МОЖНО ЛИ СМОДЕЛИРОВАТЬ ФИНАНСЫ БИЗНЕСА?

С чего начинается запуск любого инвестиционного проекта или компании? Чаще всего с хобби будущего предпринимателя, потом поиск денег или инвестора на открытие своего дела, а далее - поработаем, увидим. Некоторые составляют бизнес-план, но этого недостаточно.

Нужна финансовая модель, особенно для инвестиционного проекта. С ней можно избежать возможные проблемы и увидеть в цифрах, как будет развиваться проект, что немаловажно как для предпринимателя, так и для инвестора. В финансовой модели все важные показатели взаимосвязаны в таблице, из которой видно, как изменение этих показателей будет сказываться на денежном потоке, на чистой прибыли и на сроках окупаемости.

На вопросы «Бизнес Газеты» о практических основах финансового моделирования отвечает Ольга Хилькевич, руководитель направления финансирования и финансового планирования компании «Декарт».

- Ольга Игоревна, тема нашего разговора – финансовая модель проекта. Тема сложная, но очень важная для всех, кто хочет открыть своё дело или уже занимается бизнесом. Расскажите, почему недостаточно составить бизнес-план проекта? Для чего нужна финансовая модель?

Действительно, очень часто бизнес-план путают с финансовой моделью. На самом деле, это разные вещи. Бизнес-план – это документ, в котором содержится и общее описание проекта, и производственный, финансовый и маркетинговый планы, и анализ рынков и рисков, т.е. показывает, как будет делаться бизнес. А финансовая модель - какими силами и с каким финансовым результатом, т.е. показывает, что влияет на чистую прибыль бизнеса и как ее увеличить, открывает финансовые риски, помогает собственнику или инвестору понять, стоит ли открывать новый бизнес или направление, или не стоит, а еще покажет, что сейчас мешает бизнесу больше зарабатывать и какие показатели стоит улучшить.

- В бизнесе одним из главных критериев успеха является прибыль. Значит, финансовая модель собирает всю информацию, как, сколько и за счет каких источников бизнес зарабатывает или будет зарабатывать деньги?

- Совершенно верно. Обычно большинство предпринимателей не понимают, сколько конкретно они заработают до конца года, потому что считают, что спланировать это невозможно. Ведь никто не знает, что будет даже завтра. Но финансовая модель дает возможность спрогнозировать (!) будущее бизнеса: сколько компания приносит за год прибыли, какая у компании точка безубыточности, то есть сколько нужно продать товаров или оказать услуг, чтобы выйти в точку окупаемости, какие ключевые показатели влияют на прибыль: конверсия, трафик, средний чек или что-то еще.

Смысл финансовой модели - не только показать, сколько выручки и прибыли может заработать бизнес, но и дать более детальную информацию, за счет чего можно увеличить прибыль или снизить расходы.

Дополнительно можно рассчитать движение денежных средств, баланс и рентабельность капитала. Основной смысл — увидеть, как именно двигаются деньги в проекте, понять и оценить, насколько привлекательным является бизнес с точки зрения привлечения инвестиций.

- В каких случаях финансовая модель априори необходима?

Финансовая модель, бесспорно, нужна для капиталоемких проектов и уже на этапе планирования. Цифры покажут, какую бизнес-модель выбрать, как скорректировать цены и показатели, чтобы бизнес был экономически выгодным, т.е. увидеть в цифрах, «взлетит» проект или нет.

И для планирования прибыли и определения ключевых точек роста в уже работающем бизнесе: финансовая модель должна показать, где бизнес терпит убытки, где есть потенциал роста, а где можно просто прекратить деятельность.

- Какие ключевые показатели компании нужны для разработки грамотной финансовой модели?

Финансовая модель зависит от особенностей бизнеса или требований заказчика. Но при этом есть ключевые показатели, без которых не разработать грамотную финансовую модель:

- три формы отчётности: баланс, отчёт о финансовых результатах, отчёт о движении денежных средств;
- продажи в единицах;
- прогнозы окупаемости, точки безубыточности, рентабельности;
- анализ финансовой устойчивости и ликвидности;
- анализ налогообложения - НДС, пошлины, акцизы;
- расчёт юнит-экономики;
- сезонный фактор;
- анализ чувствительности.

Финансовая модель помогает выявить показатели, которые влияют на доходность бизнеса и контролировать их. Но нужные показатели определяются ещё и спецификой бизнеса. Например, стартапам нужно уделить внимание маркетинговой аналитике, торговым предприятиям - проработать расчёт оборотного капитала: дебиторские и кредиторские задолженности, запасы. Крупным компаниям важно учитывать налогообложение, а производителям, например, кваса — сезонный фактор.

- Каким требованиям должна соответствовать финансовая модель?

- Финансовая модель в первую очередь должна быть эффективной. Это достигается за счёт подвижности модели, т.е. должна быть возможность внесения корректировок. Финансовая модель должна работать как калькулятор, который автоматически корректирует прогнозы. Если вы меняете какую-то предпосылку, должно быть сразу видно, на что это влияет. Также очень важно, чтобы была актуальная и достоверная информация. Не допускаются догадки и предположения. Любые прогнозы должны быть тщательно просчитаны, с опорой только на факты. Например, чтобы убедить инвестора вложиться в проект, нужно обозначить в финансовой модели: сколько денег требуется на старте, какова доля инвестора за вкладываемые средства, сколько денег придется внести суммарно с учётом до внесения средств в случае убытков компании, сколько денег получит инвестор. Если по финансовой модели ясно, как формируются показатели, что влияет на расчёты, почему нужна именно такая сумма и откуда взяты прогнозы прибыльности — значит всё сделано правильно. Когда вы презентуете идею инвестору, он не держит в голове все данные, а обращает внимание на ключевые факторы, от которых зависит экономика проекта. И если инвестор увидит ошибки в прогнозах, он откажется от финансирования.

- Чем может помочь компания «Декарт» в вопросах по финансовому моделированию?

- Специалисты компании «Декарт» помогут составить финансовую модель, чтобы понять, что больше всего влияет на прибыль, сформировать планы на год вперед и спрогнозировать кассовый разрыв. Мы помогаем разобраться с вводными данными, создаём финансовую модель под потребности клиентов, готовим к встрече с инвестором, также исправляем ошибки и вносим коррективы в существующие наработки. Показываем, как самостоятельно составить упрощенную финансовую модель бизнеса, если у вас на старте нет ресурсов, чтобы обратиться к финансовому консультанту, и хочется самому спрогнозировать развитие на ближайший год

Финансовые модели мы разрабатываем в MS Excel, что позволяет учесть все особенности конкретного проекта и компании и проследить всю логику расчётов.

Наша финансовая модель – это результат комплексной работы специалистов различных направлений: финансового аналитика, кредитного специалиста, эксперта по налогообложению и юриста. Часто для формирования финансовой модели мы прибегаем к услугам отраслевых специалистов в зависимости от сферы проекта.

Ждем вас по адресу: г. Тверь, ул. Советская, д.56 корп.2

Пишите на info@cpbo.net

Звоните по телефону +7 910 647 53 44

Азалия Сабирова
фото компании «Декарт»

Ольга Хилькевич - руководитель направления финансирования компании «Декарт»

Семинар «Финансовое моделирование инвестиционных и концессионных проектов» в центре «Мой бизнес» при поддержке Министерства экономического развития Тверской области

ВЛАДИМИР АНДРЕЕВ: МАЛОМУ БИЗНЕСУ ДОЛЖНО БЫТЬ СПОКОЙНО В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА

Центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес» - это своевременная палочка-выручалочка как для начинающего бизнесмена, так и для опытного. Эта площадка, разработанная в рамках Национального проекта, стала как никогда важна и нужна именно сейчас, когда из-за пандемии весь привычный рынок стал меняться, трансформироваться в иную, более оптимальную и совершенную форму.

«Мой бизнес» - это место, где каждый предприниматель, а также тот, кто только собирается им стать, может получить ряд полезных услуг. В центре сосредоточены основные организации инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса Тверской области.

Для поддержки малого и среднего бизнеса работает ряд госпрограмм, федеральных и региональных, цель которых — содействие субъектам предпринимательства. Многие из них действуют уже на протяжении нескольких лет, но до сих пор не все бизнесмены знают, как ими воспользоваться.

Об этом мы беседуем с врио генерального директора Венчурного фонда Тверской области Владимиром Андреевым.

- Владимир, известно, что сегодня для представителей малого и среднего бизнеса разработан достаточно весомый пакет мер поддержки, от финансовых до обучающих. На ваш взгляд, какие конкретно инструменты сегодня самые актуальные, пользующиеся наибольшим спросом у наших предпринимателей?

- На данный момент мы в полной степени запустили весь перечень мер, который по сути обкатывали в прошлом году. Сейчас очень большой поток заявок идет на маркетинговые меры поддержки, такие как, например, софинансирование рекламной кампании. Кроме того, большим спросом пользуются сертификация, получение патента, регистрация товарного знака, участие в выставках, как в зарубежных, так и в российских.

- Зачастую предприниматели осторожно обращаются за помощью, потому что заранее уверены в определенных рисках, с которыми им придется столкнуться. Так ли это?

- Да, к сожалению, наш бизнес в некоторой степени опасается именно того, что здесь партнером выступает государство. И мне бы очень хотелось развеять эти страхи. Наше государство, разрабатывая и предлагая свою помощь, поддержку ни в коей мере не преследует каких-либо корыстных целей, стремлений наказать и оштрафовать. В данном случае это, действительно, бескорыстная помощь субъектам малого и среднего бизнеса, цель которой, дать людям возможность запустить свое дело, дать время и шанс развиться бизнесу, чтобы в конечном итоге прибыль получили все: и предприниматели, и государство в виде налогов. Предприниматели должны почувствовать, что они не одни в нынешнее сложное экономическое время, их никто не бросил, напротив, государство готово их поддержать.

- Обычно под помощью от государства многие подразумевают некие финансовые бонусы: льготные кредиты, субсидии, гранты, рефинансирование. Но это, что называется, дать рыбу. Часть мер в общем пакете мер поддержки относится к категории удочки, то есть обучение, консультации и прочее, что относится к нематериальной помощи.

- Да, на базе центра «Мой бизнес» мы регулярно проводим разного рода образовательные мероприятия. Все спикеры, которых мы приглашаем, с мировыми и российскими именами. Те знания, которые они дают – бесценны. Наши же предприниматели получают их совершенно бесплатно и вполне могут использовать в своей работе.

Если же говорить про финансовую помощь, то на нашей площадке работает Фонд кредитования малого и среднего бизнеса, который предоставляет нашим предпринимателям займы на очень льготных условиях, по ключевой ставке Банка России, что значительно ниже ставок коммерческих банков.

- Думаю, сегодня появляется все больше людей, которые в силу определенных обстоятельств еще вчера были наемными сотрудниками, а сегодня придумали дело и хотят запустить свой бизнес. Они и рады бы обратиться за той помощью, о которой мы говорили выше, но зачастую они не знают даже каких-то элементарных для опытных предпринимателей вещей. Как зарегистрироваться, открыть счет, правильно заполнить документацию. Здесь, в центре, им с этим помогут?

- Безусловно. В нашем центре оказываются консультации любого рода. Наши сотрудники готовы подсказать, объяснить, помочь правильно что-то заполнить, оформить. Кроме этого, мы оказываем как юридические, так и бухгалтерские консультации всем без исключения предпринимателям и самозанятым.

- Какие услуги сегодня наиболее востребованны?

- Могу вас заверить, что востребованы все услуги. Кому-то нужна консультация, как зарегистрировать ИП. А другой уже давно открыл, а сейчас полон сил и желания выходить на международный рынок, то есть ему необходимо получить помощь в участии в международных выставках. Кому-то необходимо получить сертификат на свою продукцию, чтобы поставлять его в торговые сети или на маркетплейс. Это, кстати, еще одна из наших мер поддержки – помощь в размещении на маркетплейсе, таких как WILDBERRIES, OZON, AliExpress. С учетом пандемии, дистанционки, теперь далеко не все могут торговать, как раньше, возможность выхода на эти интернет-площадки стало очень востребованным у наших предпринимателей.

- Уж если мы вспомнили про пандемию, скажите, этот режим работы как-то отразился на количестве предпринимателей, которые обращаются в центр «Мой бизнес» за помощью?

- Поток клиентов у нас определенно увеличился. Но я не стал бы связывать это с пандемией. Те ограничения, которые были введены год назад, сейчас практически отменены, но обращений становится все больше. Думаю, это связано с тем, что меняется рынок, меняются механизмы работы на рынке, а этому нужно учиться. И сами предприниматели оценили реальную помощь государства, так почему бы ей не воспользоваться.

- Еще, в сущности, не так давно, в марте, Твери впервые проводился этап самого масштабного проекта в России и странах СНГ, направленного на развитие технологического предпринимательства и выявление перспективных инновационных проектов – Startup Tour 2021. Это проект Сколково. Это не только весьма статусное для нашего региона мероприятие, но и реальная возможность для тверских предпринимактелей-инноваторов заявить о себе.

Владимир Андреев - врио генерального директора Венчурного Фонда Тверской области

- На этом этапе было представлено более шестидесяти различных проектов наших тверских предпринимателей. Один из них даже принял участие во Всероссийской стартап-конференции Startup Village 2021, как один из лучших проектов России. В дальнейшем мы планируем это направление развивать, более тесно сотрудничать с фондом «Сколково», потому что проект показал, насколько он интересен в первую очередь самим предпринимателям.

- И последний вопрос. Рано или поздно, но в нашей жизни все стабилизируется, многое вернется к своей допандемийной действительности. Ваше мнение, помощь государства, те меры поддержки, которые существуют сейчас, закончатся?

- Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» рассчитан до 2030 года. Какие-то меры поддержки уже были продлены и, уверен, еще будут продлеваться. Сегодня и государство, и власти Тверского региона уделяют огромное внимание развитию и эффективной поддержке малого и среднего бизнеса, популяризации самозанятости у наших граждан. Я думаю, что в будущем это будет только еще больше развиваться, список мер – расширяться, внедрятся еще более эффективные, действенные меры, для того, чтобы наш малый бизнес чувствовал себя более уютно, стабильно и спокойно в общей экономике региона.

И еще я бы очень хотел добавить важный момент. Для того, чтобы экономическая ситуация быстрее нормализовалась и мы быстрее вышли из ковидных ограничений, я призываю всех проявить свою гражданскую позицию и пройти вакцинацию. Не затягивайте, сделайте прививку, пожалуйста, прямо сейчас. Если не будет обеспечен необходимый объем вакцинированных, то следующий вынужденный шаг – это локдаун. Этой крайней меры не хочет ни региональная власть, ни сам бизнес.

Для тех, кто еще чего-то боится или опасается, скажу, что я двумя компонентами вакцинировался еще в марте, не чувствую никаких отрицательных изменений здоровья. Так что берегите свое здоровье и здоровье своих близких. Нас еще ждет очень много интересных мероприятий в центре «Мой бизнес» и хотелось бы, чтобы все наши последующие встречи проходили только в очном формате.

Марина Гавришенко
фото центра «Мой бизнес»

МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ЦЕНТРА «МОЙ БИЗНЕС»

- Содействие в популяризации продукции субъекта малого и среднего предпринимательства, а также самозанятых граждан

- Содействие в приведении продукции в соответствие с необходимыми требованиями (стандартизация, сертификация, необходимые разрешения, патентование)

- Проведение патентных исследований для субъектов малого и среднего предпринимательства

- Содействие в размещении субъекта малого и среднего предпринимательства, а также самозанятых граждан, на электронных торговых площадках

- Содействие в регистрации торговой марки

- Содействие в участии в выставочно-ярмарочном мероприятии на территории Российской Федерации или за рубежом

- Займы с льготными ставками

- Содействие в получении гранта для инновационных компаний

- Обучение, бесплатный коворкинг и переговорные комнаты.

Более подробная информация на сайте: **www.mybusiness69.ru**

ФНС ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: 6 АВГУСТА ОТСРОЧКА ЗАКАНЧИВАЕТСЯ

2021 год богат на нововведения для бизнеса, особенно на те, которые касаются пользователей кассовой техники. При продаже обычных товаров продавец выдаёт покупателю чек, а онлайн-касса через ОФД передает в ФНС данные о продаже.

При продаже маркированных товаров процесс сложнее. Порядок применения контрольно-кассовой техники при продаже маркированных товаров регламентировал Федеральный Закон от 26.07.2019 года №238-ФЗ, который вступил в силу 6 августа 2019 года и внёс поправки в 54-ФЗ. Этот же нормативный акт установил новые требования к онлайн-кассам. В связи с чем приняты новшества? Каков порядок работы с ККТ, применяемый для расчёта за товары, подлежащие обязательной маркировке? В какие сроки нужно выполнить новые требования законодательства о ККТ? На эти и другие вопросы «Бизнес Газеты» ответил Олег Викторович Смирнов, заместитель начальника МРИ ФНС №10 по Тверской области.

- Олег Викторович, сегодня мы с Вами поговорим о новых требованиях к кассам и фискальным накопителям, которые вступили 6 августа 2019 года и которые вступят после 6 августа 2021 года. В связи с чем приняты новые требования?

- Хочу напомнить пользователям контрольно-кассовой техники, которые занимаются розницей, что Распоряжением Правительства РФ от 28.04 2018 года №792-р утверждены перечни отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке и сроки введения маркировки. В связи с введением обязательной маркировки различных групп товаров внесены изменения и в №54-ФЗ: в момент расчёта за такие товары продавцы обязаны формировать данные о товарах в виде запросов о коде маркировки и уведомление о реализации маркированного товара в электронном виде с использование ККТ, которая формирует эти данные и передает их оператору информационных систем маркировки через ОФД. У пользователей ККТ появляется ещё один оператор – оператор информационных систем маркировки, которое осуществляет мониторинг всех товаров, подлежащих обязательной маркировке. Соответственно, взаимодействовать будет через ОФД. Таким образом, введение маркировки товаров потребовало учёта их реализации, что, в свою очередь, обусловило новые требования к ККТ.

6 августа 2019 года уже установлены дополнительные требования к применению ККТ при осуществлении расчётов за маркированную продукцию (Федеральный закон от 22 мая 2003 года 354-ФЗ). С этой же даты и скорректированы требования к фискальным накопителям (ст.2 Федерального закона от 26 июля 2019 года №238-ФЗ). Для изготовителей ККТ и фискальных накопителей предусмотрен переходный период два года на приведение в соответствие моделей ККТ и фискальных накопителей с новыми требованиями. 6 августа текущего года эта отсрочка закончится.

- Вы сказали о переходном периоде для изготовителей ККТ и фискальных накопителей. Что делать пользователям, которые применяют КТТ и фискальные накопители, включенные в реестры и соответствующие ранее действовавшим требованиям?

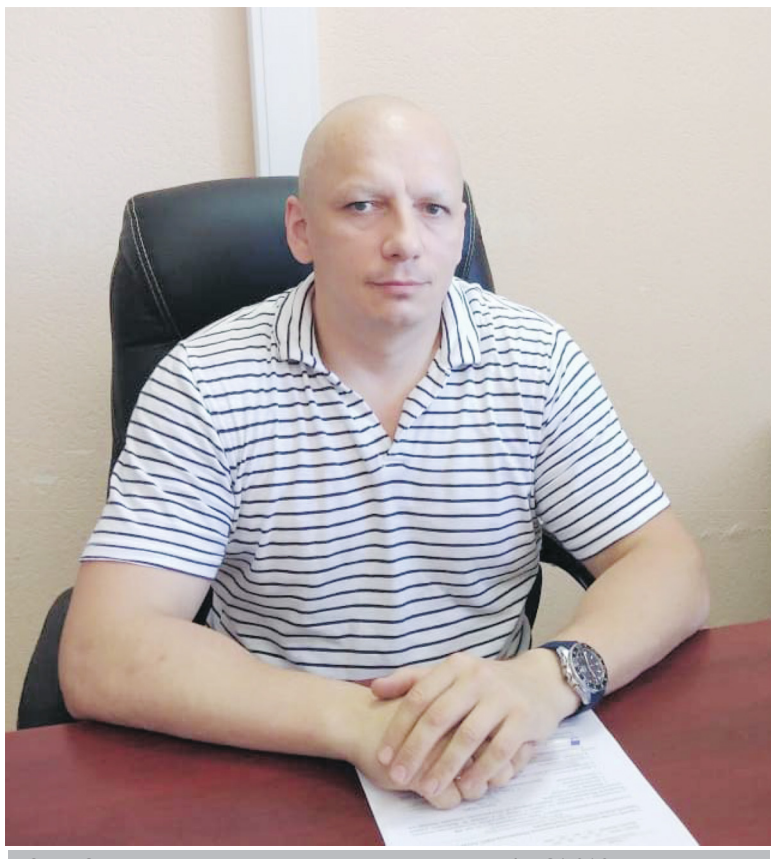
- Для пользователей ККТ и фискальных накопителей также установлены переходные положения, согласно которым ККТ и ФН, не отвечающие новым требованиям, можно регистрировать, перерегистрировать и применять в течение двух лет со дня внесения изменений, т.е. до 6 августа 2021 года. Затем они будут исключены из реестров, за исключением ФН, которые могут применяться до окончания срока действия их ключей фискального признака, а затем нужно приобрести фискальный накопитель нового образца – ФН-М. Продукт полностью соответствует требованиям №54-ФЗ по расчётам с маркированным товаром.

- Какие модели фискальных накопителей в настоящее время включены в реестр ФН и соответствуют новым требованиям?

- Это 2 модели ФН, которые поддерживают форматы фискальных документов версии 1.05, 1.1 и 1.2 и соответствуют новым требованиям: ФН-1.1М с максимальным сроком действия ключей фискального признака 15 месяцев и 36 месяцев. Другие модели ФН, которые поддерживают форматы 1.05 и 1.1 и не поддерживают 1.2, не соответствуют новым требованиям. Таким образом, все ФН -1.1 подлежат исключению из реестра ФН после 6 августа 2021 года, за исключением тех ФН - 1.1, которые были зарегистрированы в налоговых органах в составе ККТ в установленном порядке до 6 августа 2021 года. Настоятельно рекомендую пользователям, имеющим в наличии экземпляры ФН - 1.1, заблаговременно зарегистрировать их в составе ККТ. После 6 августа 2021 года регистрация и перерегистрация экземпляров ФН – 1.1 не будет производиться.

- Расскажите подробнее о новом формате фискальных документов 1.2?

- Продавцы маркированных товаров должны использовать новый формат фискальных документов - 1.2. При замене фискального накопителя на ФН-М предприниматели, которые продают товары с маркировкой, должны будут обновить кассы под 1.2 (п. 1.1 ст. 4 закона 54-ФЗ). Этот формат налоговая разработала специально для торговли маркированными товарами, чтобы при продаже касса могла отправить запрос в «Честный Знак» и проверить код маркировки. Проверки помогут защитить покупателей от подделок, а магазины — от штрафов за нарушения правил маркировки.



Олег Смирнов - заместитель начальника МРИ ФНС №10 по Тверской области

Если не перейти на новый формат документов, можно получить штраф: для ИП и должностных лиц — до 3000 ₽, для организаций — до 10 000 ₽ (ч. 4 ст. 14.5 КоАП).

Требование не касается тех, кто продаёт алкоголь, шубы и ювелирные изделия — эти товары попадают под исключение. Чтобы их продавать, переходить на 1.2 не нужно.

- Что делать тем, кто торгует товарами без маркировки?

Когда закончится срок действия фискального накопителя, установленного в вашей кассе, нужно купить фискальный накопитель нового формата — ФН-М.

С ФН-М можно по-прежнему использовать формат фискальных документов - 1.05 или 1.1. Оба формата подходят для торговли немаркированными товарами. Обновлять или перенастраивать кассу не нужно.

Обращаю внимание, что обязательная маркировка товаров к 2024 году захватит всю потребительскую продукцию, а система отслеживания маркированной продукции станет единой для России и ЕАЭС. Поэтому всю розницу ждут изменения. Соответственно, оборудование и программное обеспечение должны отвечать всем запросам актуального законодательства, а сотрудники должны знать, как правильно с ними работать.

Азалия Сабирова
фото МРИ ФНС №10 по Тверской области

БИЗНЕС ГАЗЕТА. ТВЕРСКОЙ РЕГИОН

В соответствии с подпунктом 1.1. пункта 1 статьи 51 Избирательного кодекса Тверской области от 07.04.2003 г. № 20-ЗО (ред. от 28.05.2021) ООО «АК «Бизнес Альянс», учредитель «Бизнес Газеты. Тверской регион», уведомляет о готовности предоставить зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям, выдвинувшим списки кандидатов, печатную площадь для проведения предвыборной агитации на выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации восьмого созыва, депутатов представительных органов муниципальных образований Тверской области и депутатов Законодательного Собрания Тверской области седьмого созыва 19 сентября 2021 года

ООО «АК «Бизнес Альянс» ИНН 6950239158 ОГРН 1206900004024
Юридический адрес: 170100, г.Тверь, ул.Советская, д.38 офис 210
Фактический адрес: 170100, г.Тверь, ул.Советская, д.38 офис 210
Контактная информация:
тел.: +7 920 168 75 97, +7 930 181 41 90
E-mail: bizness-aliyans@yandex.ru

Расценки на печатную площадь, предоставляемую для проведения предвыборной агитации на выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации восьмого созыва, депутатов представительных органов муниципальных образований Тверской области и депутатов Законодательного Собрания Тверской области седьмого созыва 19 сентября 2021 года

№ п/п	Формат	Объем (кол-во знаков)	Стоимость руб.
1	1 полоса А3	10 000	65 000
2	1/2 полосы А3	6 000	45 000
3	1/4 полосы А3	3 500	20 000

Коэффициент за размещение в предпоследнюю и в последнюю перед выборами неделю – 1,5

Размещение материалов предвыборной агитации производится после заключения договора и на условиях 100% предварительной оплаты

Все агитационные материалы сопровождаются информацией о том, из какого избирательного фонда была произведена оплата соответствующей публикации

Цены указаны в рублях, НДС не облагается.

Контактная информация:
тел.: +7 920 168 75 97, +7 930 181 41 90
E-mail: bizness-aliyans@yandex.ru

ИДЕЯ В КРИЗИС: КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН

Задумывались вы когда-нибудь о том, выгодно ли открыть комиссионный магазин? И если выгодно, то насколько? При детальном анализе рынка комиссионных магазинов можно обнаружить, что в случае с комиссионкой плюсы явно налицо: нет трудностей с регистрацией бизнеса и открытием магазина, не понадобятся большие вложения для начала работы, не нужно заниматься поисками товара, есть перспективы для расширения и развития.

Когда-то в комиссионках люди могли найти интересные модели или редкие экземпляры одежды, обуви, аксессуаров, мебели и бытовой техники. Эпоха дефицита давно прошла, и в сегодняшний век разнообразия и расцвета торговли удивить покупателей достаточно трудно. Однако комиссионки не теряют своей актуальности. Почему?

Отличительная выгодная черта комиссионной торговли – это возможность не бояться кризисов, ведь при шатком материальном положении люди воспользуются возможностью купить что-нибудь подешевле, а другие – продать и заработать на залежах в своем шкафу.

Чаще всего в комиссионных магазинах продаются в розницу различные товары, бывшие в употреблении. У кого-то есть хорошие вещи, которые ему уже не подходят, и человек желает их продать. А другой – хочет приобрести такие вещи, рассчитывая на невысокую стоимость. Комиссионка выступает своеобразным посредником между ними. Поэтому поставщиками товара будут люди, которые станут приносить свои вещи на комиссию. Процент, который получит магазин при продаже, устанавливает сам примерно от 20 до 50%. Если предложенная вещь висит больше того срока, о котором договаривались, и не продается, то хозяину придется ее забрать или заплатить неустойку.

Также есть комиссионные магазины, которые торгуют новыми вещами, но уцененными по каким-то причинам.

С чего же начать бизнес? Комиссионный магазин – это отличный вариант бизнеса даже для далеких от торговли и предпринимательства людей, к примеру, для мам в декрете. Тем более, что сегодня растить ребенка достаточно дорого: вещи очень быстро становятся малы, но не изнашиваются, постоянно возникают новые потребности, удовлетворить которые бывает чрезвычайно трудно даже для людей со средним достатком. Поэтому, если имеется круг общения с молодыми родителями или сами каждый день думаете над тем, куда деть ворох уже ненужных вещей и на что купить новые, можно задуматься над идеей проекта: как открыть комиссионный магазин детских товаров.

Этот вариант является более прибыльным и пользуется большим спросом, в отличие, к примеру, от антиквариата, бытовой техники или других специфических товаров, в которых потребуется хорошо разбираться и учитывать огромное количество нюансов. Тем более, что узкоспециализированные магазины рассчитаны на очень ограниченный круг целевой аудитории. Из этого следует, что по возможности стоит расширять ассортимент и осваивать другие формы торговли, чтобы охватить побольше клиентских интересов.

Перспективой развития и расширения для магазина детской одежды и обуви может стать добавление стока или недорогих сопутствующих товаров, таких, как средства для гигиены, игрушки, аксессуары. Их можно просто продавать по ценам, которые будут ниже, чем в обычных магазинах. Это поможет привлечь большее количество клиентов.

Желательно разработать и зарегистрировать свой собственный товарный знак.

Изначально не стоит сразу покупать или арендовать большое дорогое помещение в центре города. Комиссионный магазин не требует невероятных площадей или немыслимого ремонта: все может быть предельно скромно, но, вместе с тем, уютно и мило.

Чтобы сэкономить на аренде, можно открыться и в спальном густонаселенном районе. Наилучшее место для магазинчика – это нежилая квартира на первом этаже.

Что касается площади, то самое большое количество пространства потребуется для мебельной комиссионки, тогда как открыть комиссионный магазин одежды можно и на 50-60 кв. м. Конечно, для размещения универсальной торговой точки с большим ассортиментом различных товаров и 150–200 кв. м будет недостаточно. Одним словом, надо исходить из своих желаний и возможностей.

Согласно специфике комиссионки, в таком магазине нет склада: весь товар, который в наличии, выставлен в торговом зале. Первую партию товара можно закупить у поставщиков, которые поставляют неликвид или конфискат. Эта мера необходима для того, чтобы не встречать посетителей с пустыми полками. Далее будет действовать реклама и «сарафанное радио».

Согласно мнению экспертов, рентабельность такого бизнеса может достигать 15%. Но он выгоден по причине небольших первоначальных вложений и быстрой окупаемости. К тому же, формат комиссионки более востребован у людей, чем просто секонд-хенд или сток, торгующий дешевым ширпотребом.

Если магазин будет расположен в хорошем месте, регулярно будет проводиться рекламная кампания, которая привлечёт все больше новых клиентов, то первоначальные расходы могут окупиться уже через полгода. Максимальный срок окупаемости такого бизнеса за полтора-два года.

Азалия Сабирова

Комиссионный магазин БАРАХОЛКА

ПРИНИМАЕМ И ПОКУПАЕМ:
- одежду;
- предметы интерьера;
- музыкальные инструменты;
- посуду;
- мебель;
- статуэтки;
- компьютеры и бытовую технику;
- ювелирные украшения;
- бижутерию;
- предметы старины;
- марки, значки, картины.

Реклама

График работы:
будни 10.00- 18.00
суббота 11.00 - 17.00
воскресенье - выходной

г. Тверь, пр-т Ленина, д. 7/7 (вход со двора)
Тел.: +7 960 714 74 97

**РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ ПРЕДВЫБОРНЫХ АГИТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ВЫБОРАМ:
ДЕПУТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ВОСЬМОГО СОЗЫВА;
ДЕПУТАТОВ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ;
ДЕПУТАТОВ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО СОБРАНИЯ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ СЕДЬМОГО СОЗЫВА;
ГУБЕРНАТОРА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ**

РАДИОСТАНЦИЯ	АВТОРА ДИО	ЕВРОПА ПЛЮС	ДОРОЖНОЕ РАДИО	РЕТРО ФМ	РАДИО ДАЧА	РАДИО-ЛЮБОВЬ	РАДИО ENERGY	РАДИО 7 (Radio 7)	ДОРОЖНОЕ РАДИО КОНАКОВО	ДОРОЖНОЕ РАДИО ТОРЖОК	ДОРОЖНОЕ РАДИО ВЫШНИЙ ВОЛОЧЕК	ДОРОЖНОЕ РАДИО РЖЕВ
ЧАСТОТА, МГц	**101,4**	**105,9**	**106,7**	**102,2**	**107,2**	**105,5**	**99,8**	**106,3**	**107,5**	**97,1**	**103,6**	**104,0**
РАДИОКАНАЛ	Автора дио - Тверь	Серебряная ладья Тверь	Свежая Волна	Свежая Волна	Медиа FM - Тверь	Счастливая волна	Радио Энерджи Тверь	Открытое Радио-Тверь	Свежая Волна	Свежая Волна	Свежая Волна	Свежая Волна
СВИДЕТЕЛЬСТВО СМИ	ЭЛ № ФС77-70876 от 30.08.2017 г.	Эл № ФС77-78425 от 08.06.2020 г.	ЭЛ № ФС77-72094 от 29.12.2017 г.	ЭЛ № ФС77-72094 от 29.12.2017 г.	ЭЛ № ТУ69-00431 от 11.05.2016 г.	ЭЛ № ТУ69-00453 от 10.05.2017 г.	ЭЛ № ФС77-77499 от 25.12.2019 г.	ЭЛ № ТУ69-00430 от 11.05.2016 г.	ЭЛ № ФС77-72094 от 29.12.2017 г.	ЭЛ № ФС77-72094 от 29.12.2017 г.	ЭЛ № ФС77-72094 от 29.12.2017 г.	ЭЛ № ФС77-72094 от 29.12.2017 г.
ЛИЦЕНЗИЯ РАДИОВЕЩАНИЕ	РВ № 21935 от 26.09.2012 г.	РВ № 25785 от 19.08.2014	РВ № 30232 от 20.04.2020 г.	РВ № 30230 от 20.04.2020 г.	РВ № 25135 от 11.03.2014 г.	РВ № 26840 от 26.06.2015 г.	РВ № 30146 от 19.02.2020 г.	РВ № 25127 от 11.03.2014 г.	РВ № 30232 от 20.04.2020 г.	РВ № 30232 от 20.04.2020 г.	РВ № 30232 от 20.04.2020 г.	РВ № 30232 от 20.04.2020 г.
РАЗМЕЩЕНИЕ В РЕКЛАМНЫХ БЛОКАХ, СТОИМОСТЬ СЕКУНДЫ В РУБ. БЕЗ НДС												
07:00 – 10:00	35	35	35	30	30	30	30	30	20	20	20	20
10:00 – 14:00	27	27	27	25	25	25	25	25	16	16	16	16
14:00 – 17:00	30	30	30	28	28	28	28	28	18	18	18	18
17:00 – 19:00	35	35	35	30	30	30	30	30	20	20	20	20
19:00 – 22:00	27	27	27	25	25	25	25	25	16	16	16	16

ИЗГОТОВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РОЛИКА 1 голос – 5 000 РУБ. БЕЗ НДС, 2 голоса – 10 000 РУБ. БЕЗ НДС, ИМИДЖЕВЫЙ РОЛИК 1 голос – 10 000 РУБ. БЕЗ НДС, ИМИДЖЕВЫЙ РОЛИК 2 голоса – 20 000 РУБ. БЕЗ НДС

КОНТАКТЫ: г. Тверь, ул. Московская 24 корп. 3, тел: (4822) 509-900, eslastina@sv-veter.ru

ДЕСЯТЬ ТВЕРСКИХ КОМПАНИЙ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ В ПЕРВОЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ВЫСТАВКЕ EURASIA EXPO 2021

Она проходила в Тегеране с 9 по 12 июля. Главная цель мероприятия – представить потенциал компаний из стран-участниц ЕАЭС в энергетике, нефтехимической, газовой, легкой промышленности, производстве медицинских изделий, сельском хозяйстве, продовольственном секторе, логистике, строительстве и других отраслях.

Тверскую область на выставке Eurasia Expo 2021 представляли производители мебели, пищевой продукции, строительных материалов, электротехнического оборудования, нефтегазового оборудования. Это ООО «Экобрик», ООО «Поречье», ООО «Инканто-А», ООО «Элтех», ОАО «Мелькомбинат», ООО ПК «Тверская» (ГК «BETON-BETON»), ООО НПК «Геоэлектроника Сервис», АО «Исток», ООО «ПК Орбита», ООО ИЦ «НафтаТек».

Регион был заявлен в деловой программе: были запланированы встреча с руководством Организации по развитию торговли Ирана, посещение одной из продовольственных фабрик Тегерана, участие в первом саммите руководителей торгово-промышленных палат стран-участниц ЕАЭС и Ирана.

На всех этапах подготовки к выставке поддержку Тверской области оказывало консульство Ирана и региональный Центр поддержки экспорта. Всего за текущий год Центр оказал 232 услуги 134 предприятиям, организовал участие компаний в четырех выставках в России и за рубежом, способствовал экспорту 19 компаний. Сумма поддержанного экспорта составила 8 млн долларов США.

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ВАКЦИНАЦИЯ СОТРУДНИКОВ ИЗ СФЕРЫ УСЛУГ

Постановлением Главного государственного санитарного врача по Тверской области от 18.06.2021 на территории Тверской области вводится обязательная вакцинация граждан от новой коронавирусной инфекции (COVID-19), осуществляющих свою деятельность в следующих сферах:

- торговли;
- общественного питания;
- гостиничных услуг;
- многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг;
- транспорта общего пользования, такси;
- образования, здравоохранения, социальной защиты и социального обслуживания;
- жилищно-коммунального хозяйства и энергетики;
- театров, кинотеатров, концертных залов, спортивных объектов.

На основании вышеизложенного руководителям организаций, индивидуальным предпринимателям необходимо организовать в срок до 18.07.2021 проведение профилактических прививок первым компонентом или однокомпонентной вакциной, а в срок до 18.08.2021 – вторым компонентом вакцины от новой коронавирусной инфекции, не менее 60% от общей численности сотрудников, работников.

Данные требования не распространяются на лиц, имеющих противопоказания к профилактической прививке против новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

В ТВЕРИ ЗАВЕРШИЛАСЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ САМОЗАНЯТЫХ

Образовательная программа, проведённая центром "Мой бизнес", помогла самозанятым найти свою нишу и подготовить бизнес-проекты.

В течение четырёх недель самозанятые и те, кто только планирует открыть своё дело, изучали маркетинг, финансовое планирование, анализ рынка и конкурентов. Опытные предприниматели поделились с ними своим опытом и знаниями. В конце программы участники защитили свои проекты.

Напомним, что режим самозанятых стал доступным в Тверской области в июле прошлого года. Это простой способ выйти из тени и зарабатывать на любимом деле законно, не боясь проверок и штрафов. Кроме того, регистрация в качестве самозанятого позволяет работать с юридическими лицами по договорам. Налоговые ставки необременительные - 4% для сделок с физическими лицами и 6% - с юридическими.

Самозанятым доступны различные меры государственной поддержки. Помимо бесплатных образовательных программ центр "Мой бизнес" предоставляет займы на льготных условиях, софинансирование рекламной кампании, бесплатные юридические консультации.

ВИДЕОСЕРВИС WINK ПРЕДСТАВЛЯЕТ НОВЫЙ РАЗДЕЛ - АКАДЕМИЯ

Видеосервис Wink компании «Ростелеком» представляет новый раздел — «Академия», в котором собрана отличная коллекция развивающего контента для зрителей всех возрастов.

Здесь можно найти увлекательные видеолекции от Arzamas, «Прямой речи», «Нетологии» и «Синхронизации», а также подборку документальных и научно-популярных фильмов, познавательных телеканалов и даже аудиокниг. Есть и эксклюзивный контент, например, видеоверсии знаменитых концертов «Классика на Дворцовой».

В «Академии» собраны лучшие лекции по истории литературы и живописи, важнейшие научные открытия, психологию и другие направления. Отдельная рубрика включает лекции по развитию профессиональных и личных навыков: тайм-менеджменту, искусству переговоров, подготовке к собеседованию, цифровым знаниям, эмоциональному интеллекту и даже созданию интересных презентаций.

Новый раздел оптимален для изучения иностранных языков с помощью видеолекций или аудиокниг. Также для закрепления знаний есть ссылки на телеканалы на иностранных языках, представленные в Wink (английский, немецкий, французский, китайский, японский).

Рубрика «Документальные фильмы и сериалы» представляет уникальные и захватывающие истории про живую природу, знаменитых людей, загадки Вселенной и, конечно, рассказывает о коронавирусах. В рубрике «Спектакли лучших театров» размещены первые видеозаписи музыкальных, драматических и кукольных спектаклей, количество которых постоянно увеличивается.

ТРЕБУЮТСЯ СОТРУДНИКИ В СТОЛОВЫЕ В ТВЕРИ И ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ

- завпроизводством;
- заведующий столовой;
- повара;
- помощники повара;
- кухонные работники;
- мойщики посуды;
- работники зала (официанты);
- грузчики;
- зав. складом;
- уборщики помещений.

Заработная плата достойная
Официальное трудоустройство
График 5/2, 2/2, вахта (жильё предоставляется)
Обязательное наличие медицинской книжки

По вопросам трудоустройства звоните +7 920 161 65 20 с 9 до 18 часов пн-пт

Реклама

ПРИГЛАШАЕМ НА РАБОТУ В ПОС. МИГАЛОВО

- завпроизводством. **ЗП от 26 000 рублей;**
- повара. **ЗП от 25 000 рублей;**
- официанта. **ЗП от 20 000 рублей;**
- мойщика посуды. **ЗП от 20 000 рублей;**
- грузчика. **ЗП от 20 000 рублей;**
- уборщика. **ЗП от 18 000 рублей.**

Официальное трудоустройство
График работы 5/2, 2/2. Вахта (Предоставляем жильё)
Обязательно наличие медицинской книжки

ТЕЛ.: +7 920 161 65 20 С 9 ДО 18 ЧАСОВ, ПН.- ПТ.

Реклама

Бизнес Газета. Тверской регион
№ 13 (13) июль 2021
16+
Выписка из Реестра зарегистрированных СМИ
ПИ № ТУ69-00505
от 24 августа 2020 года
Зарегистрировано в Управлении Роскомнадзора по Тверской области

Учредитель:
ООО «АК «Бизнес Альянс»
Генеральный директор
Сабирова Азалия Вагизовна
bizness-aliyans@yandex.ru

Издатель:
ООО « ООО Издательство «САГА»
Генеральный директор
Сабирова Азалия Вагизовна
Главный редактор
Гавришенко Марина Александровна

Адрес издателя:
г. Тверь, ул. Советская, д. 38, офис 210
Тел.: +7 930 181 41 90
Адрес редакции:
г. Тверь, ул. Советская, д. 38, офис 210
Тел.: +7 930 181 41 90

E-mail: izdatelstvosaga@gmail.com
Коммерческая служба
Тел.: +7 930 181 41 90

E-mail: izdatelstvosaga@gmail.com

www.biz-gazeta.ru

Рекламные материалы принимаются по будням с 10.00 до 18.00.

За содержание рекламы редакция ответственность не несет

Филиал ОАО «ПФОП» «Волоколамская типография»
Адрес типографии:
г. Волоколамск, ул. Парковая, д. 9
Заказ № 1439 - 21
подписано в печать по графику 14.07.2021
Дата выхода 15.07.2021

Тираж - 10 000
Цена свободная