

КОМПАНИИ

ВАШ БИЗНЕС-НАВИГАТОР

«Балткран»: 80 лет вызовов и возможностей



КОНСУЛЬТАНТ
Плюс
ЯНУАРИ

16+

Медиа­ландшафт
трансформируется
каждые 2 года

Черные методы
раскрутки:
последствия
для сайта
и репутации

Бизнес с нуля:
как открыть
и с чего начать





КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка

АКТУАЛЬНАЯ БАЗА ПРАВОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

**ФИРМЕННЫЕ
ОБНОВЛЯЕМЫЕ
РАЗЪЯСНЕНИЯ**

**УДОБНЫЙ
И БЫСТРЫЙ
ПОИСК**

ВИДЕОСЕМИНАРЫ

**ДРУЖЕСТВЕННЫЙ
ИНТЕРФЕЙС**

**СОВРЕМЕННЫЕ
ПРОГРАММНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ**



Реклама

353 491 927

документов в системе КонсультантПлюс

inok.ru



+7 (4012) 777-155

Техэксперт: Справочник ХАССП+



Для кого разработана система?

Информационная система ориентирована на руководителей и специалистов организаций пищевой отрасли:

- Специалист по нормативному обеспечению пищевой отрасли (работник, занимающийся разработкой и проверкой нормативных документов – технических условий (ТУ), стандартов организаций (СТО), технологических инструкций (ТИ, ТИИ, ТИ ТУ), рецептур и этикетных надписей);
- Инженер пищевой промышленности (специалист, который занимается проектированием, организацией и контролем производственного процесса, в т.ч. производственного оборудования на предприятиях пищевой индустрии);
- Технолог;
- Технолог по внедрению (пищевая промышленность);
- Специалист по качеству и безопасности пищевой продукции;
- Аналитик по качеству продукции;
- Специалист по закупкам;
- Инженер-агроном и др.

Сервис ХАССП

Актуальная информация, которая поможет соблюдать все требования законодательства и пройти сертификацию на безопасность пищевой продукции.



Справочник ХАССП. Информационный раздел содержит справочную информацию организационного, правового, технического характера для соблюдения принципов ХАССП на предприятиях пищевой промышленности.



Образцы и формы ХАССП



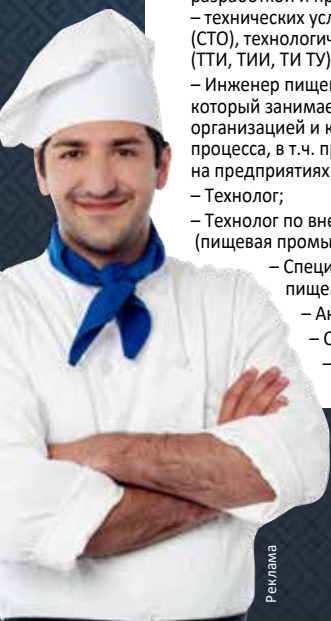
Алгоритм внедрения ХАССП



Консультации по ХАССП



Документы по ХАССП



Реклама



КОНТАКТЫ для консультаций

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

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:
Александр 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 | СОБЫТИЕ
«Вселенная бизнеса. Время побед»

6 | ЮБИЛЕЙ
«Балткран»:
80 лет вызовов и возможностей

10 | КАЛИНИНГРАД В2В
Рука об руку
с аграриями региона

12 | ИСТОРИЯ В ЛИЦАХ
«Янтарь» – душа родного края

16 | СОБЫТИЕ
Палата – это не аппарат, это вы

18 | ЭКСПОРТ
Новые рынки и партнеры

20 | ОБСУЖДЕНИЕ
Сделать логистику логичной

22 | ОБСУЖДЕНИЕ
Регион теряет
конкурентные преимущества

25 | ОБСУЖДЕНИЕ
Рыбопереработка – 2025:
проблемы и решения

26 | ЧЛЕНЫ ПАЛАТЫ
Сотрудничество продолжится

27 | ОБУЧЕНИЕ
Важно сблизить кафедры и предприятия

28 | ПОЗДРАВЛЯЕМ!
Дипломы для бизнес-тренеров

30 | ТЕХНОЛОГИИ
Искусственный интеллект
и бизнес: пора действовать

32 | ТРЕНДЫ
Медиаландшафт
трансформируется каждые 2 года



36 | НОВОВВЕДЕНИЯ
Теперь не «sale»,
а «распродажа»

39 | КОНСУЛЬТАЦИИ
Вызов в налоговую:
для дачи пояснений или на комиссию?

40 | КОНСУЛЬТАЦИИ
Запрет на снятие наличных
в банкоматах: новые правила

42 | МАРКЕТИНГ
Черные методы раскрутки:
последствия для сайта и репутации

48 | МЕНЕДЖМЕНТ
Бизнес с нуля:
как открыть и с чего начать

56 | КОНТАКТЫ
Где можно получить защиту и поддержку?

Калининградский журнал
«КОМПАНИИ»
Ваш бизнес-навигатор»

16+

№ 177 / 2025 г.

Учредитель
Ирина БАРСУКОВА
Издатель
ООО «РИНА»

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



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

Фотоматериалы:
Ирина БАРСУКОВА, Юлия КИРИЕНКО,
Бока СУ, Ольга ОТВАЛКО, Роман ПУЧКО,
Сергей ЧЕРКАШИН

Дизайн, макетирование, верстка:
Алексей ЮНУСОВ

Корректор:
Ольга ВЛАДИМИРОВА

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

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



VII Международный Балтийский бизнес-форум
прошел в Светлогорске.

«Вселенная бизнеса. Время побед»

Масштабное событие, объединяющее предпринимателей, представителей бизнеса и государственных структур. Более 3500 участников.

Здесь можно было познакомиться с региональными брендами, найти партнеров (в том числе из Индии и Вьетнама), увидеть, как бизнес меняет Калининградскую область, которая сегодня входит в пятерку ведущих регионов России по развитию малого и среднего бизнеса. В этой сфере трудится 276 тысяч жителей – примерно каждый четвертый.



ВЫСТАВКА «МЕСТО СИЛЫ: ЛУЧШЕЕ – РЯДОМ!» - дополнение и украшение форума. Кластеры пяти направлений – янтарь, судостроение, сельхозпереработка, туризм и технологии – демонстрировали достижения малого и среднего бизнеса региона.



3500

УЧАСТНИКОВ

приняли участие в бизнес-форуме

ЯРМАРКА САМОЗАНЯТЫХ

«ARTISONE MARKET» собрала фермеров и умельцев, которые превратили свое хобби и навыки в источник дохода. И представили разнообразные товары, в которые вложены не только время и силы, но и частичка души.

В рамках форума было подписано соглашение о взаимодействии правительства области и Ассоциации кластеров и технопарков России. ◉

Фото Ирины БАРСУКОВОЙ,
Бока СУ



Михаил ЛАБУДИН,
директор Ассоциации
кластеров и технопарков России:

– Мы сегодня смотрим на ваш регион как на промышленный, потенциально развитый, где развиты все сферы промышленности, от пищевой до радиоэлектронной. И всё это способствует привлечению на территорию Калининградской области дополнительных мер государственной поддержки, которые помогут реализовать новые инвестиционные проекты.

Калининградская область многим обязана этому заводу. Его рабочие после войны в редкие свободные часы разбирали руины Кенигсберга, восстанавливая мирную жизнь. Позже их потомки участвовали в строительстве спорткомплекса «Юность», множества важных городских объектов и жилых домов, поднимали сельское хозяйство региона.

«Балткран»: 80 лет вызовов и возможностей

Сегодня продукция предприятия «Балткран» представлена на 6 континентах и 55 странах.

Возрождение из руин

Послевоенный Кенигсберг лежал в руинах, когда в 1945 году на базе трех немецких оружейных мастерских было решено создать производство для изготовления промышленного оборудования. Литейно-механический завод.

Цеха не отапливались, не хватало инструментов и продовольствия, режим был по военному жестким. Но предприятие росло и развивалось. В 1946 году литейный цех выпустил 32 тонны продукции, а в 1949-м – уже 314 тонн. Тогда же начали строить краностроительный цех. Первый клепанный кран появился в 1949 году. Постепенно краны стали основной продукцией завода.



Расцвет и модернизация

С каждым годом завод выпускал всё больше моделей кранов, увеличивалась их грузоподъемность. Полностью модернизированные мощности позволили повысить качество и оптимизировать производство. Техника от «Балткрана» пользовалась огромным спросом. За десятилетия работы завод стал надежным поставщиком оборудования для масштабных проектов.

Его краны работали на нефтяных месторождениях Западной Сибири, на Байкало-Амурской магистрали, Братской ГРЭС, Тольяттинском АВТОВАЗе. География поставок вышла далеко за пределы СССР. Но наступили сложные 1990-е...

«Балткран» принимает заказы и изготавливает сложную технику, которую больше никто в России не производит



Возрождение экономики

К началу нулевых экономика страны начала оживать. Спрос на продукцию «Балткрана» вырос благодаря нефтяным компаниям, железным дорогам и портам. Завод стал выпускать электрогидравлические судовые и оффшорные краны, а также краны для АЭС. Пройдя через серьезные испытания, предприятие ускорило развитие. Его продукция распространилась по всему миру.

«Балткран» стал известен как производитель сложной техники, такой как портовые краны, козловые контейнерные краны на рельсовом и пневмоколесном ходу, краны для атомных электростанций и алюминиевых заводов. Предприятие выросло в крупного игрока с лидирующими позициями на российском рынке и активно работающего на внешних рынках.



Выживание в кризисы

Политический и экономические кризисы 90-х стали серьезным испытанием для предприятия. На руководство легла огромная ответственность за сохранение производства и специалистов.

В итоге «Балткран» стал едва ли не единственным предприятием машиностроительной отрасли региона, которое не только справилось с кризисами, но и продолжило успешно развиваться.

Пандемия и новые вызовы

Пандемия стала серьезным испытанием для завода. «Балткран» производит сложную продукцию, технологический процесс изготовления которой занимает от года до двух лет. Подписанные контракты пришлось выполнять в непростых условиях.

В России, в отличие от других, не были введены форс-мажорные обстоятельства и режим чрезвычайной ситуации. Поэтому все расходы, связанные с ковидом – от выплаты заработной платы до штрафов за задержки из-за невозможности разгрузки продукции из-за неработающего транспорта, – легли на плечи предприятия. «Балткран» преодолел эти трудности, несмотря на большие потери.

140
контейнерных
терминалов и морских
портов
в числе постоянных клиентов
предприятия



Санкции и адаптация

После начала СВО последовали экономические санкции со стороны западных стран. Завод работал в СЭЗ, используя европейские комплектующие. На них же были ориентированы и конструкторские разработки предприятия.

Продукция завода попала под категорию товаров двойного назначения, и поставки комплектующих из Европы, в частности из Германии, Голландии и Италии, были ограничены. Предприятие столкнулось с новыми вызовами и трудностями.

Чтобы продолжить производство, пришлось искать новых партнеров. Выбор пал на Юго-Восточную Азию. Нужно было найти замену европейским комплектующим, а также решить задачу с непрохождением платежей.



Проблемы с логистикой

Привезти груз из Юго-Восточной Азии в Калининградскую область и вывезти его стало непростой задачей, т.к. раньше материалы, комплектующие и готовая продукция вывозились по суше через Литву и Беларусь.

В то же время рынок сбыта продукции переместился на Дальний Восток. Затраты на логистику и себестоимость продукции значительно выросли. Заводу приходится конкурировать с китайскими компаниями, которые находятся в десятки раз ближе.

Настоящее время

Конструкторский отдел предприятия создает инновационные решения для портовой, логистической, атомной, нефтяной, химической и других отраслей промышленности. Специалисты разрабатывают программное и аппаратное обеспечение, что позволяет контролировать производственные процессы и соответствовать высоким стандартам клиентов.

«Балткран» принимает заказы и изготавливает технику, которую больше никто в России не производит, как, например, краны контейнерные на пневмоколесном ходу.

Сегодня в числе постоянных клиентов предприятия более 140 контейнерных терминалов и морских портов, «Росатом», РЖД, нефтяные компании «Лукойл» и «Сургутнефтегаз». Некоторые из них сотрудничают с «Балткраном» более 50 лет, высоко оценивая его технологии и качественный сервис.



Кризис как возможность

«Всегда не хочется кризиса, – говорит директор АО «Балткран» Олег ЕРМОЛАЕВ. – Но, если он наступает, всегда успокаиваю себя тем, что кризис – это время возможностей. К примеру, раньше в порту Санкт-Петербурга не было отечественного оборудования. Они много лет работали на европейской технике и не верили, что российское предприятие сможет изготовить что-то подобное. Им невозможно было даже сделать предложение. Но с наступлением кризиса они сразу же начали переговоры. Сейчас они успешно решают свои задачи с помощью нашего оборудования».

Современные краны требуют квалифицированных специалистов: программистов, электриков-наладчиков и специалистов по настройке сложных систем. Также нужны токари, сварщики, маляры.

Мы всегда рады как профессиональным специалистам, так и молодым талантливым кандидатам.

На предприятии работает более 400 человек, которых привлекают конкурентоспособная зарплата, хорошие условия труда и продукция высокого качества. А главное – оптимизм руководителя, верящего в успешное будущее и вдохновляющего коллектив.

Сегодня «Балткран» – это не просто завод. Это символ мастерства, инноваций и преданности делу. Здесь верят в будущее, знают, что общие усилия приведут к новым успехам и создают историю, которая будет вдохновлять поколения. ○

Фото Ирины БАРСУКОВОЙ
и из архива компании

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

Рука об руку с аграриями региона



12 октября в России отмечается День работника сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности. ГК «БАЛТИК-ТЕРРА» - ведущий поставщик высококачественных минеральных удобрений для аграриев Калининградской области, официальный дистрибьютор ООО ТД «УРАЛХИМ» и поставщик продукции ведущих российских заводов производителей минеральных удобрений, таких как ПАО «ФОСАГРО», АО «ЩЕКИНОАЗОТ», ПАО «АКРОН» и других.

Высококачественные и экологически безопасные минеральные, водорастворимые и микробиологические удобрения – ключевой фактор, способствующий увеличению урожайности и повышению экономической эффективности сельского хозяйства. Это особенно актуально для Калининградской области, где ограничена площадь сельскохозяйственных земель, пригодных для растениеводства.

В ассортименте ГК «БАЛТИК-ТЕРРА» широкий спектр минеральных удобрений: аммиачная селитра, карбамид, сульфат аммония, а также сложные (комплексные) удобрения, водорастворимые и хелатные, микро- и макроудобрения.

- Помимо поставок минеральных удобрений, наша компания предоставляет консультационные услуги, обучает специалистов, создает агрохимические лаборатории и проводит опытные испытания различных видов удобрений на территории Калининградской области, чтобы выработать рекомендации по их эффективному использованию.

Для сельскохозяйственных предприятий компания организует практические семинары, приглашая специалистов из отделов агрономического сопровождения заводов-производителей, которые с удовольствием делятся опытом и особенностями применения своей продукции.

500 000

ТОНН
минеральных удобрений
отгружено аграриям региона

Стратегия менеджмента компании направлена на увеличение объемов поставок и единовременного хранения минеральных удобрений в регионе. Для этого прибыль инвестируется в расширение складских площадей и модернизацию уже имеющихся производственных мощностей.

Благодаря ответственному подходу к выполнению своих обязательств компания добилась устойчивого роста финансово-хозяйственных показателей.

Так, объем поставок удобрений в Калининградскую область вырос с 500 тонн в 2016 году до более 74 000 тонн в прошлом году. Это свидетельствует о том, что предприятие стремится удовлетворить растущие потребности местных аграриев с учетом ежегодного увеличения посевных площадей.

- Я считаю, что это настоящее партнерство. Наши аграрии обеспечивают продовольствием жителей Калининградской области, и нам приятно осознавать, что мы вносим свой вклад в продовольственную безопасность региона.



Центральный офис:
236041 г. Калининград,
ул. Курортная, 107,
БЦ «СКВЕР», офис 12
+7 (4012) 90-35-39

Дополнительный офис:
г. Черняховск,
ул. Портовая 2Б.
+7 (931) 616-00-45
www.baltic-terra.ru



СОЮЗУ
«КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА»

35 лет
НА БЛАГО
РАЗВИТИЯ
РЕГИОНА

ГК «БАЛТИК-ТЕРРА»



Эдуард ТЫННЕ,
генеральный директор и учредитель

- Уважаемый Феликс Феликсович, от лица компании «Балтик-Терра» поздравляем вас и Калининградскую ТПП с юбилеем!

За эти годы Ваша команда зарекомендовала себя надежным партнёром и профессионалом в своей сфере. Ваш вклад в развитие деловых отношений и поддержку предпринимательства в регионе трудно переоценить.

Мы высоко ценим сотрудничество с Калининградской ТПП и благодарим за плодотворную работу. Желаем вам дальнейших успехов, процветания и новых достижений. Пусть ваша деятельность всегда будет наполнена интересными проектами и яркими событиями!

В Калининградской ТПП
с 2017 года

День работника пассажирского комплекса впервые с этого года отмечается в холдинге РЖД 17 октября.

«Янтарь» – душа родного края



Ирина ПАРШИНА,
ведущий специалист отдела
корпоративных коммуникаций
КЖД

Калининградская область имеет свою уникальную историю развития пассажирского сообщения. С момента присоединения региона к России транспортная инфраструктура претерпела значительные изменения, и сегодня мы можем оценить результаты работы многих поколений железнодорожников. Как начиналось пассажирское движение в Калининградской области и чем теперь живет дальнейшее сообщение в нашем регионе?

Вопрос выживания

Сразу после войны вопросом выживания для новой российской территории стало возобновление железнодорожного сообщения. Помимо грузов, нужны были рабочие руки, и первые пассажиры, переселенцы, приезжали сюда именно по железной дороге. Вокзал и станция лежали в руинах, пассажирские поезда прибывали на пути приема гру-

зовых поездов, расположенные в 10 километрах от центра города.

В 1947 году появилось постановление Совета Министров СССР «О восстановлении и развитии железнодорожного и водного транспорта Калининградской области». Помимо строительства производственных объектов оно предусматривало организацию

ежедневного отправления пассажирского поезда Калининград – Москва. И до 1964 года только один этот поезд столичного направления курсировал из Калининграда. Затем география значительно расширилась и маршруты из янтарного края пролегали в Ленинград, Харьков, Челябинск.

Поездная бригада, работавшая на направлении Калининград – Москва, до 1961 года была московского формирования. Поезд пользовался популярностью, время в пути составляло 18 часов, на нем добирались в столицу и работники местного обкома партии.



Цвета Балтики

С начала шестидесятых перед руководством Калининградского отделения Литовской железной дороги была поставлена амбициозная цель – подготовить свои кадры для работы на поезде Калининград – Москва, который будет называться «Янтарь». Поездные бригады из калининградцев проходили специальное обучение. Требования к ним предъявлялись повышенные, понятие «сервис» ставили во главу угла. Чай, кофе, прохладительные напитки и кондитерские изделия проводники вагонов «Янтара» теперь стали приносить по заказу пассажиров в любое время суток, постельные принадлежности выдавались только новые.



Первые начальники поезда – Борис ПЕТРОВСКИЙ, Борис МИТАХИР, Виктор РОВНОВ – старались сделать обслуживание в поезде образцовым. Они заложили традицию, а подхватили ее легендарные начальники поездов, которых еще помнят современные калининградцы. Это Геннадий ВОЛОДАРЦЕВ, Петр КАРНАУСКАС, Наталья СМЕРНОВА. В 1996 году по итогам отраслевого соревнования фирменный поезд «Янтарь» был признан лучшим в России.

И все это благодаря его прославленным работникам, которые и сейчас держат марку высокого сервиса на «Янтаре».

Высокой планке соответствовала

Когда Ирина ХОДАЛЕВА стала начальником поезда «Янтарь», ей досталась отличная команда. Это был дружный и ответственный коллектив, который много лет возглавлял Петр КАРНАУСКАС. Ирина высокой планке соответствовала. Разные маршруты, сложные ситуации, пассажиры с характером – опыт у нового начальника «Янтара» был солидный. Более 20 лет Ирина Леонидовна проработала в пассажирском комплексе, несколько лет служила в армии. Собранная, требовательная к себе и другим, все эти годы она заряжает коллектив своей работоспособностью и энергией.

А начиналось все в далеком 1988-м. Из поселка Чернышевское, где теперь находится приграничная станция Калининградской железной дороги, 18-летняя девушка вместе с подругой отправилась в областной центр получать профессию проводника. Их вместе с другими ребятами поселили в вагончики, в которых будущие работники



Лучший поезд страны

В 1964 году поезду № 29/30 «Янтарь» было присвоено почетное звание фирменного. Кто был первыми его работниками и отвечал за организацию всего процесса перевозки? По инициативе Галины САВКУЕВОЙ, приехавшей в Калининград после окончания железнодорожного техникума в Смоленске, работники «Янтара» объединились в комсомольско-молодежную бригаду.

Также изменился внешний вид вагонов. Вместо традиционного для тех лет зеленого цвета «Янтарь» стал сине-голубым составом под цвет моря и песка на побережье. В интерьере вагонов доминировали теплые янтарные оттенки. Поездная бригада была вышколенная: калининградские проводники гордились своим поездом, для них он был как душа родного края, и свою работу старались выполнять так, чтобы у пассажиров оставались самые лучшие впечатления от поездки.



пассажирского комплекса жили и учились в течение трех месяцев.

Профтехучилище на колесах перемещалось: локомотив то и дело цеплял вагоны, перевоза их с места на место. Возможно, это было частью обучающего курса, чтобы будущие проводники ощутили все прелести кочевой жизни. Так и получилось: Ирина отправилась в свой первый рейс на поезде «Дюны» по маршруту Калининград – Москва и сразу почувствовала: работа по душе.

Во всем она старалась дойти до сути: от технического устройства вагона до оформления документации. Но самое главное – пассажиры. Коммуникабельность и обаяние стали для молодой проводницы путевой звездой в профессию. «Вовсе не трудно, – вспоминает ХОДАЛЕВА. – Люди были золотые, простые, доброжелательные, открытые. Со многими мы до сих пор дружим».

Но обстоятельства сложились так, что работу пришлось сменить на долгое время. В зрелом возрасте Ирина Леонидовна вернулась к профессии проводника. Военная выправка, умение действовать быстро в экстренных ситуациях и знание техники позволили ей снова работать на поезде. Вскоре она стала проводником на фирменном поезде «Янтарь», что было престижно, но требовало поддержания высокого уровня.

Параллельно Ирина Леонидовна заочно окончила Московский университет имени С.Ю. Витте, не прекращая работать в рейсах. Родственники ворчали – она почти не бывала дома. Попробовала поработать менеджером в офисе, но рутинная оказалась невыносимой: не хватало движения, стука колес и, конечно, людей – пассажиров, которые, хоть и стали сложнее, но оставались для нее понятными.

В 2014 году Ирину Леонидовну назначили начальником поезда. Вскоре она и ее команда стали слаженным коллективом. Вместе получили престижную награду от Федеральной пассажирской компании – «Паспорт качества». Такие награды вручают только лучшим, и бригада проводников во главе с Ириной ХОДАЛЕВОЙ продемонстрировала высокий уровень профессионализма в обслуживании пассажиров.

«Умение понимать людей, быть хорошим психологом, иметь стрессоустойчивость и ставить на первый план интересы пассажира – это главный критерий нашей работы. Конфликты в пути случаются, люди стали более требовательными, но я уверена и своим коллегам внушаю: искренний душевный разговор с пассажиром помогает разрешить любые проблемы», – говорит начальник поезда Ирина ХОДАЛЕВА. ○

Фото Сергея ЧЕРКАШИНА

КОМПАНИИ. Ваш бизнес-навигатор

Трафик растет

В первые девять месяцев 2025 года на Калининградской железной дороге пассажиропоток на поездах дальнего следования увеличился на 12,9%.

Всего с начала года с вокзалов и станций магистрали было отправлено 7 млн 311 тыс. человек (на 1,6% больше уровня 2024 года). Из них в пригородном сообщении перевезено более 7 млн 115 тыс. пассажиров, рост – 1,4%.

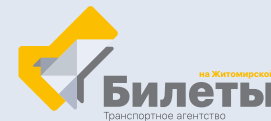
В сентябре пассажирооборот составил 32,6 миллиона пасс-км, что на 4,6% больше прошлогоднего показателя. Из них 26,1 миллиона пасс-км приходится на пригородное сообщение, рост составил 2,1%. В дальнем следовании перевезено 6,5 миллиона пасс-км, что на 15,7% больше.

Пассажирооборот за 9 месяцев достиг 260 млн пасс-км (+4%). В том числе в пригородном сообщении – более 205 млн пасс-км (+0,9%), в дальнем следовании – 54,8 млн пасс-км (+17,4%).

Пассажирооборот в сентябре составил 32,6 млн пасс-км (+4,6%). В том числе в пригородном сообщении – 26,1 млн пасс-км (+2,1%), в дальнем следовании – 6,5 млн пасс-км (+15,7%). ○

РАСПИСАНИЕ

полетов международного аэропорта Храброво
(в расписании возможны изменения)
с 1.11.2025 по 30.11.2025



ул. Житомирская, 18.

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

Аэропорт назначения	Тип самолета	Отправление из Калининграда (время местное)				Отправление в Калининград (время местное)			
		№ рейса	день вылета	время вылета	время прилета	№ рейса	день вылета	время вылета	время прилета
МОСКВА ДМД	320	U6-168	Ежд	19-55	23-40	U6-167	Ежд	17-05	19-05
		U6-372	Ежд	11-50	15-35	U6-371	Ежд	09-00	11-00
		U6-628	Ежд	14-15	18-00	U6-627	Ежд	11-30	13-30
		S7-1214	Ежд	12-55	16-45	S7-1213	Ежд	10-05	12-05
		SU-1001	Ежд	09-15	12-50	SU-1000	Ежд	06-40	08-25
МОСКВА ШРМ	326	SU-1003	Ежд до 09.11	12-55	16-30	SU-1002	Ежд до 09.11	10-05	11-55
		SU-1005	Ежд	15-30	19-05	SU-1004	Ежд	12-50	14-30
		SU-1009	Ежд	06-10	09-50	SU-1008	Ежд	20-45	22-30
		SU-1011	Ежд	19-15	22-55	SU-1010	Ежд	16-30	18-15
		SU-1019	Ежд	14-00	17-35	SU-1018	Ежд	11-20	13-00
		SU-6310	02.11-04.11	13-40	17-20	SU-6309	02.11-04.11	10-55	12-40
		SU-6312	Ежд	12-45	16-25	SU-6311	Ежд	09-55	11-30
		SU-6314	Ежд	20-20	23-55	SU-6313	Ежд	17-45	19-20
		SU-6662	Ежд	17-40	21-15	SU-6661	Ежд	15-05	16-40
		DP-6832	Ежд	16-30	20-10	DP-6831	Ежд	14-20	16-05
		DP-6836	Ежд	10-10	13-50	DP-6835	Ежд	07-55	09-45
		5N-252	Сб	19-50	23-25	5N-251	Сб	10-30	12-10
		5N-254	Пт, Вс и 05.11	12-45	16-20	5N-253	Пт, Вс и 05.11	10-15	11-55
		DP-264	Ежд	19-25	23-15	DP-263	Ежд (с 26.10)	17-10	19-00
		SU-6322	Вт, Сб (до 04.11)	16-55	19-45	SU-6321	Вт, Сб (до 04.11)	15-00	15-55
МОСКВА ВНК	SU9	SU-6324	Ежд	09-45	12-40	SU-6323	Ежд	07-55	08-55
		SU-6326	Ежд	12-50	15-50	SU-6325	Ежд	10-55	11-50
		SU-6330	Ежд	17-55	20-40	SU-6329	Ежд	16-05	17-00
		SU-6334	Ежд	15-15	18-00	SU-6333	Ежд	13-30	14-20
		U6-392	Ежд	12-15	15-05	U6-391	Ежд	10-05	11-05
	73X	DP-530	Ежд	09-40	12-35	DP-529	Ежд	08-15	09-15
		DP-536	Ежд	20-15	23-10	DP-535	Ежд	18-50	19-50
	738	5N-506	КР Сб	10-30	13-20	5N-505	Ежд	08-50	09-40
			Сб	20-50	23-40				
		Пн, Сб, Вс (до 03.11)		15-50	18-40	5N-513	Пн, Сб, Вс (до 03.11)	14-10	15-00
		Вт (до 04.11)		22-05	00-55		Вт (до 04.11)	20-25	21-15
	321	Пн, Сб		10-45	13-45		Вс	10-55	11-50
		Вт		11-45	14-45		Чт, Пт	12-45	13-40
		Ср, Пт		13-15	16-15		Пн	08-55	09-50
	73X	Пн		16-30	19-30		Ср	11-30	12-25
		Вс		17-40	20-40		Пн	14-45	15-40
		Вт, Чт, Сб		18-35	21-35		Вс	15-55	16-50
САКТ-ПЕТЕРБУРГ	N4-282	Пн		16-30	19-30	N4-281	Пн	14-45	15-40
		Вс		17-40	20-40		Вс	15-55	16-50
		Вт, Чт, Сб		18-35	21-35		Вт, Чт, Пт	16-50	17-45
НОВОСИБИРСК	320	S7 5066	Сб	09-20	19-55	S7 5065	Сб	07-20	08-20
			Ср (до 05.11)	16-50	03-20		Ср (до 05.11)	14-50	15-50
			Пн, Пт	16-20	23-20		Пн, Пт	14-15	15-35
ЕКАТЕРИНБУРГ	319	U6-404	Ср, Вс	10-05	17-05	U6-403	Ср, Вс	08-00	09-20
		U6-504	Вт, Чт, Сб (до 04.11)	13-30	20-30	U6-503	Вт, Чт, Сб (до 04.11)	11-25	12-45
		N4-984	Пт	10-25	14-15	N4-983	Чт	10-15	12-10
ИВАНОВО	73X	N4-732	Вт, Сб, / Чт (до 11.11)	15-10	19-35	N4-731	Вт, Сб, / Чт (до 11.11)	11-30	14-10
		N4-732	Сб	14-35	18-40	N4-731	Сб	11-50	13-50
КАЗАНЬ	738	5N-530	Сб	14-35	18-40	5N-529	Сб	11-50	13-50
		E95	Б2-950	Пн, Чт, Пт, Вс	13-00	Б2-949	Пн, Чт, Пт, Вс	10-25	12-10
МУРМАНСК	E95	N4-859	Пн, Пт	06-10	10-10	N4-860	Пн, Пт	20-25	22-35
		N4-884	Пн	23-45	06-15	N4-883	Пн	20-55	21-45
МИНСК	E90	N4-884	Пн	23-45	06-15	N4-883	Пн	20-55	21-45
		N4-855	Чт	14-55	20-30	N4-856	Чт	21-35	23-20
НИЖНИЙ НОВГОРОД	73X	N4-855	Вс	14-15	19-50	N4-856	Вс	20-55	22-40
		5N-3103	Сб	10-30	17-40	5N-3104	Сб	18-40	20-00
ПЕРМЬ	737	5N-3103	Сб	10-30	17-40	5N-3104	Сб	18-40	20-00
		ЦР2	Д2-142	Пн	16-05	Д2-141	Пн	08-30	09-45
САМАРА	73X	Д2-142	Чт	19-00	22-00	Д2-141	Чт	09-35	10-50
		ЦР2	Д2-507	Пн	10-35	Д2-508	Пн	14-20	15-15
ЧЕЛЯБИНСК	738	5N-176	Сб	13-00	16-35	5N-175	Сб	17-15	18-55
		E90	N4-857	Пт	01-30	N4-858	Пт	07-55	09-30
ЧЕРЕПОВЕЦ	E90	N4-857	Пт	01-30	06-55	N4-858	Пт	07-55	09-30
		73X	N4-851	Пн, Пт	23-35	N4-852	Вт, Сб	07-30	08-45
ПЕТРОВОЗОВСКИЙ	73X	N4-851	Пн, Пт	23-35	06-25	N4-852	Вт, Сб	07-30	08-45
		SU9	A4-4105	Вс	16-50	A4-4106	Вс	14-55	15-50
АРХАНГЕЛЬСК	ЦР2	Д2-501	Чт	12-20	15-50	Д2-502	Чт	16-40	18-10
		E90	N4-853	Чт	13-10	N4-854	Чт	18-10	20-35
САРАТОВ	E90	N4-853	Чт	13-10	17-10	N4-854	Чт	18-10	20-35
		SU-6833	Пт, Вс (с 23.11)	13-35	17-25	SU-6834	Пт, Вс (с 23.11)	18-25	20-15
УФА	319	SU-6833	Пт, Вс (с 23.11)	13-35	17-25	SU-6834	Пт, Вс (с 23.11)	18-25	20-15
ПСКОВ	ЦР2	Д2-501	Чт	12-20	15-50	Д2-502	Чт	16-40	18-10
		E90	N4-853	Чт	13-10	N4-854	Чт	18-10	20-35
КАЛУГА	E90	N4-853	Чт	13-10	17-10	N4-854	Чт	18-10	20-35
		SU-6833	Пт, Вс (с 23.11)	13-35	17-25	SU-6834	Пт, Вс (с 23.11)	18-25	20-15
КИРОВ	319	SU-6833	Пт, Вс (с 23.11)	13-35	17-25	SU-6834	Пт, Вс (с 23.11)	18-25	20-15
АПАТИТЫ	319	SU-6833	Пт, Вс (с 23.11)	13-35	17-25	SU-6834	Пт, Вс (с 23.11)	18-25	20-15

Еще 26 предприятий и организаций региона обрели официальный статус членов Союза «Калининградская Торгово-промышленная палата».

Палата – это не аппарат, это вы

Членские билеты представителям компаний торжественно вручили 26 сентября и 3 октября.

«Бизнес-сообществ много, но единственное бизнес-объединение, которое регулируется законом РФ, – это торгово-промышленные палаты, – отметил президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН. – Институт торгово-промышленных палат существует практически во всем мире, и это всегда про бизнес. Палата – это не здание или аппарат. Это вы, наши члены».

Участники мероприятия узнали, как формируются органы управления палаты, кто входит в Правление и Совет, а также о перечне услуг, которые она предоставляет, включая помощь в продвижении на новых рынках и защиту товарных знаков. Также они ознакомились с возможностями виртуальной ТПП (<https://vrcci.ru/>).



«Для нас мероприятие, когда мы чествуем новых членов палаты, одно из самых важных, – вручая членские билеты, отметил Феликс ЛАПИН. – Суть палаты – это вы».

Фото Романа ПУЧКО





В Светлогорске прошло окружное совещание по реализации национального проекта «Международная кооперация и экспорт».

Новые рынки и партнеры



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

Встреча, организованная Российским экспортным центром, собрала представителей из всех 11 регионов Северо-Западного федерального округа. В мероприятии приняли участие президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН и председатель Совета палаты Сергей ЛЮТАРЕВИЧ.

На совещании подвели промежуточные итоги реализации национального проекта, обсудили новые инструменты поддержки экспортеров и приоритеты дальнейшей работы. Несмотря на сложные внешнеэкономические условия, калининградские экспортеры расширяют рынки и находят новых партнеров.

В первом полугодии 2025 года объемы экспорта выросли по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Основные партнеры по экспорту Калининградской области – Китай, Белоруссия, Алжир, Турция, Узбекистан.

Основу калининградских поставок составляют продовольственные товары и сельскохо-

Цифровой стандарт РЭЦ направлен на упрощение региональных услуг и мер поддержки экспорта

зяйственное сырье. В их числе масложировая продукция, жмыхи и шрот. Также отправляются семена масличных и зерновых, янтарь, удобрения и полиэфир. Об этом сообщила министр экономического развития, промышленности и торговли Калининградской области Вероника ЛЕСИКОВА.

На пленарных сессиях о проблемах, с которыми сталкива-

ются местные экспортеры, рассказали Феликс ЛАПИН и Сергей ЛЮТАРЕВИЧ (депутат Законодательного Собрания Калининградской области, председатель Совета директоров ГК «За Родину»).

Нужна помощь в адаптации

«Экспорт из региона снижается из-за переориентации на внутренний рынок, – сказал Феликс Лапин. – Многие калининградские компании вынуждены так поступать из-за закрытия традиционных экспортных направлений, увеличения логистических затрат и трудностей с поиском новых рынков в дружественных странах».

Сегодня важно поддерживать опытных экспортеров, которые рискуют выйти на рынки Азии и Китая. Необходимо помочь им быстрее адаптироваться к новым условиям.

Как помочь? Предлагаю расширить практику проведения централизованных закупочных туров для иностранных байеров на российских выставках. Программы, подобные тем, что организуют Турция и Индия, вызывают большой интерес у наших предпринимателей.

Давайте создавать аналогичные мероприятия у нас в стране. Система ТПП может помочь выбрать лучшие площадки и определить отраслевые направления. Это позволит консолидировать российский бизнес и сделать его более конкурентоспособным».

Сергей ЛЮТАРЕВИЧ отметил, что при достаточно успешном продвижении продукции ком-

бината – рыбных консервов, из ряда дружественных стран стали поступать рекомендации сменить бренд из-за его яркой патриотичности.

Экспортные стандарты обновятся

Особое внимание на совещании в Светлогорске было уделено внедрению Регионального экспортного стандарта – разработанного Российским экспортным центром набора из 15 взаимосвязанных инструментов, которые создают в каждом регионе необходимые условия для развития экспорта.

Новгородская область, лидер в области РЭС 2.0, уже внедрила 12 инструментов к 2025 году, Калининградская область – 9. Остальные регионы следуют плану-графику внедрения стандартов.

С 2026 года в СЗФО начнется обновление Регионального экспортного стандарта. В него войдут новые инструменты, такие как цифровизация услуг и расширенные меры господдержки для бизнеса.

На окружном совещании представили Цифровой стандарт РЭЦ, направленный на упрощение региональных услуг и мер поддержки экспорта. Стандарт полностью переводит взаимодействие между государством и бизнесом в электронный формат, устанавливает четкие требования к автоматизации процессов. Это сделает доступ экспортеров к услугам проще, снизив бюрократические преграды и ускорив процедуры. ○

Фото предоставлены организаторами мероприятия

Победители-экспортеры

Завершилось мероприятие чествованием победителей Всероссийской премии «Экспортер года» в Северо-Западном федеральном округе. Президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН удостоился чести вручить награды победителям в номинации «Лучшая женщина-экспортер».

Поздравляем всех победителей премии и от всей души радуемся за компании, представляющие Калининградскую область!

АО «Калининградский янтарный комбинат» занял третье место в номинации «Экспортер года в сфере промышленности» (крупный бизнес). **ООО «Грюнвальд»** стал лучшим в номинации «Экспортер года в сфере машиностроения» (крупный бизнес).

В номинации «Экспортер года в сфере базовой продукции АПК» на втором месте **ООО «Фурмановское»**, третьим в номинации «Экспортер года в сфере готового продовольствия (высокие переделы)» (крупный бизнес) стало **ООО «Рыбзавод «За Родину»**, бронзу в номинации «Трейдера года» (МСП) получило **ООО «Максифиш»**.





На заседании комитета по транспорту и таможенной политике Калининградской ТПП обсудили штрафы в системе «Платон» и логистические проблемы региона.

Сделать логистику логичной



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

С 1 сентября ввели систему донстройки маршрутов, что снизило проблемы с назначением штрафов в системе «Платон». Однако необходимо разобраться со штрафами, накопившимися до этого времени, так как при обжаловании в судах есть сложности с получением информации.

К работе подключится Олеся БЕЛАЯ, врио Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Калининградской области.

Калининград становится все более изолированным, и основной поток грузов доставляется морем. Правительство России пытается компенсировать удорожание логистики субсидиями. Хватит ли их до конца года?

Татьяна ФИЛИМОНОВА, заместитель министра развития инфраструктуры региона, сообщила, что субсидии на мор-

5 млрд
рублей
предусмотрено в бюджете 2026 года
на субсидирование
морских перевозок

ские перевозки освоены примерно на 80% (на этот год выделено 4 млрд рублей). Власти региона обратились к федеральным органам с просьбой увеличить финансирование. В бюджете на 2026 год на субсидирование морских перевозок предусмотрено 5 млрд рублей.

Региональные власти предлагают увеличить эту сумму.

Бизнесмены считают, что государство должно помогать грузоотправителям и грузополучателям, а не перевозчикам. Это упростит процесс, сделает его более логичным и позволит большему количеству предприятий пользоваться льготными тарифами на перевозки.

Однако Татьяна ФИЛИМОНОВА не верит в перспективы изменения механизма субсидирования, так как федеральные органы власти не поддерживают эту идею. Тем не менее, данная инициатива «прорабатывается».

Каботажные перевозки продолжают расти, несмотря на высокую цену. По прогнозам Андрея МОШКОВА, руководителя калининградского управления ФГУП «Росморпорт», в 2025 году морским транспортом будет перевезено почти 5 млн тонн грузов, что на 300 тыс. тонн больше, чем в 2024 году. На линии работает порядка 25 судов, причем эта морская группировка вскоре пополнится.

Президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН считает,

что снизить логистические расходы можно не только за счет субсидий, но и благодаря контейнеризации грузов. Сегодня 30,1% перевозок приходится на контейнеры, что в два раза больше, чем в 2024 году, и эта тенденция продолжится.

Сухопутные перевозки также сталкиваются с проблемами. Литва пропускает от 40 до 60 фур в сутки, хотя раньше границу пересекали от 260 до 400 автопоездов. Объемы транзита грузов по железной дороге квотируются, причем размер квоты на будущий год зависит от объемов грузоперевозок в текущем. К сожалению, по разным причинам квоты из года в год не выбираются. Так произошло и в 2025 году: квота на железнодорожный транзит бензина в Калининградскую область освоена на 56%, а дизеля – на 34%.

Максим ПРОКОФЬЕВ, начальник центра фирменного транспортного обслуживания КЖД, напомнил, что неиспользованные квоты не переносятся на следующий год, что снижает квотируемый Литвой объем на последующий период.



Феликс ЛАПИН,
президент
Калининградской
ТПП



Олеся БЕЛАЯ,
врио Уполномоченного
по защите прав
предпринимателей
в Калининградской
области



Татьяна ФИЛИМОНОВА,
заместитель
министра развития
инфраструктуры
Калининградской
области

Феликс ЛАПИН завершил встречу, отметив: «Мы все ждем, когда заседания комитета будут проходить без проблем. Но пока мы живем в реальном времени, и от проблем никуда не деться». ○

Фото Юлии КИРИЕНКО





На рассмотрение губернатору передан консолидированный перечень мер поддержки, предложенный региональным бизнесом.

Регион теряет конкурентные преимущества



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

На совместном сентябрьском заседании Комитета по МСБ и Развитию особой экономической зоны (ОЭЗ) обсуждали меры поддержки для бизнеса Калининградской области и проект Соглашения с АО «Россети Янтарь». Также представили производственные мощности УФСИН.

В заседании приняли участие заместитель министра экономического развития Калининградской области Константин ШИШКОВ, представители правительства региона, руководство УФСИН, директор Службы по госрегулированию цен и тарифов Яна БАБКИНА, руководители бизнес-ассоциаций, предприятий и уполномоченный по защите прав предпринимателей Олеся БЕЛАЯ. Модерировали работу президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН, председатели комитетов Марат МУСИН и Михаил ГОРОДКОВ.

Предложения должны быть систематизированы

Феликс ЛАПИН начал обсуждение, отметив, что анализ экономической ситуации провели по поручению губернатора. «Важно собрать предложения бизнеса по мерам поддержки, – сказал он. – От нас ждут их систематизации».

За основу взяли перечень мер, подготовленный председателем Ассоциации Калининградских Мебельщиков Евгением ПЕРУНОВЫМ. Эти меры нужны для сохранения и развития не только

мебельной отрасли, переживающей сейчас не лучшие времена, но и всей перерабатывающей промышленности региона.

Ключевыми предложениями стали льготные кредиты под 3% годовых для пополнения оборотных средств. Это особенно важно для калининградских предприятий, заморозивших свои деньги в запасах сырья и комплектующих из-за нестабильной логистики. Льготные кредиты под 1% годовых предлагали на инвестиционные цели, такие как покупка оборудования. Также рассматривали невозвратные займы на поддержку рынка труда, льготы по уплате страховых взносов, помощь в продвижении продукции на рынке (покрытие расходов на участие в выставках) и компенсацию затрат на логистику.

Бизнес предложил улучшить транспортную ситуацию, создав логистический склад под контейнерные перевозки в Санкт-Петербурге или Ленинградской области. Также предложили снять административные и таможенные барьеры при перемещении товаров и ввести сплошную процедуру идентификации для всех товаров, ввозимых морским путём.

Обсудили рост тарифов на электроэнергию, который негативно сказывается на энергоёмких отраслях. Говорили о поддержке кластерных организаций и субсидировании обуче-

ния востребованным специальностям.

Борис БАБАЯНЦ, директор АНП СРО «Строительный союз Калининградской области», поднял проблему строительных организаций, выполняющих муниципальные заказы, и предложил оптимизировать 44-ФЗ.

Унификация законодательства отпугивает инвесторов

Михаил ГОРОДКОВ отметил важность ОЭЗ для региона: «Скоро будет сложно найти людей на региональные зарплаты. Важно обеспечить стабильность инвестиционного климата для крупных инвесторов».

Феликс Лапин подчеркнул, что как член Общественного совета при министерстве финансов России, постоянно обращает внимание представителей правительства на особенности региона. «Ответ один – как все.

Бизнес предложил улучшить транспортную ситуацию, создав логистический склад под контейнерные перевозки в Санкт-Петербурге или Ленинградской области



Михаил ГОРОДКОВ,
председатель комитета по налогам,
тарифам и развитию ОЭЗ:

– Если говорить о том, что нас должно спасать, – это правильное исполнение закона о Калининградской ОЭЗ: «дедушкина оговорка», гарантии резидентам, меры, связанные со свободной таможенной зоной. Скоро будет сложно найти людей в трудоспособном возрасте, готовых работать за ту заработную плату, которую может платить региональная экономика, оставаясь на конкурентоспособном уровне.

Говоря о наборе мер поддержки, нельзя упускать из внимания обеспечение стабильности инвестиционного климата, который был бы нормален и просчитываем для крупного инвестора. Федеральный центр начинает относиться к области как к обычному субъекту, закон выхолащивается, регион постепенно теряет свои конкурентные преимущества.

Идет унификация законодательства, в том числе и касающегося ТОРов, СЭЗ, ОЭЗ. Нам деваться некуда, а инвесторы десять раз подумают идти сюда или нет».

Дискуссия длилась несколько часов. Обсудили существующие



Феликс ЛАПИН,
президент Калининградской ТПП:

– *Есть хорошая возможность поддержать бизнес, особенно стартапы, которые сталкиваются с трудностями роста и не имеют инвестиционных ресурсов.*

Служба исполнения наказаний может предоставить бизнесу в аренду не только производственные помещения с неограниченными энергетическими возможностями, но и обеспечить необходимыми трудовыми ресурсами. Это важный аспект, связанный с размещением производств на территории исправительных учреждений.

щие меры поддержки бизнеса и предложили расширить круг получателей и увеличить финансирование.

Подводя итоги, Константин ШИШКОВ рассказал о возможных путях реализации предложений бизнеса, отдельно остановившись на создании склада в Санкт-Петербурге: «Склад должен быть универсальным, предлагаю собраться и определиться по его параметрам, выслушать пожелания бизнеса».

«Я категорический противник, чтобы это был государственный склад, - взял слово Феликс ЛАПИН. - Я готов провести ко-

митет по транспорту с одной повесткой – открытие логистического склада в Санкт-Петербурге или Усть-Луге, возможно, путем создания открытого акционерного общества. Есть логика в создании склада для накопления грузов под судовую партию».

По итогам рассмотрения консолидированный перечень мер направлен на рассмотрение губернатора Калининградской области.

Льготная аренда и квалифицированный персонал

Феликс ЛАПИН представил участникам комитета нового руководителя УФСИН по Калининградской области Дмитрия ПЕСТОВА и анонсировал тему обсуждения.

«УФСИН может предоставить бизнесу не только производственные помещения, но и обеспечить трудовыми ресурсами, – подчеркнул ЛАПИН. – Речь идет о размещении производств на территории исправительных учреждений».

Заместитель начальника УФСИН России по Калининградской области Олег ВЕЛИЕВ сообщил, что в колониях, в

отличие от других регионов, содержатся только жители Калининградской области и отметил: «Чтобы они могли ресоциализироваться после освобождения, они должны трудиться».

Учреждения УФСИН области располагают мощностями по металло- и деревообработке, швейному производству и производству стройматериалов. Есть 2300 кв. м свободных площадей, которые могут передаваться бизнесу без арендной платы. «Мы предоставим не только площади, но и рабочую силу. Вам не придется искать работников – они уже будут у вас», – подчеркнул ВЕЛИЕВ.

Феликс ЛАПИН попросил руководителей бизнес-ассоциаций подать заявки на интересующие мощности в течение недели. Руководство УФСИН готово организовать выезд и оценить возможность размещения производств.

Кроме того, на заседании обсудили проект Соглашения с АО «Россети Янтарь». Яна БАБКИНА рассказала о формировании тарифов. Участники комитета обратили внимание на значительный рост стоимости электроэнергии для бытовых нужд и предприятий. ○



В сентябре прошла Международная практическая конференция, посвященная обсуждению проблем рыбной отрасли.

Рыбопереработка – 2025: проблемы и решения

Мероприятие собрало более 150 участников, среди которых были представители Роспотребнадзора, Россельхознадзора, ученые-ихтиологи и руководители предприятий. Конференция длилась два дня, в течение которых обсуждались общие вопросы отрасли, технологические аспекты и взаимодействие с торговыми сетями.



Обращаясь к участникам пленарного заседания, президент Калининградской ТПП обозначил несколько ключевых проблем отрасли. В частности, напомнил, что **популярность рыбных консервов у молодежи невысокая**: «Шпроты на праздничном столе, салат из тунца, консервы из лосося воспринимаются сегодня как «привет из прошлого».

Хотя рыбные консервы богаты белком, Омега-3, витаминами и минералами, их популярность среди миллениалов, зумеров и поколения Альфа остаётся низкой. Для решения этой проблемы необходимо использовать современные методы продвижения, популяризировать их употребление, создавать новую культуру потребления рыбных консервов. Что для этого необходимо? Идти туда, где черпает информацию молодежь: привлекать кулинарных блогеров, популярных поваров, продвигать новые быстрые рецепты.

Также президент Калининградской ТПП остановился на вопросах консервной тары – сегодня лакированная жесть идёт из Китая, в результате пустая банка

обойдется дороже своего содержимого, порой в 2-3 раза. «Наши заводы не дают необходимое качество жести ни по толщине (она «плавает» вплоть до 3-4 мм и высокоточные станки не могут работать), ни по стойкости лакового покрытия. А ведь использование качественных материалов российского производства могло бы снизить себестоимость банки и повысить доступность консервов для потребителей»

Ещё одной важной темой стала защита интеллектуальной собственности. А это не только о рецептуре, но и об этикетке (упаковке), к которой нужно относиться как к объекту авторского права.

«Сегодня невнимательность в этих вопросах обходится очень дорого, – отметил Феликс ЛАПИН. – Из-за отсутствия кавычек на этикетке была изъята из обращения достаточно крупная партия консервов, а это прямые убытки и репутационные издержки».

В ходе конференции обсуждались и другие важные вопросы, на которые пока нет однозначных ответов:

*** срок хранения рыбного сырья.** Ранее его можно было продлевать после экспертизы, но сейчас это невозможно;

*** нормативы содержания различных токсичных веществ в свежей рыбе.** В России они существенно строже, чем в других странах. В результате почти вся рыба, выловленная в Атлантике, уходит на экспорт, а могла бы пополнить рацион россиян;

*** заражение рыбного сырья паразитами.** С потеплением Мирового океана эта проблема становится все более актуальной, и многие виды рыб теперь пригодны только на производство фарша. Для особо мнительных напомним, что заморозка до - 23°C гарантированно убивает паразитов.

Президент Калининградской ТПП подчеркнул, что все эти проблемы требуют обсуждения и решения. «Дискуссия была напряженной, но мы не можем замалчивать эти вопросы. Я уверен, что мы будем продолжать поднимать их на всех профильных площадках и добиваться нормативно-правовых изменений», – заключил он. ○



В Калининградской ТПП прошла встреча с победителями чемпионата «Профессионалы».

Сотрудничество продолжится

22 сентября президент Калининградской ТПП Феликс ЛАПИН встретился с победителями чемпионата «Профессионалы» в компетенции «предпринимательство» – бывшими и сегодняшними студентами Калининградского бизнес-колледжа.

Во встрече участвовали: Дарья КАРЕПАНОВА, бронзовый призер 2018 г.; Глеб ЛУЖИС, золотой призер Евразийского чемпионата 2022 г.; Никита КОКУРИН и Мария КОЛЬЧИК, бронзовые призеры 2021 г.; Максим ГОРМАШ и Ольга КИРИЛЛОВА, серебряные призеры 2022 г.; Анна МОСКАЛЕНКО – золотой призер 2025 года.

Вместе с победителями в палату пришли директор колледжа Инна БУЛДАКОВА, главный эксперт компетенции «Предпринимательство» в Калининградской области Наталья МИСЮНЕНЕ, Константин КОВАЛЕВСКИЙ, руководитель бизнес-инкубатора КБК.

Ребята рассказали, как сложилась их жизнь после окончания колледжа – многие ушли в бизнес, кто-то начал преподавать в колледже. Не отстает и победитель этого года – Анна МОСКАЛЕНКО, не забывая об учебе, она ведет IT-студию, которая разрабатывает сайты, чат-ботов, приложения по заказу бизнеса.



После знакомства Феликс ЛАПИН поинтересовался, а понимают ли ребята, чем отличается креативная деятельность от креативной индустрии, и разговор перешел в плоскость реализации различных бизнес-проектов. «То, что вы фонтанируете креативными идеями, это здорово, – подчеркнул президент палаты. – Но не менее важно эти идеи монетизировать».

Феликс ЛАПИН познакомил гостей с направлениями работы системы торгово-промышленных палат, устроил ребятам небольшой экзамен на понимание основ предпринимательства, а также посоветовал книги, которые помогут найти свой путь.

«Вы единственная организация, которая была с нами с самого начала, когда чемпионат «Профессионалы» делал первые шаги, – поблагодарила Инна БУЛДАКОВА. – В Калининградской ТПП рецензиро-



вали проекты, которые мы готовили к чемпионату, давали советы, как их нужно доработать.

Вместе с вами мы открывали Сетевой центр компетенций, здесь, с участием бизнеса, проходила защита выпускных работ наших студентов. Спасибо вам за помощь и надеемся, что сотрудничество продолжится».

Свидетельства об аккредитации вручены десяти учебным программам КГТУ.



Торжественная церемония состоялась 29 сентября на полях XIII Международного Балтийского морского форума, который проходил в Калининграде.

В мероприятии приняли участие исполняющий обязанности ректора КГТУ, доктор экономических наук, директор Института отраслевой экономики и управления (ИНОЕКУ) Альберт МНАЦАКАНЯН, руководители образовательных программ, профильных кафедр и делегаты Форума.

Перед началом церемонии объявили, что в вузе приоритетным направлением стала профессионально-общественная аккредитация образовательных программ, которую проводит Калининградская торгово-промышленная палата.

Важно сблизить кафедры и предприятия

Президент палаты Феликс ЛАПИН подчеркнул важность работы университета, который в этом году отмечает 95-летие с момента создания (создан в 1930 году в Москве, в Калининграде находится с 1958 года).

«Я очень рад, что уже традиционно морской форум проводится именно здесь, где можно обсуждать любые направления развития, от биотехнологий до судостроения, – заявил Феликс ЛАПИН и немного рассказал о процедуре профессионально-общественной аккредитации. – Мы располагаем штатом экспертов, которые знают технологию образовательного процесса. Однако мы не всегда можем точно оценить, насколько хорошо выпускники усвоили навыки, востребованные на рынке труда.

Поэтому на каждую образовательную программу мы создаем свой аккредитационный совет, в который входят представители предприятий. Приятно слышать очень хорошие отзывы о качестве образования выпускников, как инженеров, так и управленцев, заканчивающих бакалавриат и магистратуру по программе «Экономика».

Конечно, были замечания, предложения по закреплению навыков ребят. Но это только сблизает кафедры и предприятия, заинтересованные в ка-

драх. Очень важно, что темы магистерских диссертаций определяются по заявкам работодателей. Необходимость технического суверенитета стала не лозунгом, это стратегия нашего выживания.

Мне очень приятно и радостно, что на наших верхах закладываются современные рыболовческие суда, в университете разрабатываются новые технологии разведения и переработки рыбы, лова, радостно смотреть на ребят, которые трепетно относятся к своим кафедрам».

Программа Форума включала в себя 12 конференций по приоритетным направлениям развития морской отрасли с участием российских и зарубежных ученых, исследователей и экспертов, представителей ведущих российских и европейских вузов, научных институтов, органов власти и бизнеса, а также молодых ученых, аспирантов и магистрантов.

В 2024 году Калининградская ТПП провела профессионально-общественную аккредитацию 21 программы среднего и высшего образования. В настоящее время идет работа над аккредитацией 18 программ.

○

Поздравляем выпускников программы
«Специалист в сфере бизнес-обучения».

Дипломы для бизнес-тренеров



24 сентября состоялось торжественное вручение дипломов выпускникам программы профессиональной переподготовки «Специалист в сфере бизнес-обучения (бизнес-тренер)».

Одиннадцать слушателей успешно завершили обучение, получив не только теоретические знания, но и практические навыки, необходимые для эффективной работы с корпоративными и частными клиентами. Полученный ими документ об образовании дает право ведения профессиональной деятельности в сфере бизнес-обучения.

Профессия бизнес-тренера сегодня приобретает все большую популярность и признание на рынке труда. Специалисты в этой области востребованы в различных отраслях, так как

именно они помогают компаниям повышать квалификацию сотрудников, развивать лидерские качества и улучшать корпоративную культуру. Эксперты отмечают, что бизнес-тренеры обладают значительным потенциалом для стабильного и высокого заработка.

Курс длительностью 252 ч. включал не только проработку навыков коучинга, развитие эмоционального интеллекта, но и серьезную подготовку по правовым вопросам.

Организовали обучение АНО ДПО «Институт предпринимательства и торговли» Калининградской ТПП и Ассоциация «HR –партнер». ○



Олег ДАНОВСКИЙ,
директор института
предпринимательства и торговли
Калининградской ТПП:

– Обучение на бизнес-тренера открывает широкие карьерные возможности и гарантирует достойный доход. Уверен, что новая профессия позволит нашим выпускникам реализовать свои планы и добиться финансовой независимости.

Такая профессиональная переподготовка – надежный фундамент для успешной и прибыльной карьеры. Наш курс помогает развить коммуникативные навыки, поставить голос, научиться понимать себя и других людей, доносить до них свою мысль.



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

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

КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка



Уютная осень Вместе с КонсультантПлюс



РЕКЛАМА



8 (4012) 777-155

ric_044@inok.ru

inok.ru



Когда речь заходит об искусственном интеллекте, многие руководители делятся на два лагеря.

Искусственный интеллект и бизнес: пора действовать



Олег МАТУКЕВИЧ,
генеральный директор
ЦИОБ «Инок»

Для меня он перестал быть теоретическим, когда я столкнулся с личной историей. Несколько лет назад мой отец потерялся из-за когнитивных проблем. Его вернули домой случайные прохожие. Так появилась идея проекта «Помогите мне вернуться домой» – нашивки с кодом и горячей линией, которые помогают вернуть человека в семью.

Сегодня проект работает, но мы видим пределы «ручных» процессов. Поэтому следующая цель – внедрение ИИ.

Как мы планируем использовать ИИ

- **Чат-боты и голосовые ассистенты** будут круглосуточно отвечать на вопросы родственников и волонтеров.
- **Алгоритмы прогнозирования** помогут поисковым отрядам быстрее находить людей, анализируя маршруты и поведение.
- **ИИ-консультанты** станут обучать новых координаторов и сотрудников, экономя десятки часов на ввод в курс дела.
- **Аналитика на базе ИИ** позволит систематизировать опыт из разных регионов и масштабировать проект.

Мы понимаем: без этих технологий проект нельзя будет развивать вширь – а именно это наша цель.

Почему это важно не только для НКО, но и для бизнеса

Любой бизнес сегодня стоит перед тем же выбором. Можно работать «по-старому», а можно внедрять ИИ, чтобы:

- ускорять процессы,
- снижать издержки,
- создавать новые сервисы и продукты.

Вопрос «внедрять или нет» звучит так же странно, как десять лет назад звучал бы вопрос «нужен ли нам интернет».

Барьеры и что мы учитываем

Мы реалисты. Внедрение ИИ потребует:

- бюджета на пилоты;
- обучения сотрудников;
- внимания к юридическим вопросам (персональные данные и конфиденциальность);
- работы с сопротивлением («машина заменит человека»).

Но мы рассматриваем это не как препятствие, а как инвестицию в устойчивость проекта.



Внедрение ИИ – не абстрактная стратегия, а вполне конкретный шаг. Он сделает наш проект сильнее, а работу – эффективнее

Как мы видим результат

Мы ожидаем от ИИ не только снижения затрат и ускорения процессов, но и новое качество работы:

- быстрее находить людей;
- снимать тревогу у семей;
- создавать стандарты, которые могут масштабироваться по стране.

Для бизнеса эти же принципы означают: конкурентное преимущество, новые продукты, устойчивое развитие. ○

Главное

Для меня внедрение ИИ – не абстрактная стратегия, а вполне конкретный шаг. Он сделает наш проект сильнее, а работу – эффективнее. Мы планируем использовать ИИ не ради моды, а ради того, чтобы решать реальные задачи: помогать семьям, защищать людей, давать бизнесу новые возможности.

Можно ли остаться в стороне? Да, формально можно. Но тогда придётся честно признать: вы сознательно соглашаетесь на отставание.

Мы – нет. Мы планируем внедрить ИИ и сделать его частью будущего.



Практические инструменты и сервисы для эффективности МСБ обсуждались на конференции, организованной издательским домом «Коммерсантъ».

Медиаландшафт трансформируется каждые 2 года



Галина ТРЕТЬЯКОВА,
зам. генерального директора
ЦИОБ «ИНОК»

Эксперты и представители различных отраслей бизнеса собрались на конференции «Финансы и технологии: актуальные решения для малого и среднего бизнеса». Наш представитель также участвовал в этом мероприятии.

Кредитный портфель не растет

О финансах: по словам генерального директора аналитического агентства «БизнесДром» Павла САМИЕВА, корпоративное кредитование в первом полугодии росло, но сегмент малого и среднего бизнеса (МСБ) показывал отрицательную динамику по объемам выдач и стагнацию кредитного портфеля. Основные причины – снижение спроса и высокая стоимость кредитов. Осенью ситуация может улучшиться благодаря снижению ставок.

В структуре кредитного портфеля МСБ лидирует строительный сектор и смежные отрасли, но их доля сокращается. В ежемесячных выдачах лидирует торговля, так как растет доля коротких оборотных кредитов, менее чувствительных к высоким ставкам. Доля кредитов с плавающей ставкой достигла исторического максимума – 60%.

При этом объем и доля льготного кредитования сокращаются из-за бюджетных ограничений и позиции Центрального банка, который считает, что субсидирование ставок может стимулировать выдачу кредитов некачественным заемщикам и ухудшать качество портфеля.

Альтернативные источники финансирования

Директор Центра банковского консалтинга и прикладных исследований Финансового университета при правительстве РФ Наталья ВОЕВОДИНА отметила, что МСП играют ключевую роль в экономике, обеспечивая более половины занятости и свыше 40% ВВП, однако сталкиваются с устойчивым ом финансирования, оцениваемым почти в 20% ВВП.



Традиционные банковские кредиты на ранних стадиях развития бизнеса зачастую недоступны, и в этот момент ключевую роль начинают играть альтернативные источники финансирования. Среди них значимый потенциал имеет краудфандинг (включая краудлендинг, краудинвестинг и краудревординг), который позволяет проверять гипотезы и привлекать средства там, где недоступны стандартные кредиты или меры господдержки, сфокусированные на долге.

Вообще венчурный капитал играет решающую роль на этих ранних этапах, но он в России крайне невелик (0,02% от ВВП МСП), что подчеркивает необходимость популяризации и развития альтернативных механизмов финансирования для поддержки инновационного потенциала малого бизнеса.

Факторинг

Член правления Ассоциации факторинговых компаний России (АФК) Виктор ВЕРНОВ подчеркивает возрастающую значимость факторинга для малого и среднего бизнеса как эффективно-го механизма преобразования дебиторской задолженности в ликвидные средства и решения проблем оборотного капитала.

Рынок факторинга демонстрирует устойчивый рост – в среднем на 30–40% ежегодно за последние годы, а около 3/4 клиентов факторинговых компаний уже относятся к малому и среднему бизнесу. Ключевыми драйверами роста являются цифровизация и появление цифрового следа (данные с маркетплейсов, онлайн-продаж и сделок), а также адаптивность МСБ к условиям высокой ставки и снижения спроса.

Факторинг становится доступнее и выгоднее для компаний в оптовой торговле, дистрибуции, добывающей отрасли и производстве, особенно в Москве, ЦФО и Приволжье, с растущей активностью в Уральском и Сибирском округах. Несмотря на то, что в портфельном объеме доля МСБ пока невелика (около 7%), именно малый бизнес демонстрирует наибольшую оборачиваемость и динамику в использовании этого инструмента.

Практические инструменты и сервисы для эффективности МСБ активно обсуждались на конференции. Участники проанализировали и динамику рекламного рынка.

В структуре кредитного портфеля МСБ лидирует строительный сектор и смежные отрасли, но их доля сокращается

Радио – масштабная медиаплатформа

Генеральный директор «ГПМ Радио» Вадим ТЕРЕЩУК рассказал об актуальной роли радио как инструмента для построения бренда и продвижения МСБ. Радио сегодня – это не только FM-эфир, но и масштабная медиаплатформа, включающая подкасты, блоги, соцсети, сайты, мобильные приложения и стриминг, суммарно охватывающие десятки миллионов слушателей.

Радио эффективно работает на верхнем уровне воронки продаж, обеспечивая охват и узнаваемость. При этом для малого бизнеса важны не только классические рекламные размещения, но и специальные проекты. Для анализа и визуализации целевых аудиторий все активнее применяются возможности ИИ.

Indoor-реклама

Генеральный директор Sunlight Indoor Алексей ОМЕЛЬЧЕНКО представил преимущества indoor-рекламы для МСБ. По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), в 2024 году доля indoor-рекламы в общих затратах на наружную рекламу составила 3,3%, при этом рынок вырос на 33% по сравнению с 2023 годом.

Indoor-реклама в торгово-развлекательных центрах обеспечивает прямой контакт с аудиторией, рост трафика и выделение бренда среди конкурентов. Благодаря онлайн-закупке по показам она отличается гибкостью и доступной стоимостью.

Эффективность зависит от точки размещения: фасад/вход стимулирует покупки (58%), зал – взаимодействие с промо- и QR-кодами (31% и 19%), парковка – переходы на сайты (32%).

Sunlight Indoor дистрибутирует экраны через DSP/SSP-платформы, позволяя рекламодателям самостоятельно запускать кампании в ТЦ всего в четыре шага: регистрация, настройка параметров, выбор адресной программы и загрузка макетов.

Структура современного медиарынка

Нетривиальные стратегические подходы в работе с традиционными медиа показал в своём выступлении Директор по работе с клиентами SkyAlliance Никита КОМАРОВ.

Актуальное распределение инвестиций демонстрирует явное доминирование цифровых каналов: диджитал занимает 69% рынка, телевидение – 21%, наружная реклама (ООН) – 8%, аудио-реклама – 2%, печатные издания – менее 1%.

Медиаландшафт характеризуется динамичными трансформациями с периодичностью в два года: 2020 год ознаменовался стремительным развитием ритейл-медиа, 2022-й – превращением Telegram в доминирующий новостной канал, а 2024 год принес значительный рост сегмента наружной рекламы.

Вызовы для МСБ на традиционных площадках

Национальное телевидение остается прерогативой крупнейших игроков рынка – 55% совокупной доли голоса (SOV) приходится на топ-20 брендов. При этом в эфире преобладают услуги, а не товарные категории. Экосистемные компании уже контролируют 61% медиарынка.



Аналогичная концентрация наблюдается и в сегменте наружной рекламы, где за последний год фокус также сместился в сторону крупных рекламодателей, что существенно сужает возможности для маневра представителей МСБ.

Возможное решение: ко-промо-кампании

В условиях растущей концентрации рынка перспективным решением для малого и среднего бизнеса становится реализация совместных промоакций с ведущими рекламодателями.

МСБ получают оптимальные ценовые условия размещения и ускоряют рост собственных брендовых метрик. Для крупных рекламодателей это возможность продемонстрировать возможности собственных экосистем и усилить позиционирование как платформы для развития партнеров. Аудитория ценит привлекательные предложения, возникающие благодаря синергии участников кампании.

Ко-промо-кампании обладают значительным потенциалом для трансформации в новый тренд медиарынка в ближайшей перспективе, предоставляя эффективный инструмент для преодоления барьеров входа на традиционные медиаплощадки представителями МСБ.

Новое поколение наружной рекламы

Генеральный директор omni360.io Глеб НИКИТИН представил концепцию Programmatic DOOH 2.0 – нового поколения наружной рекламы. Рынок DOOH в России вырос на 112% за год, цифровой сегмент занимает 70% в ООН, а страна входит в топ мировых лидеров по доле рекламы на цифровых конструкциях в наружке.

Omni360 как DSP-платформа объединяет более 16 тыс. поверхностей от 100+ операторов и позволяет автоматизировать закупку рекламы по всей России в едином окне. Использование данных от «Яндекса», VK, 2ГИС, «Билайна» и других источников, а также применение умного таргетинга по времени, месту, соцдем-параметрам, погоде или пробкам дает гибкое и контекстное размещение, повышает эффективность и снижает затраты.

Среди кейсов – совместный проект с ИД «Коммерсантъ», RGB, Sunlight Outdoor и Indoor и креативного агентства ITSALIVE, где креативы запускаются в зависимости от погодных условий. Главное преимущество pDOOH – быстрый запуск, расширение целевого охвата и повышение коэф-эффективности маркетинга.

Принципы эффективной рекламы

Медиаменеджер и директор изданий «Лайфхакер» и «Горящая изба» Алексей ПОНОМАРЬ рассказал о принципах эффективной рекламы в условиях 2025 года, когда медиаинфляция достигает 25–30%, а бюджеты не растут.

Современные медиа предлагают не просто размещения, а комплексные решения: возможность ассоциироваться с сильным брендом, доступ к лояльной аудитории, экспертный креатив и долгосрочный эффект – материалы продолжают приносить трафик даже спустя годы.

Реклама решает четыре основные задачи: узнаваемость (баннеры, спецпроекты с конверсией до 11%), формирование имиджа (экспертные статьи с вовлеченностью 71%), прямые продажи (обзоры с конверсией 25%) и привлечение трафика.

Критически важным становится тщательное заполнение брифа, выбор формата на основе экспертизы редакции, согласование KPI и активное вовлечение в процесс. Важно доверять медиапрофессионалам, но контролировать процесс на каждом этапе – только так можно избежать разочарования и добиться wow-эффекта в условиях ограниченного бюджета.

Telegram эффективен

Генеральный директор Telega.in Владимир МОСИН подчеркнул, что Telegram стал одной из самых эффективных площадок для продвижения МСБ: компании активно перераспределяют бюджеты из альтернативных каналов благодаря высокой концентрации целевой аудитории на площадке и эффективности запусков нативных размещений.

Telegram в 2025 году входит в топ-5 наиболее охватных интернет-ресурсов в России (Mediascope): по данным исследований, более 55% россиян



пользуются Telegram ежедневно, а затраты на продвижение в блогерских каналах в первом полугодии 2025 года достигли 6,7 млрд руб. (+54% по сравнению с прошлым годом, РКН).

Нативная реклама в мессенджере органично встраивается в контент и часто воспринимается как личная рекомендация владельца канала, что обеспечивает высокий отклик и доверие. При этом конкуренция пока невысока, а запуск кампании через Telega.in занимает всего несколько минут.

Сервис с помощью ИИ подбирает каналы (на площадке Telega.in представлено свыше 23 тыс. Telegram-каналов), автоматизирует размещение и позволяет запускать эффективные массовые размещения в каналах, снижая CPV в 3–5 раз и увеличивая охват в несколько раз при том же бюджете. ○

Главное

Сегодня российский МСБ активно осваивает цифровые инструменты, которые помогают оптимизировать процессы, повышать эффективность и конкурентоспособность. Немаловажную роль для поддержки критически важных отраслей играет государство.

Также растут и развиваются и цифровые инструменты для бизнеса, которые позволяют смягчить удар, оптимизировать процессы, высвободить ресурсы, при условии, что эти инструменты не являются дорогостоящими. Крупные финансовые и технологические компании предлагают различные продукты и сервисы для сегмента МСБ.

В марте 2026 года вступит в силу закон о защите русского языка, который ограничит использование заимствованных слов для бизнеса.

Теперь не «sale», а «распродажа»



Сегодня разберем, как нововведения отразятся на бизнесе, что изменится и какие санкции будут грозить за нарушение буквы закона.

Основные положения нового законопроекта

Обсуждать ряд поправок в закон о государственном языке начали еще в 2023 году. Тогда президент подписал первый пул изменений, в числе которых были:

- подтверждение статуса государственного языка за русским;
- введение положений нормативов в словарях;
- недопущение использования слов и выражений, не отвечающих современным нормам;

- закрепление сфер, где использование русского языка обязательно.

В мае 2025 году в Госдума приняла еще ряд поправок в закон, согласно которым вся текстовая информация для публичного пространства (вывески, указатели, рекламные материалы, товарные карточки, баннеры) должны быть исключительно на русском языке.

Законопроект предусматривает:

1 Обязательное использование государственного языка при доведении информации о товарах, их описании и характеристиках до публичных пользователей.

2 Запрет использования иностранных слов при оформлении вывесок, витрин, и рекламы при наличии аналогов в русском языке. Например, вместо «ореп» употреблять «открыто».

3 Требование использовать кириллицу вместо латиницы в наименовании товаров и названиях жилых комплексов.

4 Вся рекламная информация об акциях, скидках и распродажах должна быть оформлена исключительно на русском языке

Если обобщить, то с марта 2026 года предприниматели не должны использовать англицизмы в бизнесе без веских оснований, например, в случае регистрации товарного знака.

Какие последствия для бизнеса ожидать?

Рассмотрим, чем обернутся для брендов инициативы авторов закона:

1. Бренды называем только по-русски.

И не только бренды. Закон предписывает использовать государственный язык в коммерческих обозначениях. Исключение только для фирменного наименования в составе коммерческого

обозначения. Теперь все вывески, логотипы и другие виды маркетинговых инструментов должны быть только на русском языке.

Но небольшая лазейка все-таки есть. В отечественной судебной практике для признания обозначения коммерческим необходимо наличие недвижимого имущества (аренда или собственность). У большинства интернет-площадок, как правило, никакой собственности нет. Это не защищает от судебных разбирательств, но повышает вероятность признания названия на главной странице сайта некоммерческим обозначением.

И тут возникает вопрос: что делать с товарным знаком? Как гласит Гражданский кодекс РФ, коммерческое обозначение и товарный знак — два разных инструмента индивидуализации.

Следовательно, если продавец зарегистрировал название на иностранном языке в качестве товарного знака и затем оформил вывеску своего магазина в соответствии с товарным знаком, то это не приравнивается к коммерческому обозначению. Напомним, что к регистрации в качестве товарного знака допускаются слова на английском, французском, немецком и многих других языках.

2. Вывески и реклама по-новому.

Иностранные слова придется заменять не только в названиях, но в любом визуальном оформлении. А это значит, что для бизнеса во всех сферах грядут большие перемены:

- IT-сфера. Судя по всему, нас ждет «Вай-Фай» вместо привычного «Wi-Fi». А также изменения в названиях других технологий, например, IP-телефония и HD-видео.
- Рестораны и кафе. Названия блюд и напитков тоже ждут перемены. Пока установленного словаря для определения какое слово отнести к русскому, а какое к иностранному нет, поэтому не до конца понятно, как быть владельцам.
- Онлайн-торговля. Тут нас ждет не «селлер», а «продавец». Та же участь ожидает других заимствованных слов: «дропшипинг», «маркетплейс» и «лид».

Глобально это приведет к необходимости полностью пересматривать маркетинговые стратегии, где уже давно прижились англоязычные слога-

В мае 2025 году принят закон, согласно которому вся текстовая информация для публичного пространства должны быть на русском языке

ны. А в некоторых случаях может потребоваться и ребрендинг.

3. Штрафы за нарушение.

Пока санкции за нарушение закона неизвестны. Предпринимателям необходимо следить не только за требованиями, но и за изменениями закона. Видимо, придется тратить больше денег на юристов.

4. Исключения.

На данный момент закон весьма суров и бескомпромиссен. Также нет ясности касательно возможного переходного периода и исключений. Например, как быть междугородным брендам на отечественном рынке: будет ли у них право сохранить оригинальные названия. ○

Источник: insales.ru

Главное

**ЧТО ДЕЛАТЬ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ,
РАБОТАЮЩИМ ПОД
ИНОЯЗЫЧНЫМИ БРЕНДАМИ?**

Тем, кто уже зарегистрировал или находится в процессе регистрации в Роспатенте опасаться нечего. Если же вы только планируете пройти процедуру регистрации, то необходимо выбрать название на русском языке.

В случае, когда регистрация в Роспатенте невозможна или нецелесообразна, необходимо выбрать новое имя бреда, соответствующее всем требованиям закона.

**ЗАПРЕТИТ ЛИ РОСПАТЕНТ
РЕГИСТРИРОВАТЬ ТОВАРНЫЕ
ЗНАКИ НА ЛАТИНИЦЕ?**

В обозримом будущем это вряд ли возможно. Хотя исключать вероятность поступления таких поправок нельзя. Но на данный момент такие ограничения будут вредить государственному бюджету.

Дело в том, что значительная часть поступлений от пошлин приходится на владельцев бизнеса, чьи товарные знаки инос язычные или принадлежат иностранным заявителям.

**МОЖНО ЛИ БУДЕТ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИНОСТРАННЫЕ
СЛОВА?**

Использование иностранных слов теперь будет допустимо только при наличии полноценного перевода, который необходимо писать рядом с иностранным словом тем же шрифтом.

В случае использования аббревиатур на латинице нужно разместить рядом эквивалент кириллицей.

В Налоговом кодексе РФ есть правило, которое позволяет налоговым инспекторам вызвать представителя компании или индивидуального предпринимателя для получения разъяснений.

Вызов в налоговую: для дачи пояснений или на комиссию?

Стремительное развитие технологий, высокая конкуренция и непредсказуемость трендов требуют от профессионалов не только гибкости, но и глубокого понимания аудитории и рынка.

Эта норма заменила устаревшие налоговые комиссии, сохранив их главную цель – заставить заплатить налог или подать уточненную декларацию. Игнорирование вызова может привести к штрафу, но права налоговиков тоже ограничены.

Налоговая инспекция может вызвать налогоплательщика или налогового агента для разъяснений. Это возможно как в рамках проверок, так и вне их, по письменному уведомлению.

Инспекторам запрещено вызывать налогоплательщиков для дачи пояснений с целью:

- истребования документов;
- представления уточненных налоговых деклараций и расчетов;
- участия в комиссиях по легализации налоговой базы.

Такие уведомления незаконны, и, по данным ФНС, их можно игнорировать. Если налоговики попытаются оштрафовать за это, решение легко оспорить. Хотя комиссии формально отменены, их функции выполняют уведомления о вызове для пояснений.

Бухгалтеры на форумах делятся опытом общения с инспекторами. Появилось новое основание для вызова – экономическая беседа, которая может закончиться требованием представить уточненную декларацию. При этом вызов предполагает только разъяснения и анализ рисков. Окончательную оценку должен дать налогоплательщик, а не инспектор.

Также организации могут вызвать на заседания рабочих групп, совещания или комиссии по анализу финансово-хозяйственной деятельности.

Причем сейчас инспекторы предпочитают работать не с группой приглашенных лиц, а с каждым индивидуально.

Иногда налоговую проверку провести невозможно. Например, нет оснований или прошли сроки. Тогда вызов для дачи пояснений – единственный способ получить нужную информацию и убедить подать уточненную декларацию.

Если уведомление о вызове в ИФНС многостраничное, с формулами и расчетами, цель ясна: впечатлить и заставить вашу организацию сдать уточненную декларацию. По сути, это черновой акт потенциальной налоговой проверки. ○

Статья впервые опубликована в журнале «Главная книга» N 18, 2025

Главное

Бояться или нет – решать вам. Внимательно изучите все эти данные, чтобы понимать, как отвечать и были ли у вас действительно серьезные ошибки в расчетах налогов.

По результатам дачи пояснений должен быть оформлен протокол. В него войдут указания и претензии, предъявляемые организацией. Но на основании этого протокола нельзя привлечь ее к ответственности или обязать что-то сделать. Он нужен вам только для понимания того, есть ли у налоговых инспекторов еще какие-то претензии к вам и, следовательно, ожидать ли каких-то более серьезных последствий, например, проведения выездной проверки в ближайшее время.

Игнорировать вызов в ИФНС опасно. За неявку должностному лицу компании или ИП грозит штраф от 2 000 до 4 000 рублей или предупреждение. Причем штраф применим именно за неявку в налоговый орган, а не за отказ дать пояснения.

Право вызова организации или ИП для дачи пояснений сформулировано достаточно широко. В итоге инспекторы получили возможность вызвать вас к себе при наличии у них малейших сомнений относительно вашей добросовестности. Но за вами остается право давать только те пояснения, которые вы считаете необходимыми.



Время побеждать!

Подробности конкурса
на сайте **inok.ru**



Реклама



Сканируй
и регистрируйся
на сайте
inok.ru



С сентября Центробанк ввел новые правила для снятия наличных.

Запрет на снятие наличных в банкоматах: новые правила



Центробанк ужесточил борьбу с мошенниками, добавив новые признаки подозрительных операций при снятии наличных в банкоматах. Эти изменения затронут всех владельцев банковских карт.

Что изменилось?

Центробанк разработал 9 критериев, которые банки должны учитывать при выдаче наличных. Эти признаки помогут выявить подозрительные операции и предотвратить мошенничество.

1 НЕТИПИЧНАЯ ОПЕРАЦИЯ: если сумма, часто-та, время или место снятия наличных не соответствуют обычным действиям клиента, банк может заблокировать операцию. Например, снятие крупной суммы в другом городе может показаться подозрительным.

Насколько рьяно будут отслеживать этот признак банки - покажет практика. Ведь если подходить формально, то любое снятие наличных на отдыхе в другом городе можно запросто расценить как нетипичную операцию. Вряд ли Центробанк имел в виду это.

2 ЗАДЕРЖКА ОТВЕТА: если клиент слишком долго отвечает на запрос банкомата, например, при вводе кода подтверждения, это может вызвать подозрения.

Сроки ответа устанавливает платежная система - в частности, для ввода кода подтверждения операции

3 НЕОБЫЧНЫЕ СПОСОБЫ ЗАПРОСА: если клиент использует сторонние сервисы или QR-код для снятия наличных впервые, это может быть расценено как подозрительная активность.

4 ОПЕРАЦИИ ПОСЛЕ ПОЛУЧЕНИЯ КРЕДИТА: если клиент снимает наличные сразу после получения кредита, займа или увеличения кредитного лимита, это может вызвать сомнения. То же самое касается снятия денег с кредитной карты после увеличения лимита.

Также насторожат:

- поступления более 200 тыс. руб. на банковский счет (вклад) физлица по СБП с банковского счета (вклада) того же физлица в другом банке;
- досрочное закрытие банковского вклада на сумму более 200 тыс. руб. по требованию вкладчика.

Если вы взяли кредит и хотите снять наличные в тот же день, банк может счесть это подозрительным. То же самое может произойти, если вы решите снять деньги с карты, по которой новый кредитный лимит установили менее суток назад.

Другая ситуация: вы закрыли вклад в одном банке, хотите снять наличные без процентов, но ваш лимит по банковской карте это не позволяет (к примеру, будет комиссия или просто нельзя снять деньги). Часто в этом случае переводят часть своих денег на карту другого банка и сразу пытаются снять.

Если сумма более 200 тыс. руб., то так сделать не получится. Как вы уже поняли, это будет подпадать под новый, четвертый, мошеннический признак из списка ЦБ. Учитывайте это: либо снимайте деньги через кассу банка, либо дайте деньгам отлежаться на новом месте более 24 часов.

5 РИСКИ В ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЕ: если в системе есть информация о рисках, связанных с операциями клиента, банк может отказать в выдаче наличных.

6 ИНФОРМАЦИЯ ОТ ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ: если операторы связи фиксируют нетипичные звонки или сообщения, это может быть сигналом для банка. Например, если клиент получает больше обычных СМС, это может вызвать вопросы.

Также насторожат:

- нетипичные для абонента переговоры по мобильному телефону (привязанному к банковскому счету): не та периодичность, продолжительность. Это может быть выявлено до или во время запроса на выдачу наличных денег. К примеру, если злоумышленники атакуют жертву по телефону, вводя в заблуждение;
- нетипичное получение сообщений, в том числе в мессенджерах и/или по электронной почте. Это могут быть и обычные СМС: к примеру, их стало больше, в том числе от госуслуг, либо от кредитных организаций, либо с новых абонентских номеров или от новых адресатов.

7 ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ: если у банка есть информация о вредоносном ПО на устройствах клиента, с которых направляется запрос о выдаче наличных, или о нетипичных параметрах в дистанционном банковском обслуживании, это может стать причиной отказа.

Также насторожат:

- нетипичные для клиента параметры или события в сессии дистанционного банковского обслуживания: провайдер связи, операционная система, приложение пользователя и т. д.;
- смена абонентского номера мобильного телефона в личном банковском кабинете или в личном кабинете физлица на госуслугах;
- изменение идентификационного модуля устройства клиента (к примеру, его смартфона) и/или параметров устройства, через который направляется запрос на выдачу наличных.

8 ЧАСТЫЕ ОТКАЗЫ: если клиент получает минимум 5 отказов в выдаче наличных за день, это может вызвать подозрения. Это может означать, что клиент не знает данные карты или «забыл» о них.

9 ИНФОРМАЦИЯ ИЗ ГОССИСТЕМЫ: с марта 2026 года банки будут проверять данные клиентов в государственной системе противодействия правонарушениям в сфере информационных технологий.

Что делать, если банк заблокировал операцию?

Если банк ограничил выдачу наличных из-за подозрительных признаков, клиент может снять не более 50 тысяч рублей в сутки в течение 48 часов. Банк обязан сообщить клиенту причину блокировки. ○

Статья впервые опубликована в журнале «Главная книга» N 18, 2025

Главное

Не забывайте, что это далеко не все «мошеннические» или подозрительные признаки. Есть и базовые правила для блокировки банками сомнительных операций.

Надеемся, что с новыми правилами станет меньше случаев мошенничеств и меньше пострадавших людей. И в то же время хотелось бы, чтобы новые правила не помешали собственникам банковских карт снимать наличные в рядовых ситуациях.

Планируйте снятие наличных заранее, чтобы избежать лишних проблем. В некоторых случаях снятие денег в кассе банка может быть более удобным и безопасным вариантом.

В современном мире интернет-присутствие стало неотъемлемой частью любого бизнеса. Однако стремление к быстрому успеху иногда толкает на использование сомнительных методов продвижения.

Черные методы раскрутки: последствия для сайта и репутации



Черные методы раскрутки – это комплекс приемов, направленных на повышение видимости сайта в поисковых системах любыми способами, даже в ущерб качеству и репутации. Сегодня рассмотрим, что представляют собой такие методы, какие последствия они могут иметь для сайта и бизнеса в целом.

Черные методы продвижения – все те способы раскрутки, только основанные на обмане. Можно обмануть поисковые системы и незаконно вывести сайт в топ. Можно обмануть своих клиентов и дать им неверные сведения о товаре. Можно, наконец, объявить войну конкурентам и потопить их продукцию. Все это можно. Но стоит ли?

Еще несколько лет назад эти методы активно применялись для продвижения сайтов. Однако наука не стоит на месте: поисковые алгоритмы научились распозна-

вать черных оптимизаторов и снижать рейтинг подозрительных сайтов. Клиенты стали более осторожными и не верят каждому слову продавца. Конкуренты тоже не дремлют и готовы дать отпор в ответ на любые действия.

Мы переходим к цивилизованным методам продаж, и сомнительные приемы постепенно уходят в прошлое. Но все же стоит проверить себя: не применяете ли вы их для развития своей компании? Если да, лучше прекратить сотрудничество с теми, кто их вам порекомендовал.

1. Недостоверная информация

Не имеет значения, что вы продаете – китайские смартфоны, польскую косметику или российское нижнее белье. При раскрутке любого товара можно приукрасить или даже солгать. Возьмем наш любимый «Алиэкспресс» и рассмотрим картинки из серии «ожидание-реальность». Слева – великолепное платье, которое идеально сидит на модели. Справа – на первый взгляд такое же платье, но при внимательном рассмотрении становится заметно, что ткань дешевле, покроя другой, да и вообще это какая-то тряпка, а не вещь.

Это явный обман. В карточке товара вы пишете «100% хлопок», а на самом деле – обычная синтетика? Это тоже обман. Вы утверждаете, что изделия сделаны в США, а на этикетке написано Made in USA? И это обман. Все эти «вечные» зарядки, «неломаящиеся» игрушки, кремы, которые чудесным образом избавляют от старения, – ложь.

Возможно, вы найдете невнимательных покупателей, которые эти товары купят. Один раз. Потом к вам уже не придут – и это в лучшем случае. В худшем – забросят претензиями и затаскают по судам, и прощай, репутация.

2. Манипулирование сознанием клиента

Часто в текстах используют такой прием. Что проще: постепенно привлекать клиента к своему продукту, завоевывая его доверие, как Лис Маленького Принца, или просто играть на человеческих слабостях, запугивая возможными последствиями и обещая несбыточные надежды?

При раскрутке любого товара можно приукрасить или даже солгать. Один раз. Потом к вам уже не придут – и это в лучшем случае

Допустим, вы продаете косметику: кремы для лица, маски, сыворотки и так далее. Какие человеческие слабости своей аудитории вы можете использовать? Верно, страх перед старостью. Если вы продаете молодежные и подростковые товары, подойдут другие аргументы: «ты же не лох», «будь в тренде» и так далее.

В более мягкой форме этот прием называется работой с возражениями. Автор предвидит, какие сомнения могут возникнуть у клиента («крем от морщин слишком дорогой», «лучше купить более дешевый аналог» и так далее), и умело отвечает на них в тексте. Например: «в борьбе с возрастом все средства хороши», «неужели вы не можете позволить себе потратить пару тысяч рублей на себя?», «отечественные кремы – ерунда, а наш продукт – настоящий шик» и так далее.

Да, это не очень честно, но такие манипуляции не идут ни в какое сравнение с откровенной ложью. Например, бесчисленные БАДы, которые обещают вылечить любые болезни без оперативного вмешательства. Да что там – даже без врачей, с помощью одних лишь добавок. И больше, больше напора и агрессии – чтобы клиент не успел опомниться и немедленно сделал покупку! Такие горе-рекламщики не гнушаются ничем, лишь бы продать свой товар. И вот это уже бесчестно.

3. Использование чужого контента

Вот кажется, даже говорить об этом глупо, детский сад какой-то: «Не бери чужой контент, брось бяку!» И тем не менее многие заказчики не заморачиваются и берут чужие тексты, даже не удосуживаясь что-то в них поменять. Хорошо хоть, с этим научились бороться. Не только поисковики, но и соцсети запускают алгоритмы поиска неоригинального контента: «ВКонтакте» выпустил «Немезиду», которая защищает авторов и карает воришек.

Более щадящий вариант – использование чужого контента и переписывание его другими словами. Грубо говоря, рерайт. Это не преступление, не черный метод продвижения – если такой текст будет уникальным, он не попадет под фильтр и займет свое место на вашем сайте. Но с другой стороны – он пополнит плеяду совершенно одинаковых, бездарных текстов, которые коучут с сайта на сайт, с главной страницы на главную.

По сути, это один и тот же набор стандартных фраз: «ни для кого не секрет», «грамотные специалисты», «динамично развивающаяся компания». По самому большому счету, это – шлак. Уважающий себя предприниматель найдет хорошего автора, который изучит историю компании и все преимущества вашего бизнеса, одобрит это порцией мягкого юмора или креатива и напишет красивый, профессиональный, качественный текст.

4. Покупка отзывов

Мы все понимаем, что многие отзывы на сайтах и в соцсетях – липовые. На лендингах появляются подробные отзывы с реальными фотографиями людей, а на форумах и в сообществах – восторженные отклики от якобы «клиентов». Эти отзывы стоят недорого, но вызывают доверие.

Поддельные отзывы пишут копирайтеры или сами сотрудники компаний. Они стараются сделать их максимально правдоподобными: используют разные стили речи, добавляют смайлы и орфографические ошибки. Стараются, чтобы фальшивые отзывы были не сплошь хвалебными – так могут и не поверить.

Узнали себя! Не беда, это легко исправить. Установите форму обратной связи на сайте, дайте возможность оставлять комментарии в соцсетях или блоге, отслеживайте упоминания своей компании в интернете и публикуйте отзывы на сайте.

Спрашивайте клиентов самостоятельно: проведите опрос, обзвоните или сделайте email-рассылку. Обязательно отвечайте на отзывы, даже если вас ругают. Так вы приобретете репутацию адекватной и неравнодушной компании, которая борется за улучшение своего имиджа.

5. Покупка ссылок

Раньше покупка ссылок была легальным способом продвижения сайтов. Оптимизаторы покупали ссылки на биржах и размещали их на продаваемых сайтах. Также использовались ссылки с искусственными переходами или скрытые ссылки в шаблонах CMS.

Поисковые системы долго боролись с этой практикой и разработали алгоритмы для ее пресечения. Яндекс представил «Минусинск», а Google – «Пингвин». Эти инструменты находят сайты, активно покупающие ссылки, и снижают их позиции в поисковой выдаче.

Сейчас покупка ссылок перестала быть массовым явлением, но появился другой вариант их использования: теперь ссылки покупают, чтобы навредить конкурентам. Ведь именно их сайт попадет под санкции из-за черного продвижения, будет понижен в топе выдачи и лишится трафика. А его место могут занять счастливые соперники. Такие игры, равно как и другие методы черного пиара конкурентов, не вызывают ничего, кроме брезгливости.

6. Множество интерактивных элементов

Это не черный метод оптимизации, а скорее ошибка в продвижении. Простота структуры – одно из ключевых правил. Строгий, лаконичный и стильный дизайн, понятные категории – все это помогает клиенту быстро найти нужный товар и сделать заказ.

В последние годы стало популярным добавлять на сайты различные виджеты: онлайн-чаты, всплывающие окна с консультантом, формы обратного звонка. Эти функции полезны: они упрощают взаимодействие с клиентом и побуждают его связаться с вами напрямую. Легче убедить «тёплого» клиента в покупке, чем того, кто не заинтересован в товаре. К тому же поисковые системы положительно относятся к интерактивным элементам.

К этой же категории можно отнести мигающие баннеры, которые все еще используют некоторые сайты. Они привлекают внимание посетите-

лей: обычно в таких баннерах размещают самую важную и актуальную информацию – о скидках, акциях и так далее.

Все это хорошо, но должно быть в меру. Слишком много интерактивных элементов могут вызвать у человека обратный эффект: раздражение и желание уйти с сайта. Да и найти нужную информацию среди разноцветных баннеров и ярких блоков становится проблематично. В погоне за «продающим сайтом» можно потерять самое ценное: лояльность пользователей.

Хорошо, а как нужно?

Существуют ли белые методы раскрутки сайтов? Конечно, и мы надеемся, что вы успешно их используете. На всякий случай напомним еще раз.

1. Работа с сайтом

Есть внешняя и внутренняя работа с сайтом.

Внешняя – это привлечение трафика из разных источников:

- **контекстная и таргетированная реклама;**
- **продвижение в соцсетях,** размещение ссылок на тематических форумах;
- **пиар на сторонних площадках:** написание статей на известных ресурсах со ссылкой на ваш сайт;
- **брендовые запросы:** когда ваш бренд уже достаточно известен.

Внутренняя работа с сайтом – это усовершенствование качества самого сайта. Она влияет на поведенческие факторы – сколько времени пользователь провел на сайте, внимательно ли изучал контент, и так далее. Например:

- **быстрая загрузка сайта** – ничего не висит и не грузится подолгу;
- **уникальный качественный контент,** который не только продает, но и несет пользу для читателей;
- **внутренняя перелинковка:** вы даете ссылки на другие страницы сайта, пользователь проходит и улучшает поведенческие факторы;
- **мобильная адаптивная версия** для тех, кто заходит со смартфона.

2. Работа с клиентами

Лучший способ продвижения – просто и ненавязчиво рассказывать о товаре. Вот основные принципы работы с клиентами:

- **МАКСИМАЛЬНАЯ ЧЕСТНОСТЬ.** Конечно, мы не призываем торговать некачественным товаром и прямо об этом говорить. Начнем с того, что торговать некачественным товаром вообще не стоит. А вот о некоторых недостатках, если они есть, лучше сказать сразу. И, конечно, никаких дешевых манипуляций;
- **МАКСИМАЛЬНАЯ ОТКРЫТОСТЬ.** Лучше, если с вами можно связаться самыми разными способами: непосредственно на сайте, в соцсетях, на сайта-отзовиках. Зарегистрируйтесь везде и установите на сайте интернет-магазина иконки для быстрой связи;
- **ОФЛАЙН-ПРОДВИЖЕНИЕ.** Будьте не только в онлайне, но и в реальном мире. Организуйте встречи с покупателями, выбирайтесь в свободную от интернета жизнь, проводите совместные акции с магазинами и различными организациями. Будьте везде!

3. Работа с конкурентами

Мы уже пришли к выводу, что черный пиар неприемлем, если вы хотите сохранить безупречную репутацию. Что же остается?

- перенимайте у конкурентов лучшее, но обязательно примеряйте это лучшее к вашим реалиям. Не забывайте, что у вас может быть разная ЦА, разный ассортимент и регионы продвижения;
- дружите со своими конкурентами. Есть классная штука – кросс-маркетинг, или совместное продвижение. Объединившись с другими, вы можете провести не одну удачную акцию или мероприятие, а заодно и увеличить прибыль себе и другим.

Итак, работайте честно, уважайте клиентов, не вредите конкурентам, при этом не забывайте и о собственной прибыли. Казалось бы, так просто, но так сложно! Желаем, чтобы вы смогли найти идеальный баланс и раскрутились только белыми методами. Удачи в продвижении! ○

- 06.11.2025 | 09.00-16.00
Налоговая реформа: подводим итоги. Что ждет бухгалтера в 2026 году
Колмакова П.В. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 06.11.2025 | 09.00-13.00
Резервы в бухгалтерском и налоговом учете: законная оптимизация или налоговые риски. Алгоритмы лучших решений с КонсультантПлюс
Воронцова Т.А.; Шавкута Н.Г. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 07.11.2025 | 09.00-12.00
Сложности определения объекта закупки в рамках контрактной системы. От наименования и кода ОКПД2 до применяемых требований, условий и ограничений
Кузьмин П.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 10.11.2025 | 09.00-13.00
Рекламные расходы: разбираемся с налогами, минимизируем налоговые риски. Алгоритмы лучших решений с КонсультантПлюс
Колмакова П.В.; Сиушкина Н.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 10.11.2025 | 09.00-12.00
Закрытые закупки в порядке, определенном положениями Федерального закона №223-ФЗ. Действия заказчика от Положения о закупке до исполнения договора. Закрытие информации о закупках в случае введения санкций иностранными государствами
Казарина М.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 11.11.2025 09.00-16.00
Учетная политика на 2026 год
Опальский А.Ю. (г. Москва)
Стоимость 4300, для клиентов 3400
- 11.11.2025 09.00-16.00
Кадровое делопроизводство: подводим итоги года, разбираем сложные ситуации. Что ждет кадровика в 2026 году
Андреева В.И. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 12.11.2025 | 09.00-13.00
«Спрашивали? Отвечаем! ТОП-25 вопросов кадровиков в 2025 году»
Колесникова Я.А./ (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 13.11.2025 09.00-16.00
Договор аренды: бухгалтерский учет и налоги у лизингодателя и лизингополучателя, проблемы и решения
Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.
- 14.11.2025 09.00-16.00
Договор лизинга: бухгалтерский учет и налоги

у лизингодателя и лизингополучателя, проблемы и решения
Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 руб.

- 14.11.2025 | 09.00-13.00
Отпуска – 2026: вовремя утверждаем график и оформляем документы с учетом изменений 2026 года
Бодрова А.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 17.11.2025 | 09.00-13.00
Работники-инвалиды и работники-доноры: особый режим труда и отдыха. Льготы
Конюхова Е.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 18.11.2025 09.00-16.00
ИП: налоги, взносы и отчетность в 2026 году
Рассакина Л.Ю. (г. Москва)
Стоимость 4300, для клиентов 3400
- 18.11.2025 14.00-17.00
Медиация в экономических спорах: реалии и перспективы
Карклиня О.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 19.11.2025 | 09.00-13.00
Допросы: генеральная репетиция перед визитом директора и главного бухгалтера в налоговую инспекцию
Хорошилов В.Н. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 21.11.2025 | 09.00-12.00
Противодействие коррупции в рамках контрактной системы. Основные принципы и задачи
Кузьмин П.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 24.11.2025 | 09.00-13.00
Особенности учета нефинансовых активов в организациях бюджетной сферы с 2026 года
Калиновская (Жиркова) И.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 26.11.2025 | 09.00-12.00
Практические итоги применения национального режима при закупках в соответствии с требованиями Федерального закона №223-ФЗ
Казарина М.В. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 27.11.2025 | 09.00-13.00
Спецрежимы: готовимся к применению в 2026 году
Самкова Н.А. (г. Москва)
Стоимость 3600 руб., для клиентов 2400 руб.
- 28.11.2025 09.00-16.00
Учетная политика на 2026 год: что важно учесть бухгалтеру
Воронцова Т.А. (г. Москва)
Стоимость 4300 руб., для клиентов 3400 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

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

БЕЗОПЕРАЦИОННАЯ КОРРЕКЦИЯ ВРОЩЕГО НОГТЯ

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

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

podopedicure

реклама

podopedicure.ru

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМО
ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Реклама

Собственное дело с доходами выше среднего – мечта любого человека с предпринимательской жилкой. Но что делать в условиях ограниченного бюджета?

Бизнес с нуля: как открыть и с чего начать



Как действовать с самого начала, когда нет четкого плана, понимания рынка и нюансов запуска коммерческого проекта? Мы решили подробно разобрать все эти вопросы в сегодняшней статье.

Из нее вы почерпнете интересные и выгодные бизнес-идеи, поймете, в каком направлении лучше развиваться, где брать деньги на старте и каких ошибок стоит избегать. В конце дадим пошаговый план с универсальными рекомендациями, который пригодится при открытии практически любого вида бизнеса с нуля.

Какой бизнес можно открыть, если бюджет минимален?

Для начала представим несколько весомых аргументов в пользу ведения собственного дела:

- **НАЧИНАТЬ С НУЛЯ МОЖНО И НУЖНО.** Это реально даже без влиятельных связей и специального образования. Все, что необходимо – идея, желание действовать, впитывать в себя новую информацию и приспосабливаться к меняющимся тенденциям рынка;
- **ОСНОВНАЯ ПРОБЛЕМА ДЛЯ НОВИЧКОВ** – решение финансовых вопросов. Однако найти стартовый капитал сейчас не так уж и сложно. Особенно, когда правильно подобраны модель и формат ведения бизнеса;
- **ИДИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ СТОИТ И БЕЗ ОПЫТА.** Этот недостаток легко компенсируется, если работать в той сфере, которая перекликается с собственными интересами;
- **АРЕНДА ОФИСА И ПРИЕМ СОТРУДНИКОВ**, которым нужно выплачивать заработную плату – не обязательное условие. Действовать можно прямо из дома, вполне обходясь своими силами на первых порах.

При минимальном бюджете следует выбирать простую, уже испробованную другими бизнес-идею. Главное, чтобы на продукт был спрос. Даже если это будет высококонкурентная ниша, можно попробовать отстроиться особым позиционированием. В целом лучше смотреть в сторону ниш со средним уровнем конкуренции.

Масштаб поначалу разумнее планировать ограниченный, поскольку крупные проекты, так же, как и нестандартные бизнес-идеи, чаще всего требуют немалых денежных вливаний.

С точки зрения формата есть 2 основных варианта:

1 НЕБОЛЬШАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОЧКА. Для успешности понадобится учесть множество факторов и нюансов, в том числе правовых.

2 ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН. Открыть такой магазин можно всего в несколько кликов, используя специальные приложения.

Идея подбирается в зависимости от выбранного формата. Это может быть производство или продажа материальных товаров, реализация каких-либо работ или услуг.

Предлагаем рассматривать такие товары под продажу:

- **ЭКОЛОГИЧНЫЕ ПРОДУКТЫ** – тренды на экологию все еще набирают обороты, поэтому товары с натуральным составом (от бытовой химии до уходовой косметики) и биоразлагаемой упаковкой вызовут интерес покупателей.
- **ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ** – традиционно популярная ниша. Здесь особенно ценятся безопасность и натуральность. Многие родители готовы переплатить, чтобы быть уверенными в гипоаллергенности, натуральности и качестве товаров. Не менее важно учитывать и сезонность. Например, продажа санок летом вряд ли сможет принести прибыль.
- **ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ** – ещё одна востребованная категория. Владельцы домашних животных заинтересованы в качественных кормах и игрушках для своих любимцев и редко экономят на этом.
- **ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ** – здесь наибольшую популярность имеют сейчас фермерские товары и экопродукты.
- **ДОМАШНИЙ ДЕКОР** – тренд на уют и комфорт не сбавляет обороты, поэтому товары этой категории в 2025 году по-прежнему будут востребованы. При этом покупатели рассматривают декор в разных ценовых категориях, что повышает возможность получить хорошую прибыль.
- **СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ** – мода на здоровый образ жизни и спорт никуда не ушла. Наоборот, все больше людей приобщаются к ней. Поэтому по-прежнему популярны: домашний спортивный инвентарь, аксессуары для спорта и спортивная одежда.
- **БЫТОВАЯ ТЕХНИКА** – традиционно популярная категория. Но если раньше покупатели выбирали товары по цене, то теперь предпочитают тщательнее выбирать качественную продукцию. Поэтому одноразовые копейные наушники вряд ли будут пользоваться популярностью, а вот хороший мощный пылесос или слайсер – вполне.
- **ИМПОРТ ТОВАРОВ ИЗ АЗИИ.** Все еще пользуются популярностью товары из Китая, Вьетнама и Казахстана.

Бизнес по продаже перечисленных категорий продукции возможно запустить с минимальными вложениями. Спрос на них достаточно высокий.



В сфере услуг на данный момент востребованы:

- **СПЕЦИАЛИСТЫ ПО ВНЕДРЕНИЮ ИИ** – оптимизация производственных процессов, роботизация и услуги по разработке цифровых сервисов с применением искусственного интеллекта будут максимально востребованы в 2025 году.
- **ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ.** Доставка товаров и грузоперевозки по-прежнему популярное направление для бизнеса.
- **АВТОРЕМОНТНЫЙ БИЗНЕС.** Грамотные специалисты по ремонту различных автомобилей сейчас высоко ценятся и точно не останутся без работы. Поэтому автослесари и механики востребованы рынком.
- **БЬЮТИ-МАСТЕРА.** Косметологи, массажисты и мастера ногтевого сервиса при наличии высокой квалификации – специалисты, которые помогают ухаживать за красотой и здоровьем будут по-прежнему высоко цениться на рынке.
- **ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ.** Авторские туры, организаторы ретритов и совместных поездок – направление, которое набирает обороты уже третий год подряд.
- **ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ.** Инфоцыганство уходит в историю, теперь востребованы качественные курсы по понятным направлениям: программирование, анимация, 3D-моделирование, графический дизайн, SMM, UI/UX-дизайн.
- **ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ.** Еще одно интересное и востребованное направление. Однако стоит учитывать, что речь не о тамаде в классическом понимании, а о человеке, который может организовать мероприятие по любому запросу и на любой бюджет от идеи до

проведения. Это требует внимательности, находчивости, коммуникабельности и творческого склада ума.

- **ТВОРЧЕСТВО.** Мастер-классы по написанию картин, изготовлению керамических изделий, валянию из шерсти, макраме и прочего уже несколько лет пользуются популярностью.
- **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОШИВ.** Услуги хорошей швеи востребованы и хорошо оплачиваются. Особенно актуален пошив одежды и изготовление аксессуаров на заказ.

Производство можно организовать и в домашних условиях. Например, выращивать овощи, фрукты или цветы в теплицах, делать мыло. Еще варианты – создавать оригинальные украшения, готовить варенье, джемы или маринады, сыр, выпекать торты.

Преимущества работы в электронной коммерции

Учитывая текущую обстановку в мире, оптимальным форматом ведения бизнеса сейчас является интернет-магазин, который дает множество преимуществ, как опытным, так и начинающим предпринимателям:

- **ВОЗМОЖНОСТЬ БЫСТРОГО ЗАПУСКА ПРИ УСЛОВИИ МИНИМАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ.** Товары можно закупать у дропшиппинг-поставщиков по факту заказа. По сравнению со стационарной розничной точкой на запуск идет минимум затрат. Здесь не требуются разрешения и свидетельства от госорганов и местной администрации;
- **ОТНОСИТЕЛЬНО НИЗКИЕ РАСХОДЫ НА СОДЕРЖАНИЕ.** На первых порах в электронной коммерции можно обходиться без офиса, склада, большого количества наемных сотрудников. Также исключаются затраты на оформление торгового зала: нужен только минимальный контент и бюджетная платформа, на которой будет работать сайт;
- **ГИБКОСТЬ И МОБИЛЬНОСТЬ.** Управлять онлайн-бизнесом возможно с любой точки мира. Он дает свободу перемещения, не привязывает к определенному месту и времени;
- **НЕОГРАНИЧЕННЫЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ.** Интернет-бизнесы охватывают гораздо больше потенциальной аудитории. Через них можно продавать, не ограничиваясь одним регионом или страной;
- **БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ.** На виртуальных витринах легко разместить любое количество товаров. Достаточно заключить договоры с несколькими поставщиками и загружать позиции на сайт;

- **ВЕДЕНИЕ АНАЛИТИКИ.** В интернете проще отслеживать статистику: узнавать сколько посетителей заходит на сайт, что смотрят и чаще всего покупают, в каком количестве. Эти данные фиксируются сервисами веб-аналитики. Зная их, предприниматель может увеличивать продажи, подстраивая свое предложение под текущие запросы и потребности покупателей;

- **ДОСТУПНОСТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СЕРВИСОВ.** В онлайн-бизнесе можно повысить уровень обслуживания, не прикладывая к этому особых усилий. Речь о различных дополнительных функциях и услугах: сравнении отдельных товаров, рекомендательных блоков с похожими и сопутствующими продуктами, покупке в один клик, разных вариантах оплаты и доставки, простой форме заказа.

Стоит учесть, что стартовый капитал, пусть даже минимальный, в любом случае понадобится. Даже если вы решите начать свое дело с выхода на маркетплейс, нужно будет закупить хотя бы минимальную партию товара и оплату взносов, например, доставку и хранению на складе площадки.

Если финансовые возможности ограничены то, рекомендуем подумать о работе на заказ с предоплатой или по системе дропшиппинга.

ДРОПШИППИНГ – бизнес-модель, в которой продавец выполняет роль посредника между производителем и конечным потребителем. Он собирает заказы, формирует заявки, передает необходимую информацию поставщикам. Далее поставщики комплектуют заказ и отправляют его напрямую покупателю, не указывая своих данных.



Продавец-дроппиппер получает прибыль в виде наценки к оптовой стоимости. Такая схема предусматривает минимум вложений. По ней работают многие компании.

Если финансовые возможности ограничены то, рекомендуем подумать о работе на заказ с предоплатой или по системе дропшиппинга

С чего начать свой бизнес: первые шаги и план запуска

1. Формулируем идею

Начинать нужно с поиска стоящей идеи. Возможные варианты мы рассматривали выше. Выберите то, что больше резонирует с вашими интересами и увлечениями, вдохновляет и вызывает желание действовать. Придумывать что-то сверхновое и уникальное не стоит. Целесообразнее взять уже проверенный вариант, найти в нем недочеты и улучшить. Запускать новый бизнеса на сформированном рынке проще всего.

Выбирая бизнес-идею, необходимо учитывать:

- **СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.** Предварительно проанализируйте спрос в территориальных пределах, которые будет охватывать проект. Определите, в каком направлении зашкаливает конкуренция, а что развито слабо. Выбирайте нишу, потенциально прибыльную и максимально интересную для себя, чтобы было желание в ней развиваться.
- **ЦЕЛИ.** Подумайте, какого конечного результата хотите достичь – обогащение, популярность и успешность, власть. Стремиться нужно не к чему-то одному, а работать комплексно, не ждать «золотых гор», адекватно оценивать ситуацию, принимать взвешенные решения.
- **КАЧЕСТВО.** Фокусируйтесь не на количестве, а на качестве выбранного товара или услуги. Иначе репутация компании безнадежно испортится на самом старте, будет много претензий и жалоб со стороны покупателей.

С минимальными вложениями лучше открывать микробизнес и отказаться от глобальных масштабных идей.

2. Анализируем рынок

После выбора идеи и ниши нужно тщательно проанализировать рынок, чтобы выявить спрос на товар:

- узнать, насколько востребован продукт сейчас, влияет ли на продажи фактор сезонности;
- оценить конкуренцию, выявить слабые и сильные стороны конкурентов, сформулировать собственные отличия;
- исследовать цены и состав ассортимента;
- определить целевую аудиторию проекта, разделить ее на сегменты, изучить потребности, интересы, желания потенциальных покупателей.

Вся информация, полученная в процессе анализа, должна учитываться в будущей стратегии. Брать данные можно в аналитических отчетах, исследованиях маркетологов, в сервисах и «Яндекс.Вордстат», отраслевых публикациях.



Еще варианты – заняться шоппингом и проанализировать работу конкурентов, став тайным покупателем, организовать собственное исследование с помощью телефонных опросов, анкетирование по email или в мессенджерах.

3. Составляем бизнес-план

Следующий шаг – написание бизнес-плана. Он намечает вектор развития компании в будущем, помогает планировать пути достижения целей, дает возможность избежать вероятных рисков и подводных камней. Это базовый документ для оценки предпринимательской инициативы, пошаговая инструкция, в которой расписаны все этапы запуска собственного дела.

В бизнес-план включают следующую информацию:

- глобальные и локальные цели открытия проекта;
- количество потенциальных покупателей товара/услуги;
- оптимальные способы привлечения клиентов;
- приоритетные показатели эффективности бизнеса;
- объем первоначальных вложений и инвестиций, которые необходимы в первый год работы;
- прогнозируемый размер выручки.

Чтобы сэкономить, постарайтесь написать бизнес-план самостоятельно на основе статистических данных и фактов. Для этого воспользуйтесь рекомендациями экспертов или готовыми примерами и шаблонами, которые есть в открытом доступе. Главная задача – грамотно адаптировать их к своей нише.

Основные разделы бизнес-плана:

- 1 Вступление** в виде развернутого описания проекта с общим резюме, перспективами, сроками реализации.
- 2 Описание товара или услуги**, включая выбранную ценовую политику.
- 3 Обзор рынка сбыта** – анализ ниши и конкурентов, основные тенденции отрасли, прогнозы экспертов.
- 4 Маркетинговый план** с описанием конкурентных преимуществ, рекламной стратегии продвижения, анализа целевой аудитории и каналов ее привлечения. Также прописываются УТП и позиционирование.

4. Регистрируем проект

Независимо от того, какой бизнес вы открываете с нуля, его необходимо официально зарегистрировать.

• Первый шаг – определиться с видом организационно-правовой формы:

ИП. Предполагает простую отчетность и понятный учет, быструю регистрацию с небольшой пошлиной, возможность работать в любом регионе. Вся получаемая прибыль является личной собственностью предпринимателя. При необходимости ИП без проблем закрывается. Минусы – ограничения на отдельные виды торговли (алкоголь, медицинские препараты, яды и прочее), обязательные страховые взносы, ответственность личным имуществом.

ООО. Предусматривает несколько собственников, ответственность по уставному капиталу, возможность осуществлять любые виды деятельности. Минусы – высокие регистрационные затраты, сложный учет, дополнительный налог 13%, проблемная ликвидация.

Самый простой и популярный формат для малого бизнеса – ИП. Особенно, если речь идет о довольно ограниченных возможностях на старте в

5 Организационная структура. Здесь указывается организационно-правовая форма бизнеса, распределяется ответственность между владельцами, определяется ассортимент, основные и резервные поставщики, кадровый состав.

6 Финансовая часть. Сюда входят перспективы прибыльности проекта, учет расходов, описание источников финансирования, порядок действий на случай незапланированных трат, расчет точки безубыточности.

7 Факторы риска и способы их устранения. Например, есть риск закупки некачественной продукции. Значит, прописываем решения: запрашивать у поставщика тестовые образцы, требовать сертификаты качества.

Создавать бизнес-план нужно в той форме, с которой будет удобно работать в дальнейшем. Все цифры и средние значения следует рассчитывать индивидуально, а не брать из готовых шаблонов.

Чтобы сэкономить, постарайтесь написать бизнес-план самостоятельно на основе статистических данных и фактов

Основные отличия ООО от ИП		
ООО		ИП
Отвечает имуществом организации уставным капиталом	Ответственность по долгам	Отвечает имуществом самого физического лица (квартира, машина и так далее)
✓	Дивиденды	✗
Не имеет ограничений	Количество рабочих мест	До 15 сотрудников
Должен вести полномасштабный бухучет	Бухгалтерский учет	Не обязан вести в полной мере
Выплачивает в зависимости от доходов	Страховые взносы	Платит фиксированную плату и имеет льготы

плане финансов. Его основное преимущество – минимум первоначальных затрат. К тому же, для создания интернет-магазина никаких специальных разрешений и лицензий не требуется.

Чтобы зарегистрировать ИП, достаточно подготовить паспорт и ИНН, заполнить заявление, оплатить госпошлину и подать документы в налоговую службу по месту прописки. Пройти процедуру можно также в онлайн через портал Госуслуг. Регистрация подтверждается в течение 3-х рабочих дней, после чего предпринимателю выдается выписка из ЕГРИП.

При открытии своего маленького бизнеса с нуля лучше переходить на спецрежим с одним налогом или льготной ставкой

Для некоторых видов деятельности, помимо заявления с пакетом документов, необходимо подавать дополнительное уведомление. Это касается сфер: общепита; косметологии; ветеринарных и гостиничных услуг.

• Решаем вопросы с налогами и отчетностью

Второй шаг после регистрации – выбрать схему налогообложения. От нее будут зависеть формы отчетности и объем налоговой нагрузки. По умолчанию применяется общая система. Но она невыгодна для ИП: на ней платится НДС, налог на доходы, ведется сложный учет и осуществляется много проверок.

Поэтому при открытии своего маленького бизнеса с нуля лучше переходить на спецрежим с одним налогом или льготной ставкой. Причем делать это нужно сразу.

Чтобы не ошибиться с выбором, стоит заранее проконсультироваться с бухгалтером, специалистом налоговой инспекции или изучить законы самостоятельно. Принять правильное решение без подготовки сложно, а ошибки чреваты высокими налоговыми ставками и штрафами.

Варианты спецрежимов:

- **УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА.** Налог платится с дохода либо разницы между прибылью и затратами. Де-

кларация подается раз в году, есть ограничения на оборот, количество персонала, виды деятельности;

- **ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА.** Патент покупается на год или несколько месяцев. Налог не зависит от дохода, отчетности нет, но право на патент могут забирать в случае просрочки очередной оплаты. Подходит не для всех регионов и видов деятельности;

- **ЕДИНЫЙ НАЛОГ,** который платится от вмененного дохода. Этот режим можно применять с другими, декларация предоставляется каждый квартал.

Самое главное на спецрежимах – следить за сроками подачи документации. Из-за просрочек предпринимателей нередко переводят на общие основания налогообложения.

5. Тестируем идею

Далее следует проверка боем. Важно провести быстрое тестирование идеи: собрать минимальный ассортимент, запустить сайт, дать небольшую рекламу и попробовать получить первые продажи. Этот этап необходим для изучения спроса на практике. Чтобы быстрее стартовать, не стоит закидываться на доработках и постоянно откладывать запуск. Нужно начинать с тем, что есть, проверять идею в действии и постепенно совершенствовать проект по ходу его развития.

Если первые результаты не соответствуют ожиданиям, пересмотрите план, проанализируйте вероятные ошибки. Лучше всего увидеть их на старте, а затем быстро внести нужные корректировки или пересмотреть малоперспективную идею.

Немного рекомендаций по запуску бизнеса с нуля:

- Делайте сайт на платформе, адаптированной под особенности e-commerce. Это гораздо проще и выгоднее, чем заказывать разработку у программиста или в профессиональной веб-студии.
- Найдите 2–3 проверенных поставщиков и начинайте закупки с небольших тестовых партий. Хороший альтернативный вариант для быстрого и недорогого старта – дропшипинг. Чтобы сэкономить на доставке, рассматривайте поставщиков, которые расположены максимально близко к вашей местности;
- Не сливайте много денег в платные рекламные каналы. Перед тем, как планировать маркетинговый бюджет, протестируйте разные форматы и постарайтесь определить, что работает в нише эффективнее всего.

6. Развиваем и продвигаем бизнес

Если выбранная идея оказалась рабочей и пошли первые продажи, начинайте активно вкладывать силы в дальнейшее развитие и продвижение. Чистая прибыль должна быть выше нуля.

Тогда можно ставить более глобальные цели и реинвестировать доходы в:

- улучшение сайта, доработку функционала и дизайна;
- аренду или увеличение офиса и склада;
- закупку оборудования;
- найм квалифицированного персонала;
- расширение ассортимента.

Отдельным пунктом идет продвижение. Прежде всего, это планирование маркетинговых стратегий и запуск рекламных кампаний, которые жизненно необходимы для привлечения новых покупателей и наращивания клиентской базы. Подключайте весь возможный рекламный потенциал и по максимуму присутствуйте в местах, где есть целевая аудитория.

Минимальный набор действий для продвижения:

- постепенно, по мере финансовых возможностей, запускать контекстную рекламу, таргет, email-маркетинг, размещаться на прайс-агрегаторах;
- заниматься SEO-оптимизацией сайта, которая улучшает видимость в поисковых системах и способствует привлечению бесплатного органического трафика;
- создавать и активно вести страницы компании в популярных социальных сетях.

Также можно пробовать продвигаться через ведение блога, вирусную рекламу, обмен ссылками и статьями. Кроме того, важно фиксировать результаты текущих маркетинговых активностей и отсеивать методы, которые не приносят значимого эффекта. ○

Источник: insales.ru

Главное

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ НОВИЧКОВ

Многие начинающие предприниматели, которые хотят открыть бизнес с нуля практически без денег, допускают похожие ошибки:

- Придумывают много самооправданий и отговорок. Самые частые убеждения, препятствующие на старте – это дорого, а у меня нет денег; нет времени; это сложно и страшно; нет связей; на рынке нет места, все идеи уже реализованы; не хочу рисковать; не умею вести бизнес. Нужно отбрасывать страхи и действовать, иначе никак.

- Уделяют мало внимания деталям. Обычно начинающие предприниматели отталкиваются от базовых представлений о проекте и личной мотивации. Следует мыслить шире и не сводить планирование к минимальным подсчетам.

- Некорректно ставят цели. Ставя цель, стоит понимать, что добиться всего и сразу не выйдет. Из целей вытекают KPI – ключевые показатели эффективности, на которые вы будете ориентироваться в процессе работы. Поэтому необходимо четко ответить на вопрос, зачем вам нужен бизнес. Формулировки по типу хочу обеспечить себе старость или стать свободным человеком, не подходят.

- Игнорируют этап составления бизнес-плана. Финансы любят счет. Если не просчитывать прибыльность вложений, можно быстро прогореть и разориться.

- Не исследуют рынок. Действовать, как придется, в бизнесе нельзя. Нужно регулярно анализировать ситуацию (даже после выхода на рынок), быть в курсе изменений и трендов, соответствовать текущим запросам и потребностям аудитории. Это поможет предотвратить грубые ошибки, найти новые пути для развития и масштабирования.

Где можно получить защиту и поддержку?

Органы исполнительной власти

Министерство экономического развития, промышленности и торговли Калининградской области

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

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

Департамент развития предпринимательства и торговли

Начальник отдела предпринимательства –
Георгий Валерьевич ЛЕБЕДЕВ, тел. (4012) 599-309
Начальник отдела торговли – Ксения
Владимировна МАЛЫШЕВА, тел. (4012) 570-624
Департамент промышленности и науки
Начальник – Дмитрий Владимирович ХУДОБА,
тел. (4012) 599-144
Департамент недвижимости
Начальник – Сергей Тадеевич МАЗЕПА,
тел. (4012) 599-344

Центры

Государственное казенное учреждение Калининградской области

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

ГКУ КО «Информационно-расчетный центр» (субсидии)

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

Центр поддержки предпринимательства Калининградской области

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

Аппарат Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Калининградской области

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

Общественные помощники в муниципальных образованиях:

МО «Городской округ «Город Калининград»
Александр Владимирович ЛЮБЧЕНКО
Тел. +7 911 450 44 56. E-mail: lubchenko@cdcs.pro
Юрий Иванович БИЛЕЙ
Тел. +7 921 616 19 19. E-mail: yury.b@cdcs.pro

МО «Балтийский муниципальный район»

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

МО «Гусевский городской округ»

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

МО «Зеленоградский городской округ»

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

МО «Мамоновский городской округ»

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

МО «Нестеровский район»

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

МО «Полесский муниципальный район»

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

МО «Черняховский городской округ»

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

МО «Гурьевский городской округ»

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

МО «Краснознаменский городской округ»

Николай Николаевич МЯКЧИЛО
Тел. +7 911 458 90 89

МО «Багратионовский городской округ»

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

МО «Гвардейский район»

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

МО «Озерский городской округ»

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

МО «Пионерский городской округ», МО «Светлогорский городской округ»

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

МО «Правдинский городской округ»

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

МО «Светловский городской округ»

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

МО «Славский городской округ»

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

МО «Советский городской округ»

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

МО «Янтарный городской округ»

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

МО «Неманский район»

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

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

Департамент содействия развитию и продвижению предпринимательства «За свободное предпринимательство»

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

Центры поддержки малого и среднего предпринимательства

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

Профессиональные общественные объединения

Региональное отделение РСПП

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

Союз «Калининградская торгово-промышленная палата»

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

Ассоциация иностранных инвесторов

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

Калининградский филиал «АСМАП»

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

КРОО «ДЕЛОВАЯ РОССИЯ»

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

КРОО «Союз машиностроителей»

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

КРОО «Союз строителей»

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

Балтийский деловой Клуб

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

Ассоциация промышленников

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

Ассоциация предприятий туристической Калининградской области

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

Ассоциация мясопроизводителей Калининградской области

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

Ассоциация калининградских мебельщиков

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

Калининградская областная ассоциация производителей молока

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

Центр информационного обеспечения бизнеса «ИНОК»

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

Фонд знаний и технологий для МСБ «Виктория»

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

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

**Консультации
врачей-специалистов:**

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



**Медицинский центр
АМД Лаборатории**

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

НЕОБХОДИМА ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА