

Бренды на ВДНХ. Региональные предприниматели из всех уголков страны представляют свою продукцию на выставке-форуме «Россия». Чем удивляют? —> с. 4-5

Масштабируем бизнес. Как развивать предприятие без обвинений в дроблении — признаки незаконных налоговых схем, судебная практика, советы эксперта —> с. 6

Семья в деле. Как в регионах возрождаются бизнес-династии и какие сферы деятельности выбирают родственники? В Год семьи делимся историями семейного бизнеса —> с. 7

МОЙ БИЗНЕС

ДЕЛОВОЕ ИЗДАНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

№ 01 (10) ФЕВРАЛЬ 2024

Татьяна Илюшниковая,
заместитель министра
экономического развития РФ:

Приоритеты такие: таргетность, дальнейшая стандартизация мер, предоставление в цифровом формате (об обновлении нацпроекта — прим. ред.).



—> с. 3



СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС НА «ЖИДКОМ ЗОЛОТЕ»

ИСТОРИЯ УСПЕХА

«Крымская Роза» — семейный бизнес в третьем поколении. Две семьи под одной фамилией Гладун управляют уникальным производством качественной косметики, в основе которой натуральное растительное сырьё, в том числе розовое масло, или как его часто называют «жидкое золото». В условиях санкций предприятие, будучи одной из наиболее успешных косметических франшиз в стране, стремительно развивается.

«Крымская Роза» — символ и визитная карточка полуострова. Современное производство со своей лабораторией, отделом продаж, франчайзингом. Но так было не всегда. Ещё 10 лет назад предприятие медленно умирало, а о крымской розе как эфиромасличной культуре начали забывать. О том, как семье удалось возродить легенду и превратить её в косметический бренд № 1, — из первых уст.

ХРАНИТЕЛИ ТРАДИЦИЙ

Современный завод «Крымская Роза» — единственный преемник наследия одноименного эфиромасличного комбината, построенного в Крыму в 1930-х годах. На тот момент комбинат объединял семь предприятий полуострова: Алуштинский, Ароматненский, Бахчисарайский, Зуйский, Нижнегорский, Симферопольский и Судакский заводы. Они производили как эфирные масла, так и духи, в том числе отдушки для знаменитой «Красной Москвы». Розовое и шалфейное масла из Крыма поставлялись за границу. Сегодня традиции бережно хранит и возрождает семейство Гладун, благодаря которому на карту Крыма вновь вернулись плантации эфиромасличной розы.

ДЕТСТВО В ЛЕПЕСТКАХ

«Когда мне исполнилось пять лет, дедушка Михаил Иванович Гладун начал регулярно водить меня на лавандовые и розовые поля. Он тогда активно занимался развитием отрасли: например, придумал новый способ использования обычного кормоуборочного комбайна, переделав его немного и пустив в дело — собирать лаванду. Сейчас этой идеей пользуются даже во Франции, — вспоминает генеральный директор «Крымской розы» Иван Гладун. — С мамой мы выезжали на сбор урожая розовых лепестков. Летом я подрабатывал на переработке лаванды. В 2013 году я осознанно пришёл на предприятие и прошёл все этапы производства, разобрался со всеми участками работы. К руководству приступил в 2015 году и практически сразу мы с командой начали активную модернизацию».

БУНТ И ЭТИКЕТКА

Руководство началось с бунта, потому что на предприятии не выплачивали зарплату, счета были заморожены и из-за этого налоги не оплачены. По словам директора по маркетингу компании Юлии Гладун, предприятие на тот момент было советского образца — без маркетинга и даже понятия продаж: заявки принимал бухгалтер и работал

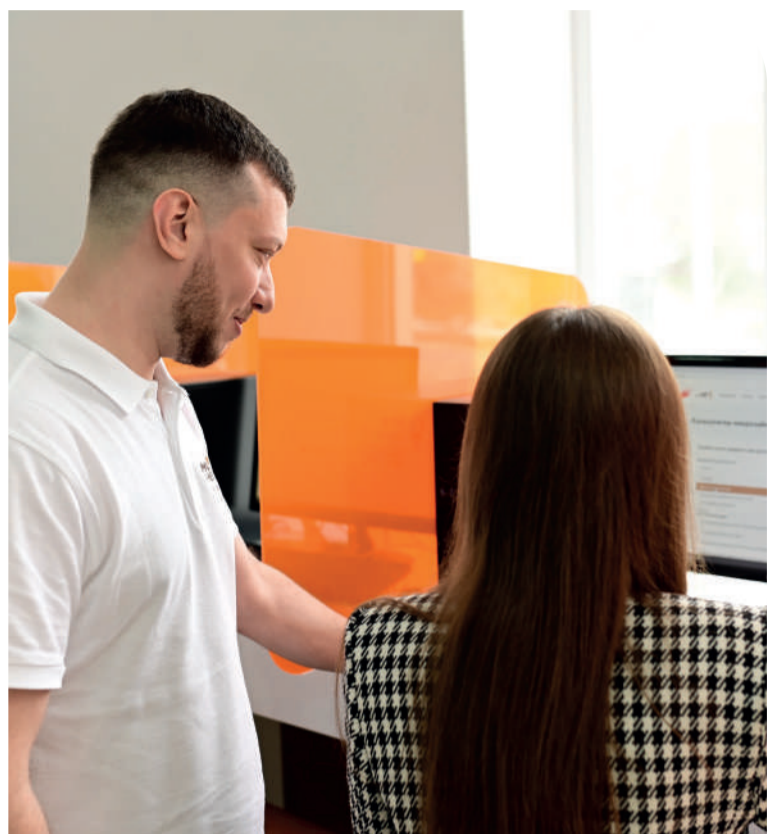
на входящие. Продукт выглядел абсолютно иначе. Этикетка отклеивалась. «У нас было известное имя, непоколебимая вера в то, что компания способна на многое, и в то же время искренняя боль, что «Роза» может исчезнуть», — рассказывает Юлия Гладун.

ЗОЛОТО ВНУТРИ

Первое, что сделали, — подняли спрос на розовые лепестки местных фермеров, выкупили весь урожай. Фермеры начали работать с розой и увеличивать производство. Далее отправились на Международную выставку парфюмерно-косметической отрасли, получили несколько предложений, в том числе создать дешёвый продукт и продать его тоннами. Не позволили себе отказаться от качества. Позже последовали несколько лет работы над брендингом, поиска ответа на вопрос, кто и зачем покупает продукт.

«Мы наблюдали за тем, что на самом деле движет компанией. Почему люди приходят к нам. Почему они помогали нам продавать продукт, несмотря на его внешний вид, — делится Юлия. — Они говорили: «Там внутри золото». Почему, когда зарплату не платили месяцами, с нами оставались семьи, которые работали здесь династиями. Итогом стала глобальная стратегия развития компании с построением сильного бренда. Мы нашли своё «зачем».

По словам Юлии Гладун, семейный бизнес — это про поддержку и верность, про постоянный труд, работу над собой: «Что бы ни происходило, с какими бы обстоятельствами не сталкивалась семья и компания, как бы ни искрились между собой, в конце концов все мы оказываемся за одним столом. Для нас семья — это пространство, где ты учишься любить. Слушать, слышать и понимать. Сопереживать чужим страданиям и, что ещё важнее, разделять радости и успех. Справляться со своим эгоизмом не потому, что надо, а потому, что хочется. Добавьте к этому необходимость достичь финансового результата, управлять сотрудниками, и у вас получится семейный бизнес».



БИЗНЕСУ СЭКОНОМИЛИ 100 МЛН РУБЛЕЙ

БИЗНЕС ДЛЯ БИЗНЕСА

С 2023 года Министерство экономического развития России активно реализует партнёрские программы совместно с крупнейшими технологическими компаниями страны, туристической и рекламной отраслями, а также образовательными организациями.

Эти программы реализуются на базе Центров «Мой бизнес», а партнёрами стали VK, HeadHunter, Ozon, Авито, «Ярмарка Мастеров», платформы Россельхозбанка «Своё Фермерство» и «Своё Родное», SuperJob, «Слетать.ру», «Деловая среда», АНО «Россия — страна возможностей» и другие компании.

«Более 25 тысяч предпринимателей в 2023 году приняли участие в партнёрских программах Минэкономразвития и сэкономили в общей сложности более 100 млн рублей. Наши программы построены в основном таким образом, что предприниматель финансирует часть услуг, которыми хочет воспользоваться, а компания-партнёр предоставляет дополнительные бонусы — чаще всего это удвоение рекламных бюджетов, содействие в приоритетной выдаче, консультационное и информационное сопровождение. При этом государственный бюджет

не несёт расходов со своей стороны, а компания-партнёр помогает собственными инвестициями самозанятым и представителям малого и среднего бизнеса легче выйти на рынок и быстрее получить клиентов. Это одна из наиболее продуктивных форм кооперации госсектора, крупного и малого бизнеса: стратегия win-win в действии», — отметила заместитель министра экономического развития РФ Татьяна Илюшникова.

Партнёрские программы реализуются на базе Центров «Мой бизнес», действующих в рамках нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство», который инициировал Президент; проект курирует первый вице-премьер Андрей Белоусов. Оператор партнёрских программ — Национальное агентство развития предпринимательства «Мой бизнес — мои возможности» (Ассоциация «Мой бизнес»).

НОВОСТИ

МИНИМУМ ДЛЯ ГРАНТА «АГРОСТАРТАП»

Председатель Правительства Михаил Мишустин подписал постановление, расширяющее направления поддержки российских аграриев. Документом дополнен перечень затрат сельскохозяйственных потребительских кооперативов, которые частично возмещаются государством. Также установлен минимальный размер гранта «Агрокстарт» — он составляет выше 1,5 млн рублей. Грант выдаётся на реализацию проектов по созданию или развитию фермерских хозяйств. Таким образом, сельхозпроизводители получили возможность воплотить в жизнь более масштабные проекты развития собственного бизнеса.

© Постановление Правительства РФ от 22 декабря 2023 года № 2249

СТАРТ БИЗНЕСА ОНЛАЙН

1 марта стартует эксперимент по открытию бизнеса онлайн, координатором которого является ФНС России. Подписано соответствующее постановление Правительства. Эксперимент по реализации комплексной услуги «Старт бизнеса онлайн» продлится до 1 марта 2025 года. С помощью сервиса физическое лицо сможет зарегистрироваться как индивидуальный предприниматель или открыть общество с ограниченной ответственностью. За счет биометрии провести все необходимые процедуры можно будет полностью дистанционно. Эксперимент проводится при участии Минфина России, Банка России.

© Постановление Правительства РФ от 13 февраля 2024 года № 144

СТАНДАРТ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Национальный стандарт индекса деловой репутации бизнеса (ЭКГ-рейтинг) вступил в действие в России. ЭКГ-рейтинг (Экология, Кадры, Государство) — это комплексная оценка «здоровья» компаний, направленная на определение уровня их благонадежности, социальной и экологической ответственности. Стандарт предполагает оценку компаний по трём направлениям: «Экология» (степень воздействия на окружающую среду, использование наилучших доступных технологий и реализация экологических проектов), «Кадры» (уровень оплаты труда, социально-демографические программы, благотворительность) и «Государство» (налоговая история и деловая репутация, взаимодействие с бизнес-объединениями).

© Соответствующий ГОСТ опубликован на сайте Росстандарта

АКТУАЛЬНЫЕ ПАРТНЁРСКИЕ ПРОГРАММЫ



ЯНДЕКС БИЗНЕС

7 тыс. бонусных рублей на первый запуск рекламы в Яндекс Бизнесе (промокод действует для новых клиентов при минимальном бюджете рекламной кампании от 20 тыс. рублей) — до 31 марта.



АВИТО

Начисление бонусов на Авито в размере 100% от суммы пополнения (не менее 3 тыс. рублей) кошелька (для самозанятых, ИП и организаций, работающих в сфере услуг, максимально — 22 тыс. бонусов) — до 31 марта.



VK РЕКЛАМА

Удвоение рекламного бюджета в сервисе VK Реклама на сумму от 500 до 10 тыс. рублей (для самозанятых, ИП и компаний малого и среднего бизнеса) — до 30 апреля.

МОИ ДАННЫЕ

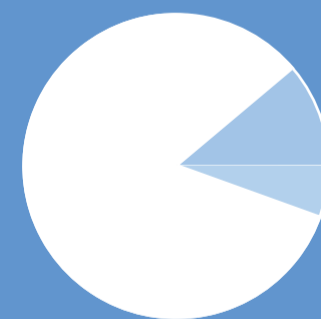
СЕКТОР МСП В РОССИИ

ДАННЫЕ НА 10.01.2024

6,3 МЛН — Субъектов МСП



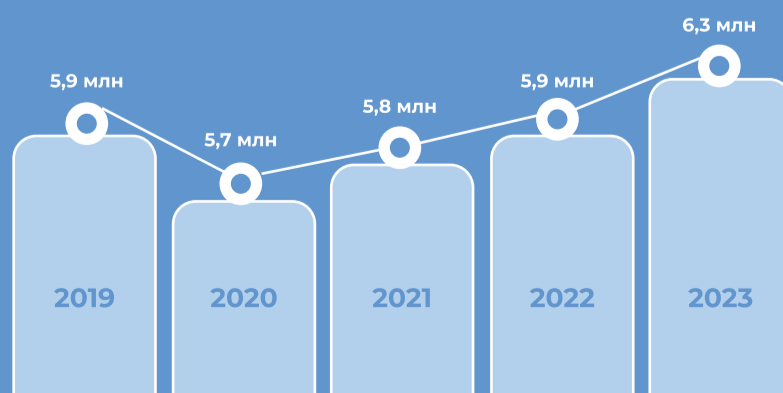
- 4,0 млн — Индивидуальные предприниматели
- 2,3 млн — Юридические лица



- 6,1 млн — Микропредприятия
- 214,4 тысячи — Малые предприятия
- 18,7 тысячи — Средние предприятия

© 28,1 МЛН
Численность занятых

© 8,8 МЛН
Самозанятые граждане





ТАТЬЯНА ИЛЮШНИКОВА:

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

МЫ ВЫСТРАИВАЕМ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ, ГДЕ ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС — РАВНОПРАВНЫЕ ПАРТНЁРЫ

Заместитель министра экономического развития РФ Татьяна Илюшникова в интервью «Коммерсанту» рассказала о меняющейся модели взаимодействия государства и бизнеса и о том, как в дальнейшем будет строиться поддержка малого и среднего предпринимательства и почему для МСП+ сейчас «включён свет».

— Вы пришли в Минэкономразвития накануне пандемии — ведомству пришлось как заниматься оперативной антикризисной поддержкой бизнеса, так и менять направление системной поддержки в рамках нацпроекта по развитию МСП. Как удалось увязать эти задачи?

— Системные меры поддержки предусмотрены нацпроектом, инициированным президентом, и впервые были выстроены в таком формате в 2019 году, а уже в 2020 году началась пандемия, которая коснулась всех сфер жизни.

С одной стороны, мы переориентировали действующие системные меры поддержки в рамках нацпроекта на пострадавшие отрасли: докапитализировали региональные гарантийные организации и государственные МФО, сняли часть требований для малого бизнеса, упростили процесс получения поддержки.

С другой стороны — запустили специализированные меры. Самыми распространенными были программы «ФОТ 0», «ФОТ 2.0», «ФОТ 3.0», которые завершились списанием бизнесу льготных кредитов на сумму 430 млрд руб. Тогда мы впервые применили принцип встречных обязательств. Это была уже не патерналистская модель: старший — младшему, государство — малому бизнесу. Это была модель равноправия, когда государство определило условия, при которых будет оказана поддержка: взамен льготных кредитов предприниматели должны были сохранить рабочие места.

— Малый бизнес долго воспринимался государством как сегмент

мелких лавочников. Как сейчас власти смотрят на сектор МСП?

— Давайте посмотрим, что такое МСП для экономики и для социальной жизни: в российской экономике 76 млн человек занятых, из них от трети до половины связано с сектором МСП. Это большое число.

Если говорить об имидже «лавочников», то действительно, структура российского сектора МСП отличается от структуры МСП ряда экономически развитых стран. У нас 36% МСП — это торговля. Также стоит понимать, что в торговле наименьшие барьеры (знания, основные средства, персонал) на входе в предпринимательство. Но эта картина меняется.

Когда из-за санкций крупные компании стали более заметны в международных сделках и нужно было выстраивать новые логистические цепочки, малый бизнес оказался гибким, адаптивным. В COVID-19 было то же самое: целые сегменты были закрыты. Если бы не торговля, непонятно, как бы мы прошли эти два года. Сейчас стабильно растут выручка и обороты у сегмента МСП, растут налоговые поступления. Сектор устойчивый, и он развивается, в том числе структурно.

— В правительстве всё чаще говорят о «недостаточном качестве» МСП — компаний много, а эффекта для экономики мало, речь ведётся о перезагрузке нацпроекта и изменении его целей. Каким должен быть сектор МСП?

— Первое — чтобы компании относились либо к сегменту экономики пред-

ложения (для удовлетворения внутреннего спроса), либо к реальному сектору (это импортозамещение, технологический сектор). Мы хотим создавать высокопроизводительные рабочие места. Они, как правило, более высокооплачиваемые. Второе — чтобы средний срок жизни субъекта МСП был не пять-семь лет, а больше: чем дольше работает компания, тем стабильнее на рынке и стабильнее рабочие места. Третье — чтобы выручка у этой компании росла. То есть успешный и растущий сектор.

— Что для этого будет сделано?

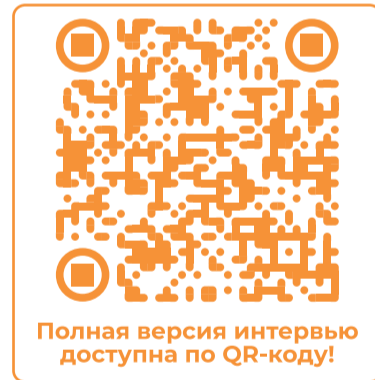
— Действующий нацпроект построен по акселерационному принципу. Мы поддерживаем, например, начинающих предпринимателей грантами, консультациями. Такой предприниматель приходит в банк и, как правило, получает отказ, а мы даём льготные займы в государственных микрофинансовых организациях. Это уже возвратный механизм, в отличие от грантов. Эта мера нужна, чтобы бизнес переходил из микро- в малый сегмент. Для более устойчивых компаний включаются кредитные программы, зонтичные гарантии, поручительства. Пик этой работы — IPO и преодоление границы МСП. Инструменты поддержки выхода на фондовый рынок в рамках нацпроекта есть, но они не могут быть массовыми. Из 6 млн компаний ежегодно пробуют выйти на фондовый рынок около 30.

Этот акселерационный принцип мы предлагаем сохранить. И при обновлении нацпроект должен стать ещё и таргетным. Исходя из задач каче-

ственного развития сегмента, допустим, сконцентрировать отдельные программы на производственном сегменте или на секторах с большим мультипликативным эффектом. Развиваем туризм — вокруг развиваются логистика, общепит, сфера развлечений, сфера услуг. Приоритеты такие: таргетность, дальнейшая стандартизация мер, предоставление в цифровом формате.

— Одним из новых направлений поддержки стало выделение МСП+. Какие надежды на него возлагаются?

— Главными мерами помощи для МСП+ сам бизнес предсказуемо называет кредитно-финансовые — понятно, например, что при нынешней ключевой ставке даже подросшие компании без поддержки не готовы кредитоваться. Кроме того, сейчас мы ведём обсуждение с Минфином возможности бесшовного налогового перехода — важно выстроить такую систему, при которой налоговая нагрузка менялась бы плавно. Другие инструменты возможны в части мер поддержки для выхода на фондовый рынок — этот вопрос пока также обсуждается.



Интервью взяли: Диана Галиева, Кристина Боровикова, «Коммерсантъ»



ПСБ предложил бизнесу автоматизированную подготовку авансовых отчётов

Бесплатный сервис для бизнес-клиентов, выпустивших корпоративные карты в ПСБ, позволяет сотрудникам компаний при подготовке авансового отчёта загружать в систему предприятия чеки за покупки, просто отсканировав их QR-код. Чек будет загружен автоматически из базы ФНС, таким образом объём бумажной документации будет существенно сокращён, а точность предоставляемой к отчёту информации — повышена.

«Решение, которое ПСБ реализовал одним из первых на рынке, будет интересно для компаний, где требуется вести учёт командировочных, представительских или административных расходов. Сервис позволит существенно сократить время на подготовку авансовых отчётов по корпоративным картам и переведёт значительную часть документов в электронный формат», — отметил Кирилл Тихонов, вице-президент, заместитель руководителя блока средний и малый бизнес ПСБ.

ФИНАНСЫ

Иннокентий Воловик, управляющий директор по факторингу ПСБ



Факторинг от ПСБ

Четырём компаниям, зарегистрированным в столице и осуществляющим свою деятельность в секторе малого и среднего предпринимательства, предоставлен лимит факторингового финансирования на общую сумму более 300 млн рублей. Компании занимаются производством косметики и биодобавок, продуктов питания, созданием одежды, а также инженерно-техническим проектированием. Сделки были успешно проведены дочерней факторинговой структурой ПСБ — компанией «МСП Факторинг».

Согласно условиям программы, финансированием на сумму до 100 млн рублей по льготным факторинговым ставкам могут воспользо-

ваться предприниматели — субъекты МСП, зарегистрированные в Москве, работающие в приоритетных для города отраслях: в производстве, ИТ, высокоточных отраслях и в инновационной и креативной сферах.

«Наш многолетний опыт работы с факторингом и постоянная поддержка со стороны столичных властей создают нашим клиентам благоприятные возможности для операционной деятельности и управления дебиторской задолженностью, позволяя развивать наиболее востребованные в регионе отрасли», — сказал Иннокентий Воловик, управляющий директор по факторингу ПСБ.

РОССИЯ, МОЙ БРЕНД ПОЕХАЛИ!

В Дни регионов все 89 субъектов Российской Федерации продемонстрировали посетителям Международной выставки-форума «Россия» достижения, традиции и уникальную продукцию своих предпринимателей и ремесленников. Это самая большая бизнес-энциклопедия страны. Только вместо страниц — залы, а вместо слов — бренды, активно развивающиеся с господдержкой, в том числе с помощью Центров «Мой бизнес».



ГАРМОНЬ, СЛАДКИЙ РЕКОРД И НАРОДНЫЕ ПРОМЫСЛЫ

Гостей выставки и стенда Тульской области встречали игрой на тульской гармонии, созданной руками мастеров ООО «Тульская гармонь», старейшего в России предприятия по производству гармоней и баянов. Кондитеры тульского ООО ТПК «Старые традиции» установили рекорд: создали сладкую карту — 3 на 3 метра! Её вес составил порядка 300 килограммов. Владимирская область представила знаменитые народные художественные промыслы — изделия фабрики «Ковровская глиняная игрушка», Гусевского хрустального завода имени Мальцова, Суздальской компании «Дымов керамика», завода «Мстёрский ювелир» и Центра традиционной Мстёрской миниатюры. Воронежские предприниматели предлагали дегустацию «Калачей из Калача» и продукции из Богучара: семечек, халвы, козинаков. Районные ремесленники приглашали на мастер-класс по росписи знаменитого Бутурлиновского розового пряника.



ШИШКИ В САХАРЕ И ОДЕЖДА С УЗОРАМИ СЕВЕРНЫХ НАРОДОВ

Челябинский бренд «Кладовочка бурундука» развивает Мария Юздова вместе с мужем. Чета производит натуральные сладости по традиционным рецептам народов Урала и Сибири — варенье и джемы из разных видов ягод, орехи в сиропе, шишки в сахаре. «Мы не конкурируем с крупными производителями. Нам важно быть увиденными — выставка даёт такую возможность. Покупатели очень ценят продукты региональных производителей, особое внимание уделяют уральским шишкам», — прокомментировала Мария. Югорские бренды представили модную одежду с узорами северных народов, дизайнерские платки ручной росписи и натуральную таёжную косметику. Так, изделия бренда «АМ» отшивают с применением различных техник: вышивка, шёлкотрафаретная печать и линогравюра. «Добрая Ферма» Режевского района Свердловской области привезла сыры из молока коз самой молочной породы в мире — зааненской.



ВАЛЯНАЯ ОБУВЬ, ТАЁЖНАЯ ПАСТИЛА И САЛФЕТКИ ИЗ БЕРЕСТЫ

Более 20 ремесленников и производителей из Новосибирска предложили вниманию гостей широкий выбор региональных товаров: книги и открытки о Сибири, валяную обувь, берестяные изделия, деревянные и вязаные развивающие игрушки. 12 производителей под единым брендом «КуЗбасс Фермерский продукт» привезли пихтовый чай, пастилу из таёжных ягод, аджику из маринованных томатов и ягодные соусы. На стенде Алтайского края организовали мастер-классы по изготовлению визитниц, салфеток из бересты и фигурок из рогаза. Занятия прошли под руководством народного мастера России и Алтайского края Виктора Романова и художника-ремесленника Полины Гладких. Купить подарок от мастеров Байкала предложили на стенде Иркутской области. Более 400 хендмейд-работ представили на видеостенде благодаря сайту handmade38.ru, созданному при поддержке регионального центра «Мой бизнес».



ЭНДОПРОТЕЗЫ, НАНО-КОСМЕТИКА И «ЧЁРНЫЙ БРИЛЛИАНТ»

Нижегородская область представила уникальные медицинские эндопротезы от предприятия «Айкон лаб», созданные при поддержке Фонда содействия инновациям. Мордовия удивила продукцией компании «Ростр». Изделия из морёного дуба, возраст которого достигает 2000 лет и который называют «чёрным бриллиантом». Косметическую продукцию Самарской области представил производитель инновационных средств с нано-частицами, компания из Тольятти «М9-Фарм».

Торговый дом «ЭМИЗ» из Татарстана презентовал «эликсир молодости и здоровья» — халяльный виноградный напиток. Чебоксарский разработчик ООО «ВВС» создал трёхмерное изображение просветителя Ивана Яковлева, создателя современного чувашского алфавита «одеи» в китель образца конца XIX века. Самозанятая Анастасия Елизарова из Кировской области презентовала бренд «Грибы Да! Ягоды», под которым производит уникальное варенье из грибов.

НАМ ЕСТЬ ЧЕМ ГОРДИТЬСЯ

Международная выставка-форум «Россия» проводится по указу президента России Владимира Путина на территории ВДНХ. Согласно опросу,* форум вызвал гордость за страну у 97% посетителей международной выставки. Девять из десяти опрошенных сказали, что узнали что-то новое на выставке. Более половины участников опроса заявили, что выставка превзошла их ожидания.

*Исследование ВШЭ и ЭИСИ

УМНЫЙ КОНЬ, УЛИТКИ С ПРЕДСКАЗАНИЯМИ И ЭКО-ПРОДУКТЫ

Донская компания Prof IT заставила заговорить человеческим голосом красного коня, символ современного туристического бренда Ростовской области и главный арт-объект стенда региона. Крымские предприниматели привезли женские сумки ручной работы ANNA GREEN, местную косметику и улиток с предсказаниями. Предприниматели Республики Адыгея стали спонсорами викторины и предоставили 10 путёвок в регион. Татьяна Сюсина, социальный предприниматель и мастер народного художественного промысла из Волгоградской области, привезла кукол, изготовленных в традициях кустарного ремесла в мастерской «Дмитриевская игрушка». Кубанская компания «Лима» специально для выставки разработала линейку ароматических диффузоров «Курорты Краснодарского края». Республика Калмыкия представила эко-продукцию местных производителей мяса и риса, одежды и обуви, украшений и сувениров.



НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ГОРНЫЕ ЧАИ И УЮТНЫЕ ПЛЕДЫ

Предпринимательницы-мастерицы из Осетии продемонстрировали свои навыки в золотой вышивке, плетении национальных платков и шитье детских подушек, а их коллеги-мужчины похвастали умениями в обработке дерева, чеканке, гончарном ремесле и кузнечном деле. Уникальные национальные инструменты были выполнены осетинской компанией «Фандыр», названной в честь аланского народного инструмента, а компания «Арион» представила стилизованное национальное оружие ручной работы — всё здесь подчёркивает национальную идентичность и приверженность традициям. Всего от Осетии на выставку направили свою продукцию более 50 производителей и ремесленников. Дагестан угостил соками, нектарами, компотами и горными травяными чаями ручной сборки. Производители Карачаево-Черкесской Республики привезли натуральные свечи от «Хвои» и вязаные шапки от «Идеала», пледы от Khitman и трикотажную одежду от Khubbi.



ПЕЛЬМЕНИ С ОЛЕНЯТИНОЙ, ШУНГИТ И СКАЗОЧНАЯ КОЛОНКА

Компания «В Карелии Есть» приготовила для гостей пельмени с олениной, калитки и другие интересные блюда по мотивам традиционной кухни. Мастерская TARU предложила изделия из кожи, ООО «Инталия» — продукцию из шунгита, а «Карельские Мастера» (ИП Михаил Якубенко) — изделия из карельской берёзы. ООО «Карельские узоры» привезло изделия из льна с традиционной вышивкой. На выставке был представлен проект, созданный семьёй амурских IT-предпринимателей, — это колонка, которая умеет рассказывать истории и сказки о фигурках, поставленных на неё. Технология заключается в том, что колонка считывает с игрушки NFC-метку и подгружает из облака аудио-контент об этой игрушке. Один из интересных продуктов, который представил Хабаровский край, — майонез «Морской» от ООО МЖК «Хабаровский». Этот майонез производится с использованием ламинарии японской и экстракта трепанга.



ДВУХМЕТРОВАЯ РОЗА, ВКУСНОЕ МАСЛО И ХЛЕБЦЫ

Почётное место среди участников форума заняли новые регионы. Кованую двухметровую розу изготовил для стенда Донецкой Народной Республики местный кузнец Сергей Логвиненко. Молзавод Херсонской области с четвертьвековой историей привёз сыры и масло. Продукция уже вошла в национальную систему маркировки «Честный знак». Шоколадная фабрика Луганской Народной Республики представила свои сладости, а кондитерская фабрика — кукурузные палочки, подушечки и хлебцы.



КСТАТИ

Порядка 123 тысяч заявок подано в 2023 году на регистрацию товарного знака, что на 35% больше, чем в 2022 году. В ходе прямой линии и пресс-конференции Президент Владимир Путин призвал продвигать региональные бренды и заявил, что присутствие российских брендов на отечественном рынке выросло на 31%.



РАСТЁМ С УМОМ БЕЗ РИСКА ОБВИНЕНИЙ В ДРОБЛЕНИИ

МОЙ СОВЕТ

Масштабирование бизнеса — к этой идее рано или поздно приходит любой предприниматель, успешно осуществляющий свою деятельность, фиксирующий её рост и желание расти и развиваться дальше. Как масштабироваться безопасно, рассказал амбассадор центра «Мой бизнес» Чувашии и руководитель юридической фирмы «РостБизнесКонсалтинг» Александр Ермаков.

Нежелательный путь

Например, компания со множеством небольших предприятий была под упрощённой системой налогообложения. Когда доход компании приблизился к разрешённому максимальному пределу, учредители приняли решение реорганизовать компанию на несколько отдельных

обществ с ограниченной ответственностью. Это позволило избежать перехода на общую систему налогообложения и уменьшить налоговые платежи. Крайне нежелательный путь, потому что налоговые органы легко отслеживают такие махинации.

Когда всё общее

Если несколько формально независимых компаний работают единообразно, с координацией управления одними и теми же лицами, использованием общих ресурсов, это может свидетельствовать, что целью реорганизации была минимизация налогового бремени. Например, компания, занимающаяся производством и продажей продуктов питания, разделилась так, что одна часть занималась производством, другая — оптовой продажей, а третья — розничной продажей. При этом все три компании

имеют одних и тех же учредителей и сотрудников, общие склады и так далее. Такая компания вызовет большой интерес у налоговиков.

Судебная практика

В одном из решений Высший арбитражный суд объяснил, что разделение обязанностей между взаимозависимыми компаниями не всегда является незаконным расчленением бизнеса, даже если компании имеют общих бенефициаров, руководителей и бухгалтеров и применяют специальные налоговые режимы. Однако необходимо, чтобы компании осуществляли разные виды деятельности, «которые не являются частью единого производственного процесса для достижения общего экономического результата».

ВАЖНО

«Неналоговыми» целями дробления бизнеса могут быть: раздел бизнеса между учредителями (коммерческими партнёрами), оптимизация учёта и структурирование хозяйственных операций по видам (направлениям) деятельности, оптимизация бизнес-процессов, диверсификация рисков, оптимизация управленческой структуры, подготовка к продаже бизнеса по частям, обеспечение соответствия требованиям контрагентов по «формату» бизнеса. К примеру, дробление бизнеса преследовало цель распределения между участниками контрагентов, заинтересованных/не заинтересованных в предъявлении НДС в цене реализуемой продукции, и тем самым расширения рынка сбыта.

Проверьте, соблюдены ли правила масштабирования бизнеса путём разделения одной компании на несколько.

ЧЕК-ЛИСТ

- ✓ У компаний отдельные офисы
- ⊙ У компаний собственное оборудование и техника
- ⊙ Компании придерживаются той же налоговой нагрузки, которая была до дробления бизнеса
- ⊙ В каждой организации штат людей, которые не работают одновременно в двух компаниях
- ⊙ Налоги и хозяйственные расходы оплачиваются с расчётного счёта
- ⊙ Разные ОКВЭД для компаний
- ⊙ У компаний самостоятельные каналы приобретения и сбыта товара

КАК НАЙТИ СОТРУДНИКА, ЕСЛИ ВЫ НЕ HR: ТОП-5 РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ УСКОРЕНИЯ НАЙМА

МОЯ ИНСТРУКЦИЯ



Безработица в России на рекордно низких уровнях, и одновременно с этим многие компании уже ощутили дефицит кадров. Как искать и привлекать сотрудников — рассказывает эксперт центра «Мой бизнес» Новосибирской области, эксперт hh.ru по найму в малом бизнесе Оксана Субботина.

СОСТАВЛЯЕМ ПОРТРЕТ

Портрет кандидата — детальное описание идеального кандидата на вакансию. В нынешних условиях лучше отказаться от стереотипов при найме. Перестаньте смотреть на возраст, смелее приглашайте на работу людей старше 45 лет, отбирайте кандидатов по навыкам. По возможности снизьте требования к опыту кандидатов, лучше выстраивайте систему вводного обучения и развивайте нужные навыки уже в процессе работы.

«ПРОДАЁМ» РАБОТУ

Продавайте работу в вашей компании на собеседовании. В диалоге с кандидатом расставьте акценты на тех аспектах, которые попадают в его ожидания. Избегайте стрессовых интервью, создавайте дружелюбную атмосферу и общайтесь с кандидатами тепло и доброжелательно. Даже если кандидат не выйдет работать к вам, он расскажет что-то хорошее о вас знакомым и они придут к вам.

ИЗУЧАЕМ КОНКУРЕНТОВ

Внимательно изучайте конкурентное окружение. Формируйте список компаний, в которых открыты похожие вакансии. Анализируйте, что предлагают, какую зарплату, соцпакет, график работы, какие требования к кандидатам предъявляют, как описывают свои вакансии. Это поможет определить, в чём ваши конкурентные преимущества, а что нужно улучшить.

СОЗДАЁМ ВАКАНСИЮ

У «продающей» вакансии несколько слагаемых успеха. Чёткая структура — аккуратно оформлена, визуально легко воспринимается, не перегружена текстом. Обязательно указывайте зарплату в рынке или чуть выше рынка. Указывайте контакты, по которым можно быстро связаться с вами и задать вопросы. Выстраивайте системную работу над брендом — обращайтесь внимательно на отзывы, работайте с ними, благодарите за позитивные и отвечайте на негативные.

ГОТОВИМСЯ К ВЫХОДУ

Готовьтесь к выходу нового сотрудника заранее. Определите задачи, которые будут стоять перед ним на испытательном сроке. Заранее выберите наставника и подготовьте его. Создайте «папку нового сотрудника»: приветственное письмо, оргструктуру и контакты ключевых сотрудников, важные регламенты и политики, программу обучения. Дайте новому сотруднику возможность ошибаться и задавать вопросы. Это важно для его быстрой адаптации. Успехов в подборе!

БИЗНЕС — ДЕЛО СЕМЕЙНОЕ

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Приоритетный порядок получения соцконтракта в размере до 350 тыс. рублей на открытие предпринимательской деятельности закреплён Указом Президента № 63 от 23.01.2024 «О мерах социальной поддержки многодетных семей». С важного нормативного новшества в стране стартовал Год семьи, объявленный главой государства. Между тем, по данным исследований, три четверти предприятий малого и среднего бизнеса в России — семейные компании, в которых работают супруги и родственники. О ярких историях успеха — в нашем материале.



«ФИЛИН, ПОЕХАЛИ»

Александра и Андрей Филины — основатели и руководители компании «Филин, поехали» и детского туристического клуба «Вектор» в Волгоградской области. Уже третий год они занимаются туризмом с детьми от 10 до 17 лет. Их цель — привить молодому поколению желание вести активный образ жизни.

В 2022 году предприниматели выиграли грант и благодаря финансированию закупили новое профессиональное оборудование, которое расширило спектр занятий для ребят. А спустя год они стали победителями регионального этапа премии «Мой добрый бизнес» в номинации «Лучший проект в сфере социального туризма».

«В клубе «Вектор» дети, а это более 45 учеников в группе, в течение года изучают пеший, горный, лыжный и водный туризм. Также мы организуем школьные походы и байдарочные путешествия по рекам, путешествия по Волгоградской области и в другие регионы», — рассказал Андрей Филин.



КУБАЧИНСКИЕ МАСТЕРА

Семейному бизнесу Тыкаевых из Дагестана более 30 лет. В нём задействованы даже дети, которых с ранних лет обучают ювелирному делу — кубачинскому художественному ремеслу. Все изделия изготавливаются вручную, поэтому найти два одинаковых практически невозможно. Члены семьи производят кубачинские сувениры, столовые приборы, ювелирные украшения из серебра, предметы для интерьера.

«Центр «Мой бизнес» постоянно организует выставки, в которых можно участвовать бесплатно. Это огромная помощь и поддержка. Помимо этого, мы получили помощь в размещении на маркетплейсах, и теперь наши изделия можно приобрести онлайн», — поделился внук создателя семейного бизнеса Юнус Тыкаев.

Сегодня на собственном производстве в Дагестане семья выпускает около 15 тысяч изделий в год и ежемесячно изготавливает с десятков новинок.



«СЫР ИЗ ЗАГОСКИНО»

Предприниматели из Пензенской области Юрий и Юлия Землянковы изготавливают молодые мягкие, полутвёрдые и зрелые сорта сыра: от сулугуни до чеддера. Всё началось четыре года назад с того, что семейная пара решила завести коров. У отца семейства была мечта иметь своё хозяйство. И когда пошло молоко — появилась бизнес-идея!

Начинали с самого простого сыра — мягкого адыгейского. Постепенно навыков и опыта прибавилось, и в ассортименте появились сыры с созреванием и вытяжные. В семейное дело втянулась и дочь Вера. Сейчас бренд «Сыр из Загоскино» знает практически вся Пенза. А ещё в этом году сыровары нашли новое для себя направление: начали делать сырные конфеты.

«Центр «Мой бизнес» очень помог нам в продвижении — мы не один раз участвовали в ярмарке, также нам изготавливали наружную рекламу», — поделилась Вера.



«СЕВЕРНЫЙ ИГРУШЕЧНИК»

Евгений и Валентина Коменковы из Вологды шесть лет назад создали мастерскую «Северный игрушечник» по изготовлению деревянных игрушек, хотя профессии обоих супругов никак не связаны с народными промыслами. Вологжане учились ремеслу самостоятельно — методом проб и ошибок. В 2021 году заключили соцконтракт, приобрели торцовочную пилу и станок, благодаря чему увеличился объём работ, а изделия стали получаться более качественными.

«В ассортименте мастерской более 20 позиций сертифицированных игрушек из массива бука, дуба, берёзы, липы, ясеня. Игрушки покрываем натуральным маслом, некоторые окрашиваем — все краски на водной основе, без запаха. Отправляем изделия по всей стране и участвуем в выставках центра «Мой бизнес». Также наша продукция представлена на маркетплейсе «Сделано на Вологодчине», — рассказал Евгений.



«ПОД ПРИСМОТРОМ» МНОГОДЕТНЫХ РОДИТЕЛЕЙ

Недавно мобильному приложению «Под присмотром» исполнился один год. За это время проект снискал популярность у россиян — более 10 тысяч клиентов пользуются им ежедневно. Основатели успешного сервиса — многодетные родители Николай и Виолетта Никитины, Сергей и Татьяна Степановы, Роберт и Ольга Ядревы. Их ИТ-компания, будучи резидентом Технопарка «Якутия» и социальным предприятием, аккредитована Минцифры России.

«Однажды мой отпуск совпал с выходом жены из отпуска по уходу за ребёнком. Я надолго остался один с двумя детьми. Тогда я осознал, насколько это тяжёлая и ресурсозатратная работа, поэтому мне захотелось создать инструмент, который бы позволил родителям не отказываться от своих дел и нанимать няню, не беспокоясь при этом за детей», — рассказал об идее создания Николай Никитин.

Одна из создателей проекта Татьяна Степанова отметила ключевую особенность мобильного приложения — технологию P2P (PEER-TO-PEER). Благодаря этому родители могут публиковать заказ на сервисе и указывать собственную цену за присмотр. Няни откликаются на заказ и в случае необходимости также могут предложить свою цену.



ПАСЕКА РОМАНОВЫХ

В Мошковском районе Новосибирской области в селе Локти живёт семья Романовых: Екатерина, Дмитрий и их дети Тимофей и Ульяна. Более 10 лет они занимаются пчеловодством и реализацией продуктов отрасли. Однако история семейной пасеки началась гораздо раньше. Пчеловодное хозяйство организовал отец Екатерины, который непрерывно на протяжении 35 лет заботился о пчёлах и производил мёд. Затем он отошёл от дел и два года пасека пустовала. «Сейчас у нас порядка двухсот пчелосемей! Но всё началось с одного роя, который случайно прилетел к нам на пасеку. У нас было всё для того, чтобы заниматься пчеловодством. И муж заинтересовался: собрал рой, помог пчёлам перезимовать. Так началась современная история нашей пасеки», — поделилась Екатерина.

С 2019 года семья развивает ещё одно направление — сельский туризм. Романовы организуют экскурсии по пасеке, проводят активности для гостей и мастер-классы: катание свечей из вошины, создание кукол-травниц и декупаж на деревянных спилах. Центр «Мой бизнес» помогает с продвижением, в планах — регистрация с господдержкой бренда «Пасека Романовых».

Чтобы уйти от сезонности в бизнесе, пчеловоды намерены построить гостиницу для туристов.



КАМЧАТСКИЕ «БАРХАТЯТА»

Образовательно-развлекательный проект «Бархатята», широко известный на Камчатке и уже успешно вышедший далеко за её пределы, — это не только сеть семейных магазинов хороших книг и добрых игр, но и разнообразные социальные мероприятия.

Основой своего бизнеса супруги Иван и Олеся Бархатовы выбрали возрождение культуры семейного досуга и формирование правильных семейных ценностей. В семье трое творческих вдохновителей: сыновья Родослав, Яромир и дочь Милослава. В семейном кругу ребят ласково именуют «бархатятами», что и послужило ключевой идеей для названия будущего магазина книг и игр.

«Став родителями, мы осознали, насколько важно для нас читать хорошие книги с нашими детьми, играть в настольные игры, быть в контакте и, играя, развивать их. Это осознание и принесло идею создания собственного проекта», — рассказал Иван.

Сегодня главным реализованным проектом «Бархатят» является региональный бренд «Я был на Камчатке!» и его флагманский продукт — настольная игра о полуострове «Вулканы Камчатки. Рискни покорить!» с использованием элемента дополненной реальности.

ЗА 4 ГОДА 120 ТЫСЯЧ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ

#МОЙБИЗНЕСПОМОГАЕТ



ДЕТЯМ УЧАСТНИКОВ СВО

Более 100 ребятшек из семей участников СВО и нуждающихся семей Хакасии получили подарки от предпринимателей. Сладости, игрушки и наборы для творчества маленьким адресатам доставил новогодний бизнес-десант — команда сотрудников центра «Мой бизнес», которые на несколько дней «превратились» в волшебников и лично вручили презенты.

«Нам пришло письмо, где дедушка попросил предпринимателей вручить подарки его маленьким внукам, так как у него такой возможности нет. Так, благодаря нашим неравнодушным жителям, ежегодно поддерживающим добрую новогоднюю акцию, детей и даже взрослых, верящих в чудеса, становится больше», — отметил руководитель центра «Мой бизнес» Хакасии Денис Пауль.



ОТ МАЛА ДО ВЕЛИКА

Министерство предпринимательства, торговли и туризма Воронежской области совместно с предпринимателями, центром «Мой бизнес» и фондом «Общие дети» принимает активное участие в благотворительном движении #МойбизнесПомогает. Так, в рамках акции 11-летнему Сереже Панфилову было подарено новое инвалидное кресло-коляска. К 10-летию дома-интерната для престарелых и инвалидов «Пансионат «Каширский» проживающим и сотрудникам передали столовые приборы, торты и сладкие пончики. В Бутурлиновском доме-интернате для особенных детей организован большой праздник со сказочными героями, мыльными пузырями, танцами и вкусными подарками. А помимо эмоций детям передали подарки: от игрушек, наборов для творчества, велосипедов, самокатов до техники, необходимой для создания более комфортных условий для детей.



САМОЕ НУЖНОЕ ДЛЯ МАЛЮТОК

Сотрудники центра «Мой бизнес» Республики Мордовия побывали в Большеберезниковском доме ребёнка и отвезли подарки, которые собрали вместе с предпринимателями. В учреждении находятся 20 детей, обделённых лаской и заботой родителей. За короткое время удалось закупить необходимые предметы: подгузники, средства личной гигиены, игрушки, чистящие и моющие средства, предметы первой необходимости. Один из предпринимателей передал интерактивную мебель собственного производства.

«Благодарим за оказанную помощь. Это действительно важно и нужно, потому что всё, что привезли, — самые «ходовые» вещи, которые изо дня в день нужны малюткам», — сказала главный врач.



«ВЕШАЛКА ДОБРА»

Социальная акция «Вешалка добра» в Северной Осетии ежегодно помогает сотням малоимущих семей одеть детей и собрать их в школу и поддерживает людей с ОВЗ, вынужденных переселенцев из ДНР и ЛНР. Одежду, обувь, продукты питания и медикаменты, собранные при поддержке бизнеса, отправляют военным на передовую и в госпитали.

Распределительный центр оборудован во Владикавказе в здании центра «Мой бизнес». Волонтеры осуществляют сортировку, размещение на вешалках и полках, ведут отчётность. Для родителей, которые оказались в трудной жизненной ситуации, созданы все условия, чтобы прийти и выбрать для своих детей то, в чём они нуждаются. Есть примерочная, а у входа — небольшая зона ожидания, где можно присесть.

Четыре года подряд неравнодушные предприниматели из всех уголков страны совершают добрые поступки в рамках благотворительной инициативы #МойбизнесПомогает. Организатором выступает Минэкономразвития России на базе Центров «Мой бизнес».

«Мы начали во время пандемии коронавируса, когда непросто было и гражданам, и предпринимателям. За эти годы малый и средний бизнес показал, что он важная часть не только экономической, но и социальной жизни страны. Часто МСП не имеет условий для самостоятельной организации благотворительных проектов. Поэтому предприниматели с радостью присоединяются к нашей акции. Уже более 120 тысяч человек стали получателями нашей поддержки в акции #МойбизнесПомогает», — отметила заместитель министра экономического развития РФ Татьяна Илюшникова.



ДЕД МОРОЗ И МИШКИ

Волгоградский центр «Мой бизнес» в преддверии новогодних праздников приехал с подарками в социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних детей. Для воспитанников были организованы мастер-классы по печати на кружках и созданию новогоднего панно. Самым маленьким показали спектакль со Снегурочкой, а завершилось всё поздравлением от Деда Мороза и белого мишки.

Ребята получили сладкие подарки, игрушки-обнимашки, настольные игры, канцелярские товары, кроссовки, постельное бельё, детскую одежду, книжки, мёд и варенье, а также сертификаты на экскурсионную программу.



ЖИЛЕТЫ ДЛЯ ЗЕМЛЯКОВ

Центр «Мой бизнес» Республики Калмыкия совместно с предпринимателями отправили 100 утеплённых жилетов мобилизованным землякам. Необходимое обмундирование для участников СВО сшили умельцы, которые ведут деятельность на базе регионального этно-коворкинга. Профессионально оборудованная площадка была открыта в 2023 году на площади около 100 кв. м. на цокольном этаже центра «Мой бизнес» и стала точкой притяжения предпринимателей — представителей народно-художественных промыслов.

«Это лишь небольшая помощь для наших отважных героев, которые каждый день демонстрируют силу и мужество, защищая мир и спокойствие наших граждан», — отметили предприниматели.



ИСКУССТВО ДОБРА

Команда центра «Мой бизнес» Челябинской области создала арт-проект «На своём месте» — это 20 портретов по мотивам шедевров мировой живописи и известных образов. Изюминкой каждой картины стали животные из приюта «Наш дом». Среди стилизованных картин — «Неизвестная» Ивана Крамского, «Купчиха за чаем» Бориса Кустодиева и «Девочка с персиками» Валентина Серова. В регионе акция проводится в разных форматах уже третий год. На этот раз внимание акцентировали на проблеме бездомных животных.

Готовые работы представили на конференции «Мой бизнес как искусство». Одним из главных событий стал аукцион, где удалось продать семь картин. Также все участники смогли оказать посильную помощь приюту. За первую неделю удалось собрать порядка 65 тыс. рублей. С начала запуска проекта 11 животных нашли новый дом.



ГЛИНЯНАЯ СКАЗКА

В рамках акции #МойбизнесПомогает воспитанники Центра содействия семейному воспитанию города Уфы побывали в гончарной мастерской «Чудо-глина». Под чутким руководством основательницы студии Юлии Валиулиной дети создавали уникальные изделия: кто-то слепил ангела, кто-то — новогоднюю ёлочку, а кто-то — дом своей мечты. Предпринимательница отметила, что ребята творили с энтузиазмом и азартом, каждый вложил в поделку частичку себя.

Мастер-класс детям очень понравился. Многие из них решили подарить созданные собственноручно изделия воспитателям и друзьям, некоторые оставили поделки себе на память.

Деловое издание
«Мой бизнес»
№01 (10), февраль, 2024 год
Учредитель:
ООО АМК «РЕГИОН МЕДИА»
Издаётся с 2022 года

Главный редактор:
Ольга Терно
Шеф-редактор:
Алина Леликова
Выпускающий редактор:
Нина Приходько

Корректор:
Диана Кизогян
Дизайн и вёрстка:
Дарья Трофимчук
Адрес редакции:
141981, г. Дубна, Московская область, ул. 9 Мая, д. 7В, стр. 2
Типография: «Форте Пресс»

Тираж: 999 экз.
Распространяется бесплатно
Электронная версия газеты:
мойбизнес.рф

Хотите предложить новую тему или прокомментировать опубликованный материал?
WhatsApp: 8 (919) 892 70 90

