

КОМПАНИИ

ВАШ БИЗНЕС-НАВИГАТОР

«Ушаковские верфи»: время корректировать стратегию



КОНСУЛЬТАНТ
ПАЛАС
ЯНТАРЬ

16+

Изменение
адреса
в ЕГРЮЛ\ЕГРИП
при переезде

«Янтарный
Меркурий»
вручили лучшим

Название
должно стать
брендом





КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка



АКТУАЛЬНАЯ БАЗА ПРАВОВОЙ ИНФОРМАЦИИ



**ФИРМЕННЫЕ
ОБНОВЛЯЕМЫЕ
РАЗЪЯСНЕНИЯ**



**УДОБНЫЙ
И БЫСТРЫЙ ПОИСК**



ВИДЕОСЕМИНАРЫ



**ДРУЖЕСТВЕННЫЙ
ИНТЕРФЕЙС**



**СОВРЕМЕННЫЕ
ПРОГРАММНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ**

НАС
ВЫБИРАЮТ
ПРОФИ



344 294 625

ДОКУМЕНТА В СИСТЕМЕ
КОНСУЛЬТАНТПЛЮС



www.inok.ru



777-155

«Техэксперт»

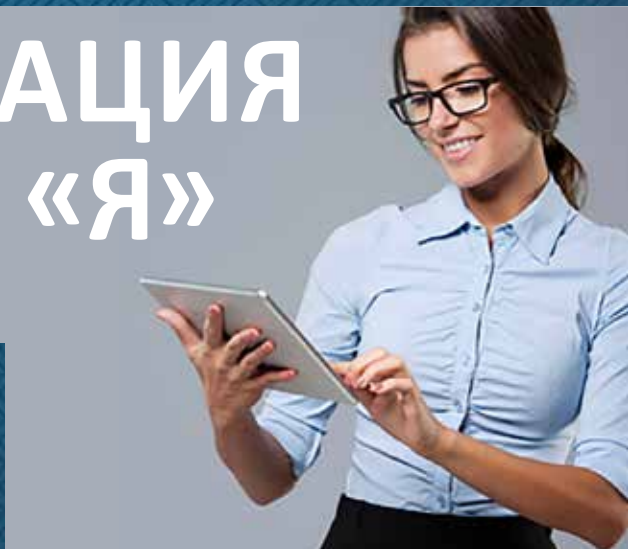
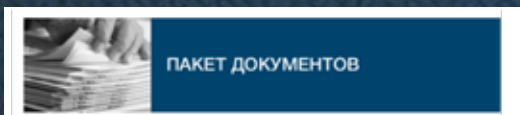
АККРЕДИТАЦИЯ ОТ «А» ДО «Я»

ВАШ УСПЕШНЫЙ СТАРТ

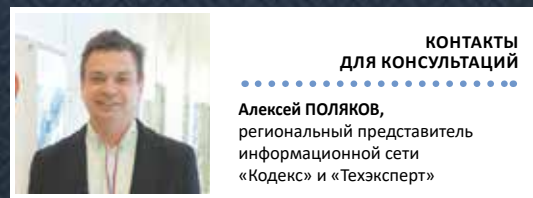
Процедура аккредитации - это сложный и многоэтапный процесс, особенно для начинающих специалистов, делающих в этой сфере первые шаги.

Процесс получения статуса аккредитованной организации может показаться настоящим лабиринтом.

Множество документов, строгие требования, непонятные регламенты и необходимость соответствовать постоянно меняющимся стандартам могут стать серьезным испытанием не только для новичков, но и для опытных работников.



- Пошаговые инструкции по всем этапам процедуры
- Готовые шаблоны документации
- Консультации по любым вопросам аккредитации
- Помощь в подготовке к оценке соответствия
- Профессиональную поддержку 24/7 при взаимодействии с аккредитационным органом



КОНТАКТЫ
ДЛЯ КОНСУЛЬТАЦИЙ

Алексей ПОЛЯКОВ,
региональный представитель
информационной сети
«Кодекс» и «Техэксперт»

Реклама

236006, г. Калининград, ул. Барнаульская, 5 офис 202, тел. +7-900-565-37-47

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



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



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



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



Руководитель проекта:
Алексей ПОЛЯКОВ
E-mail: info@kodeks39.ru



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



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

*У нас отличная
компания,
присоединяйтесь!*

СОДЕРЖАНИЕ

4 | НОВОВВЕДЕНИЯ

Что изменится в июле

6 | КОНКУРС

«Янтарный Меркурий» вручили лучшим

10 | КАЛИНИНГРАД В2В

Время корректировать стратегию

12 | ФОРУМ

Дорогою добра

16 | ПОЗДРАВЛЯЕМ!

Предпринимательство –

это всегда риск.

И главный двигатель в развитии области

19 | ОБСУЖДЕНИЕ

Как 100 граммов крольчатины

превратить в 20 тонн икры

24 | СОТРУДНИЧЕСТВО

Мы можем производить все –

от зубочисток до военных кораблей

25 | СОТРУДНИЧЕСТВО

Важно делиться опытом

26 | ПРОЕКТ_директор39

Александр БЕЛЫЙ:

«Мы бы хотели европейского

и мирового лидерства»

30 | ПРИЗНАНИЕ

Почетный статус –

общая заслуга

32 | ТРЕНДЫ

У государства не будет

«случайных» активов

34 | ПРОЕКТ

«Технологии заботы» в действии

36 | МЕНЕДЖМЕНТ

Деньги платит клиент, а не руководитель



40 | КОНСУЛЬТАЦИИ

Изменение адреса в ЕГРЮЛ/ЕГРИП при переезде

41 | ФИНАНСЫ

Как арендодателю с УСН не запутаться с НДС

42 | НЕЙМИНГ

Название

должно стать брендом

48 | МАРКЕТИНГ

Соединение сил

для новых возможностей

54 | ЭКОЛОГИЯ

Угроза ЧС сохраняется

на всем побережье Балтики

55 | ТУРИЗМ

Экологическое образование:

инициативы и проекты

56 | КОНТАКТЫ

Где можно получить защиту и поддержку?

Калининградский журнал
«КОМПАНИИ.
Ваш бизнес-навигатор»

№ 173 / 2025 г.

16+

Учредитель
Ирина БАРСУКОВА
Издатель
ООО «РИНА»

Главный редактор:

Ирина
Владимировна
БАРСУКОВА

Тел. 8-900-35-45-575
barsukova-39@yandex.ru



Журналисты, авторы:

Ирина БАРСУКОВА, Юлия КИРИЕНКО,
Олег МАТУКЕВИЧ, Ирина ПАРШИНА,
Галина ТРЕТЬЯКОВА

Фотоматериалы:

Юлия КИРИЕНКО, Ольга ОТВАЛКО,
Роман ПУЧКО, Сергей ЧЕРКАШИН,
Александр ЧЕРНЫШОВ, Артем ЧЕСНОКОВ

Дизайн, макетирование, верстка:
Алексей ЮНУСОВ

Корректор:

Ольга ВЛАДИМИРОВА

Адрес издателя, редакции:

236023, г. Калининград,
пер. Арсенальный, 26.
Телефон: 410-310
E-mail: kompany-39@yandex.ru

Отпечатано в типографии

ГК «Калининградский печатный двор»

г. Калининград,
ул. К. Назаровой, 6.

Тираж – 3 000 экз.
(включая электронную версию).
Дата выхода в свет: 16 июня 2025 г.
Свободная цена.
Распространяется адресно.

Редакция не несет ответственности
за достоверность рекламных материалов.

Рекламируемые товары и услуги подлежат
обязательной сертификации.

Мнение редакции может не совпадать
с мнением автора статей.

Перепечатка материалов допускается только
по согласованию с редакцией.

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

Издание зарегистрировано Управлением
Федеральной службы по надзору в сфере
связи, информационных технологий и
массовых коммуникаций по
Калининградской области.

Свидетельство о регистрации:
ПИ № ТУ 39-00380
от 24.10.2016 г.



С 1 июля россияне ждут крупнейшая денежная реформа со времен 90-х. Цифровую валюту эксперты сравнивают с системой быстрых платежей (СБП), но напрямую от Центробанка, без участия банков-посредников. Также ужесточится контроль за трансграничной передачей данных, повысится пенсия для некоторых категорий граждан, вновь вырастут тарифы на ЖКХ.

Что изменится с 1 июля



Введение цифровой валюты

Регулятор вводит в обращение цифровую валюту, требующую освоения новых способов использования. Речь идет о цифровом рубле – расчетном инструменте, отличном от наличных денег и привычных электронных платежей.

Несмотря на новизну для потребителей, он обладает рядом преимуществ. Например, оплата станет возможной даже при отсутствии интернет-соединения, а возврат средств, похищенных мошенниками, упростится. Однако есть и недостатки: на цифровые рубли не начисляются проценты, как на банковские вклады, а все операции будут отслеживаться Центробанком, исключая анонимность.

В первые месяцы после внедрения массовый переход населения на цифровые рубли может привести к дефициту средств в банках для кредитования (ЦБ прогнозирует отток до 9 триллионов рублей), что потенциально повысит процентные ставки и комиссии.

В то же время для бизнеса ожидаются более выгодные условия. Предпринимателям обещают снижение комиссий при расчетах цифровыми рублями. Будут доступны «умные платежи», например, автоматическое списание арендной платы за квартиру при заселении.

Новые правила Роскомнадзора

С 1 июля 2025 года ужесточаются требования Роскомнадзора к трансграничной передаче персональных данных. Это напрямую затрагивает цифровые продукты, использующие иностранные облачные решения для веб-аналитики и маркетинга – включая Google Analytics и Google Tag Manager (GTM).

Будет усилен контроль за тем, как компании передают персональные данные за пределы России. Под ограничение попадают любые сервисы, которые:

- используют зарубежные облачные хранилища и инфраструктуру;
- передают персональные данные за рубеж без формального разрешения;
- обрабатывают персональные данные без локализации на территории РФ.

Теперь одного лишь согласия пользователя недостаточно. Необходимо исключить техническую возможность передачи персональных данных на иностранные серверы, если нет явного правового основания.



Прибавка по достижении возраста

С 1 июля пенсионеры, которые в июне достигли возраста 80 лет, будут получать увеличенную на 100% фиксированную выплату к страховой пенсии по старости. В текущем году ее размер равен 8 907,70 рубля в месяц. Соответственно, страховая пенсия по старости возрастет до 17 815,40 рубля.

Аналогичное повышение ждет пенсионеров, которых в июне признали инвалидами I группы. Если такому человеку после назначения доплаты исполнилось 80 лет, то второй раз данная прибавка ему не положена.



Плановая индексация размера платежей за коммунальные услуги

В среднем по стране увеличение тарифов будет почти на 12%. Однако в регионах этот показатель отличается как в большую сторону, так и в меньшую.

К примеру, в Северной Осетии тарифы будут проиндексированы на 19,1%, в Челябинской области и Мордовии – до 18%, в Татарстане и Дагестане рост тарифов ЖКХ составит 17,5%. Еще выше индексация будет в Архангельской области – 20%, Пермском крае – 21,1%, Кузбассе – 19,8%.

Самый низкий прирост будет зафиксирован в Ненецком автономном округе. Там повысят тарифы всего на 4%. В Чечне, Ингушетии и Кабардино-Балкарии увеличат плату на 5-6%.

В Госдуме пояснили, что индексация необходима для покрытия расходов на замену устаревшей инфраструктуры, вызвана ростом цен на ресурсы и вывоз ТКО, изменением климата и инфляцией.

Доплата за иждивенцев

Пенсионеры, у которых на иждивении с июня оказался ближайший родственник, вправе обратиться за доплатой к фиксированной части страховой пенсии.

Эта доплата к страховой пенсии по старости или по инвалидности положена лицу, на полном обеспечении которого находятся нетрудоспособные люди из круга его ближайших родственников, то есть дети и внуки, не достигшие совершеннолетия или проходящие обучение в ВУЗе по очной форме, а также родители или супруги пенсионного возраста, инвалиды.

Размер доплаты составляет третью часть суммы фиксированной выплаты на каждого иждивенца с учетом ограничения. Доплату производят в отношении не более чем трех иждивенцев.

Электронные удостоверения

Кроме того, с 1 июля 2025 года пенсионеры смогут по-новому подтверждать свои льготы. В силу вступит приказ Минтруда, согласно которому вместо бумажного удостоверения пенсионера можно будет с помощью QR-кода на госуслугах.

При этом электронное удостоверение – это право, а не обязанность. Желающие могут продолжать пользоваться бумажными образцами.

Выплаты в Калининградской области

Правительство Калининградской области утвердило с 1 июля 2025 года индексацию в размере 3% ежемесячной денежной выплаты труженикам тыла, ветеранам труда-пенсионерам, лицам, пострадавшим от политических репрессий, ветеранам становления региона, а также многодетным семьям.

Сейчас размер ежемесячной денежной выплаты в регионе составляет 2 152 рубля.

ДЕНЬ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 2025

КОМПАНИИ. Ваш бизнес-навигатор

№173 / 2025

ИТОГИ | КОНКУРС



26 мая - Всероссийский день предпринимательства.

«Янтарный Меркурий» вручили лучшим

Если бы в Калининградской области среди предпринимателей объявили конкурс на выживание, в числе лауреатов и победителей были бы все, – сказал один из гостей праздника, организованного Калининградской ТПП РФ, регионального и федеральных властей; победивших в бизнес-премии «Янтарный Меркурий».

Более 500 гостей собрались в «Резиденции королей», чтобы отметить праздник, пообщаться, обменяться энергетикой, настроением, успехами, планами. Поздравить коллег и партнёров, награжденных дипломами и почетными знаками ТПП РФ, региональных и федеральных властей; победивших в бизнес-премии «Янтарный Меркурий».

По итогам 2024 года на конкурс было подано 88 заявок, которые распределились по 13 номинациям. В этом году появились новые номинации и не обошлось без сюрпризов. Впервые члены экспертного совета выбирали лучшее предприятие в сфере туризма. Впервые за всю историю конкурса в одной из номинации не смогли определить победителя.

Открывая мероприятие, президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН поздравил представителей бизнеса с их профессиональным праздником – Днем российского предпринимательства: «Я с большим удовольствием и радостью обращаюсь к вам, тем, кто отдает все силы в тылу, чтобы победа была за нами!

Сегодня наша страна проходит через серьезнейшее испытание, самое серьезное на нашем веку. Вам выпала честь держать линию фронта в тылу, бороться против стараний Запада ослабить нашу страну, ослабить экономику. Вы приняли этот вызов и успешно противостояли попыткам нанести стратегическое поражение России!

Мы все видим, в каких условиях и постоянном ухудшении бизнес-среды вам приходится работать. Но вы не бросаете своих коллективов, не отказываетесь от своей ответственности перед бюджетом, продолжаете работать, продолжаете поддерживать экономику и региона, и страны. Желаю всем крепкого здоровья, жизненных сил, чтобы со всем этим справиться! А наш с вами профессиональный праздник – самый красивый профессиональный праздник в нашей стране! Ведь это праздник созидателей! Единный праздник всех отраслей экономики!»

Председатель Совета палаты Сергей ЛЮТАРЕВИЧ присоединился к поздравлениям: «Действительно, мы живем и работаем в непростое время. Но в такое время все больше друг другу помогают, сплотились вокруг классной идеи – развивать свой бизнес. Предприни-

матели – это люди, которые берут ответственность не только за свою семью, свои коллективы, но и за страну.

Вы рискуете, вы отдаете жизнь развитию бизнеса и наполняете своими налогами бюджеты региона и страны. Вы обеспе-

чиваете население всем необходимым и развиваете социальные проекты. В этот праздник хочу пожелать всего самого хорошего и, главное, чтобы было меньше перемен, чтобы условия, в которых мы сегодня работаем, не ухудшались. Как поется в песне: пусть завтра будет лучше, чем вчера!».

88
заявок
было подано
на конкурс в 2024 году



ПОБЕДИТЕЛИ «ЯНТАРНОГО МЕРКУРИЯ» ПО ИТОГАМ 2024 ГОДА



«Лучшее предприятие в сфере производства продукции производственно-технического назначения» – ООО «ЕХ ТРАФО». Награду получил генеральный директор Александр ХУАН



Лучшее предприятие в сфере производства товаров народного потребления» – СПСПК «Овощи Калининграда». Награду получила председатель кооператива Мария БЕККЕР



«Лучшее предприятие в сфере строительства» – ООО «КПД ПРОМ». Награду получил генеральный директор Дмитрий СЕНОКОСОВ



«Лучшее предприятие в агропромышленном комплексе» – АО «Правдинское Свино Производство-2». Награду получил генеральный директор Томас НОРГАРД



«Лучшее предприятие в сфере услуг». В этом году в данной номинации было подано 16 заявок.
Победитель – ООО «СОВТРАНС». Награду получил директор по развитию Михаил ТАРАСОВ.
Лауреаты – АО «Портовый элеватор» и ООО «ГРИЛЛЯЖ КЕЙТЕРИНГ»



«Лучшее предприятие в сфере туризма» – ООО «Курортные отели Элиза». Награду получил генеральный директор Сергей КУРЕНКОВ



«Лучшее предприятие в сфере торговли» – Торговая сеть «Ю маркет» (ООО «Юринат-Продукт», ООО «Юринат-Торг»). Награду получил директор ООО «Юринат-Продукт» Юрий ДЕРГАЧЕВ



«Лучшее предприятие в сфере инновационной деятельности»
В этом году экспертный совет впервые не выявил победителя в номинации.
Лауреатом стала компания ООО «КТТ». Награду получил генеральный директор Алексей БЕЛЬДЕНИНОВ



«Успешный старт» – ООО «Мастер СПА» (проект «Производство композитных бассейнов»). Награду получил генеральный директор Александр ВОРОБЬЕВ



«Лучшее семейное предприятие» – ООО «Зеленый сад». Награду получили директор компании Валентина БОЛСУН и ее сын, агроном Роман БОЛСУН



«Работодатель года» – АО «Экопэт». Награду получил генеральный директор Сергей ПОНОМАРЕВ



«Лучший региональный бренд» – компания АМБЕРАВТО (ООО «Балткомавто»). Награду получил старший вице-президент ООО «Автотор Холдинг» Владимир КРИВЧЕНКО.
Лауреат – West Horeca Forum (ООО «Дизайн Студия-Интерิโอ» + «Horeca Solutions». Награду получила директор ООО «Дизайн Студия-Интерิโอ» Ольга ТЕСЛЕНКО



«Устремленные в будущее» – ООО «Ушаковские верфи». Номинация специальная.
Членами экспертного совета было принято решение выделить предприятие, в работе которого принимает участие целая семейная династия. Семья ЛИДЕР вышла получать награду в полном составе

Победители конкурса «Янтарный Меркурий» были направлены для участия в федеральном этапе конкурса «Золотой Меркурий». И семья ЛИДЕР вошла в тройку лауреатов федерального этапа конкурса. Эту новость зал встретил овацией. ◉

Фото Артема ЧЕШОКОВА



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

Время корректировать стратегию



ООО «Ушаковские верфи» – судостроительная компания полного цикла, строящая стальные водоизмещающие яхты премиум-класса самого высокого уровня качества, надежности, функциональности и комфорта.

Соединяя лучшие традиции судостроения, инновационные технологии, инженерную мысль и кропотливый труд высококлассных мастеров, компании удается удовлетворять потребности самых взыскательных заказчиков.

За годы существования верфи построено и спущено на воду более трех десятков прогулочных яхт класса люкс собственного модельного ряда Real Ships («Настоящие Корабли»), разработанного конструкторами компании и голландским дизайн-ателье Яна ВИССЕРА.

Второе направление деятельности компании – это строительство судов коммерческого назначения, как например: пассажирские суда «Соталия» на 36 пассажиромест и «Иния» на 54 пассажироместа. При их постройке были отработаны многие технологии российского производства и исполнены условия Постановления Правительства РФ № 719 «Об импортозамещении». В проекте «Иния» реализованы условия безбарьерной среды для маломобильных групп населения.

– Растущий рынок частных заказчиков и внимание руководства страны к развитию маломерного судостроения, водного транспорта и водного туризма предполагают в ближайшие годы активный рост спроса на продукцию судостроительной отрасли в целом и яхтенного сегмента в частности.

Вся эта активность способствует появлению и развитию чартерного флота. Конструкторский отдел компании разработал оптимальную линейку судов для выполнения этих задач, произ-

водственный участок построил уже шесть корпусов.

Возникшие в последнее время вызовы и появившиеся возможности заставляют все предпринимательское сообщество действовать креативнее и энергичнее. Пришло время корректировать стратегические планы компании, принимать нестандартные решения, внедрять инновации, развивать кооперационные связи. Такая ситуация на рынке не будет вечной, дивиденды будут получать самые активные игроки.

– У нас сейчас интересный момент в жизни компании. Кроме генерации новых бизнес-идей, раскрутки и вывода на рынок перспективных моделей, борьбы с ежедневно появляющимися логистическими трудностями, мы занимаемся плановой передачей управления бизнесом (сыну Владимиру), поэтому очень многое приходится перестраивать. Ко всему этому прибавляются новые задачи, связанные с ростом компании, требующие новых мыслей и идей.

В настоящее время в компании широко внедряются управленческие и производственные инновации: 3D-моделирование корпусов при проектировании, уникальная технология грунтовок и покраски, бесстапельная сборка корпусных конструкций. Параллельно на предприятии реа-

лизуются несколько программ повышения внутренней эффективности, внедряются стандарты системы менеджмента качества, развивается внешний аудит. Все эти меры, несомненно, принесут плоды в будущем.

– В прошлом месяце мы отправили четыре судна заказчикам. Совсем скоро на воду спустят флагман компании на ближайшие годы – яхту премиум-класса проекта «Легенда». Это яркий пример сотрудничества «Ушаковских верфей» с профессионалами отрасли. Яхта отличается элегантным дизайном, отличной мореходностью, изысканным интерьером и возможностью плавания в океанском классе (до категории А). Она пользуется большим спросом у российских заказчиков.

Для российского судостроения начинается новый виток эпохи возрождения былой славы, для яхтостроения – шанс стать самодостаточным рынком, а для нашей компании – возможность оставаться лидерами рынка в своем сегменте. Уделяя особое внимание качеству производственной среды, заботясь о постоянном профессиональном росте сотрудников, уважая их потребность в самореализации, «Ушаковские верфи» вносят свой вклад в развитие региона и поднятие судостроительной отрасли страны на международный уровень.

– Бренд «Real Ships» («Настоящие Корабли») обязывает нас ко многому, именно поэтому мы задаем высочайшие стандарты качества и следуем им бескомпромиссно. Наш девиз: «Все по-настоящему!». ◊



238322 Калининградская обл.,
Гурьевский р-н, пос. Ушаково,
пер. Портовый, корпус 1

+7 (906) 219-50-00;
info@real-ships.ru
www.real-ships.ru



СОЮЗ
«КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА»



ООО «УШАКОВСКИЕ ВЕРФИ»



Виктор ЛИДЕР,
генеральный директор

– Есть такая шутка: «Кого хотим мы осчастливить, тому уже спасенья нет!» Так вот, это не шутка – это правда про весь коллектив Торгово-промышленной палаты Калининградской области во главе с ее Президентом Феликсом ЛАПИНЫМ!

Самые теплые поздравления и слова огромной благодарности за ваш плодотворный труд и искреннее внимание к предпринимательскому сообществу. Желаем вам всех благ и мирного неба над головой!

С юбилеем!



Победитель бизнес-премии
«Янтарный Меркурий –
2017, 2024»

Волонтерское движение на Калининградской железной дороге набирает обороты.

Дорогою добра



Ирина ПАРШИНА,
ведущий специалист
отдела корпоративных
коммуникаций КЖД

Сегодня каждый третий сотрудник магистрали является участником различных благотворительных и общественных проектов. Как развивается добровольческое движение, что уже сделано и еще предстоит сделать – об этом шла речь на прошедшем в Зеленоградске IV форуме волонтеров КЖД.

Небольшой конференц-зал в оздоровительном центре «Локомотив» не смог вместить всю многочисленную армию волонтеров, присутствовала только четверть всего состава. Ряды добровольческого движения постоянно пополняются. Если в конце прошлого года было около 1000 волонтеров, то сейчас их на

Калининградской железной дороге насчитывается более 1200 человек.

Чем так заразительна волонтерская жизнь? Ответ на этот вопрос частично кроется в самой сути человеческой личности. Ведь не случайно психологи говорят, что более счастлив не тот, кто принимает, нежели тот, кто отдает. Волонтеры знают это по себе, хотя дела свои считают чем-то обычным.

Их деятельность по-настоящему развернулась на Калининградской железной дороге еще в ковидный 2021 год. Задел был положен молодежью. Тогда в период эпидемии эти бесстрашные ребята в красных футболках с надписью «волонтер РЖД» оказались настоящими спасителями для стариков и одиноких людей, которые нуждались в доставке продуктов и медикаментов, а порой и в просто психологической поддержке.

Дальше – больше. Каждый год они принимают участие в различных благотворительных, эколо-

1200
волонтеров
насчитывается сейчас
на Калининградской
железной дороге

гических акциях, общественных проектах и каждый год посвящают чему-то главному и незыблемому. Нынешний, 2025-й, проходит под знаком важной даты – празднования 80-летия со дня Великой Победы.

Практически ни одно мероприятие, приуроченное к празднованию Дня Победы, не обошлось без волонтеров магистрали. Как рассказал в своем

докладе на форуме ведущий специалист сектора оценки, мониторинга персонала и молодежной политики КЖД Павел ГРУДНЕВ, уборка территории – этот трудовой почин они организовали по традиции на братском захоронении в поселке Голубево, шефство над которым много лет назад взял на себя коллектив железной дороги.

Кроме того, в этом году активисты добрых дел приняли участие в общегородском субботнике, организованном общественной организацией «Юная лидерская армия» в рамках проекта спасение из забвения, на территории старого городского кладбища на улице Камской областного центра. Здесь похоронены одни из первых переселенцев Калининградской области и участники штурма Кенигсберга.

– Для нас было большой честью оказать помощь в таком важном мероприятии, – делится впечатлениями Павел ГРУДНЕВ. – Тем более, что здесь покоится человек, связанный с железной дорогой, из состава первого руководства прибалтийской магистрали. Это Иван

Михайлович СОКОЛОВ, трудившийся в службе движения. Он умер в 1956 году, могила оставалась заброшенной долгое время.

Добровольческий десант с железной дороги также принял участие и в общегородском субботнике на братской могиле советских воинов, что находится на улице Зоценко в Калининграде. Обновили они и аллею памяти у Дворца культуры железнодорожников. Здесь волонтеры вместе с другими работниками магистрали и руководством КЖД посадили 35 деревьев. Каждое дерево именное, в память железнодорожников, принявших участие в Великой Отечественной войне.

«Эшелон Победы» и его праздничные поездки по городам области не остались без внимания волонтеров. В качестве артистов они приняли участие в концертной программе, проходившей на Северном вокзале.

Особое внимание ребята уделяют, конечно, ветеранам. Тех, кто уже не может ходить, активисты-добровольцы посещают регулярно. В этом году пожилых навещали вместе с арти-



По итогам волонтерской деятельности в прошлом году Калининградская магистраль заняла 2-е место по сети ОАО «РЖД»

стами из ДКЖ. Конечно, старики рады вниманию, в ответ – слова благодарности и даже стихи для волонтеров.

Надо сказать, что волонтерский отряд – это не только молодежь, веселая и заводная, но и люди «серебряного» возраста с активной жизненной позицией. Участники всех субботников, они, кроме того, организовали свой дружный кружок «Рукоделие», где вяжут теплые вещи для наших солдат и передают их в части и военные госпитали.

Ни одна посылка гуманитарной помощи не обходится также без их замечательных мягких игрушек.

Чтобы пожилые люди не затерялись в современном ритме жизни после выхода на пенсию, на волонтерском пространстве – открытой в прошлом году «Станции Добра» – для старшего поколения организованы занятия. Их названия говорят сами за себя: «Психологическая гостиная», «Здоровая походка», «Ментальная арифметика».

– Отдельно расскажу о мобильных классах, в рамках которых для наших ветеранов проходят обучающие мероприятия «Азбука интернета» и «Мобильная грамотность». Наши волонтеры объясняют пенсионерам, как пользоваться важными интернет-ресурсами, такими как Госуслуги и сервисный портал, словом, помогают старшему поколению осваиваться в современных технологиях.

По итогам волонтерской деятельности в прошлом году Калининградская магистраль заняла 2-е место по сети ОАО «РЖД». Но наши активисты добрых дел принимают участие и в волонтерской жизни региона. Регулярно они посещают вместе с Калининградским добровольческим центром приюты для бездомных собак. В этом году они также приняли участие в масштабной высадке деревьев «Сад Памяти» рядом с поселком Янтарный, акция была посвящена 80-летию Победы.

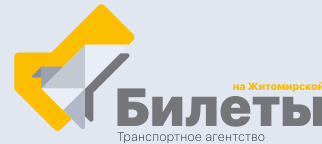
– Я рад, что в коллективе много людей, готовых бескорыстно прийти на помощь ветеранам, пенсионерам, жителям Калининградской области, – отметил на встрече с волонтерами руководитель Калининградской магистрали Сергей САПЕГИН. ○

Фото Ольги ОТВАЛКО,
Сергея ЧЕРКАШИНА



РАСПИСАНИЕ полетов международного аэропорта Храброво

(в расписании возможны изменения)
с 1.07.2025 по 31.07.2025



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

Аэропорт назначения	Тип самолета	Отправление из Калининграда (время местное)				Отправление в Калининград (время местное)			
		На рейса	день вылета	время вылета	время прилета	На рейса	день вылета	время вылета	время прилета
МОСКВА ДМД	320	U6-74	Пн	07-15	11-00	U6-73	Пн	04-40	06-30
		U6-168	Сб	16-40	20-25	U6-167	Сб	14-05	15-55
		U6-372	Ежд	19-35	23-20	U6-371	Ежд	16-55	18-45
		U6-628	Ежд	11-40	15-25	U6-627	Ежд	09-00	10-50
		S7-1216	Ежд	14-05	17-50	U6-627	Ежд	11-10	13-00
		S7-1214	Ежд	11-55	15-40	S7-1215	Ежд	09-20	11-10
		S7-1001	Ежд	13-25	17-10	S7-1213	Ежд	10-50	12-40
		SU-1003	Ежд	09-10	12-45	SU-1000	Ежд	06-35	08-10
		SU-1005	Ежд	12-55	16-20	SU-1006	Ежд	08-00	11-25
		SU-1007	Ежд	16-10	19-45	SU-1004	Ежд	13-35	15-10
		SU-1009	Ежд	21-10	00-45	SU-1006	Ежд	18-35	20-10
		SU-1011	Ежд	03-00	06-30	SU-1008	Ежд	20-10	21-45
		SU-1013	Кр2	19-45	23-50	SU-1010	Ежд	17-20	18-45
		SU-1015	Ежд	18-05	21-40	SU-1012	Ежд	15-30	17-05
		SU-1017	Ежд	10-35	14-10	SU-1014	Ежд	08-00	09-35
МОСКВА ШРМ	326	SU-1017	Ежд	11-35	15-10	SU-1016	Ежд	09-00	10-35
		SU-1019	Ежд	14-25	17-55	SU-1018	Ежд	11-50	13-35
		SU-1025	Ежд	17-00	20-35	SU-1024	Ежд	14-15	16-00
		SU-1027	Ежд	09-35	13-10	SU-1026	Ежд	06-55	08-35
		SU-6310	Ежд	11-30	15-05	SU-6309	Ежд	08-45	10-30
		SU-6312	Ежд	20-40	00-15	SU-6311	Ежд	17-55	19-35
		SU-6314	Ежд	12-25	15-55	SU-6313	Ежд	09-40	11-25
		SU-6662	Ежд	19-00	22-35	SU-6661	Ежд	16-25	18-00
		SU-1073	Ежд	01-55	05-30	SU-1072	Ежд	23-20	01-00
		DP-6832	Пн, Ср, Сб	10-30	14-05	DP-6831	Пн, Ср, Сб	08-20	10-05
		DP-6834	Вт	17-55	21-30	DP-6833	Вт	11-10	12-45
		DP-6836	Ежд	18-30	20-10	DP-6835	Кр4	16-00	17-35
		DP-6838	Ежд	17-10	20-50	DP-6837	Ежд	15-10	16-45
		DP-6840	Ежд	09-05	12-35	DP-6839	Ежд	07-05	08-40
		DP-6872	Пн, Вт, Чт, Сб	08-40	12-15	DP-6871	Пн, Ср, Пт, Вс	21-55	23-30
МОСКВА ВНК	320	SN-252	Кр	14-10	17-45	SN-251	Кр	12-10	13-45
		SN-252	Пн	22-20	01-50	SN-251	Пн	20-05	21-40
		N4-104	Ср	11-15	14-45	N4-105	Ср	10-30	12-05
		N4-106	Вс	05-40	09-15	N4-105	Вс	10-45	12-20
		DP-264	Кр	21-50	01-20	DP-263	Пн, Ср	13-30	15-10
		DP-264	Кр	16-00	19-30	DP-263	Кр	17-00	18-40
		DP-264	Ср	19-05	22-30	DP-263	Ср	12-00	13-40
		DP-262	Вт	14-05	17-50	DP-261	Вт	08-05	09-45
		SU-2845	Ежд	20-10	23-55	SU-2844	Ежд	18-05	19-45
		SU-6322	ВТ, ЧТ, Сб	15-10	18-00	SU-6321	ВТ, ЧТ, Сб	13-20	14-10
		SU-6324	Ежд	16-50	19-40	SU-6323	Ежд	11-10	12-40
		SU-6326	Ежд	10-25	13-05	SU-6325	Ежд	08-40	09-25
		SU-6328	Ежд	20-10	22-50	SU-6327	Ежд	18-25	19-10
		SU-6330	Ежд	07-00	09-55	SU-6329	Ежд	22-50	23-45
		SU-6332	Ежд	18-45	21-25	SU-6331	Ежд	16-50	17-45
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	320	SU-6334	Ежд	21-50	00-30	SU-6333	Ежд	20-10	20-55
		SU-6336	Кр	08-45	11-25	SU-6335	Кр	07-00	07-45
		U6-38	Кр	16-45	19-35	U6-37	Кр	14-50	15-45
		U6-38	Пт, Сб	13-05	16-00	U6-37	Пт, Сб	17-00	17-55
		U6-54	Ежд	12-35	15-25	U6-53	Ежд	10-55	11-50
		DP-530	Ежд	13-50	16-45	DP-529	Ежд	11-50	12-45
		DP-536	Ежд	09-30	12-20	DP-535	Ежд	08-10	09-05
		DP-588	Ежд	21-11	23-50	DP-587	Ежд	19-35	20-35
		DP-590	Ежд	14-40	17-30	DP-589	Ежд	13-20	14-15
		SN-506	Ежд	10-50	13-40	SN-505	Ежд	08-45	09-30
		SN-514	Пн, Ср, Чт, Пт, Сб	10-20	13-05	SN-513	Пн, Ср, Чт, Пт, Сб	08-40	09-30
		SN-534	Вт	11-20	14-05	SN-533	Вт	09-40	10-30
		SN-540	Вс	09-45	12-30	SN-539	Вс	08-05	08-55
		N4-282	Ежд	16-45	19-35	N4-281	Ежд	14-50	15-45
		N4-284	Кр	08-40	09-30	N4-283	Кр	13-20	14-15
НОВОСИБИРСК	320	SU-504	Пн, Ср, Пт, Вс	22-25	01-10	SU-503	Пн, Ср, Пт, Вс	20-25	21-15
		U6-504	Пн	10-45	13-45	U6-503	Пн	10-30	11-20
		U6-504	Ср	10-45	13-45	U6-503	Ср	09-05	10-00
		U6-504	Чт	13-00	15-55	U6-503	Чт	09-25	10-20
		U6-504	Вс	09-10	12-05	U6-503	Вс	12-00	12-55
		U6-504	Кр	11-30	14-25	U6-503	Кр	09-55	10-50
		U6-504	Пн	16-55	19-50	U6-503	Пн	15-15	16-10
		U6-504	Ср, Пт, Сб	16-10	02-35	U6-503	Ср, Пт, Сб	14-25	15-15
		U6-504	Пн, Вт, Чт, Вс	17-25	00-20	U6-503	Пн, Вт, Чт, Вс	15-30	16-40
		U6-504	Ср, Пт, Сб	15-05	22-00	U6-503	Ср, Пт, Сб	13-10	14-20
		U6-504	Пн, Ср, Пт, Вс	23-55	06-35	U6-503	Пн, Вт, Чт, Сб	07-10	08-15
		U6-504	Пн, Чт	13-05	16-40	U6-503	Пн, Чт	10-15	12-05
		U6-504	Пн, Чт	19-05	23-25	U6-503	Пн, Чт	15-40	18-15
		U6-504	Вс	01-40	05-30	U6-503	Вс	22-55	00-50
		U6-504	Кр	13-00	16-30	U6-503	Кр	10-30	12-10
ПЕРМЬ	Е90	U6-504	Вт	02-05	06-00	U6-503	Вт	13-40	15-45
		U6-504	Ср, Пт	13-35	17-30	U6-503	Ср, Пт	18-55	21-00
		U6-504	Вс	14-05	20-30	U6-503	Вс	01-00	01-45
		U6-504	Пн	16-50	23-15	U6-503	Пн	00-15	01-00
		U6-504	Ср	15-25	21-45	U6-503	Ср	13-40	14-25
		U6-504	Чт	11-20	16-50	U6-503	Чт	17-50	19-30
		U6-504	Вс	17-05	22-30	U6-503	Вс	13-50	18-25
		U6-504	Пн	14-40	20-10	U6-503	Пн	21-15	23-30
		U6-504	Сб	10-50	03-45	U6-503	Сб	04-50	05-55
		U6-504	Вт	21-00	04-00	U6-503	Вт	04-50	05-55
		U6-504	ВТ, ЧТ	16-40	19-40	U6-503	ВТ, ЧТ	07-00	08-00
		U6-504	Пт	12-45	15-45	U6-503	Пт	10-35	11-55
		U6-504	Вс	22-35	23-35	U6-503	Вс	17-30	18-45
		U6-504	Пт, Вс	12-15	15-10	U6-503	Пт, Вс	10-30	11-25
		U6-504	Сб	13-05	16-35	U6-503	Сб	17-15	18-50
САМАРА	73X	U6-504	Ср	10-10	13-40	U6-503	Ср	14-20	15-55
		U6-504	Чт, Вс	15-35	21-00	U6-503	Чт, Вс	23-20	23-35
		U6-504	Вт, Сб	23-50	06-30	U6-503	Вт, Сб	12-30	13-35
		U6-504	Пт	01-25	08-05	U6-503	Пт	23-10	00-15
		U6-504	Ср, Вс	16-50	19-50	U6-503	Ср, Вс	20-10	21-15
		U6-504	Пн, Пт	01-20	05-55	U6-503	Пн, Пт	14-45	15-50
		U6-504	Вт, Чт	09-40	13-10	U6-503	Вт, Чт	00-25	02-10
		U6-504	Ср	11-05	18-00	U6-503	Ср	10-40	11-50
		U6-504	Вс	02-50	09-40	U6-503	Вс	20-00	21-15
		U6-504	Пн	22-15	03-15	U6-503	Пн	19-30	20-45
		U6-504	Чт	21-45	02-45	U6-503	Чт	19-05	20-15
		U6-504	Сб	21-15	02-15	U6-503	Сб	19-05	20-15
		U6-504	Чт, Вс	06-05	10-10	U6-503	Чт, Вс	11-10	13-25
		U6-504	Пн	01-20	05-55	U6-503	Пн	14-40	15-50
		U6-504	Вт, Чт	09-40	13-10	U6-503	Вт, Чт	00-25	02-10

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



В преддверии Дня российского предпринимательства состоялось торжественное мероприятие, посвященное профессиональному празднику бизнеса.

Предпринимательство – это всегда риск

И главный двигатель в развитии области



По традиции в нем приняли участие губернатор региона, члены правительства, руководители организаций, занимающихся поддержкой предпринимательства. Все они отмечали заслуги Калининградской ТПП, которая на сегодняшний день является не только крупнейшим бизнес-сообществом региона, но и эффективной площадкой для диалога между бизнесом и властью.

Губернатор Алексей БЕСПРОЗВАННЫХ поздравил предпринимателей Калининградской области с наступающим праздником: «Бесспорно, ваш труд имеет особое значение для нашего региона. Ведь предпринимательство в самом широком смысле этого слова является главным двигателем в развитии Калининградской области.

Особенно важна работа ваших предприятий и коллективов в нынешние времена, когда все мы сталкиваемся с непростыми вызовами и сложностями. Вашими усилиями экономика региона уверенно преодолевает последствия санкционных ограничений и постепенно берет курс на восстановление. В ближайшие пять лет вместе с вами мы реализуем более 500 инвестиционных проектов на сумму около 700 миллиардов рублей.

Уверен, сохраним лидирующие позиции по вовлеченности населения в малый и средний бизнес – этот сектор формирует треть ВРП и обеспечивает занятость почти 240 тысяч жителей нашего региона».

В ходе церемонии губернатор вручил руководителям компаний награды «за значительный вклад в развитие предпринимательства на территории Калининградской области».



Орденом «За заслуги перед Калининградской областью» награждены:

- генеральный директор АО «Калининградский Тарный Комбинат» Игорь ВАСИЛЬЕВ;
- директор ООО «Юринат БТД» Юрий ДЕРГАЧЕВ;
- генеральный директор ООО «Пранкор» (Холдинг GS Group) Сергей ЗАХАРОВ;
- генеральный директор ООО «Линц» Игорь КАСТУСИК;
- генеральный директор ООО «Ушаковские верфи» Виктор ЛИДЕР;
- генеральный директор ООО «Залесский фермер» Владимир КИРИЛЛОВ;
- генеральный директор ООО «УК РБПИ Групп» Томас НОРГАРД;
- президент Ассоциации Калининградских Мебельщиков Евгений ПЕРУНОВ;
- генеральный директор Группы компаний «Содружество» Сергей СОКОЛОВСКИЙ.



Почетной грамотой Губернатора Калининградской области награждены:

- генеральный директор ООО «Атлантик ГК» Кеша БХАГАТ;
- директор АО «ОКБ «ФАКЕЛ» Павел ДРОНОВ;
- генеральный директор ООО «АмберТим» Константин МАТВЕЙЧУК;

- генеральный директор АО «Отисфарм Про» Татьяна РОГУЛЕВА;
- председатель правления АО Коммерческий банк «Энерготрансбанк» Сергей СОЛОВЬЕВ;
- директор ООО «Достархан» Карен ТОВМАСЯН.

Почетной грамотой Правительства Калининградской области награждены:

- генеральный директор ООО «Торговый дом Алина» Дмитрий ВОЗНЕСЕНСКИЙ;
- генеральный директор ООО «Сталена» Сергей ГОЗ;
- генеральный директор ООО «Карго Сервис» Сергей ЗАВОРОТЫНСКИЙ;
- генеральный директор ООО «Экология производства» Дарья ЛУКАШУНЕНЕ;
- генеральный директор Ассоциации индустрии гостеприимства Калининградской области Ольга ТЕСЛЕНКО;
- генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Транс-Бизнес-Консалтинг» Александр ТРОФИМЕНКО.



Почетным дипломом «Благодарность Губернатора Калининградской области» награждены:

- директор АНО «Центр судебных и экологических экспертиз» Марк БАЛАНОВСКИЙ;
- генеральный директор ООО «Балтийское морское агентство» Марина ДРУТМАН;
- генеральный директор ООО «Алгоритм Групп» Сергей МИШИН;
- председатель Правления СПК «Рыболовецкий колхоз «За Родину» Виктория НЕПОЧЕЛОВИЧ;
- генеральный директор ООО «Лесобалт» Александр ОРЕХОВ;
- генеральный директор ООО «Айсберг-Аква» Борис ПЕЧЕРСКИЙ;
- Индивидуальный предприниматель Ксения СОЛОМОНОВА.



Награды ТПП РФ

Были вручены компаниям, являющимся членами Палаты не менее 15 лет. За значительный вклад в развитие национальной экономики и предпринимательства, достижение высоких производственных и социальных показателей, содействие развитию института торгово-промышленных палат России.

Звание «Почетный член Торгово-промышленной палаты РФ» присвоено:

- НКО «Ассоциация иностранных инвесторов в Калининградской области». Компания является членом Калининградской ТПП 16 лет. Награду получил президент Ассоциации Стефано ВЛАХОВИЧ.
- ООО «Инок-Плюс». Компания является членом Калининградской ТПП 16 лет. Свидетельство вручено генеральному директору Олегу МАТУКЕВИЧУ.
- АО «Пансионат «ВОЛНА». Компания является членом Калининградской ТПП 16 лет. Свидетельство получила генеральный директор Маргарита МЕЛЮХОВА.

Благодарственные письма депутата Государственной Думы РФ

Обращаясь к залу, Марина ОРГЕЕВА подчеркнула, что это праздник людей, взявших на себя ответственность за бизнес, за свои трудовые коллективы и их семьи, за развитие региона: «Этот год особенный – год 80-летия Великой Победы, в следующем году мы будем праздновать 80-летие Калининградской области. От всей души хочу поблагодарить вас за то, что создаете новые рабочие места, даете работу людям, а значит, поддерживаете семьи нашего региона».

Предпринимательство – это всегда риск, необходимость принятия ответственных решений. От души желаю вам здоровья, счастья, повышать компетенцию, чтоб конкуренция была здоровой, чтобы все вместе мы сделали все для развития нашего региона».

• За многолетний плодотворный труд в сфере промышленного строительства, монтажа промышленного и грузоподъемного оборудования, высокий профессионализм, заслуги в социально-экономическом развитии региона, значительный вклад в реализацию национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика» на территории РФ награжден **генеральный директор ООО «ИПСК» Вячеслав ГРИНЮК.**

• За многолетний плодотворный труд в сфере производства бумаги и картона, креативность и целеустремленность в достижении поставленных задач, значительный вклад в реализацию национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика» на территории Калининградской области награжден **директор ООО «Атлас-Маркет» Дмитрий ФРОЛОВ.**

• За многолетний плодотворный труд в сфере строительства жилья и социальных объектов, значительный вклад в реализацию национального проекта «Инфраструктура для жизни» на территории Калининградской области награжден **директор ООО «Специализированный Застройщик «Инвестиционная компания «Авангардинвестпроект» Александр ЯРОШЕНКО.**

Фото Артема ЧЕШОКОВА

Борьба с контрафактом: в Калининградской ТПП обсудили меры по предотвращению нелегальной торговли в регионе.



Как 100 граммов крольчатины превратить в 20 тонн икры



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

На заседании комитета по торговле говорили о контрафакте, вернее о том, как не допустить его на прилавки. А еще о том, как быков доят и что в результате этого загадочного процесса поступает в магазины.

В обсуждении участвовали представители оптовой и розничной торговли, производители продуктов питания и контролирующие органы. К работе

подключились чиновники регионального правительства и администрации города, сотрудники Роспотребнадзора, Россельхознадзора, Калининградской областной таможни и УМВД.

Открывая дискуссию, президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН подчеркнул, что речь пойдет именно о контрафакте, историю с использованием чужих брендов, поставок продукции в нарушение дистрибуционных правил затрагивать на комитете не будет.

После доклада Елены ЛАГОВЕЦ из министерства экономического развития, промышленности и торговли, члены комитета узнали о правовых мерах борьбы с незаконным оборотом промышленной продук-

ции в России. Затем они перешли к обсуждению конкретных примеров.

Блокировка продаж не за горами

Начальник отдела юридического обеспечения Управления Роспотребнадзора по Калининградской области Ирина ВАСИЛЬЕВА рассказала, что по обращениям граждан проводятся проверки (с отбором проб) для определения фальсифицированной продукции. Если по результатам лабораторных исследований выявляются нарушения, продукция изымается из оборота, приостанавливается действие деклараций о соответствии товара, выдаются предписания по отзыву продукции с рынка.



В среднем 44% проверенной табачной продукции не проходят контроль в системе «Честный знак»

В работе учитываются индикаторы риска, которые направляет система «Честный знак». Больше всего индикаторов риска (10) связано с никотинсодержащей и табачной продукцией, из них 7 касаются разрешительных режимов на кассе. По данным Роспотребнадзора, в среднем 44% проверенной продукции не проходят контроль в системе «Честный знак», что может свидетельствовать о её контрафактности.

В ближайшее время Роспотребнадзор расширит свои полномочия, и продажи контрафакта будут пресекаться быстро. Кассы уже не допускают к продаже продукты с истекшим сроком годности. В будущем они станут еще умнее: будут проверять отозванные декларации соответствия, несоответствие цены установленным нормам, а также учитывать,

что товар ранее был выведен из оборота.

Растворялись на просторах России

Начальник оперативно-розыскного отдела Калининградской областной таможни Алексей БАСАЛАЙ рассказал о схеме с табаком. По его словам, из импортного сырья, ввезенного в регион без уплаты таможенных пошлин, изготавливают табачную продукцию, которая «идет на экспорт». Её оформляют как товар, который якобы должен быть вывезен через территорию ЕАЭС – Россию, Казахстан, Киргизию, товар заявляется к вывозу в Китай.

Казалось бы, не к чему придраться, но по факту в течение двух лет машины не доезжали до «империи Цинь», «растворяясь» на просторах России.

«Эти сигареты в легальную продажу не поступают, так как сразу изготовлены на экспорт, там невозможно нанести маркировку и иные средства идентификации», – уточнил Алексей БАСАЛАЙ. – Их продают на оптовых складах «из-под полы», по 40-50 рублей за пачку сигарет, что значительно меньше

минимальной розничной цены. В легальном обороте в магазинах этих сигарет нет. Что важно: это продукция надлежащего качества, и ее выгодно покупать потребителю». В чем же причина расследования, в котором, в том числе, участвуют налоговики? Уклонение от платежей в бюджет.

А если говорить о настоящем контрафакте, то чаще всего это игрушки. Либо продукция неустановленного происхождения, в том числе санкционка.

Коньячная ОПГ

«В 2025 году из незаконного оборота в рамках пяти уголовных дел изъято 7156 пачек немаркированной табачной продукции и 251,8 декалитра алкоголя, в том числе 6,9 декалитра водки, 221 декалитр этилового спирта», – рассказал замначальника УБЭП и ПК УМВД России по Калининградской области Максим ПРОСКУРНИН. – Задokumentированы действия группы граждан, которые в составе ОПГ производили и реализовывали на территории КО спирто-содержащую продукцию – в частности, фальсифицировали коньяки, зарубежные, к примеру, «Courvoisier», но не брезговали и калининградскими марками».

Без внимания правоохранителей не осталась и торговля никотинсодержащими жидкостями. Из нелегального оборота изъяли партию продукции на 80 млн рублей. Причина – честно маркировалась небольшая партия, затем эта маркировка подделывалась и наносилась на остальной товар.

«Также в рамках всероссийского профилактического мероприятия у предпринимателей изымалась контрафактная про-

дукция – кроссовки, одежда различных брендов», – завершил свой доклад Максим ПРОСКУРНИН.

А теперь перейдем к самому интересному, ведь без алкоголя, сигарет и модной одежды еще можно обойтись, а кушать хочется всегда. Как обстоят дела с продуктами питания, рассказал врио руководителя управления Россельхознадзора по Калининградской области Владимир ЧУХАРЕВ.

Искусственный интеллект на страже народосбережения

«Наше управление уделяет особое внимание безопасности и прослеживаемости выпускаемой пищевой продукции, – сообщил Владимир ЧУХАРЕВ. – Мы сейчас применяем ИИ, который тысячами ежедневно выявляет различные нарушения, для чего разработаны 30 модулей, в том числе по прослеживаемости».

В частности, ИИ с легкостью выявляет различные несоответствия – к примеру, когда в систему вводят данные о перевозках, указывая, что на легковой машине перевезли за раз 16-20 тонн продукции.

«Вычислена была схема, когда один из индивидуальных предпринимателей по документам получил горбушу из Приморского края и на следующий день на легковой машине «Мазда» вывез 16 т продукции обратно, – привел пример руководитель калининградского Россельхознадзора. – Мы понимаем, что здесь мошенническая схема.

Сейчас большое внимание уделяется выявлению фальсификата, в том числе молочной продукции, потому что здесь заяв-

зана и уплата НДС. Если производят только из молока (маркировка на ценнике БЗМЖ), то НДС составляет 10%, если используют растительные жиры – 20%. По таким делам мы взаимодействуем с налоговой и Роспотребнадзором. Налоговая выходит в суды для возмещения неуплаченного НДС».

Также Владимир ЧУХАРЕВ подчеркнул, что в основном проблемы возникают с завезенной молочной продукцией: «Операторы оптовой торговли уже столкнулись с этой проблемой. Везут из Ставропольского края, Московской области. Причем цена, с учетом плеча в 2000 км, ниже, чем у наших производителей. С продукцией, которую производят в регионе компании, имеющие свое молоко, все хорошо, есть прослеживаемость».

Впрочем, одну из калининградских компаний все же поставили на особый контроль: сыры, которые она производит для продажи в регионе, надлежащего качества и из надлежащего сырья. В других регионах России выявлена продукция под этой маркой, содержащая растительные жиры.

«Это наносит удар по нашему имиджу, по нашим производи-



телям, – констатировал Владимир ЧУХАРЕВ и рассказал, что есть и еще одно нарушение – днём на производственной линии этой компании выпускают продукцию под ее маркой, ночью – под другой. – Это определенная мошенническая схема».

Затем руководитель регионального Россельхознадзора привел факты нарушений, выявленные искусственным интеллектом, к счастью, не на территории Калининградской области. Так, по документам, из 100 граммов кролика было произведено 20 тонн икры судака. Что грустно – икра была продана. Из аквариумных рыбок было произведено 20 тонн сурими.

К примеру, в Ростовской области с сентября 2024-го по апрель 2025 года одна из площадок оформила 71 документ на удой молока общим объемом 5,7 тонн. При этом нарушитель по документации имел в собственности только 44 быка, а коров у него не было вовсе.

«Используются для этого фантомные площадки, зарегистрированные на адресах квартир, там выписываются ветеринарные сопроводительные доку-





менты, – отметил Владимир ЧУХАРЕВ. – Фантомные площадки используются только для мошеннических схем, многие давно зарегистрированы и находятся в спящем режиме. Была и не работала, а вдруг ее начали использовать.

Кто-то покупает друг у друга эти нелегальные площадки и начинает гонять ветеринарные документы. У нас область маленькая, здесь мы контролируем ситуацию, но предпринимателям, получающим продукцию извне, надо быть внимательными».

Представители оптовых компаний отметили, что они озабочены проблемой, потому что в случае ухода поставщика от НДС пострадают и продавцы.

«Здесь легальный бизнес. Мы против того, чтобы потребителям попадал контрафактный продукт. Нужно внимательно смотреть, кто производитель, чтобы не стать виноватым, –

резюмировал председатель комитета по торговле Юрий ДЕРГАЧЕВ. – Нужно обращать внимание, если цена на продукцию ниже себестоимости. Большая часть товаров, которые у нас на полках в магазинах, – легальные продукты. С одной стороны, изъятые 7 000 пачек сигарет – это много, но в регионе их ежемесячно продают более миллиона. Так что процент небольшой».

Каждое животное будет зарегистрировано

Владимир ЧУХАРЕВ напомнил, что с 1 сентября 2025 года обязательной регистрации в системе Россельхознадзора «Хорриот» подлежат все сельскохозяйственные и птица. «У нас есть случаи, когда у человека зарегистрировано пять коров, а молоко сдает от десяти. Причем неизвестно, есть у этих «нелегалов» какие-то заболевания или нет.

Если корова больна лейкозом, то ее молоко пить в сыром виде категорически нельзя, – под-

черкнул руководитель калининградского Россельхознадзора. – Стали применять искусственный интеллект для анализа деятельности личных и подсобных хозяйств, выявили очень много «серого» производства. ИИ выявляет, что надой с одной коровы 70 л, но это невозможно. В области средний надой – 30 л. Сейчас мы уделяем внимание легализации молочной продукции КФХ».

По радиусу или по тропе

На заседании комитета вновь вернулись к вопросу, как измерять расстояние при выдаче лицензий на алкоголь. Сегодня в городе нарисованы радиусы в 65 метров вокруг каждого образовательного объекта или медицинского учреждения. В границах этих радиусов получить лицензию на алкоголь невозможно. Если магазин работает и работает давно, то разрешается однократное продление на пять лет. Правда, если сменится юрлицо, то лицензию ему не дадут.

По мнению представителей бизнеса, в этом подходе есть несколько узких мест. Во-первых, редко кто ходит по прямой, телепортируясь сквозь стены и заборы. И хотя магазин с алкоголем может находиться на расстоянии всего 50 метров по прямой, путь к нему по пешеходной тропе составит и 100, и 200 метров. Во-вторых, близости от давно работающего магазина может открыться какой-нибудь кружок по фото (или некий вымогатель будет угрожать созданием детского или медицинского учреждения и требовать откуп) – и тогда прощай лицензия.

Все эти вопросы были заданы в письме, направленном в городскую администрацию Калининграда.

«Мы получили ответ из администрации города, они нам просто продублировали положения нормативно-правовой базы, – сообщил президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН. – Сдвинулась позиция города в этом вопросе или нет?»

Не сдвинулась... Заместитель председателя комитета городского развития и цифровизации, начальник управления экономического развития Наталья ШАРОШИНА разъяснила, что у города есть только одно полномочие – нанести запретные зоны на карту.

По всем остальным вопросам нужно обращаться в вышестоящие инстанции: «Мы обязаны установить зону запрета с момента открытия учреждения. Каждый раз, когда происходит получение или переоформление лицензии, мы выезжаем и проверяем по конкретному обращению. Мы не сторона, которая выдает лицензии. Нас наделили единственным полномочием – установить зоны, где запрещена продажа алкоголя».

Мало того, городу предлагали расширить радиус до 100 метров. Но тогда Калининград автоматически бы превратился в город, где установлен «сухой закон». Поэтому все не так уж и плохо.

По итогам обсуждения будут подготовлены предложения бизнеса по определению зон, где запрещена торговля алкоголем.

Главное

РАЗЪЯСНЯЕТ «ЧЕСТНЫЙ ЗНАК»

При разрешительном режиме проверок на контрольно-кассовой технике (ККТ) могут возникать следующие причины блокировки продажи:

- **ИСТЕК СРОК ГОДНОСТИ** (при наличии сведений о сроке годности товаров в информационной системе мониторинга) – такая продукция не подлежит реализации потребителям. Блокировка товара по решению органа государственной власти – по вопросам распоряжения по заблокированным товарам может дать разъяснения контролирующий орган.

- **ОТСУТСТВИЕ В СИСТЕМЕ МАРКИРОВКИ «Честный знак»** информации о коде маркировки на товар либо о его нанесении – это значит, что ваш поставщик отгрузил вам нелегальную продукцию. Такая продукция не подлежит реализации и может нести вред покупателям. Вам необходимо открыть разбирательство с поставщиком.

- **ОТСУТСТВИЕ ИНФОРМАЦИИ О ВВОДЕ В ОБОРОТ КОДА МАРКИРОВКИ** на товаре – это значит, что производитель или импортер товара не выполнил все требования к поставляемой продукции. Такая продукция не подлежит реализации. Рекомендуем обратиться к поставщику за разъяснениями.

- **НАЛИЧИЕ ИНФОРМАЦИИ, ЧТО ТОВАР С ТАКИМ КОДОМ МАРКИРОВКИ РАНЕЕ УЖЕ БЫЛ ВЫВЕДЕН ИЗ ОБОРОТА** – это значит, что товар с таким кодом маркировки был продан ранее. Это может происходить либо по вине кассира, либо если вы приняли от поставщика товар, легальность которого сомнительна. Если блокировка по вине розницы, то необходимо провести инструктаж кассиров о необходимости сканировать КМ с каждой единицы товара. Если по вине недобросовестного поставщика, то вам необходимо открыть разбирательство с поставщиком.

- **НЕ ПРОХОДИТ ВАЛИДАЦИЮ КОД КРИПТОГРАФИЧЕСКОЙ ПРОВЕРКИ** – это может означать, что ваш поставщик отгрузил вам продукцию с некорректным кодом маркировки. Такая продукция не подлежит реализации. Вам необходимо открыть разбирательство с поставщиком. ○



В Калининградской ТПП прошла рабочая встреча с представителями Посольства Пакистана в России.

Мы можем производить все – от зубочисток до военных кораблей

Министр торговли и инвестиций Посольства Исламской Республики Пакистан в РФ Шаукат ХАЙЯТ обсудил с калининградскими предпринимателями возможности взаимной торговли.

В мероприятии участвовали руководитель Агентства по международным и межрегиональным связям Калининградской области Александр КАЛЫКУТА, представители крупнейших калининградских торговых сетей, туристических компаний, перевозчики, производители одобренных.

Президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН рассказал гостю об экономике области: «Мы можем производить все – от зубочисток до военных кораблей», особое внимание уделив перспективам поставок калининградской сельскохозяйственной продукции в Пакистан.

Сейчас в регионе производится в два раза больше зерна, чем нужно для собственного потребления, существенная доля российских рыбных консервов также родом из Калининграда. Калининградские шпроты уже оценили в Узбекистане, Казахстане, Киргизии, Армении, Азербайджане, Грузии.

Шаукат ХАЙЯТ, в свою очередь, подчеркнул, что не нужно бояться приезжать в Пакистан, там безопасно, и рассказал, какие товары можно приобрести в стране, а в чем она нуждается. Также разъяснил, каким образом проходят платежи и какими путями осуществляются поставки продукции.

После общей встречи состоялись отдельные переговоры с представителями туристической компании «Мик-Авиа» и производителя удобрений ООО «Калининградский калий».

По итогам встречи принято решение организовать бизнес-тур в Исламскую Республику Пакистан. Организатор – Калининградская



ТПП. Сроки проведения бизнес-миссии будут определены по мере поступления заявок. Форма заявки в приложении. ○

КОНТАКТЫ ДЛЯ КОНСУЛЬТАЦИЙ



Наталья КЛИМЕНКО,
главный специалист по ВЭД
Калининградской ТПП,
тел.: 590-146,
эл. почта:
klimenko@kaliningrad-cci.ru

Калининградскую ТПП посетили коллеги из Великого Новгорода.



Важно делиться опытом

6 июня президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН провел для новгородских коллег экскурсию по палате, познакомил их с экспертами и юристами, показал, как работает бухгалтерия, кадровая служба и департамент по работе с членами палаты.

Обсуждались перечень экспертных услуг, развитие медиации и юридической помощи, а также услуги по защите интеллектуальной собственности и регистрации товарных знаков.

«Очень рад, что коллеги решились приехать в наш регион, – отметил Феликс ЛАПИН. – Нам интересно и о себе рассказать, и узнать, в чем сильна Новгородская ТПП. Очень важно делиться опытом, зачастую так и рождаются новые идеи и новые интересные направления деятельности палат».

Гости Калининградской ТПП получили в подарок книгу «Калининград B2B Kaliningrad», изданную к 35-летию Союза «Калининградская торгово-промышленная палата». ○



Новым гостем проекта Калининградской ТПП «Директор39.ru» стал Александр БЕЛЫЙ.

Александр БЕЛЫЙ:

«Мы бы хотели европейского и мирового лидерства»



Президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН, представляя Александра БЕЛОГО аудитории проекта, отметил: «Мы продолжаем формирование галереи видеопортретов руководителей предприятий нашего региона. Судостроение и судоремонт – одна из основных отраслей промышленности нашего региона».

Судоремонтный завод «Преголь» – ярчайший её представитель. Мне очень приятно и радостно пригласить наших зрителей к участию в программе, посвященной руководителю этого завода. У него очень прямая и простая трудовая жизнь. Уверен, что всем будет интересна жизненная история Александра БЕЛОГО».

Беседу вел Андрей СУДАКОВ. Предлагаем познакомиться с основными тезисами беседы.

Меня не тянуло к лидерству, но я всегда оказывался лидером

Я родился в Калининграде, детство прошло здесь и вся жизнь тоже. Отец ходил в море на промысловом судне в длительные рейсы, в последние периоды времени до 2-х лет. У меня было обычное детство советского мальчика: занимался в различных кружках и спортивных секциях – был юннатом, занимался судомоделированием. С пятого класса увлекся баскетболом, играл за сборную школы, университета и до сих пор играю, когда есть время. Любовь к баскетболу осталась до сих пор.

Спорт привил чувство команды, взаимопомощь. Меня не тянуло к лидерству как таковому, но

так складывались обстоятельства, что я еще с летних пионерских лагерей оказывался командиром отряда. Я вдумчивый, не импульсивный, наверное, поэтому меня и выбрали.

Уважение к инженерной профессии родилось во время учебы

С детства мечты быть судоремонтником не было, но так сложились обстоятельства, что выбор пал на судостроительный факультет, тогда еще КТИРПиХ (сегодня КГУ). Учеба мне нравилась, мне нравилось рисовать. Тогда учились почти 6 лет, много было черчения. Вспоминается эстетика преподавания предметов, отношение к инженерной профессии. Однокурсники очень серьезно и вдумчиво учились, глубоко погружались в судостроительные и судоремонтные процессы. Ночами собирались, чертили.

После института практически сразу трудоустроился и начал работать по специальности. Я помню это время. Компания была маленькая. Я пришел на должность менеджера самого низшего звена, в отдел маркетинга. Занимался и внешне-экономической деятельно-



стью, и закупками, и IT, приходилось строить систему. Добавлялись руководящие функции, и таким случайным образом все превратилось в общее руководство.

Молодому специалисту сложно не торопиться со своими амбициями и ожиданиями. Я не стремился сразу выбить себе дополнительные преференции. Все придет. Наверное, это сложно – набраться терпения, но все придет.

Мне повезло с теми людьми, с которыми довелось работать. Я с глубоким уважением и признательностью к ним отношусь.



Важно быть внимательным к сотрудникам

Руководитель должен уделять внимание своим сотрудникам. Каждый человек ждет поддержки и внимания как к профессиональным, так и личным перипетиям. Поддержка руководителя помогает расти дальше, пройти сложности.

Всегда нужно куда-то двигаться, учиться новому. Если смотреть со стороны конкурентов, то уровень у нас на заводе высочайший, если со стороны непосредственных собственников – есть вопросы, а если внутренняя оценка – я очень требовательный к себе человек и многое нахожу, что можно сделать лучше.

Мне кажется, что вызовы возникают постоянно, связанные либо с амбициями, либо с изменением обстановки. У нас был период, когда мы планировали работать на европейском рынке. Мы пошли по этому сложному пути и двигались очень успешно. Потом геополитика с санкциями вмешалась. Постоянно есть череда событий, которые за-

Руководитель должен уделять внимание своим сотрудникам. Каждый человек ждет поддержки и внимания как к профессиональным, так и личным перипетиям



ставляют тебя принимать какие-то решения.

Успех – в команде

Мы находимся на самом юге Балтики, климатические условия здесь: ни жарко, ни холодно. Европейские требования толкали нас к внедрению самых лучших практик, и важный фактор успеха – это команда, очень качественные, эффективные люди. У нас средний возраст сотрудников – 42 года со стажем 15 лет, это фантастический показатель.

Мы берем к себе и опытных специалистов, и только начинающих трудовой путь работников. У нас есть механизмы по обучению молодых специалистов, ознакомлению с профессией тех, кто хочет стать судоремонтником.

Самодурство – это не мое

Если говорим о выработке решения, я предпочитаю креативность, инициативность и критику при его выработке.

Можно ли остановиться и сказать, что добился успеха? Не думаю, нужно двигаться, даже



бежать, чтобы просто оставаться на месте. Мы хотим повышать качество нашего сервиса до максимально высокого уровня, мы бы хотели европейского и мирового лидерства. Впереди много планов, которые нужно реализовать.

Качества идеального руководителя:

- воля;
- целеустремленность;
- харизма;
- адекватность;
- любовь к своему делу.

Во встрече участвовали учащиеся и преподаватели Университетского колледжа БФУ, Прибалтийского судостроительного техникума и БФУ им. И. Канта.

Фото из архива героя и Юлии КИРИЕНКО



СОЮЗ «КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА»

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



Программа
образовательных
мероприятий

2025

ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ТТП

ОТТОЧИ СВОИ БИЗНЕС-НАВЫКИ!

Институт предпринимательства и торговли Калининградской торгово-промышленной палаты приглашает предпринимателей и их сотрудников повысить свои профессиональные компетенции.

Наши спикеры – ведущие специалисты в своих отраслях, те, кто преуспел в строительстве собственного бизнеса, те, кто работает в таможенных или налоговых органах, трудится в структурах власти.

На базе Института используются современные технологии обучения и развития, такие как электронные (дистанционные, виртуальные), методы активного обучения (повышение квалификации, тренинги, семинары, практикумы, деловые игры, групповые дискуссии, кейс-методы и так далее), партнерского взаимодействия на длительный срок.

Институт проводит платные и бесплатные образовательные мероприятия, направленные на развитие предпринимателей Калининградской области.

Выдаются документы о повышении квалификации государственного образца.

КОНТАКТЫ ДЛЯ КОНСУЛЬТАЦИЙ

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

ПРОГРАММА ОБРАЗОВА-
ТЕЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ
ИНСТИТУТА
НА 2025 ГОД:



ДЛЯ СПРАВКИ:

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

Реклама

Компания «ИНОК Плюс» стала почетным членом Торгово-промышленной палаты РФ.

Почетный статус – общая заслуга



Олег МАТУКЕВИЧ,
генеральный директор ЦИОБ «ИНОК»

23 мая я принял участие в праздновании Дня российского предпринимательства – ежегодного события, которое Калининградская торгово-промышленная палата традиционно проводит для своих членов.

Это не просто деловое мероприятие, а теплая встреча друзей и единомышленников – людей, чьим трудом растет и развивается экономика нашего региона.

Организация праздника, как всегда, была на высоте – команда Калининградской ТПП под руководством Феликса ЛАПИНА неизменно демонстрирует высокий уровень профессионализма, внимания к деталям и уважения к бизнес-сообществу.

Самым волнительным моментом, как и всегда, стало открытие мероприятия – церемония

вручения наград, почетных грамот и благодарностей предприятиям, организациям и предпринимателям.

Есть различие: на конкурс «Янтарный Меркурий» компании подают заявки сами, а победителей определяет жюри. А вот почетные грамоты и благодарности – это уже инициатива Палаты, форма признания коллег. И здесь всегда остается место неожиданности. Не принято просить о благодарности – общество само делает выбор. И потому такие награды особенно дороги.

Так случилось и в этом году.

Я выбрал 44-й столик – по номеру моего Регионального Информационного Центра сети «КонсультантПлюс». Мы – ООО «ИНОК Плюс» – с 1992 года представляем в Калининградской области передовые правовые решения. И в этот день номер столика стал символическим: наша компания была удостоена Свидетельства «Почётный член Торгово-промышленной палаты РФ».

Формулировка в «КонсультантПлюс» звучит так: «Почётный член Торгово-промышленной палаты РФ» – это знак федерального признания нашей репутации, вклада в развитие предпринимательства и высокого уровня деловой ответственности. Статус присваивается решением Президиума ТПП РФ как признание устойчивости компании, соблюдения стандартов деловой этики и активной позиции в продвижении социально значимых инициатив.

Это признание всей нашей команды. Тех, кто каждый день делает свою работу честно, глубоко и по-настоящему профессионально. И это – не только оценка, но и стимул быть еще полезнее, точнее, нужнее для клиентов, партнеров, общества. ○



РАБОТАЙТЕ И ОТДЫХАЙТЕ ЛЕТОМ

ВМЕСТЕ
С КОНСУЛЬТАНТПЛЮС



 КОМПЛЕКСНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПЕРВОГО ЛИЦА

**УНИКАЛЬНОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ
ДЛЯ БИЗНЕСА**

ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ:

FKT-SME.RU/PROJECTS/SFERA/



 ПРОЕКТ
СФЕРА

Реклама



Социальная франшиза «Помогите мне вернуться домой» объединяет НКО, бизнес и представителей госсектора.

«Технологии заботы» в действии

Партнеры проекта собрались в Москве на форуме «Технологии долголетия». Обсудили текущий этап проекта и перспективы его развития, обменялись опытом, укрепили сотрудничество и выработали рекомендации для дальнейшего продвижения инициативы.

На семинаре присутствовали представители Калининградской, Брянской, Волгоградской, Вологодской, Московской, Орловской, Тюменской и Ярославской областей, Краснодарского и Приморского краев, Владивостока, а также Представительства Калининградской области при Правительстве РФ, Фонда президентских грантов и Российского геронтологического научно-клинического центра.

Особенность проекта – разнообразие партнеров: от НКО и муниципальных учреждений до волонтеров и бизнеса. Франшиза успешно интегриру-

ется в действующие центры, такие как «Добро. Центры» и патронажные службы.

Как отметили участники, развитие проекта зависит от того, кто его внедряет:

- КЦСОН чаще взаимодействует с соцучреждениями;
- поисковые отряды – с волонтерами и силовыми структурами.

Проект движется по пути межсекторного и кроссорганизационного развития, что подразумевает вовлечение организаций и институтов разного профиля и специализации. Фонд «Виктория», как держатель франшизы, координирует, модерирует и поддерживает процессы, а также проводит внешнюю экспертизу.

На круглом столе обсудили различные тактики внедрения социальной франшизы в регионах, их

эффективность и результаты. Выявили барьеры, которые нужно преодолеть.

Для повышения мотивации участников было предложено создать и внедрить систему рейтингования регионов и партнеров.

Также на Всероссийском форуме «Технологии долголетия» обсудили передовые подходы к заботе о людях старшего возраста. На панельной дискуссии «Технологии заботы» руководитель проекта Олег МАТУКЕВИЧ представил социальную инновацию.

По итогам дискуссии участники выделили несколько приоритетных направлений:

1 РАЗВИТИЕ ПАРТНЕРСТВ С МЕДИЦИНСКИМИ И ВОЛОНТЕРСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ.

Волонтеры-медики могут стать ключевыми помощниками в информировании населения.

Важно повышать осведомленность региональных неврологов и психиатров о проблемах деменции.

2 ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ.

Участникам проекта рекомендовано активнее участвовать в грантовых конкурсах, включая программы Фонда Тимченко и региональные инициативы.



3 РАСШИРЕНИЕ ЭКСПЕРТНОГО СООБЩЕСТВА.

Необходимо привлекать региональных специалистов для обмена лучшими практиками.

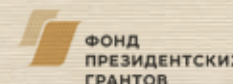
В завершение были подписаны соглашения о сотрудничестве с Фондом «Альцрус» и проектом «Деменция.нет». Обсуждено возможное сотрудничество с Благотворительным фондом «Внуки», «Агентством стратегических инициатив», благотворительным фондом «Старость в радость», готовится к подписанию соглашение с Правительством Псковской области.

Главное

В резолюции по итогам презентации и обсуждения проекта «Помогите мне вернуться домой» отмечено, что социальная инновация продемонстрировала зрелость и готовность к масштабному внедрению в качестве ключевого инструмента заботы о людях с деменцией и иными формами возрастных нарушений.

Его развитие требует координации усилий государства, бизнеса, НКО, научного сообщества и самих граждан.

Проект «Продвижение и запуск социальной франшизы «Помогите мне вернуться домой» в регионах РФ» реализуется фондом «Виктория» с партнерами с использованием гранта Президента РФ, предоставленного Фондом президентских грантов. ○



Клиентоориентированность – это способность компании понять и удовлетворить потребности клиентов. Начинается не с продаж, а с понимания того, что хочет клиент.

Деньги платит клиент, а не руководитель



Основная цель – превратить каждого клиента в постоянного покупателя, который не только регулярно возвращается за покупками, но и рекомендует компанию своим знакомым. Сегодня расскажем об основных ее видах, принципах, преимуществах.

Клиентоориентированность в бизнесе – это не просто умение определить желание покупателей, а способность бренда удовлетворить эти желания на всех уровнях. Главная цель – заставить клиентов полюбить продукт и сервис настолько, чтобы они возвращались снова и снова.

5 причин, из-за которых бизнесу стоит больше заботиться о клиентах:

1 ПОЯВЛЯЕТСЯ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО.

За счет огромной конкуренции компании становится сложнее выделяться за счет цены или функционала. Качественный сервис, внимание и забота о клиенте – все это сложно скопировать. С помощью клиентоориентированности бренд имеет возможность заявить о себе и обеспечить конкурентное преимущество.

2 РАСТЕТ ЛОЯЛЬНОСТЬ И УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ.

Если клиенты довольны после контакта с брендом, они обязательно вернутся. Также есть вероятность, что они порекомендуют услуги или продукты компании своим знакомым. Довольный клиент – лучшая реклама.

3 УВЕЛИЧИВАЕТСЯ ДОХОД.

Лояльные клиенты покупают больше и чаще. Аналитики говорят, что сохранение существующих клиентов обходится в 5 раз дешевле, чем привлечение новых. По закону Парето, 80% будущей прибыли организации приносят всего 20% текущих клиентов. Клиентоориентированный бизнес зарабатывает на 60% больше, чем тот, что не фокусируется на целевой аудитории.

4 УЛУЧШАЕТСЯ КОММУНИКАЦИЯ.

Когда сервис ориентирован на клиента, люди охотнее оставляют отзывы, проходят опросы и заполняют анкеты. Все это необходимо для развития бизнеса. Так компания может легко получать информацию о том, что следует улучшить. 77% потребителей лояльнее относятся к брендам, которые запрашивают отзывы клиентов и прислушиваются к ним.

5 РАСТЕТ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ.

В компаниях, где приоритет – клиенты, сотрудники более вовлечены. Они чувствуют, что их усилия помогают людям. Они видят положительные результаты своей работы и получают от клиентов благодарность. Это повышает их удовлетворенность работой и мотивацию.

Виды клиентоориентированности

Выделяют два основных вида: внутренняя (сотрудника) и внешняя (бизнеса).

Клиентоориентированность сотрудника (внутренняя).

Менеджер, который общается с клиентом, первый влияет на качество взаимодействия с ним. Поэтому руководитель компании должен уделять внимание внутренней клиентоориентированности.

Здесь большую роль играют следующие аспекты работы с сотрудниками:

- тренинги для отдела продаж;
- мотивация сотрудников;
- корпоративная культура компании;
- обратная связь от сотрудников.

Приоритетом для продавца должны быть запросы клиента, даже если они иногда не соответствуют корпоративным интересам. Менеджеры по продажам, которые ориентированы на клиента, обычно продают больше. У них есть база лояльных и постоянных покупателей. Именно поэтому компании часто напоминают своим сотрудникам, что деньги платит клиент, а не руководитель.

Клиентоориентированность бизнеса (внешняя).

Это подход, при котором компания в первую очередь стремится работать с клиентами долгосрочно. Политика таких компаний предполагает четкие правила общения с покупателями. Например, в регламенте может быть указано, как приветствовать клиентов при входе в магазин: улыбка, контакт глазами и личное обращение по имени, если клиент известен. Но не все ограничивается инструкциями. Для руководителей важно научить своих сотрудников правильно общаться с клиентами.

ВАЖНО! В заботе о клиентах не забывайте о своих сотрудниках. Совмещайте внешнюю и внутреннюю клиентоориентированность. Это поможет одновременно удовлетворить потребности как клиентов, так и членов команды.

Пять основных принципов клиентоориентированности

1 ЭМПАТИЯ И ГЛУБОКОЕ ПОНИМАНИЕ.

Исследователи говорят, что в 70% случаях продажи в компании снижаются из-за того, что сотрудники обладают низким эмоциональным интеллектом. Поэтому важно уметь видеть мир глазами покупателя, хорошо понимать его потребности, ценности и желания.

2 ЗАБОТА И ОТЗЫВЧИВОСТЬ.

Задача любого бизнеса – упростить жизнь клиента. Нужно воспринимать проблемы покупателей как вызовы, а не как бремя. Если клиент выражает недовольство качеством продукта или услуги, это должно стать сигналом к действию. Важно не только исправить ошибку, но и подумать, как не допустить такой же проблемы в будущем.

3 СВОБОДА ДЕЙСТВИЙ.

У сотрудников должна быть возможность быстро принимать решения. Поэтому инициативность на работе должна всегда поощряться. Уберите бюрократию, чтобы сотрудники могли быстро и эффективно реагировать на потребности клиентов.

4 ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД.

Клиенты склонны совершать покупки у тех компаний, которые используют персональный подход. Помните, что клиентам всегда приятно получать поздравления с днем рождения и персонализированные предложения.

5 СТРЕМЛЕНИЕ УДИВЛЯТЬ.

Превышение ожиданий клиентов – это способ выделиться среди конкурентов.

Признаки клиентоориентированной компании

- ориентирована на удовлетворение потребностей клиентов;
- предлагает высокий уровень обслуживания;
- имеет положительные отзывы и рекомендации от покупателей;
- регулярно проводит опросы удовлетворенности клиентов;
- предлагает персонализированные продукты и услуги;
- обладает легкодоступной и эффективной службой поддержки;
- проявляет гибкость в решении проблем клиентов;
- стремится постоянно улучшать качество продукции и услуг;
- внедряет инновации, ориентированные на улучшение клиентского опыта;
- поддерживает прозрачность во всех взаимодействиях с клиентами;
- стремится к долгосрочным отношениям с покупателями;
- предоставляет клиентам возможность влиять на развитие продуктов и услуг.

Владельцам бизнеса бывает сложно определить границу между клиентоориентированностью и выполнением требований каждого клиента. Основное правило – не стоит ориентировать бизнес на чужих клиентов. Выявить патологическую клиентоориентированность поможет вопрос: «Кто не является нашим клиентом?».

Например, вы владеете книжным магазином, специализирующемся на классической литературе. Вам не стоит расширять ассортимент за счет современных бестселлеров, даже если это привлечет новую аудиторию. А владельцу элитного ресторана не следует вводить бюджетное меню, если об этом попросят посетители.

Как понять, клиентоориентированна ли компания

Клиентоориентированная компания заботится о своих клиентах на каждом этапе взаимодействия. Это можно заметить в мелочах: удобный интерфейс сайта, хорошее качество упаковки и другие важные аспекты.

Основные признаки: удовлетворенность клиента продуктом и брендом, легкость заказа, положительные отзывы.

Для разных ниш есть свои критерии проверки клиентской заботы. Например, для e-commerce важны:

- Интуитивно понятный интерфейс сайта или удобная платформа.
- Несколько способов связи: телефон, электронная почта, чат-бот.
- Оперативная обработка заказов.
- Оплата в один клик.
- Доставка производится быстро и удобно.
- Описание товаров с фотографиями, видео и отзывами.
- Качественные материалы.
- Понятные условия возврата и обмена товаров.
- Персонализированные рекомендации.

Главное

Если компания решила повышать клиентоориентированность, ей следует изучить два основных правила.

ПРАВИЛО 1. ОБЕСПЕЧЬТЕ КАЧЕСТВЕННЫЙ БАЗОВЫЙ СЕРВИС

- **Изучите продукт.** Товар или услуга компании должны соответствовать заявленным параметрам и качеству. Проанализируйте продукт с точки зрения дизайна, упаковки, содержания и других параметров. Это позволит понять, где необходимы улучшения. Давайте о продукте только достоверную информацию. Так клиент точно сделает правильный выбор.
- **Оптимизируйте сайт.** Убедитесь, что сайт удобен для заказов и предоставляет верные данные о продуктах. Покупатели должны легко найти нужный товар и быстро связаться с менеджером при необходимости.
- **Усиьте поддержку.** Служба поддержки должна быть доступной и готовой быстро решить любой вопрос. Сотрудники должны быть отзывчивыми и инициативными.
- **Цените обратную связь.** Просите клиентов оставить честный отзыв. Сбор и анализ этих данных поможет найти проблемы и оптимизировать процессы. Также можно регулярно проводить опросы клиентов.
- **Обеспечьте доступность.** Гарантируйте, что клиенты могут легко получить доступ к вашим услугам или продуктам в любое время и с различных устройств.

ПРАВИЛО 2. ПРЕВЗОЙДИТЕ ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТОВ

- **Удивляйте.** Постоянно ищите способы выглядеть лучше среди конкурентов. Начните с мелочей. Неожиданный комплимент к заказу или индивидуальное предложение подчеркнет внимание к клиенту. Поэтому старайтесь делать сервис выше среднего.
- **Разработайте программу лояльности.** Предложите дополнительные бонусы и эксклюзивные скидочные карты, основываясь на истории покупок клиентов. Программа лояльности покажет людям, что вы цените их преданность.
- **Персонализируйте общение.** Используйте данные клиентов. На их основе можно создать персонализированные предложения. Так вы сможете показать, что помните их предпочтения. Для удобного поиска данных о клиентах используйте CRM-системы. ○



Переезд компании или ИП в другой субъект РФ: порядок действий.

Изменение адреса в ЕГРЮЛ/ЕГРИП при переезде

Если компания (предприниматель) задумалась о переезде в другой субъект РФ и смене места нахождения (места жительства), то прежде всего надо встать на учет в ИФНС в новом регионе и позаботиться об обновлении сведений в ЕГРЮЛ/ЕГРИП. Посмотрим, как это сделать.

О своем переезде нужно уведомить обе налоговые

Организация должна уведомить регистрирующую инспекцию по старому адресу о том, что приняла решение о переезде. Для этого в течение 3-х рабочих дней со дня принятия решения о переезде надо подать заявление по форме № Р13014 и протокол общего собрания участников организации/решение единственного участника о смене места нахождения.

ИФНС внесет информацию в ЕГРЮЛ о том, что организация собирается менять место нахождения. А на 21-й календарный день в регистрирующую ИФНС по новому адресу уже можно подавать:

- заявление по форме № Р13014 (п. 6 титульного листа заполнять не надо);
- решение об утверждении изменений в уставе;
- новую редакцию устава или лист изменений к нему;
- договор аренды (если юридический адрес «арендуется»);
- платежку об уплате госпошлины в сумме 800 руб. Госпошлина не уплачивается, если документы подаются в электронной форме через сайт ФНС, портал Госуслуг, МФЦ или нотариуса.

В течение 5-ти рабочих дней со дня получения документов регистрирующая ИФНС зарегистри-

рует изменения в уставе и внесет запись о новом адресе в ЕГРЮЛ, в новой ИФНС организацию поставят на учет, а в старой снимут с учета. После перехода ИНН организации останется прежним, а КПП поменяется. О новом адресе и КПП нужно сообщить своему банку и контрагентам.

Какая инспекция занимается госрегистрацией

Это можно узнать на сайте ФНС (<https://www.nalog.gov.ru/> – Все сервисы – Обратная связь/Помощь – Адрес и платежные реквизиты вашей инспекции).

Для этого надо выбрать тип налогоплательщика – юрлицо или ИП.

И ввести свой адрес. По результатам будет указана налоговая инспекция, где организация/ИП состоит на учете, и ИФНС, которая занимается госрегистрацией в регионе.

ИП не обязан уведомлять ИФНС при переезде в другой регион

Предприниматель, который поменял место жительства, не должен подавать документы для перехода в новую налоговую. Его автоматически снимут с учета в старой ИФНС, поставят на учет в новой и внесут сведения о новом адресе в ЕГРИП после того, как налоговики получат сведения из МВД о смене адреса. ИНН предпринимателя при переходе не поменяется.

Со дня внесения в ЕГРЮЛ/ЕГРИП сведений о новом адресе организация/ИП состоит на учете уже по этому адресу. Именно с этой даты они должны сдавать отчетность в новую налоговую.

Статья впервые опубликована в журнале «Главная книга» № 09, 2025



Возмещение коммунальных расходов: НДС при включении переменной части арендной платы.

Как арендодателю с УСН не запутаться с НДС

Арендодатели часто включают в договор условие о том, что арендная плата состоит из двух частей: постоянной и переменной. Переменная фактически представляет собой возмещение каких-либо дополнительных расходов арендодателя, которые на самом деле возникли из-за деятельности арендатора.

К примеру, оплата потребленного электричества и воды по счетчикам. Разберем НДС-особенности таких операций у упрощенцев-арендодателей.

СИТУАЦИЯ. ИП на УСН («доходы» 6%) с НДС (5%) сдает в аренду помещения. В договоре предусмотрена переменная часть арендной платы в виде перевыставляемых коммунальных платежей за электричество и газ. ИП их оплачивает ресурсоснабжающим организациям, входной НДС по платежам – 20%.

Как перевыставлять арендаторам такие платежи: платеж + НДС 20% или же (платеж + НДС 20%) + сверху еще 5% НДС? Давайте разбираться.

В этом случае арендная плата состоит из двух частей: постоянной и переменной, включающей в себя лишь компенсацию затрат арендодателя по содержанию предоставленных в аренду помещений. Следовательно, надо перевыставить арендатору только сумму затрат арендодателя на оплату части коммунальных услуг, которые относятся к арендатору. В эти затраты входит и НДС ресурсоснабжающим организациям (РСО) – иначе арендодателю придется платить этот НДС за счет собственных средств.

Лучше прямо прописать это в договоре. Выделять этот налог в первичных документах не нужно. А в справке для обоснования переменной части арендной платы, которую обычно делают арендодатели для арендатора, можно привести общую сумму коммунальных платежей с учетом НДС.

Что касается НДС, который должен исчислять арендодатель, то как постоянная, так и перемен-

ная части арендной платы облагаются НДС в общем порядке. Поскольку ИП на УСН применяет ставку НДС 5%, то исчислить НДС надо по этой ставке. Кроме того, ИП должен выставить арендатору счет-фактуру на оказанные услуги по аренде помещения.

ПРИМЕР. Расчет 5%-го НДС с арендной платы, включающей в себя постоянную и переменную части

УСЛОВИЕ. Постоянная часть арендной платы составляет 800 000 руб., переменная часть арендной платы – 60 000 руб. Эту сумму ИП уплатил поставщикам за коммунальные услуги (50 000 руб. за свет и воду и сверху НДС 20% – 10 000 руб.).

РЕШЕНИЕ. Сумма НДС с арендной платы (с переменной части и с постоянной части) составит 43 000 руб. ((800 000 руб. + 60 000 руб.) × 5%).

Общая сумма, предъявленная к оплате арендатору, составит 903 000 руб., в том числе НДС 43 000 руб. (800 000 руб. + 60 000 руб. + 43 000 руб.).

Статья впервые опубликована в журнале «Главная книга» № 08, 2025

Главное

Напомним, НДС-учет при возмещении коммунальных расходов зависит от особенностей договора аренды. Возможны три варианта перевыставления коммуналки арендатору.

Первый, о котором шла речь в этой статье, – когда арендная плата состоит из двух частей: постоянной и переменной (которая и включает в себя возмещение затрат арендодателя на коммунальные услуги).

Второй вариант – когда коммунальные платежи возмещаются сверх арендной платы. Он самый невыгодный. И третий вариант – когда между арендатором и арендодателем заключен агентский договор. ○

Как выделиться среди тысяч конкурентов и запомниться покупателю?

Название должно стать брендом



Сегодня расскажем, как выбрать название для вашей компании, что нужно обязательно учесть и какие приёмы помогут решить задачу.

Почему название важно

Оригинальное, запоминающееся название помогает выделиться из толпы конкурентов и запомниться покупателю. Особенно учитывая тот объем информации и рекламы, который ежедневно сваливается на пользователя. Пробыться в таких условиях через баннерную слепоту – задача не из простых.

Хорошо продуманное название легко запоминается и помогает покупателям быстро найти вашу компанию или торговую точку через поисковые системы. Как раз это и является основной задачей названия – привлечь внимание, запомниться и облегчить поиск.

Поэтому задача предпринимателя – выбрать такое название, которое быстро станет брендом. Комплексный подход к неймингу в этом поможет. Ведь крылатая фраза капитана Врубеля из советского мультфильма: «Как корабль назовёшь, так он и поплывет» актуальна и для названия компании.

Что учесть при выборе названия

На заре онлайн-торговли бизнесменам не приходилось долго размышлять над названиями. Всех вполне устраивали «Онлайн-магазин» или «Магазин на диване». Сейчас ситуация кардинально изменилась. И с такими названиями построить успешный бизнес уже невозможно.

Поэтому при выборе названия необходимо учесть множество факторов:

- **ГЕОГРАФИЯ.** Если продукция производится или реализуется в определенном регионе, то следует это указать. Например, «Янтарная сила» или «Калининградский грильяж».
- **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.** Для кого ваш товар? Кто его будет покупать? Рекомендуем тщательно проанализировать все сегменты ЦА и ориентироваться на их интересы и потребности при выборе названия. Обратите внимание, что чем подробнее будет портрет целевой аудитории, тем выше шанс найти действительно правильное название.
- **АССОРТИМЕНТ.** Вернее, соответствие ему. Покупатели не любят тратить впустую время. Еще больше они не любят, когда их ожидания не оправдываются. Поэтому в названии необходимо отразить, чем торгует ваша компания или торговая точка. Если вы назвались «Дачные мелочи», то ассортимент должен быть соответствующий. Покупателю не понравится, если вместо дачных принадлежностей на сайте будет мебель или косметика.
- **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.** Проанализируйте сами себя: какова ваша миссия, чем вы можете помочь покупателю? К названию стоит подходить исходя из деятельности магазина. Например, если ваш магазин специализируется на продаже товаров для рукоделия, то «Искусница» будет звучать уместно. Хотя, скорее всего, это название уже занято.

Но учтите, если в названии вы отразите конкретную категорию товара, то это свяжет вам руки – отказаться от него в дальнейшем будет нельзя. Например, если ваш магазин называется «Пуховый платок», а вы вдруг перестали продавать эти самые пуховые платки и перешли на шубы, то покупатель не поймёт, к чему название.

В названии лучше не использовать буквы, которые трудно перевести на латиницу

- **БЛАГОЗВУЧНОСТЬ.** Идеальное название запоминается с первого раза и прочно оседает в голове покупателя. Также стоит учитывать, насколько легко и безошибочно можно будет набрать ваше доменное имя.

Поэтому в названии лучше избегать букв, которые сложно транслитировать в латиницу. Речь идет о: ж, у, х, ш, щ, ч, ц, ы, ю, я. Например, «Штучка-дрючка» на латинице с первого раза точно без ошибок не наберешь.

- **УНИКАЛЬНОСТЬ.** Чтобы избежать юридических разборок, конечный вариант названия необходимо проверить на уникальность. Если название уже занято, то можно попробовать подобрать аналогичное с использованием словаря синонимов.

- **ДОМЕН.** Сейчас у каждого магазина есть собственный сайт и социальные сети. Поэтому при выборе названия важно уточнить, свободен ли домен у понравившегося варианта. Если обнаружится, что есть занятый домен, который полностью повторяет имя вашего магазина, то от него стоит отказаться во избежание недоразумений. Также при выборе стоит помнить об уникальности домена, простоте набора и отсутствии юридических рисков.





Сервисы для нейминга

Если тратить время на мозговой штурм не хочется, то можно воспользоваться сервисами, которые помогут придумать название.

ChatGPT

Нейросеть может справиться с задачей, если задать правильный запрос. Результат будет напрямую зависеть от того, насколько подробно и четко будет сформулирован промт.

Airuco

Еще одна нейросеть, где есть готовые шаблоны запросов. Тут не придется объяснять нейросети суть, необходимо лишь выбрать раздел «генератор названий продуктов» и описать свой продукт.

Генератор бренд-нейминга Namelix

Программа формирует варианты названий, основываясь на ключевых словах и небольшом описании. Важно учитывать, что сервис хоть и понимает русские запросы, но варианты выдает исключительно на английском.

10 приемов для создания названия

При выборе названия для собственной компании или магазина многие владельцы идут по простому, но далеко не лучшему пути – за основу берут фамилию. Поделимся другими способами нейминга и предложим новые идеи. Представим, что нужно придумать название для магазина, владельцем которого является Андрей МИРОНОВ.

1 АКРОНИМ – это аббревиатура от первых букв, частей слов или словосочетаний, произносимая как единое слово. Например, знаменитый ЦУМ – центральный универсальный магазин. Итак, пробуем. МИРОНОВ Андрей Ювелирные украшения ручной работы. Получаются следующие варианты: МАЮУРР (явно мимо, слишком сложно произнести), АМУРР (уже лучше, но слишком рычаще).

2 АЛЛИТЕРАЦИЯ – ритмичные повторы одинаковых и однородных согласных. Например, Coca-Cola. Вернемся к нашему примеру: на ум приходит только Мир-Мар. Для названия магазина явно слабо.

3 ОКСЮМОРОН – использование шутливой или противоречивой фразы. Например, «Большие детки». В нашем случае можно использовать «Дико красиво» или «Последний писк».

4 АНАЛОГИЯ. Можно обратиться за вдохновением к истории, кино или искусству. Например, владелец любит фэнтези о драконах. Тогда можно было бы это обыграть: «Логово дракона», «Драконьи сокровища».

5 ВЫРЕЗАНИЕ И УСЕЧЕНИЕ – строится за счет вырезания слов или отдельных их частей. Например, в случае с МИРНОВЫМ Андреем это могло быть «Миран».

6 ДРУГИЕ ЯЗЫКИ. Один из самых простых и распространенных способов нейминга. Например, можно было бы обыграть имя Андрей: «Эндрю», «Андрэ» или ещё что-то.

7 АЛЛЮЗИЯ – формируется с помощью модификации известного понятия. Например, «Вжик-вжик» (отсылка к фильму «Обыкновенное чудо») или «Остап» (отсылка к фильму «12 стульев»).

8 ЗВУКОПОДРАЖАНИЕ – строится за счёт использования слов, которые отражают свойства продукции. Например, в случае ювелирных украшений можно использовать восклицания: «Ух ты ж» или «Огого-шечки».

9 ЗАГАДКА ИЛИ ДВОЙНОЙ СМЫСЛ. Тут можно выдумать что угодно и отталкиваться как от товара, так и от личных предпочтений предпринимателя. Например, «Эльфийское чудо», «Секрет нимфы».

10 ГЕОГРАФИЯ – в этом случае в названии используются географические особенности. Например, всем известный Adobe назван в честь реки в Калифорнии. Итак, представим, что наш бизнесмен родом из Карелии, тогда название может быть «Рускеала», «Рысь», «Кивач», «Филина» или «Оять».

Юридические риски

Даже если кажется, что выбранное название могло прийти в голову только вам и оно точно уникально, следует убедиться в этом. Число предпринимателей в России ежедневно растет, а значит, и шанс, что название может оказаться уже занятым – тоже. При этом, если вы используете уже юридически занятое название, то правообладатель может обратиться в суд и потребовать компенсацию в размере до 5 млн рублей.

Проще всего проверить название, воспользовавшись базой ЕГЮЛ/ЕГРИП. Там в списке есть все зарегистрированные юрлица.

Также есть бесплатные сервисы проверки. Например, «Гардиум» или Patentus. Но проверка там не дает полной гарантии, ведь регистрация товарного знака занимает несколько месяцев, при этом правообладателем названия считается юрлицо, которое первым получит свидетельство.

Точный ответ может дать проверка Роспатента. Там в базе есть все российские и международные товарные знаки и заявки. Однако проверка будет не бесплатной и может обойтись до 20 000 рублей, поэтому начинающие бизнесмены редко ею пользуются.

Основные ошибки при выборе названия

Чтобы название получилось по-настоящему ярким, запоминающимся и впоследствии стало брендом, следует избегать ряда ошибок:

■ **СЛОЖНОСТЬ И ДЛИНА.** Не пытайтесь вписать в название всё и сразу или выделиться, придумав сложную комбинацию букв. Это значительно усложняет запоминание и произношение, а значит, у покупателя не отложится в голове название и не сформируется ассоциативный ряд. К тому же искать вас через поисковик будет тоже трудно.

■ **ОБО ВСЕМ И НИ О ЧЕМ.** Не стоит использовать в названии обилие общих фраз – это существенно снижает заметность бренда и его узнаваемость.

■ **АВТОРСКИЕ ПРАВА.** Старайтесь избегать использования слов, оборотов, фраз и даже символов, которые нарушают авторские права. Это повлечет за собой не только судебные разбирательства, но и сильно ударит по репутации.

Главное

Нейминг – важная часть бизнеса, ведь, по сути, название – это первое, что видит клиент. И именно по нему составляет первое впечатление.

При выборе названия необходимо уделять внимание массе факторов: анализу ЦА, географии, ассортименту магазина, сфере деятельности, благозвучности и уникальности. Только при комплексном подходе получится найти то самое, правильное название.

Способов формирования названий – сотни. Можно использовать аббревиатуру, фамилию владельца, иностранные языки, географию и даже двойной смысл. Важно лишь, чтобы выбранный вариант отражал суть и не вводил покупателя в заблуждение.

Прежде чем использовать выбранный вариант, необходимо убедиться, что он не занят другой фирмой. Иначе можно столкнуться с судебными разбирательствами и крупными штрафами. Вариантов проверки уникальности много. От бесплатного поиска в базе ЕГЮЛ до оплаты услуги проверки в Роспатенте.

Хорошее название – это совокупность легкости прочтения, восприятия и формирования приятных ассоциаций. В идеале оно должно нести информацию о компании, ее ценностях и ассортименте, но при этом не быть длинным и громоздким. ○

Источник: insales.com

- 02.07.2025 | 09.00-13.00
Организация – налоговый агент при работе с иностранным партнером. Требования законодательства, спорные моменты и отчетность. Колмакова П.В. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 03.07.2025 | 09.00-13.00
Тренды налогового администрирования и контроля. Как отвечать на требования ИФНС. Алгоритмы лучших решений с «КонсультантПлюс» Рассадкина Л.Ю. Шавкута Н.Г. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 04.07.2025 | 09.00-13.00
Судебная неустойка (астрент): практика применения Микаилова Л.Н. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 07.07.2025 | 09.00-16.00
Решения практических проблем налоговой реформы. Изменения по заработной плате и трудовым отношениям Гейц И.В. (г. Москва)
Стоимость – 4300 руб., для клиентов – 3400 руб.
- 09.07.2025 | 09.00-16.00
НДС. Налоговая отчетность за 2 квартал 2025 года Колмакова П.В. (г. Москва)
Стоимость – 4300 руб., для клиентов – 3400 руб.
- 09.07.2025 | 09.00-12.00
Мониторинг закупок: как выбирать с учетом специфики своей сферы бизнеса. ЕИС и другие инструменты Отт Н.С. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 11.07.2025 | 09.00-16.00
Проблемные вопросы применения ФСБУ: анализируем типичные ошибки. Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость – 4300 руб., для клиентов – 3400 руб.
- 14.07.2025 | 09.00-13.00
Особенности учета нефинансовых активов в организациях бюджетной сферы в 2025 году Калиновская И.В. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 14.07.2025 | 09.00-13.00
Трансфертное ценообразование: правовое регулирование, контроль и отчетность в 2025 году. Алгоритмы лучших решений с «КонсультантПлюс» Асадуллина Э.М., Троякова Е.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 15.07.2025 | 09.00-13.00
Налоги и отчетность ИП в 2025 году: находим решения для сложных ситуаций. Самкова Н.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 15.07.2025 | 09.00-13.00
Прием на работу. Порядок оформления по наиболее распространенным случаям: анализируем примеры из практики. Алгоритмы лучших решений с «КонсультантПлюс». Бодрова А.А., Сиушкина Н.В. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 16.07.2025 | 09.00-12.00
Обоснование НМЦК по правилам Федерального закона №44-ФЗ: как учитывать новые особенности национального режима и иные особые случаи Казарина М.В. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 16.07.2025 | 09.00-13.00
Обязательные локальные нормативные акты работодателя: правила оформления, требования к содержанию, внесение изменений Конюхова Е.В. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 17.07.2025 | 09.00-13.00
«Если участник ООО заявил о выходе из общества: налоговые последствия. Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 17.07.2025 | 09.00-16.00
Учет материальных запасов в организациях бюджетной сферы. Опальский А.Ю. (г. Москва)
Стоимость – 4300 руб., для клиентов – 3400 руб.
- 18.07.2025 | 09.00-13.00
Первичные документы для целей бухгалтерского и налогового учета. ФСБУ 27/2021 Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 22.07.2025 | 09.00-13.00
Новое в законодательстве по иностранным работникам: что важно учесть в 2025 году. Алгоритмы лучших решений с «КонсультантПлюс». Скобеева Е.И., Сиушкина И.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 22.07.2025 | 09.00-13.00
Налоги и взносы за иностранных граждан: правильно рассчитываем, вовремя платим Колмакова П.В. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 23.07.2025 | 09.00-12.00
Критерии и порядок оценки заявок по правилам контрактной системы (Федеральный закон №44-ФЗ) с точки зрения заказчика и его комиссии. Ошибки в оценке: как их избежать?. Казарина М.В. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 24.07.2025 | 09.00-13.00
Порядок ведения бухгалтерского учета в производственной организации: «азы» учета для бухгалтера. Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 28.07.2025 | 14.00-17.00
Защита прав юридического лица при проведении мероприятий государственного контроля (надзора) в свете положений Федерального закона №248-ФЗ Карклина О.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 29.07.2025 | 09.00-13.00
Особые категории работников (женщины, совместители, вахтовики): учитываем требования трудового законодательства и порядок оформления кадровых документов. Колесникова Я.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 29.07.2025 | 09.00-13.00
ПБУ 18/02: разбираемся с постоянными и переменными разницами. Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 30.07.2025 | 09.00-12.00
Описание объекта закупки в рамках Федерального закона №44-ФЗ. Основные ошибки, недочеты и «ловушки» в техническом задании. Кузьмин П.А. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.
- 31.07.2025 | 09.00-13.00
Передача персональных данных. Как правильно организовать взаимодействие внутри группы компаний, с контрагентами и с другими третьими лицами. Всегда ли нужно согласие? Шалагинова Е.Г. (г. Москва)
Стоимость – 3600 руб., для клиентов – 2400 руб.

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

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

podoprofi®
медицинский центр

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

БЕЗОПЕРАЦИОННАЯ КОРРЕКЦИЯ ВРОЩЕГО НОГТЯ

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

г. Калининград, ул. Тельмана, 87
+7(4012) 522-597, +7 921 614 11 77

podopedicure

реклама

podopedicure.ru

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМО
ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Реклама

Отличие коллаборации от других маркетинговых инструментов – в партнерстве.

Соединение сил для новых возможностей



Кажется, что это что-то на языке великих брендов, но сотрудничают друг с другом и маленькие компании, и крупные, и блогеры, и даже благотворительные организации. Чем этот инструмент поможет вашему бизнесу, как организовать и оформить коллаборацию – делимся в этой статье. Собрали несколько идей успешных проектов для вдохновения.

КОЛЛАБОРАЦИЯ – это сотрудничество между двумя и более брендами, компаниями или индивидуальными предпринимателями, цель которого – совмещение ресурсов для достижения общих целей. Это может быть совместная рекламная кампания, выпуск лимитированной серии продуктов или даже объединение для проведения мероприятий.

Другие маркетинговые стратегии обычно направлены на внутренние ресурсы и идеи компании, коллаборация же открывает двери для новых возможностей через соединение сил. Это и делит стоимость рекламы или разработки нового продукта, и дает доступ к аудитории партнера, что существенно расширяет охват и возможности вашего бренда.

Примеры использования:

- 1. Совместные кампании.** Представьте, что ваша компания – производитель спортивной одежды, и вы решаете провести совместную рекламную акцию с производителем здорового питания. Ваши целевые аудитории пересекаются, а значит, вы сможете получить возможных клиентов.
- 2. Лимитированные издания продуктов.** Серия косметических средств, созданная совместно с популярным артистом, может вызвать большой интерес и стать вирусной.
- 3. Мероприятия и мастер-классы.** Если вы производите или продаёте товары для животных – организуйте совместно с волонтерской организацией выставку собак. Это привлечет внимание медиа и к вашему бизнесу, и к деятельности волонтеров.

Как это работает

Две или несколько компаний объединяют усилия для взаимовыгодной работы. То есть, каждая сторона приносит что-то ценное в проект – ресурсы, знания или креативные идеи.

Вместо того чтобы просто «купить» внимание аудитории через рекламные слоты, компании работают вместе над созданием уникального продукта или события. Участникам приходится делиться ресурсами и активно сотрудничать на всех этапах: от мозгового штурма до реализации.

Коллаборация подходит не только для крупных и известных брендов. Малый бизнес тоже может объединиться с другими компаниями или с некоммерческими организациями. В последнем случае коллаборация станет способом заявить о своих взглядах и ценностях.

Для чего нужно партнерство?

• ПРИВЛЕЧЬ НОВУЮ АУДИТОРИЮ.

Происходит некий обмен аудиториями, где каждая сторона выигрывает новых потенциальных клиентов.

• УВЕЛИЧИТЬ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ.

Вы сможете продавать товары по каналам партнера. Это может быть всё – от социальных сетей до физических точек продаж.

• УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ.

На уровне подсознания каждый из нас хочет выделиться, быть одним из миллиона. Поэтому мы готовы платить за товары, которые нас выделяют – лимитированные.

• СДЕЛАТЬ БРЕНД УЗНАВАЕНЫМ.

Эксперименты и новые идеи всегда интересны, если они удаются – вас запоминают, в следующий раз из тысячи конкурентов покупатель выберет вас.

• СФОРМИРОВАТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ.

Покажите аудитории, какие ценности вам близки, только делайте это искренне.

• СОКРАТИТЬ ЗАТРАТЫ.

Коллаборация поможет снизить расходы на маркетинг, производство и логистику, так как часть расходов делится с партнерами.

• ПОЛУЧИТЬ НОВЫЙ ОПЫТ И ЗНАНИЯ.

Любому бизнесу есть чему поучиться у других. Коллаборация – ещё один способ поделиться своим опытом и перенять чужой.

Коллаборация подходит не только для крупных и известных брендов. Малый бизнес тоже может объединиться с другими компаниями или с некоммерческими организациями

Виды коллаборации

1. БРЕНД И ЛИЧНОСТЬ

Сотрудничество между брендом и известной личностью – это классика. Знаменитость с тысячами и сотнями тысяч подписчиков в социальных сетях может стать лицом вашей марки, продвигать ваши товары или услуги, тем самым привлекая к вам внимание своих поклонников. Это может быть реклама в социальных сетях известной личности или создание совместной линейки продуктов.

ПРИМЕР. Коллаборация между косметическим брендом Organic Kitchen и певицей Клавой КОКОЙ, где была выпущена линейка средств для лица и тела со специально разработанным дизайном.

2. ЛИЧНОСТЬ И ЛИЧНОСТЬ

Это сотрудничество между двумя известными личностями, которые создают совместный контент или продукт. Часто встречается в социальных сетях, где два блогера объединяются для ведения общих live-трансляций, подкастов или совместных проектов.

3. БРЕНД И БРЕНД

Две компании объединяют усилия для совместного продукта или рекламной кампании. Это помогает обоим брендам расширить свою аудиторию и увеличить продажи, сочетая черты и преимущества каждого.

ПРИМЕР. Линейка одежды и снаряжения для сноубордистов от «Спортмастера» и Федерации сноуборда России.

Как запустить коллаборацию: пошаговое руководство

Шаг 1: Определение целей

Решите, чего вы хотите достичь с помощью коллаборации. Это может быть: увеличение продаж, повышение узнаваемости бренда, тестирование новых каналов сбыта или желание использовать инфоповод. Например, на экраны выходит новый фильм, вы готовы производить бумажные стаканчики с фото героев для кинокафе.

Шаг 2: Выбор партнера

Ищите компании или индивидуальных предпринимателей с похожей целевой аудиторией, но не конкурирующих напрямую с вашим продуктом или услугой. Для вдохновения можно посмотреть примеры успешных коллабораций в вашей нише. Затем решите, какой партнёр вам нужен – это может быть музыкальная группа, блогер, спортсмен, бренд украшений или компания по грузоперевозкам.

Составьте список, затем изучите, чем занимается потенциальный партнёр. Его репутацию и, если есть, опыт в других коллаборациях. Далее разошлите предложения о сотрудничестве, где подробно опишите идею.

Шаг 3: Разработка стратегии

Совместно с партнером разработайте идею или концепцию коллаборации, которая бы привлекла внимание ваших аудиторий. Обсудите, какие продукты или услуги будете предлагать. На этом этапе зафиксируйте документально моменты:

КОМПАНИИ. Ваш бизнес-навигатор

- распределение бюджета;
- возможные риски;
- страховку, если вдруг партнер передумает;
- кому будут принадлежать авторские права на выпущенную продукцию и т. д.

Шаг 4: Планирование реализации

Составьте детальный план действий, включая временные рамки, распределение бюджета, маркетинговую стратегию и каналы продвижения. Определите критерии успеха для дальнейшего анализа. На этом этапе можно нанять команду, которой делегировать часть или даже всю работу.

Шаг 5: Продвижение

Используйте все каналы для продвижения вашей коллаборации: социальные сети, электронную почту, блоги, платную рекламу. Ваша задача – широко осветить сотрудничество, чтобы привлечь внимание покупателей.

Шаг 6: Запуск и мониторинг

После тщательной подготовки запустите коллаборацию и следите за реакцией. Используйте инструменты веб-аналитики для отслеживания эффективности акции: посещаемость сайта, конверсия, вовлеченность в социальных сетях.

Шаг 7: Анализ результатов и обратная связь

Проведите анализ результатов, сравнив их с первоначальными целями. Поделитесь отзывами и узнайте мнение вашего партнера. Так вы поймете, какие были сильные стороны коллаборации и что можно улучшить в будущем.

№173 / 2025

Примеры успешных коллабораций

• БРЕНД «ТВОЕ» И ОНЛАЙН-БИБЛИОТЕКА «ЛИТРЕС»

Вместе создали особую серию одежды, представляющую собой коллекцию, в которую входят толстовки и футболки. Украшают эти вещи фразы и цитаты из работ великих русских писателей: Льва Толстого, Федора Достоевского, Максима Горького и Александра Грибоедова. С покупкой любой вещи из этой коллекции покупатели получают возможность купить подписку на «Литрес» за 1 рубль на кассе магазина.

• «NCITY» И РОСКОСМОС

Сотрудничали и создали космическую коллекцию. Элементы дизайна, включая символику Роскосмоса, футуристический металлический оттенок и нашивки, напоминают настоящую одежду космонавтов. Коллекция состоит из утепленной куртки, объемного бомбера, брюк-парашютов, мини-юбки, свитшотов и футболок. Привлекают футболки с уникальными космическими фотографиями, сделанными астронавтами.

• «АЛЬФА-БАНК» И «ВЫМПЕЛКОМ» («БИЛАЙН»)

Выпустили совместную кредитную SIM-карту. Владелец карты может пользоваться услугами связи от «Билайн» и денежными средствами по кредитке. Компании отмечают, что выпустили не просто удобную карту для клиента, но и сократили количество пластика.

• СЕТЬ МАГАЗИНОВ «ПЯТЕРОЧКА» И ФОНД ПОМОЩИ ТЯЖЕЛОБОЛЬНЫМ ДЕТЯМ «ЛИНИЯ ЖИЗНИ»

Запустили акцию «Конфетка доброты». За неделю акции было продано более 150 000 леденцов в упаковке со специальным дизайном. Сеть магазинов и фонд совместно собрали 1,5 млн рублей. О том, как проводилась акция и кому конкретно помогут эти деньги, сообщалось в блогах компаний и СМИ.



МАРКЕТИНГ

Как выбрать партнеров и почему это важно?

1 СОВМЕСТИМОСТЬ ЦЕННОСТЕЙ. Ваши бренды должны разделять общие принципы и ценности, тогда получится гармоничное сотрудничество. Если ценности различаются, это может вызвать недопонимание между командами и сбить с толку ваших клиентов.

2 ДОПОЛНЕНИЕ, А НЕ КОНКУРЕНЦИЯ. Ищите партнера, чей продукт или услуга дополняют ваше предложение, а не конкурируют с ним.

3 АНАЛИЗ АУДИТОРИИ. Убедитесь, что аудитории ваших брендов пересекаются или, по крайней мере, смежны. Это повысит вероятность того, что ваши совместные усилия принесут интерес обеим целевым группам.

4 УРОВЕНЬ ВОВЛЕЧЕННОСТИ И РЕПУТАЦИЯ. Партнерство с брендом или компанией, которые активно взаимодействуют со своей лояльной аудиторией, может значительно увеличить доверие к вашему совместному проекту.

5 ГОТОВНОСТЬ К СОТРУДНИЧЕСТВУ. Партнер должен быть так же заинтересован в коллаборации, как и вы, готов вкладывать ресурсы: время, идеи, финансы.

Почему так важно тщательно подходить к выбору партнера? Потому что от этого зависит не только успех самого совместного проекта, но и то, как он повлияет на восприятие вашего бренда клиентами.

Как оценивать эффективность коллаборации

После запуска совместного проекта важно понять, насколько успешной оказалась коллаборация. Вот несколько советов, как это сделать.

1. ЗАДАЙТЕ КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ УСПЕШНОСТИ (КРИ). Еще до начала проекта определите, по каким критериям будете оценивать его успех. Это могут быть увеличение продаж, рост числа подписчиков в социальных сетях или улучшение узнаваемости бренда. Например, если целью коллаборации было повышение продаж, следите за изменениями в этом показателе во время и после акции.

2. АНАЛИЗИРУЙТЕ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ ОТ АУДИТОРИИ. Отзывы и комментарии пользователей – хороший источник информации. Обратите внимание на количество и на содержание обратной связи. Например, позитивные отзывы и упоминания в социальных сетях говорят о том, что всё получилось.

3. ИЗМЕРЬТЕ ИЗМЕНЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА. Это может быть сделано через опросы до и после коллаборации, чтобы выяснить, узнают ли люди ваш бренд чаще и лучше ли они о нем отзываются.

4. ОЦЕНИТЕ РОСТ СОЦИАЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ. Мониторинг увеличения числа подписчиков, лайков, репостов и комментариев поможет понять, насколько эффективно сработал инструмент.

5. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ (ROI). Посчитайте, насколько выгодной была коллаборация. Сравните, сколько вы вложили денег и ресурсов в проект, и каков был финансовый результат.



Риски при запуске коллаборации

• НЕДОПОНИМАНИЕ ЦЕЛЕЙ И ОЖИДАНИЙ

Когда две стороны не договорились по поводу целей коллаборации, результат может разочаровать обеих. Чтобы исключить этот риск, обсудите и документально закрепите цели и ожидания.

• НЕСООТВЕТСТВИЕ АУДИТОРИИ

Если аудитории партнеров разные, коллаборация может не дать ожидаемых результатов. Прежде чем начать сотрудничество, проведите анализ аудитории обеих сторон.

• НЕДОСТАТОЧНОЕ ВОВЛЕЧЕНИЕ ОДНОЙ ИЗ СТОРОН

Иногда одна из сторон может быть менее вовлечена в процесс, и это снижает эффективность работы. Заранее обсудите уровень вовлеченности и ответственности каждого.

• ЮРИДИЧЕСКИЕ РИСКИ

Всё, что касается интеллектуальной собственности, конфиденциальности и распределения доходов – может стать причиной юридических споров. Предусмотрите это в договоре коллаборации, где будут прописаны все детали. Можно привлечь юристов.

Предупрежден – значит вооружен. Грамотное планирование, коммуникация и юридическая подготовка сокращают риски при запуске коллаборации.

Как оформить коллаборацию документально

• ОСНОВНОЙ ДОГОВОР О СОТРУДНИЧЕСТВЕ.

Это сердце вашей коллаборации. Здесь должны быть четко описаны условия сотрудничества: права и обязанности сторон, условия финансовых расчетов, временные рамки проекта, порядок внесения изменений и разрешения споров. Уделите особое внимание пунктам о конфиденциальности и защите интеллектуальной собственности – они защитят ваш бизнес и идеи.

• ДОГОВОР О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ.

Этот документ нужен для защиты вашей информации. В случае коллаборации обмен знаниями и данными неизбежен, но NDA застрахует от распространения.

• СОГЛАШЕНИЕ ОБ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ.

Коллаборация может включать создание новых продуктов, дизайнов, контента, и важно четко определить, кому принадлежат права на результат работы.

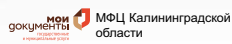
• ДОГОВОР О РАСПРЕДЕЛЕНИИ ДОХОДОВ.

Если от сотрудничества ожидаются финансовые результаты, например, от продажи совместного продукта, нужно заранее определить, как будет происходить распределение доходов.

Главное

Коллаборация – не просто эффективный инструмент для привлечения новых клиентов, увеличения продаж и повышения лояльности аудитории, это ещё и шанс на обмен опытом, знаниями, получение новых идей и решений.

Для запуска коллаборации определите цели, разработайте стратегию и найдите партнёра со схожей аудиторией. Перед запуском стоит рассмотреть возможные риски и «подстелить соломку», и рекомендуем сотрудничество оформить юридически. ○



Реклама в центрах «Мои Документы»

-  Печатная продукция
-  Видеоролики
-  Реклама на талонах

-  Большой поток посетителей - более 30 000 человек в месяц
-  Возможность выбора офиса МФЦ, где размещать рекламу
-  Через МФЦ предоставляется порядка 300 видов услуг
-  Аудитория сегментирована - жители Калининградской области, юридические лица, ИП





реклама

mfc39.ru
reklama@mfc39.ru
+7 (4012) 310-800



Национальный парк предложил объединить усилия по защите морских берегов.

Угроза ЧС сохраняется на всем побережье Балтики

За круглым столом собрались специалисты из различных ведомств и организаций: представители Минприроды России, Минстроя, Госдумы, Росводресурсов, правительства Калининградской области, ГБУ «Балтберегозащита», а также ученые из Института океанологии РАН и Балтийского федерального университета имени И. Канта.

Фонд «Компас», который занимается поддержкой экологических инициатив, предложил обсудить важную тему: «Сохранение морского побережья Калининградской области: угрозы и пути решения».

Директор национального парка Анатолий КАЛИНА в своем приветственном слове отметил, что вопрос сохранения и восстановления морского побережья особенно актуален из-за климатических изменений и интенсивного развития внутреннего туризма.

Участники круглого стола обсудили современное состояние морского побережья Калининградской области, существующие угрозы и риски, меры по его защите и необходимость комплексного подхода к планированию и реализации мероприятий по сохранению всего морского побережья Калининградской области независимо от формы собственности.

Представители регионального министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства и ГБУ Калининградской области «Балтберегозащита» пояснили, что у региона есть программа укрепления берегов на аварийных участках, которая комплексно выполняется начиная с 2021 года.

Что касается Куршской косы, несмотря на то, что это территория федерального подчинения, ряд берегоукрепительных мероприятий, включая реконструкцию объекта «Свайно-ячеистая берма в п. Лесной на Куршской косе», выполнены на ней силами региона по госпро-

грамме социально-экономического развития Калининградской области.

Тем не менее, угроза чрезвычайной ситуации сохраняется на всем побережье, и это может негативно сказаться на туристическом потенциале Калининградской области. Поэтому необходимо объединить усилия федеральных, региональных и муниципальных структур.

По итогам дискуссии Елена ПАНОВА, руководитель аппарата комитета Государственной Думы по экологии, природным ресурсам и охране окружающей среды, поддержала идею разработки единой комплексной программы сохранения морского побережья Калининградской области, включая Куршскую косу.

В июле этого года в Калининградской области пройдет выездной круглый стол комитета Госдумы по экологии. На встрече снова обсудят программу сохранения морского побережья региона, включая Куршскую косу. Цель – найти эффективные механизмы для реализации этой научно обоснованной инициативы. Особое внимание уделят своевременному финансированию проекта. ○



Объекты в Королевском бору ждет обновление – «живые уроки» выйдут за пределы Куршской косы.

Экологическое образование: инициативы и проекты

Национальный парк вновь одержал победу в Конкурсе социальных и культурных проектов ПАО «Лукойл» на территории Калининградской области в номинации «Экология».

В июне началась реализация проекта «Открывая заповедный мир», который станет логическим продолжением «Живых уроков в природе: просвещение без границ» (2024 год) и «Живых уроков в Королевском лесу» (2023 год). Специалисты напарка разработали два занятия: «Растения-сфинксы» и «Сколько ножек у сороконожек», которые уже проводятся для детей с инвалидностью. Арт-объект «Лиса» ждет замена, по новому эскизу самый крупный хищник косы выглядит более естественным и узнаваемым.

Также в рамках проекта до конца 2025 года появятся:

- методические пособия для еще четырех тематических занятий-исследований («Кто живет в листопаде», «Кто живет в пруду», «Свидетели эпох» и «Микропластик»);
- мобильная лаборатория из пяти компонентов для проведения выездных занятий-исследований;
- тактильный реквизит;
- новый определитель «Членистоногие Куршской косы».



Мы обновим интерактивную площадку «Голос дерева». Продолжим проводить «живые уроки» для школьников, включая детей с инвалидностью, на экотропе «Королевский бор». Организуем волонтерские акции и выездные занятия в удаленных районах Калининградской области. Проведем семинары для учителей профильных предметов, педагогов дополнительного образования и сотрудников музеев.

Выездные занятия-исследования станут возможны благодаря разработке новых тематических занятий с использованием эксклюзивных тактильных пособий и мобильных передвижных лабораторий.

Жители региона (прежде всего школьники, в том числе с ограниченными возможностями здоровья) познакомятся с природным и культурным наследием Куршской косы и своей малой родины, узнают об экологических проблемах региона, получат практические навыки исследовательской деятельности. ○

Национальный парк одержал победу с проектом «Особые территории для особых людей».



благотворительный фонд
красивые дети
в красивом мире
www.detipriroda.ru

Подведены итоги грантового конкурса, направленного на адаптацию заповедных территорий для людей с ограниченными возможностями здоровья.

После двухэтапного отбора из 20 заявок были выбраны 5 лучших проектов, разработанных сотрудниками заповедников и национальных парков, в том числе проект национального парка «Куршская коса».

В соответствии с условиями конкурса в течение года на экотропе «Королевский бор» будет модернизирована обзорная площадка с пандусом с видом на Балтийское море и приобретены мобильные дорожки для передвижения по пляжу, шезлонги.

Также планируется разработать методические пособия тематических занятий, посвященных геологии Куршской косы, растительному и животному миру Балтийского моря. Занятия будут адаптированы для детей с задержкой психического развития, нарушением интеллекта, расстройством поведения и общения. ○

КОНТАКТЫ для консультаций



Анатолий КАЛИНА,
директор ФГБУ
«Национальный парк
«Куршская коса»

Тел.: +7 (909) 793 79 75, +7 (4012) 31 00 56.
E-mail: press@park-kosa.ru

Где можно получить защиту и поддержку?

Органы исполнительной власти

Министерство экономического развития, промышленности и торговли Калининградской области

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

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

Департамент развития предпринимательства и торговли

Начальник отдела предпринимательства –
Георгий Валерьевич ЛЕБЕДЕВ, тел. (4012) 599-309
Начальник отдела торговли – Ксения
Владимировна МАЛЫШЕВА, тел. (4012) 570-624
Департамент промышленности и науки
Начальник – Дмитрий Владимирович ХУДОБА,
тел. (4012) 599-144

Департамент недвижимости

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

Центры

Государственное казенное учреждение Калининградской области

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

ГКУ КО «Информационно-расчетный центр» (субсидии)

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

Центр поддержки предпринимательства Калининградской области (микрокредитная компания)

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

Аппарат Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Калининградской области

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

МО «Городской округ «Город Калининград»

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

МО «Балтийский муниципальный район»

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

МО «Гусевский городской округ»

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

МО «Зеленоградский городской округ»

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

МО «Мамоновский городской округ»

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

МО «Нестеровский район»

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

МО «Полесский муниципальный район»

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

МО «Черняховский городской округ»

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

МО «Гурьевский городской округ»

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

МО «Краснознаменский городской округ»

Николай Николаевич МЯКЧИЛО
Тел. +7 911 458 90 89

МО «Багратионовский городской округ»

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

МО «Гвардейский район»

Александр Геннадьевич ПОПРОВ
Тел. +7 906 239 97 13. E-mail: 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, (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, ул. Сергеева, 14, помещ. 423,
тел. (4012) 520-068, e-mail: kdsrpp39@mail.ru

Центры поддержки малого и среднего предпринимательства

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

Профессиональные общественные объединения

Региональное отделение РСПП

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

Союз «Калининградская торгово-промышленная палата»

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

Балтийский деловой клуб

Президент Клуба – Виталий Радифович БАГАМАНОВ,
тел. (4012) 344-001

Ассоциация промышленников Калининградской области

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

Ассоциация предприятий туристической Калининградской области

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

Ассоциация мясопроизводителей Калининградской области

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

Ассоциация калининградских мебельщиков

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

Калининградская областная ассоциация производителей молока

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

Центр информационного обеспечения бизнеса «ИНОК»

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

Фонд знаний и технологий для МСБ «Виктория»

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

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

**Консультации
врачей-специалистов:**

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



**Медицинский центр
АМД Лаборатории**

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

НЕОБХОДИМА ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА