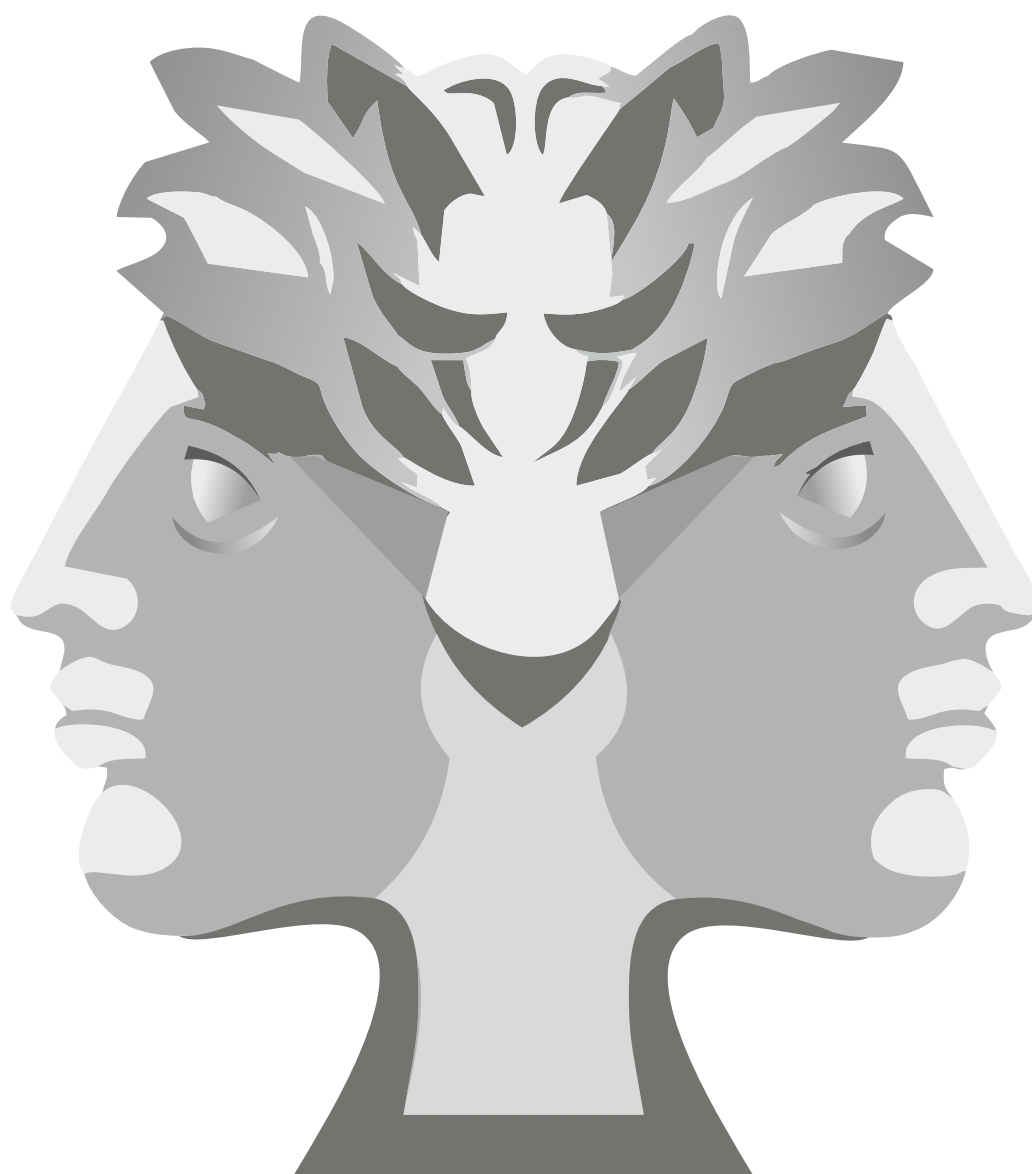


№1, апрель 2013 г.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

СЕГМЕНТ

18+



БИЗНЕС И ПОЛИТИКА

Двуликий янус?

МЯ-Я-Я

«Кот в мешке»
38-70-07



Надоели скучные подарки?

Пришло время **ДАРИТЬ МЕШОК**
ПОЗИТИВА и **ХОРОШЕГО НАСТРОЕНИЯ!**

Мы рады представить Вам первый в Смоленске бутик позитива «Кот в мешке» !

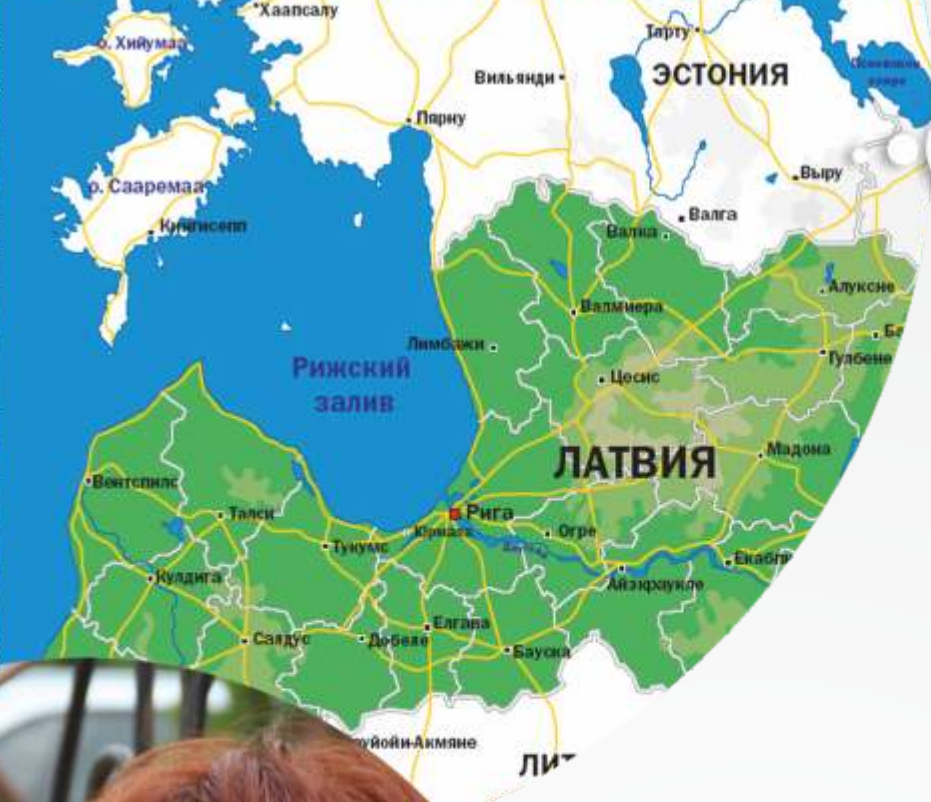
Хватит дарить унылые и бесполезные подарки!

Удивлять легко, получая взамен хорошее настроение и море улыбок.

«Кот в мешке» - это магазин, в котором Вы сможете приобрести необычный подарок и порадовать своих друзей, любимых или коллег по работе. Все, что вам необходимо это позвонить нам, в бутик позитива «Кот в мешке», и выбрать подарочный сертификат в мир ярких приключений и незабываемых эмоций.

На следующий день курьер бесплатно доставит подарок по указанному адресу.

Более подробную информацию Вы можете получить по телефону 40 74 55, 38 70 07



ЛАТВИЙСКИЙ ВЫБОР

апрель 2013

№1



АРХИТЕКТУРА БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ

ОТ РЕДАКТОРА..... 5

ИНФОРМАЦИЯ
(ДАЙДЖЕСТ) Выход на IPO..... 5

ИССЛЕДОВАНИЕ
(ПРИКАДНОЕ) Телефон VS телефон..... 8
(ИНИЦИАИВНОЕ) Бизнес и политика, дело ясное, что дело темное....12
(СПЕЦИАЛЬНОЕ) Свои среди своих..... 16

АНАЛИТИКА
(ОТРАСЛЬ) Интернет-торговля в России..... 18
(ТЕРРИТОРИЯ) Литовский выбор..... 22
(ЗАПИСКА) Экспорт капитала в офшоры..... 28

СПРАВОЧНИК
(ПЕРСОНА) Галина Ковалева: «Я всегда работаю по субботам»..... 32
(КОМПАНИЯ) Новости организации..... 35
(ТОВАР) Молоко питьевое..... 35

ОБРАЗОВАНИЕ
(СЕМИНАР) Загонять ли бизнес под микроскоп?..... 36

КОНСАЛТИНГ
(МАРКЕТИНГ) Как генерировать лиды?..... 42
(ПАРТНЕРЫ) Ищу тебя..... 45



О КИПРЕ ЗАМОЛВИТЕ СЛОВО

РЕДАКЦИЯ



Денис НИКИТАС
главный редактор



Виктория САМУЙЛЕНКОВА
заместитель главного редактора —
ответственный секретарь



Георгий КИЧЕВ
социолог



Андрей СТАРЦЕВ
экономист-аналитик



Антон ЛИТВИШЕВ
маркетолог



Павел МЫЛЬНИКОВ
автор, фотограф



Анна АНДРЕЕВА
дизайнер



Карина ГАРМАТЮК
менеджер по продажам

ОТЗЫВЫ ЧИТАТЕЛЕЙ



Святослав МАСЮТИН
председатель «Союза машиностроителей
Смоленской области»

- Каждое утро я начинаю с просмотра деловых журналов и газет. Чтение экономических СМИ — осознанная необходимость для успешного ведения бизнеса. Ваш журнал даёт не только информацию о бизнесе и экономике региона, но и возможность поучаствовать в экономической жизни региона через публикации в нем.

АНОНС

Читайте в следующем номере:

ТАЙНЫ ЕВРОСОЮЗА

**КАК РАЗДЕЛИТЬ
РОССИЮ?**

**КАКОЙ БОГ У
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ?**

НАШИ
ПАРТНЕРЫ:



РЕКЛАМНОЕ АГЕНСТВО
СПЕЦИАЛИСТ



СМОТР

PROFESSIONAL
BOUTIQUE



Бином



BUSINESS
FORWARD
International Export Company



киноформат

БИОТЕХ

Web Canape

КОНТАКТЫ

18+

www.m-segment.ru
+7(4812) 46-00-87 - редакция
+7(4812) 38-70-07 - отдел продаж

Св-во ПИ № ФС 77-52-807 от 08.02.2013 г.
СВОБОДНАЯ ЦЕНА
Тираж - 500 экз.
Номер отпечатан в ООО «Мастерпринт»
(Гродно)



ОРГМИНУТКА

Денис НИКИТАС

Генеральный директор «Аналитического агентства «Сегмент»
Президент «Смоленского бизнес-клуба»

Наши деловые мероприятия я обычно начинаю с оргминуток, чтобы потом не возникало вопросов и непонимания. Поэтому и эту нашу встречу (на страницах журнала) я тоже начну с нее.


Несколько слов о текущем моменте. Среди нас с вами много толков, о том, что в Смоленске, болотце, скучно, ничем, кроме торговли нет смысла заниматься и что после «юбилея» города ждать больше нечего: все придет в привычное уныние. При этом рынки Москвы и Петербурга настолько перенасыщены, что начинают активную экспансию в регионы, в том числе в смоленский, заранее понимая, что их маржа не будет высокой, но хоть какой-то все же он будет. Глобальные рынки Европы и мира настолько жаждут новых регионов сбыта, что нашу страну вынудили вступить в ВТО. Конкуренция только будет острее. И уповать руководителю организации и его маркетологам, что все останется, как и прежде, нельзя.

В такой ситуации предпринимателю надо быть более внимательным к тому, что происходит у конкурентов, к тому, о чем думает потребитель, к тому, что происходит

соседних регионах, нужно постоянно совершенствовать себя, своих коллег и подчиненных. И мне говорят, что смоленскому бизнесу это не нужно. А я верю в смоленский бизнес! Эти все слова - лишь этапы роста. И уверен, что смоленские предприниматели выросли и могут учитывать то, что происходит как во внутренней, так и во внешней среде своей организации, нужно только обязательно выявлять свои конкурентные преимущества.

И именно поэтому, полностью веря в смоленского предпринимателя, я открыл аналитическое агентство «Сегмент», под эгидой которого будет выходить этот журнал. Журнал продолжит трехлетние наработки нашей команды, которые начинались с простого газетного приложения на одну страницу.

А встречаться я предлагаю не только через журнал, но и обмениваться мнениями на мероприятиях клуба, которому совсем скоро уже исполнится два года.

До встречи на страницах журнала «Сегмент». 



Выход на IPO

Павел МЫЛЬНИКОВ

РОСТ СТОИМОСТИ АКЦИЙ KALO BIOS PHARMA (THE WASHINGTON POST)

В конце зимы американская фармацевтическая компания KaloBiosPharmaceuticals, чья штаб-квартира расположена в южной части Сан-Франциско, разместила свои ценные бумаги на фондовой бирже NASDAQ (тикер компании — KBIO) — 8,8 миллионов акций по \$8 за штуку. В первые же часы после размещения они поднялись в цене на 9 центов (или на 1,12%). Гаранты размещения ценных бумаг готовы выкупить ещё 1,3 миллиона акций. В январе представители компании заявляли, что готовы продать 3,9 миллионов акций по цене \$12-14 за штуку.

Специализация компании — изучение рака крови и антибактериальных препаратов.

ПОЛТОРА ДЕСЯТКА КИТАЙСКИХ ФИРМ ОТКАЗЫВАЮТСЯ ОТ ВЫХОДА НА IPO (MARKETWATCH)

Согласно Комиссии по регулированию рынка ценных бумаг в Китае, с декабря 2012 года 16 компаний оставили свои планы по размещению акций. Однако Комиссия не предоставила ни объяснений, ни сведений о финансовом положении отказавшихся компаний. Возможными причинами могли послужить как затянутое время, отведённое на одобрение заявки, так и общее слабое состояние рынка ценных бумаг.

Отметим, что Комиссия перестала утверждать заявки на IPO ещё с октября, сославшись на опасения о возможном перенасыщении рынка акциями.

По официальным данным, на конец января одобрения ожидали 873 компании. Комиссия по регулированию

рынка ценных бумаг потребовала от юристов, занимающихся формальными процедурами, предоставить отчёты до конца марта. Тем временем неспешность в оформлении подталкивает китайские компании к иным решениям — например, к использованию зарубежных площадок или внебиржевых рынков ценных бумаг.

Среди корпораций, отказавшихся от планов по размещению акций, — поставщик титана Zunyi Titanium и производитель чая Anxi Tieguanyin Group: обе собирались использовать в качестве площадки Шэньчжэньскую фондовую биржу.

ПОЧЕМУ TWITTER НЕ ВЫЙДЕТ НА IPO (THE HUFFINGTON POST)

Генеральный директор TaskUs.com Брюс МЭДДОК задаётся вопросом: решится ли Twitter на IPO в этом году — и приводит несколько возможных причин переноса:

- **отключите назойливый шум и избегайте чрезмерного внимания.** Медиа заставили поверить, что по стартапам все сходят с ума. Разумеется, СМИ способны сделать бренд известным, увеличить интернет-трафик и даже сделать вас знаменитым в цифровом мире. Но они не умеют одного — быть опорой для бизнеса. Самый известный пример — печальная история разработчика онлайн-игр Zynga.

- **сохраняйте быстроту реакции.** Размещение акций означает безграничные новые рынки, продукты, достижения. Но размер вашей компании к тому времени может стать отягчающим, замедляющим фактором. Никто не обвинит Microsoft в отсутствии инноваций, но

их изматывающий процесс одобрения руководством порядком мешает творческим порывам.

- **прислушайтесь к SurveyMonkey.** За последние 13 лет эта компания приобрела значительный вес в своей области (ведущий мировой поставщик онлайн-решений по опросам), её оценивают в \$1,35 млрд. Президент компании объяснил, почему она не собирается в ближайшее время выходить на биржу: «Размещение своих акций означает высокую степень уверенности, но пристальное внимание со стороны прессы и инвесторов нередко мешает компании оставаться инновационной, прорывной, экспериментировать — тому, что и привело их к успеху».

Наконец, господин Мэддок сравнивает компании, решившиеся на IPO, с военным кораблём, а тех, кто не торопится на этот шаг — с боевым дроном. Первый — исполинский, мощный, смело пробирается вперёд и требует наличия персонала, но цена ошибки высока, стоимость — астрономическая, изменить направление — трудно, а управлять приходится с помощью цепочки команд, что мешает реагировать быстро. Дрон же отличается высокой точностью, способен мгновенно изменить направление движения, быстро собирается и не требует для обслуживания десятков рук, а расходы — намного меньше.

БАНКИ СИНГАПУРА ГОТОВЫ К РОСТУ ЧИСЛА IPO В НАСТУПИВШЕМ ГОДУ (WALLSTREET JOURNAL)

Магнус Бокер, глава Сингапурской биржи, считает: «Если положительные перемены на рынке не прекратятся, мы увидим рост числа IPO. Сейчас мы наблюдаем, как к этому готовятся несколько крупных корпораций. На мой взгляд, это весьма важно для рынка. Нужно верить в то, что приходящий год принесёт больше сделок, чем прошедший».

По данным биржи, в прошлом году около 26 компаний выручили с помощью IPO 4,5 млрд сингапурских долларов (или \$3,7млрд). Это несколько меньше, чем годом ранее (29 компаний и 9,4 млрд сингапурских долларов). В 2012 году Малайзия обошла Сингапур по объёму сделок (что частично вызвано активным присутствием на рынке фондов с государственной поддержкой и сорванными в нескольких случаях переговорами — так, в мае британская FormulaOneGroup отказалась от сделки стоимостью \$2,5 млрд), став платформой для третьего по величине IPO прошлого года (FeldaGlobalVentures, \$3,2 млрд).

ВЫШЕ ОЖИДАЕМОГО (FINANCIAL TIMES)

Стоимость акций компаний, совершивших IPO в прошлом году, превзошли ожидания ведущего индекса Британской фондовой биржи FTSE 100. Проанализировав стоимость ценных бумаг 10 компаний, вышедших на IPO с января 2011 по декабрь 2012 года, эксперты Deloitte обнаружили, что средняя стоимость акций возросла на 18,4% по сравнению с их ценой на момент размещения, в то время как FTSE 100 ожидал рост лишь на 2,2%.

Джон ХАММОНД (Deloitte) говорит о негативном восприятии IPO в последнее время и считает, что на рынке способны успешно закрепиться лишь компании,

сумевшие найти баланс между ценой покупателя и продавца, отражающий реальную ситуацию. Причинами уменьшения числа компаний, решающихся на IPO, эксперт Deloitte называет завышенную стоимость акций и жёсткие условия торговли: «Лишь немногим компаниям удалось убедить инвесторов вкладывать деньги в них».

ВЫЙДЯ НА IPO, DELL РЕШАЕТ ВЕРНУТЬСЯ (THE ECONOMIST)

В начале февраля Майкл ДЕЛЛ, глава корпорации по выпуску компьютеров, объявил о выкупе контрольного пакета акций за счёт кредита, на что планируется потратить \$24,4 млрд. В случае согласия акционеров сделка станет крупнейшей в своём роде с 2007 года. Ожидается, что это произойдёт к лету.

Руководитель уверен: компания получит больше времени, инвестиций и терпения и сможет, не отвлекаясь на подготовку отчётов о ежеквартальной прибыли, улучшить продажи ПК (на которые по-прежнему приходится половина сделок).

Правда, грядущее решение не избавит от стратегических проблем. Так, существенно увеличить прибыль помешают компании-конкуренты из Азии, которые давно научились выпускать неплохие продукты за небольшую цену. Кроме того, Dell до сих пор не захватил рынок смартфонов и планшетных компьютеров, где сейчас и наблюдается рост.

ЦЕНА ТЕХНИЧЕСКИХ СБОЕВ ВО ВРЕМЯ IPO — \$5 МИЛЛИОНОВ (КОММЕРСАНТ)

Комиссия по ценным бумагам и биржам США намерена оштрафовать биржу NASDAQ на \$5 млн за несколько технических сбоев, случившихся во время IPO Facebook в прошлом году. В результате этого биржа не успевала обработать заявки некоторых инвесторов в положенные сроки, и операции с ценными бумагами проходили по иной цене. Итог — ущерб покупателей в \$500 млн.

Отметим, что биржа добровольно взяла обязательство возмещать причинённые убытки, хотя не была обязана делать это. Если решение о штрафе будет принято, NASDAQ станет второй площадкой, которую оштрафовала Комиссия по ценным бумагам (в сентябре с необходимостью возместить ущерб столкнулась Нью-Йоркская фондовая биржа).

PROFESSIONAL

ФОТОЦЕНТР

* ПОЛИГРАФИЯ:

ВИЗИТКИ 4+0	ЛИСТОВКИ А5 4+4	ЕВРОБУКЛЕТЫ 4+4
1000шт - 1,6руб./шт.	1000шт - 3,4руб./шт.	1000шт - 6,5руб./шт.

* ШИРОКИЙ ФОРМАТ

в интерьере и не только...

* БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ

ручки, часы...

ул. Рыленкова д.63, т. 8(4812) 32-17-28, 8-920-315-1041
г.Сафоново, ул.Советская, д.6, тел.: 8-920-315-1043
www.fotocentr-prof.ru



Телефон vs телефон

Вспомните, когда Вы последний раз говорили в ответ на звонок домашнего телефона фразу: «Перезвоните позже, его нет дома»?.. Еще каких-то 10 лет назад для того, чтобы позвонить в другой город, а тем более государство, многие люди ходили в пункты междугородной связи. Теперь же куда удобнее воспользоваться интернет-программой, и не просто получить возможность бесплатно поговорить с друзьями, родственниками или коллегами на другом конце света, но и увидеть их в режиме видеозвонка.

Георгий КИЧЕВ

МОБИЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМЕРЫ

Мобильные телефоны уже давно перестали быть просто средством связи. За недолгое время своего существования они прошли путь от довольно увесистой коробки с антенной и черно-белым экраном до сверхтонких моделей со встроенным фотоаппаратом, сенсорным дисплеем и производительностью настоящих компьютеров. Телефон из простого средства связи превратился в сложное многофункциональное устройство. В конце 2011 года компании «PewInternet» и «AmericanLifeProject» провели исследование, чтобы понять, как и для чего, кроме звонков, используются мобильные телефоны. Результаты показали, что больше половины американцев (51%) хотя бы 1 раз в день пользуются мобильным телефоном для быстрого поиска информации в Интернете. Примерно четверть американцев (27%) заявили, что в прошлом месяце они пережили сложную жизненную ситуацию, и все по вине того, что поблизости не было их мобильного телефона. Мобильный телефон - не только полезная вещь, но и просто необходимая. Об этом говорит то, что около 40% опрошенных заявили о том, что, оказавшись в сложной жизненной ситуации, они могут рассчитывать только на телефон.

Телефон служит и средством развлечения. Более 40% американцев постоянно используют мобильный телефон в качестве средства развлечения, а доля таких людей в возрасте от 18 до 29 лет еще больше — порядка 70%.

Роль мобильного Интернета для американцев растет, а вот удобство пользования им не всегда их удовлетворяет. По данным «Pew», около 20% американцев испытывают

разочарование в мобильном интернете, потому что их телефон слишком долго скачивает информацию. Примерно каждый шестой (16%) испытывает трудности с чтением на мобильном телефоне, потому что его экран слишком мал. Наиболее часто используемыми ресурсами являются электронная почта (38%) и социальные сети (29%).

Доля обычных мобильных телефонов (в противовес смартфонам) остается подавляющей, а исследование показало, что около 35% владельцев «умных» телефонов одновременно пользуются и простым сотовым телефоном. Согласно данным «Pew», 92% владельцев смартфонов используют эти устройства только для приема и отправки текстовых сообщений, а также используют его в качестве фотоаппарата. Для отправки видео и фотографий смартфоны используются чаще, чем простые телефоны: об использовании данной функции заявили 80% владельцев смартфонов и лишь 36% обладателей обычных сотовых телефонов. Просторы сети Интернет также чаще посещаются владельцами смартфонов — среди них таких 84%, тогда как среди пользователей простых телефонов их всего 15%. Большинство владельцев смартфонов загружают в свои устройства приложения. Но, тем не менее, число тех, кто не устанавливает никаких приложений на свой «умный» гаджет, достаточно велико — это число переваливает за 30%. Но, по утверждению самих исследователей, многие американцы испытывают затруднения с пониманием того, чем смартфоны отличаются от обычных мобильных телефонов.

ГОРОДСКИЕ ТЕЛЕФОНЫ УХОДЯТ

В конце 2011 года «Фонд Общественное Мнение» провел ряд исследований с целью определить ситуацию на рынке сотовых устройств и мобильных операторов. Так, по данным ФОМ, девять из десяти россиян имеют хотя бы 1 мобильный телефон (87%). Большинство из них в основном пользуются простыми мобильными телефонами. Об этом заявили 67% опрошенных. Правда, по сравнению с результатами прошлых исследований, пользователи сотовых телефонов потеряли 4%, что нельзя сказать о количестве владельцев смартфонов. Примерно каждый пятый россиянин (21%) является обладателем кнопочного смартфона, а каждый десятый (11%) - владельцем смартфона с сенсорным экраном. Причем оба показателя имеют положительную динамику (+2% и +3% соответственно). По данным ФОМ на 2011 год, наиболее популярными марками мобильных телефонов являются: Nokia (42%), Samsung (32%), SonyEricson (6%) и LG (6%).

Специалистами ФОМ так же был изучен и рынок мобильных операторов. Лидером по числу пользователей является сотовый оператор «Мегафон»: о том, что пользуются услугами данного оператора, заявили 29% пользователей мобильных телефонов и прочих устройств. На втором месте расположился «Билайн» с долей клиентов в 28%. «МТС» замыкает тройку лидеров с 26% всех пользователей мобильных. На четвертом месте расположился сотовый оператор «Теле2» с 17% пользователей мобильных устройств. Стоит отметить,

что, по данным на 2011 год, только оператор «Теле2» имел положительную динамику в росте своей клиентской аудитории (+3%).

Самым динамически развивающимся сектором на рынке мобильных услуг является предоставление доступа в Интернет. Основной прирост домашних интернет-подключений как раз составляет беспроводной мобильный интернет (с 2010-го к 2011 году доля пользователей выросла с 9% до 13% от всех пользователей Интернета). Именно этот способ доступа в Интернет является основным для рабочих поселков и сельской местности. Если говорить о мобильных интернет-практиках, то самым популярным использованием мобильного Интернета является общение в социальных сетях (46%), набравших 10% с 2010 года и переместившихся со второй на первую позицию. Поиск информации, несмотря на то, что он находится на второй позиции, не сильно уступает общению в социальных сетях (41%). Скачивают и прослушивают музыку через мобильный телефон 29%. Тех, кто просматривает фото — 27%, просматривают новости — 25%, переписываются через e-mail — 22%.

Если же говорить о стационарных телефонах, то в данный момент времени он становится скорее роскошью. По данным агентства Rumetrica, количество стационарных телефонов в России увеличивалось вплоть до 2007 года, но позже их количество только сокращалось. Это связано с повышением стоимости эксплуатации стационарного телефона (примерно на 10% ежегодно.)

СПУТНИКОВОЕ установка, настройка техническая поддержка И ЦИФРОВОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

ТРИКОЛОР, ТЕЛЕКАРТА, РАДУГА, НТВ+, КОНТИНЕНТ

Каналы в формате HD (высокой четкости)

Цифровое ТВ (8 бесплатных каналов) **от 2500р.**

Спутниковое ТВ с установкой **от 5500р.**

ТРИКОЛОР ТВ (с рассрочкой на год) **первый взнос 2000р.**

400-499

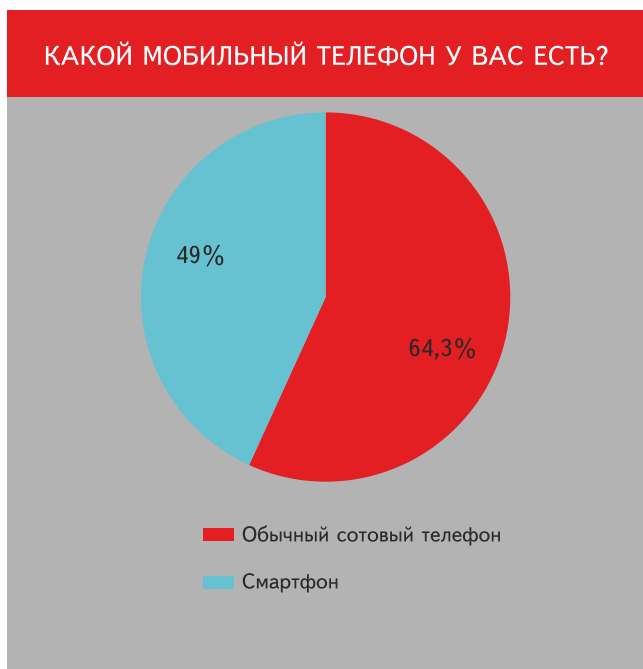
8-904-363-37-52 8-950-705-26-69



«И УСЛЫШАТЬ, И УВИДЕТЬ»

По инициативе аналитического агентства «Сегмент» было проведено исследование с целью установить особенности телефонного общения в Смоленске. Абсолютно все опрошенные смоляне являются владельцами хотя бы 1 сотового телефона. Причем у некоторых есть сразу несколько телефонов: так, 64,3% опрошенных заявили, что у них есть обычный мобильный телефон, а 49% - что они являются владельцами смартфона. Со слов одного из респондентов: «Смартфон удобен для Интернета и игр, но он довольно быстро разряжается и им совершенно невозможно пользоваться за рулем. Кнопочный телефон намного надежнее, но морально устарел. Поэтому у меня 2 телефона». Стационарный телефон есть у 76,6% респондентов. Планшетным компьютером пользуются 8,7% опрошенных смолян. Продолжая разговор о стационарных телефонах, следует отметить, что большинство (57,1%) опрошенных пользуются стационарным телефоном и пока не собираются от него отказываться. Каждый пятый (21,4%) отказался от использования стационарного уже более года назад. Чуть меньшее количество опрошенных смолян (14,3%) в данный момент подумывают о том, чтобы отказаться от проводного телефона. Есть и те, у кого никогда не было стационарного телефона (7,1%). По словам одного из респондентов: «Я живу в частном секторе, и провести телефонную связь всегда было большой проблемой и стоило немалых средств. Пользуемся исключительно мобильными телефонами и мобильным интернетом». Горожане, которые заявили о том, что они отказались от телефонного обслуживания в течение последнего года, нам не встретились. О том, что они пользуются программами для общения через Интернет, например Skype, заявили 14,2% процента опрошенных, причем 92,9% из них — молодежь в возрасте до 25 лет. По словам одного из опрошенных: «Я пользуюсь Skype для общения с родственниками, которые живут за границей. Получает-

ся бесплатно, да и можно не просто услышать друга друга, но и увидеть». Мобильный Интернет оказался довольно популярен среди смолян. Но, несмотря на это, 42,9% пользователей мобильных телефонов заявили о том, что не видят в нем необходимости и поэтому не пользуются им. Примерно каждый пятый (21,4%) не может пользоваться интернетом по техническим причинам (устаревшая модель телефона, неполадки и т.д.). Однако ровно столько же горожан (21,4%) заявили о том, что пользуются мобильным Интернетом практически каждый день. Хотя бы один раз в неделю в сеть с телефона заходят 7,1% опрошенных. Столько же (7,1%) выходят в Интернет хотя бы 1 раз в месяц. Мобильный телефон давно стал многофункциональным устройством. Но какие же функции смоляне считают для себя самыми важными? Абсолютно все респонденты считают самой важной функцией телефона звонки. Чуть менее (92,5%) называют как одну из самых важных функцию отправки текстовых сообщений. На третьем месте располагается функция «Будильник», ее выбрали 68,6% опрошенных. Фотокамерой пользуются чуть больше половины владельцев мобильных телефонов (57,1%). Выход в Интернет — одна из самых важных функций для 35,1% опрошенных. Приложения важны примерно для каждого пятого опрошенного смолянина (21,4%), ровно для такого же числа смолян важны игры на мобильном устройстве. Заметками активно пользуются 14,3% респондентов. MMS часто пользуются 7,1% опрошенных, столько же смолян высказались о том, что в мобильном телефоне для них важно еще что-то другое. Многие слышали о возможности использования мобильного телефона в качестве платежного устройства, но сами никогда не пользовались (71,4%), никогда об этом не слышал каждый пятый смолянин (21,4%), а сами пользовались лишь немногие (7,1%). На обслуживание мобильного телефона смоляне в среднем тратят 350 рублей в месяц, большинство цифр колеблется в пределах от 150 до 500 рублей. 📶





СМОЛЕНСКИЙ
БИЗНЕС-КЛУБ

БИЗНЕС И ПОЛИТИКА

Двуликий янус?

9 АПРЕЛЯ
2013 ГОДА

ул. Б.Советская, 4а
(3-й этаж, Банк Уралсиб)

- ЧТО ПЕРВИЧНО, ПОЛУЧЕНИЕ БИЗНЕСА ИЛИ ВЛАСТИ?
- ЗАЧЕМ БИЗНЕСМЕНЫ ХОДЯТ ВО ВЛАСТЬ?
- ПРАВДА ЛИ, ЧТО МАЛОМУ БИЗНЕСУ ПОЛИТИКА НЕ ИНТЕРЕСНА?
- МОЖНО ЛИ ЧЕРЕЗ ПОЛИТИКУ ЗАЩИТИТЬ СВОЙ БИЗНЕС?
- ЕСТЬ ЛИ ЧЕСТНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В ПОЛИТИКЕ?



Реклама.

УЧАСТИЕ ПО РЕГИСТРАЦИИ / УЧАСТИЕ БЕСПЛАТНОЕ

РЕГИСТРАЦИЯ НА САЙТЕ WWW.SMOLBIZCLUB.RU/ANONS/BIZNES-I-POLITIKA

46-00-23



Бизнес и политика: дело ясное, что дело темное

То, что бизнесмены идут в политику, похоже, уже считается нормой, ровно как и обратный вариант. Попробуем разобраться, насколько совместимы политика и бизнес, чем руководствуются личности, которые одной сфере предпочитают другую, и к чему это приводит.

Виктория САМУЙЛЕНКОВА

НА СЛУХУ

Вопрос о совмещении политики и бизнеса весьма спорный, сегодня он достаточно горячо обсуждается, и несколько свежих скандальных историй в органах власти этому очень способствуют. Наиболее яркая из них связана с лишением в сентябре прошлого года депутатского мандата в Государственной Думе Геннадия ГУДКОВА, которого обвинили в совмещении депутатской деятельности с бизнесом.

Напомним, что с 2007 года деятельность парламентариев в области коммерции была существенно ограничена Федеральным законом «О статусе депутата Госдумы и члена Совета Федерации». Так, представителям законодательной власти фактически запретили заниматься бизнесом. А, кроме того, сейчас в закон «О противодействии коррупции» хотят внести поправки, в которых всем без исключения госслужащим (а также их супругам и несовершеннолетним детям) запретят владеть недвижимостью, банковскими счетами, долями компаний и иными активами за рубежом.

Геннадий Гудков с решением коллег в свой адрес, разумеется, был не согласен: сначала он обжаловал его в Конституционном суде, но успеха не добился, а затем обратился в Верховный суд. Правда, и там ему не поверили.

А в феврале этого года депутаты вообще, как может показаться со стороны, устроили какой-то флеш-моб. Только за неделю от мандатов отказались трое депутатов. Один из них, Анатолий ЛОМАКИН, вроде бы даже нашел уважительную причину — заявил, что хочет серьезно заняться своим лечением. Так вот, еще в недавнем прошлом Ломакин входил в список Forbes богатейших людей России. Естественно, предпринимательскую деятельность он перед вступлением в новую должность прекратил. Связано ли депутатское решение Ломакина со вчерашним делом жизни — остается только догадываться.

Но, в отличие от Ломакина, не все готовы уходить добровольно, и количество прецедентов, когда тайный бизнес становится явным, быстро растет. В правительстве к

этому относятся строго. «Госслужащие должны работать в пользу интересов России, - заявила в феврале глава комитета Госдумы по безопасности и противодействию коррупции Ирина ЯРОВАЯ. - В своем послании президент России Владимир Путин обратил внимание на то, что люди, которые приходят на госслужбу, должны быть готовы к тому, что к ним будут предъявляться особые требования».

В ПРЕЗИДЕНТЫ Б Я ПОШЕЛ: КТО МЕНЯ НАУЧИТ?

Пожалуй, самый громкий пример синтеза бизнеса и политики за последнее время - метания небезызвестного предпринимателя Михаила ПРОХОРОВА. Вся его политическая деятельность иногда напоминает игру в «большого папу», который вот-вот спасет весь мир. Прохоров — личность на редкость амбициозная: неслучайно он занимает седьмую строчку в списке богатейших россиян. В своем политическом устремлении он тоже решил не мелочиться и с порога пустился покорять самый что ни есть политический



Геннадий ГУДКОВ



Анатолий ЛОМАКИН



Михаил ПРОХОРОВ



Ирина ЯРОВАЯ



Сергей ЩЕБЕТКОВ

Олимп. Но не тут-то было: оказалось, что не деньгами едиными сыт президент, и сразу так Олимп не возьмешь. Через несколько месяцев после президентских выборов предприниматель заявил о том, что создает собственную партию, а еще через несколько месяцев — об окончательном уходе из бизнеса в политику. Политологи сегодня активно муссируют эту тему и размышляют о том, зачем нужно господину Прохорову это все. Одни говорят, что предприниматель из тех людей, кто не делает ничего, что не сулит хорошего дохода, и политику он также рассматривает в этом отношении. Другие считают, что это личность совсем другого масштаба, которая не будет опускаться до того, чтобы зарабатывать на политике. Тем не менее, действительно ли Прохоров хочет «поднимать страну» или наоборот — судить пока рано.

Тут бы в пору вспомнить о еще одном предпринимателе, с которым, кстати, нередко отождествляют Михаила Прохорова. Примерно десятилетие назад еще кипела бурная политическая жизнь у его тезки — предпринимателя Михаила ХОДОРКОВСКОГО. Но Ходорковский особенно не метался между бизнесом и политикой, он увлеченно занимался и тем и другим, открыто лоббировал свои интересы и стремительно увеличивал капиталы. Чем все закончилось, наверно, напоминать не нужно.

ЗАЧЕМ?

Количество тайных и явных предпринимателей, идущих в политику, уже никого не удивляет. Возникает актуальный вопрос: зачем

им это вообще нужно? Мнения на этот счет весьма разнообразные, хотя в общем и целом совпадают.

Сергей ЛЕОНОВ, директор ООО «НИЦ биотехнологий», считает, что политика и бизнес не противоречат друг другу. По всей видимости, этот вывод он сделал, исходя из собственной практики: Сергей является членом одной из партий, депутатом Смоленской районной Думы, и вместе с тем, ведет бизнес. Но он относится к тем, кто занялся бизнесом уже будучи вовлеченным в политическую жизнь.

—Политика — вещь приходящая и уходящая, а бизнес должен кормить всю жизнь, — считает Сергей Леонов. —Конечно, многие, достигая определенного уровня, понимают, что могут делать что-то уже не для себя, а для общества, и идут в политику. Но гораздо чаще бизнесмены все-таки преследуют другие интересы. Представители мелкого бизнеса считают, что таким образом можно получить нужные связи и увеличить бизнес, представители крупного — чтобы его обезопасить.

Президент Смоленского бизнес-клуба, генеральный директор аналитического агентства «Сегмент» Денис НИКИТАС имел возможность наблюдать за работой и представителями органов власти, находясь с ними, что называется, в одной тарелке. Денис являлся председателем Молодежной администрации Смоленской области второго созыва и, одновременно с тем, стажировался у экс-губернатора Сергея АНТУФЬЕВА. Д. Никитас согласился с тем, что цели у предпринимателей, идущих в политику, могут быть совершенно разные.

—Наши предприниматели, в большинстве своем, аполитичны, — говорит Денис Никитас.—Но невозможно быть вне политики. Нельзя не поспорить, что не все из тех, кто идет в политику, преследуют благие цели. Бизнес и политика все-таки сильно зависят друг от друга, и, чем крупнее бизнес, тем больше зависимость. Поэтому, наверно, нет ничего плохого в том, чтобы интересы бизнеса в целом тоже кто-то отстаивал. Правда я считаю, что становиться на этот путь правильнее всего людям, которые уже имеют некую финансовую независимость — это позволит быть вне разных финансовых группировок.

Пожалуй, самая известная в Смоленской области личность, которая успешно занимается и бизнесом и политикой — Сергей ЩЕБЕТКОВ, генеральный директор фирмы «Принцип компани». Его участие в политической жизни города трудно назвать незаметным: Щебетков занимает должность заместителя главы города Смоленска, является депутатом городского Совета и ведет активную партийную работу. В его адрес нередко звучат замечания, будто бы его политическая карьера развивается в целях и интересах бизнеса. Но сам Щебетков с этими замечаниями не согласен:

- Если кто-то думает, что в политику нужно идти, чтобы отстаивать свои бизнес-интересы, то я разочарую: на самом деле, это не так просто, — говорит он. - Возможно, даже проще, наоборот, будучи бизнесменом, влиять на политику. Я пришел в политику, когда мой бизнес уже крепко стоял на ногах, когда почувствовал, что могу быть полезен



Денис НИКИТАС



Сергей ЛЕОНОВ



Галина КОВАЛЕВА



Саро КАЗАРЯН



Алексей КАЗАКОВ

людям и влиять на обстановку в своем городе. Мне кажется, что-то удалось. Но в то же время я не оставил бизнес: по-прежнему управлением компании занимаюсь только я сам.

СЕБЕ ЖЕ ЛУЧШЕ

Что касается отстаивания интересов бизнеса в органах власти, то этому процессу уже даже сформировалось определение — лоббизм. В регионах организуются целые группировки лоббистов, которые преследуют общие цели. Среди региональных групп интересов наибольшим влиянием пользуются Московская, Санкт-Петербургская, Екатеринбургская, Тюменская группы. Свое влияние они оказывают в основном через четыре канала — Администрацию Президента, Государственную Думу, Совет Федерации и Правительство РФ. Совет Федерации вообще нередко называют «палатой лоббистов» из-за того, что больше половины его состава — это представители регионального бизнеса.

В ЦФО лоббизмом занимаются чаще разные объединения малого бизнеса, местные холдинги, отдельные крупные производственные предприятия и корпорации федерального уровня. Например, в Белгородской области успеха в этой области добился малый бизнес: благодаря Фонду поддержки малого предпринимательства интересы региональных бизнесменов представлены эффективно. В Тамбовской области существенный вес получило местное отделение Торгово-промышленной палаты. А вот в Брянской области представители

бизнес-структур с властью нередко конфликтуют. Гильдия предпринимателей, которая возникла там, фактически монополизировала власть в Брянске. Эта же ассоциация блокирует приход в регион капитала из других субъектов, при этом не инвестируя средств в собственную область.

Депутат Государственной Думы Алексей КАЗАКОВ прошел уже немало ступеней политической карьеры, поработав на посту сначала депутата городского Совета Смоленска, потом — областной Думы, и уже теперь — высшего законодательного органа. Ранее депутат занимался активной предпринимательской деятельностью, и это не шло в разрез его общественной работе, поскольку, по его словам, в органах власти он работал на непостоянной основе. Но теперь, будучи федеральным депутатом, Казаков бизнес оставил, как этого и требует законодательство.

— Многие идут во власть, чтобы лоббировать личные интересы, то есть интересы бизнеса, — рассуждает Алексей Казаков. — Но я считаю, что в этом нет ничего страшного, ведь нет ничего плохого в том, что политика работает в интересах экономики. Важно, чтобы эти интересы не шли в ущерб интересам государства. Представители исполнительной власти не должны заниматься бизнесом. Кроме того, я выступаю за то, чтобы этим представителям по истечении срока действия их полномочий запретить эмигрировать из страны как минимум на 10 лет: раз уж они работают на благо страны, то пусть в этой стране и остаются.

«ОСТАВЬ НАДЕЖДУ ВСЯК...»

Но далеко не все предприниматели рвутся в политику. Например, СароКАЗАРЯН, генеральный директор ООО «Казарян» рассуждает в этом отношении со здоровой долей фатализма: он убежден, что человек не может пойти в политику только потому, что ему этого захотелось — в нем должно быть такое призвание. «В политику должны идти люди, которые хотят что-то изменить и быть полезными людям, — считает Саро. — Подчеркну, что политика — это работа в интересах людей, а не в своих личных интересах, и многие это путают. И если этот мотив является определяющим, не важно, бизнесмен ты или нет. Пользу народу может принести только честный человек».

И, если Саро Казарян довольно идеалистичен в своих представлениях, то Галина КОВАЛЕВА, генеральный директор ООО «Агентство оценки Ковалевой и Компании» думает иначе. Еще в советские времена Галина Ивановна работала в районном комитете партии, после чего с политикой решила «завязать» раз и навсегда. «Если ты решил заниматься политикой — оставь свой бизнес, — утверждает Галина Ковалева. — По-моему, это не совсем совместимые вещи. Наблюдая за многими предпринимателями, я вижу, что они идут в политику исключительно ради того, чтобы защищать свои собственные интересы. Но политика — это государственное дело, которым нужно заниматься для людей, а не для себя».



СБЕРБАНК

Всегда рядом

Реклама.



КРЕДИТ «ДОВЕРИЕ» БЕЗ ЗАЛОГА ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

☎ 8-910-789-34-83
8 (4812) 49-11-40

🌐 www.sberbank.ru

5000 рублей в месяц (сумма от размера ежемесячного платежа при получении кредита «ДОВЕРИЕ» в рамках программы кредитования ОАО «Сбербанк России» для малого бизнеса на следующих условиях: сумма кредита – 40000 рублей, срок кредита – 3 года, погашение основного долга и процентов по кредиту осуществляется ежемесячно равными платежами; заемщик не относится к отдельной категории; действующая ставка по кредиту для разных категорий – в зависимости от срока кредитования по программе «ДОВЕРИЕ» кредит предоставляется в 5-6 рублей, минимальная сумма кредита – 30 000 рублей для собственников бизнеса и до 500 000 рублей для юридических лиц; максимальная сумма кредита – 3 млн рублей для отдельных категорий заемщиков и 5 млн для заемщиков, не относящихся к указанной категории; срок кредита – от 6 до 48 месяцев для отдельных категорий заемщиков и от 6 до 36 месяцев для заемщиков, не относящихся к указанной категории; процентная ставка – от 5% до 6% (размер процентной ставки зависит от срока кредита и категории заемщика); лимит сумм за выданным и погашенным кредитом – по количеству физических или юридических лиц; погашение основного долга и процентов по кредиту осуществляется ежемесячно равными платежами; информация по условиям кредитования для отдельных категорий заемщиков и заемщиков, не относящихся к данной категории, вы можете получить в отделении банка, обслуживающих клиентов физ. и индивид. предпринимателей, по телефону контактного центра 8 800 555 50 30 (звонок по России – бесплатный) или на сайте банка www.sberbank.ru. ОАО «Сбербанк России» лицензия на проведение банковских операций № 1063/09-0010001.



Свои среди своих

*Уже в течение нескольких месяцев мы реализуем специальный проект и выясняем, кто же из предпринимателей Смоленска достоин того, чтобы войти в историю. Мы уже публиковали результаты, полученные посредством уличного опроса горожан, оп-
line-опроса, опроса среди «непредпринимателей». А теперь настало время опубликовать самые интересные результаты: кого же выбрали сами предприниматели?*

Георгий КИЧЕВ

Опрос проводился среди предпринимателей Смоленска и Смоленской области. Опрашиваемым необходимо было представиться, написать о своем деле и выбрать 5 фамилий – наиболее, на их взгляд, достойных предпринимателей, чей бизнес располагается на территории Смоленской области. До этого я проводил опрос среди горожан, и сразу же заметил, что предпринима-

важнее: экономическая эффективность или социальная ответственность, личные качества или сугубо деловые, отдавать предпочтение крупному или малому бизнесу? Вопрос далеко не простой, и ответить на него можно только для самого себя. Такое отсутствие критериев заметно усложнило задачу опрашиваемым: вместо 5 фамилий некоторые смогли написать лишь 2-3, а

горсовета. Уважение «товарищей по цеху» снискал и другой известный смоленский предприниматель – Юрий МИХАЙЛОВ, владелец издательско-полиграфической группы компаний. Как достойного члена смоленского бизнес-сообщества предприниматели отметили Андрея БОЛЬШАКОВА, владельца сети городских кафе. Были отмечены братья ЧУРАНОВЫ, владельцы компаний, занимающихся созданием сайтов и туризмом. Также наиболее часто встречалась фамилия Игоря ПОЗДНЯКОВА, генерального директора крупной строительной компании. Это фамилии тех, кого называли чаще других. Всего в ходе опроса было получено более двухсот (!) различных фамилий предпринимателей, но многие были упомянуты лишь однократно. Конечно же, каждый участник опроса видел самых достойных в своей отрасли предпринимательства, часто партнеров или тех, чей способ ведения бизнеса им наиболее близок.

«Что значит «достойный предприниматель?» Какой критерий важнее: экономическая эффективность или социальная ответственность, личные качества или сугубо деловые, отдавать предпочтение крупному или малому бизнесу?»

телям этот выбор давался намного труднее, чем людям с улицы. Одни говорили о том, что просто не имеют права выбирать, других интересовали критерии, по которым осуществлять отбор. Что значит «достойный предприниматель?» Какой критерий

многие и вовсе затруднились с выбором.

Абсолютным лидером по числу отданных голосов является Сергей ЩЕБЕТКОВ – предприниматель, владелец магазинов компьютерной электроники, депутат смоленского

Кстати, опрос еще не закончен. Можно ещё успеть проголосовать на сайте агентства:

www.a-segment.ru



Дмитрий Гаврилов: «БТИ теперь — равноправный участник рынка»

С 1 января 2013 года кадастровый учет объектов капитального строительства и выдачу кадастровых паспортов на объекты капитального строительства ведет ФБУ «Кадастровая палата по Смоленской области». Понятия «технический учет» и «инвентаризационная стоимость» упразднены, а ключевым стал «технический план» - документ, без которого получить кадастровый паспорт теперь нельзя. Суть этих нововведений разъяснил нам руководитель ООО «Бюро инвентаризации оценки и межевания» Дмитрий ГАВРИЛОВ.

Виктория САМУЙЛЕНКОВА

- Дмитрий Анатольевич, расскажите о системе оформления объектов недвижимости, которая существовала раньше.

- Ранее, чтобы получить кадастровый паспорт на объект капитального строительства, необходимо было обращаться только в бюро технической инвентаризации (Смоленский филиал ФГУП «Ростехинвентаризация — Федеральное БТИ»). Там после выезда техника Вам подготавливали необходимые технические документы для регистрации прав.

- Что же изменилось?

- После внесения поправок в ФЗ №221 от 24 июля 2007 года «О государственном кадастре недвижимости» понятие «технический учет» было упразднено. Теперь ведется так называемый кадастровый учет объектов капитального строительства в «Кадастровой палате» по Смоленской области. Для постановки на учет объекта капитального строительства подготавливается «технический план», на основании которого палата выдает кадастровый паспорт.

- Понятие «инвентаризационная стоимость» было упразднено. Какие изменения будут связаны с этим?

- В настоящее время мы платим налог на имущество, исходя из инвентаризационной стоимости объекта капитального строительства. Теперь налогообложение будет отталкиваться от кадастровой стоимости объекта капитального строительства. Кадастровая стоимость объектов подсчитана, и результаты опубликованы на сайте Департамента земельных и имущественных отношений Смоленской области.

- Кто имеет право заниматься оформлением технического плана?

- Согласно закону, «кадастровую деятельность вправе

осуществлять физическое лицо, которое имеет действующий квалификационный аттестат кадастрового инженера». Раньше все подобные работы могло выполнять только БТИ, оно было монополистом в этой области. Но теперь установились рыночные отношения: в БТИ идти необязательно, только если собственник хочет оформить там технический план. На сегодняшний день технический план могут оформить и другие организации: рынок развивается, и у нас в Смоленске, я знаю, есть уже более десяти компаний, которые этим занимаются, и мы в их числе. Другими словами, БТИ теперь — равноправный участник рынка, прежняя монополия исчерпала себя. Но, к сожалению, практика показывает, что в БТИ пока не торопятся разъяснять людям нововведения и собственники, которые о них не знают, нередко действуют по прежней схеме, оформляют технические паспорта, переплачивают немалые деньги, хотя этого делать уже не нужно.

- Значит, конкуренция на рынке уже тоже есть?

- Конкуренция есть, хотя это направление еще только начинает развиваться. Постепенно налаживается система взаимодействия с компаниями, которые могут предложить услуги специалистов — кадастровых инженеров. Нам в этом плане было проще, так как мы просто переобучили своих сотрудников — геодезистов, картографов — им необходимо было сдать соответствующие экзамены. Кадастровый инженер — специалист широкого профиля, он должен не только уметь производить обмеры, но и знать земельное законодательство, устройство зданий и другое. Другими словами, у клиентов появилось право выбора: они могут сравнить цены, качество, сроки и выбрать компанию, которая им больше подходит. ●



Интернет-торговля в России

Если разобраться, практически все сервисы в российском интернете - это магазины, которые продают: либо товар, либо услугу, либо информацию. Есть и те, которые продают ссылки, расположенные в основном тексте: это действует хоть и не так прямолинейно, но в итоге при переходе по ссылке вы попадёте на сайт, который хочет вам что-нибудь продать...

Александр ХОХЛОВ

ЖЕЛАНИЕ ПОДРАЖАТЬ

Одна из основных особенностей российских интернет-магазинов - это желание подражать западным и американским компаниям. Это стремление можно понять: на Западе и в США интернет-торговля начала развиваться значительно раньше, чем в России: у нас интернет-магазины появились лишь после 2000 года. Электронная коммерция в западных странах представляет собой развитую инфраструктуру, где всё давно отлажено и исправно работает, в отличие от России, где только началось серьёзное формирование онлайн-рынка. На практике оказывается, что большинство интернет-магазинов, которые сильно увлеклись подражанием западным компаниям, не добиваются успеха. Это связано с тем, что зарубежные интернет-магазины формировались и развивались совершенно в других условиях, работая с другими покупателями, используя другие инструменты и имея другие возможности.

УЗКАЯ ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ

Российские интернет-магазины проецируют свою деятельность не только на определённые группы покупателей, но и на конкретную географическую местность. Это связано с тем, что в России, огромной стране, и при создании интернет-магазина необходимо учитывать много моментов: это и разнообразие географических зон, и большое число народностей, и наличие часовых поясов. В России нет единых магазинов для всех регионов, так как в нашей стране не всё так унифицировано, как в Европе или США.

БОЯЗНЬ ПРИОБРЕТАТЬ ТОВАРЫ ДИСТАНЦИОННО

Российские покупатели не торопятся приобретать товары, которые они не могут потрогать, померить или понюхать. Только молодое поколение, которое выросло в эпоху интернета, спокойно относится к онлайн-покупкам, но большинство из них ещё не платежеспособны. Те же, кто способен заплатить за свою покупку, с недоверием относятся к интернет-магазинам или вообще не умеют пользоваться компьютерами. В последнее время всё больше покупателей придерживаются такой схемы покупок: потрогать в оффлайне - купить в онлайн-не.

ДОСТАВКА

К основным бедам России, дуракам и дорогам, безусловно, необходимо добавить и доставку. Первое, что отличает доставку в России от доставки в других странах - это большое расстояние. Иногда именно доставка отпугивает многие интернет-магазины от работы по всей территории страны и вынуждает их стать локальной компанией, ведь стоимость перевозки товара увеличивает его цену иногда в два или даже три раза.

Кроме больших расстояний на доставку влияют и погодные условия. В некоторые регионы страны не в любое время года можно осуществить доставку.

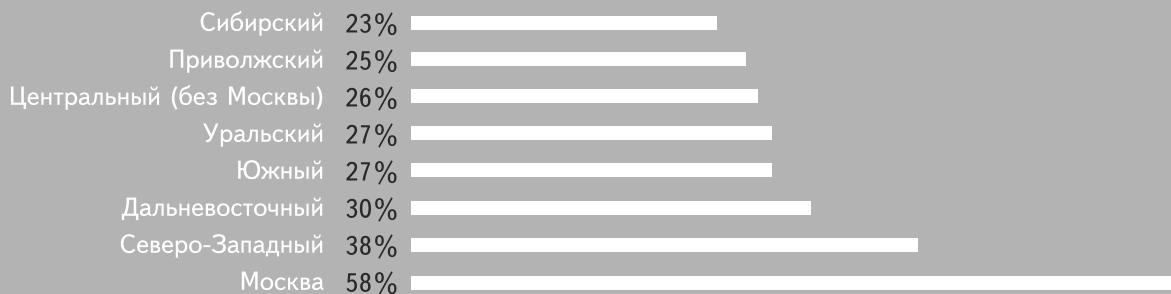
Крупные компании, как правило, создают собственный автопарк, а небольшие интернет-магазины сотрудничают со сторонними службами доставки. Кроме того, осуществить доставку не всегда возможно или просто не выгодно из-за небольшого количества заказов.



Г Е Н Е Р А Л Ы Н Ы Й П А Р Т Н Ё Р М Е Р О П Р И Я Т И Й
" С М О Л Е Н С К О Г О Б И З Н Е С - К Л У Б А "



ДОЛИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА В РЕГИОНАХ РОССИИ, % ОТ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА



Иногда бывают ситуации, когда воспользоваться тем же автотранспортом становится просто не реально из-за погодных условий или из-за географических особенностей региона. Доставлять товар в труднодоступные регионы можно и авиатранспортом, но он в России ещё настолько не развит, что полагаться на его надёжность не стоит.

РОССИЙСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

Законодательство в нашей стране устроено таким образом, что создать интернет-магазин совершенно не сложно, а вот продолжать работу в нем гораздо сложнее. В российском законодательстве нет правовых актов, которые бы защищали права поставщиков, нет работающей системы страхования грузов, затруднены безналичные расчёты с поставщиками и приём платежей от покупателей из-за неразвитой банковской системы. Отчасти от недоверия к дистанционным платежам большинство интернет-покупателей оплачивают свои покупки через банковские кассы, а именно этот выбор нередко приводит к задержке перевода на счёт продавца.

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В РОССИИ ПРОДОЛЖАЕТ РАЗВИВАТЬСЯ

К 2015 году выручка в сфере интернет-торговли в России составит \$36 миллиардов, в то время как в 2012 году эта цифра была втрое меньше. Такой благоприятный для российских интернет-магазинов прогноз дал отчет, подготовленный MorganStanley.

Через два года продажи в интернете составят 4,5% от доли всех продаж, осуществляемых в России. А уже в 2020 году выручка интернет-магазинов достигнет \$72 миллиардов, а это уже 7% от всех продаж в стране. На конец 2012 года этот показатель был значительно меньше — всего 1,2%.

По мнению MorganStanley, подъем в сфере интернет-торговли станет одним из главных оснований роста прибыли крупнейшей российской интернет-компания Яндекс.

В свою очередь лидером на рынке интернет-торговли в России является Ozon, чья прибыль, по прогнозам специалистов, к 2014 году достигнет 1 миллиарда

долларов. На данный момент клиентами компании является 55% всех пользователей сети интернет в России.

ВЕДУЩИЕ РЕГИОНЫ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Согласно результатам исследования, проведенного Фондом «Общественное мнение», наибольшая доля пользователей интернета в 2012 году зафиксирована в Москве, где она составляет 58% от населения города. За столицей идет Северо-Западный и Дальневосточный регионы, в которых соответственно 38% и 30% жителей являются абонентами всемирной сети. Доля пользователей интернета в остальных регионах России примерно одинакова и колеблется в районе 25–27% (см. диаграмму).

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

По данным исследовательской компании ROMIRMonitoring, портрет покупателя интернет-магазинов выглядит следующим образом:

- пользователи Интернета, выходящие в него ежедневно;
- мужчины;
- имеют высшее образование;
- с доходом свыше 10 тыс. руб.;
- квалифицированные специалисты и руководители.

Портрет этот, конечно же, весьма усредненный. Ведь практически каждый, кто пользуется всемирной сетью, хотя бы раз посещал сайты интернет-магазинов. Если не для покупок, то для поиска информации. А поэтому, уверены аналитики MA StepbyStep, в качестве потенциальных потребителей виртуальных магазинов можно рассматривать всех пользователей сети. Об этом свидетельствует и опрос, проведенный среди пользователей Интернета. Он показал, что каждый третий (37%) покупал в виртуальных магазинах что-либо за последние три месяца, 15% опрошенных делали онлайн-приобретения в период от трех до шести месяцев, также 15% покупали в интернете в период от полугода до года. И лишь 15% участников опроса никогда не пользовались услугами интернет-продавцов. 🌐



ООО «ДИАЛОГ-ЦЕНТР»

НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ

Решение проблемных вопросов уплаты налогов
Заполнение налоговых деклараций и сдача отчётности
Налоговое планирование и оптимизация налогообложения

ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ

Регистрация юридических лиц и ИП
Перерегистрация ООО
Юридические консультации по налоговым и экономическим вопросам
Представление интересов в налоговых органах

БУХГАЛТЕРСКИЕ УСЛУГИ

Постановка и ведение бухгалтерского учёта
Составление бухгалтерской отчётности
Расчёты заработной платы и сдача отчетов в Пенсионный фонд
Подготовка сведений персонифицированного учёта в ПФР и 2-НДФЛ в налоговые органы



40-82-12



8 (4812) 68-34-49



Латвийский выбор

Текущее наше положение оставляет желать лучшего. Высокая безработица, тысячи уехавших за границу, рост теневой экономики, демографическая яма и при этом надвигающаяся новая волна мирового финансового кризиса.

Митрофан СЛОБОДЯН, предприниматель (РИГА)
специально для «Сегмента»

Ответы на вопрос - почему мы, имея выгодное местоположение, квалифицированную рабочую силу, дожили до такого состояния, всем известны: олигархия, национализм, постоянные выполнения указаний Запада.

За двадцать лет независимости у нас почти полностью было уничтожено техническое образование, а вместо него появились тысячи молодых людей с дипломами управленцев — предпринимателей, которые не стали создавать свой бизнес.

Латвийское общество представляет собой очень пестрый набор совершенно разных поколений, сформировавшихся в различных пространствах. Латыши и русские, латыши-рижане, латыши из регионов (причем разных регионов), и иностранные латыши, русские, приехавшие сюда недавно и тут родившиеся... Все мы с разными картинками мира и всех нас тяжело объединить под одной конкретной идеей.

Уникальность развития Латвийской республики, с точки зрения региональной политики, заключается в том, что вся страна развивается как агломерация одного города — Рига. Половина всего населения, и две трети всей экономики приходится на Ригу и ее окрестности.



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКОНОМИКИ ЛАТВИИ ПО РЕГИОНАМ

	Доля ВВП каждого региона, %
Латвия в целом	100%
Рига	53%
Пририжский регион	13%
Видземе	6,9%
Курземе	10,6%
Земгале	7,9%
Латгале	8,4%

Практически любой молодой человек из провинции стремится попасть в Ригу, где куда больше возможностей себя реализовать. Получить образование, найти работу, создать широкий круг общения, весело проводить время.

В основном латышское молодое население провинции, уже плохо, в отличие от старшего поколения, владеющее русским языком, с трудом интегрируется в реалии многокультурного общества, и очень часто, после завершения работы, выбирает отъезд на Запад.

Структура ВВП, 2011 год

Отрасль	Доля в структуре ВВП	% Количество занятых в отрасли, чел.	Удельный вес занятых, %
С/Х, лесная отрасль, рыбное хозяйство	5,1	18953	2
Добывающая промышленность, в т.ч. энергетика	5,2	22934	3
Обрабатывающая промышленность	14,1	109073	14
Строительство	5,4	50908	6
Торговля	15,9	138059	17
Транспорт	12,3	68801	9
Гостиничная отрасль и общепит	1,7	24712	3
ИТ и коммуникация	4,2	20185	3
Финансовые и страховые услуги	3,5	19549	2
Операции с недвижимостью	9,0	25394	3

Как видно из таблицы, доля обрабатывающей промышленности - всего 14 %: примерно столько же составляет и доля занятых людей в этой отрасли. Стоит отметить, что 38 % занятых приходится на сектора образования, науки, здравоохранения, безопасности искусства и чиновников, - секторах очень важных, но не приносящих добавочную стоимость.

За время независимости в стране не развиваются или ликвидированы традиционные отрасли производства: рыболовство, производство сахара и

текстиля, переработка кожи и обувное производство, электроника, производство фарфора.

Наиболее перспективные отрасли производства в Латвии — фармацевтическая и медицинская промышленность — производство лечебного оборудования.

Исторически сложилась отрасль металлургии, которую можно было бы поддержать заказами на строительство железной дороги. Частично связанным с металлургией является и кораблестроение.

Удачное географическое положение

— хороший потенциал для высокого уровня благосостояния всего населения. Вступление России в ВТО открывает для Латвии еще большие возможности для получения доходов от транзита, чем были ранее.

В последнее время в Латвии наметился рост ВВП и низкий уровень инфляции, но важно видеть и понимать, что скрывается за этими формальными макроэкономическими показателями. Пятипроцентный рост ВВП в основном обеспечен за счет роста торговли и увеличения производства товаров и услуг отрасли металлообработки. Если на отрасли торговли особо останавливаться нет смысла, тем более, что рост торговли пришелся по большей части на топливо, то с металлообработкой, 80 % которой ориентирована на экспорт, всё просто: в соседних странах увеличился спрос, что позволило «подтянуть и Латвию». В целом доля промышленности в структуре народного хозяйства Латвии все равно остается ничтожной.

Сам по себе рост ВВП не является признаком выхода из кризиса, а лишь



ЛАБОРАТОРНАЯ ДИАГНОСТИКА ВЕТЕРИНАРНАЯ КЛИНИКА

г. Смоленск, ул. Рославльское шоссе, 5 км.
тел.: 8(4812)41-76-55, 8(4812)41-76-71, 67-90-41
www.nicbiotech.ru



ШОКОЛАД
CAFÉ

Место для съемки предоставлено кафе «Шоколад»

Очертается время



38-70-07
www.ra-specialist.ru



РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО
СПЕЦИАЛИСТ

началом тенденции к улучшению, которая лишена серьезных фундаментальных предпосылок. Более того, ВВП Латвии за третью четверть 2012 года едва достиг ВВП Латвии за третью четверть 2006 года, и еще сильно отстает от докризисного 2008 года. Чтобы достигнуть докризисного уровня, ВВП страны должен вырасти на 14 %, а до этого говорить о выходе из кризиса даже с точки зрения формальной макроэкономики преждевременно.

Одной из форм проявления кризиса является систематическое, массовое накопление долгов и невозможность их погашения в разумные сроки.

Правительство Латвии в самом конце 2012 года досрочно рассчиталось с долгами перед МВФ, процентная ставка по которым составляла 2,387 %, а за две недели до этого Латвия «очень» удачно эмитировала облигации на сумму 1,25 млрд. долларов США (672,5 млн. латов) с процентной ставкой 2,889 %. Схожие, но более маленькие эмиссии облигаций были проделаны и ранее, под еще более невыгодным процентным ставкам. По сути, Латвия произвела перефинансирование своих долгов, но внешний долг продолжает лишь увеличиваться.

Высокая безработица и запредельный отток населения в страны Западной Европы, и, как уже было сказано, низкий уровень промышленности, говорят сами за себя, что Латвийская экономика вообще скорее мертва, чем жива, и само понятие «кризис» к ней применять некорректно. Ненормально низкий уровень инфляции характеризует также низкий покупательный спрос простого населения, что является абсурдным в условиях экономического роста, а это, в свою очередь, говорит о том, что рост ВВП приходится только на верхнюю прослойку общества.

В 2013 году в Латвии вступят силу поправки к закону о подоходном налоге с предприятий, принятые с отсрочкой ещё в самом конце 2011 года. С первого января в Латвии не будут собираться налоги на дивиденды в адрес иностранных компаний и в адрес иностранных компаний за продажу акций или долей капитала. Вместе со вступающим в силу соглашением об отмене двойного налогообложения между Латвией и

Россией, эти поправки создают в Латвии благоприятные условия для появления у нас международных холдингов, деятельность которых будет отдаленно напоминать работу классических оффшоров.

Практически абсолютно идентичные схемы оптимизации налогов у российских компаний через Кипр станут возможны и через Латвию, национально настроенное правительство Латвии, в отличие от Кипра, далеко не всегда будет сотрудничать с налоговыми органами РФ. Однако ожидать массовой регистрации компаний в Латвии россиянами в 2013 году не стоит, к репутации налогового «оазиса» надо еще привыкнуть самим и приучить к этому миллионеров из бывшего СССР.

Подобно с получением временного вида на жительство в Латвии и во всей Шенгенской зоне, в обмен на недвижимость или вложение в субординированный банк или уставной капитал фирмы, налоговая оптимизация хотя бы дивидендов через Латвию даст возможность заработать многим латвийским экономистам и юристам, которых уже давно наблюдается переизбыток.

Фискальная политика Латвии — одно из самых больных мест нашего устройства. Латвия имеет довольно низкие налоговые ставки по сравнению с другими членами ЕС, но их частая смена вынуждает нести существенные затраты у предпринимателей. Латвийская налоговая система за отсутствием прогрессивности не выполняет функции равномерного распределения благ среди жителей Латвии. Латвийская налоговая система практически никак не помогает инновационным предприятиям.

В современном мире трудно представить более значимую тему, чем энергетика. Цены на нефть, газ, уголь, электричество давно уже стали основополагающими к ценообразованию на все остальные товары. Латвия практически не имеет запасов нефти, там совсем нет угля и газа, а в последнее время менее востребованным стал торф — единственный реальный полезный ископаемый.

Почти все основные нефтепродукты, потребляемые в Латвии, являются импортными. Например, бензин для Латвии производится в Литве на Мажейкяйском заводе. Поскольку

Латвия — страна Европейского Союза, около половины стоимости бензина там приходится на акцизный налог, что делает цену на местный бензин раза в полтора выше, чем в России, ей пользуются жители приграничных районов, постоянно совершающие поездки за бензином, дизелем, водкой и сигаретами.

Есть мнение, что Латвии необходимо построить свой нефтеперерабатывающий завод, но, как говорил уже ныне покойный заместитель председателя совета ООО «LUKoil Baltija R» Хаим КОГАН: «НПЗ в Латвии — это блеф!» Мажейкяйский завод обеспечивает весь необходимый ближний спрос. Маленький НПЗ же не будет рентабельным. Потребление топлива в Латвии мизерное — 600 тысяч тонн в год. А завод, чтобы стать рентабельным, в год должен перерабатывать как минимум 6 млн. тонн нефтепродуктов.

Латвия, в среднем, обеспечивает себя электроэнергией на 70%. ГЭС на Даугаве (Западная Двина) даёт около 45% (от 25% до 65% в зависимости от уровня воды), Рижские ТЭЦ — 20%, независимые производители (малые ГЭС и ветряные станции) — 5%.

Весь 2013 год может пройти в дискуссиях о необходимости вводить евро в 2014 году; вполне возможно даже проведение референдума по этому вопросу. Но, скорее всего, евро будет введено в Латвии с первого января 2014 года, за что парламент уже проголосовал в окончательном чтении. Отказ от лата может позитивно сказаться на внешнеторговых операциях, но в случае краха еврозоны, или хотя бы выхода из нее некоторых стран, обернется для Латвии огромными потерями. За введением евро последует и рост цен, что, в свою очередь, приведет к удорожанию экспорта. С другой стороны, в Латвию можно будет проще импортировать свою продукцию предприятиям из СНГ, так как их цена будет ниже, чем у товаров из стран еврозоны.

При сохранении текущих тенденций в мировой экономике Латвия будет иметь примерно те же 5 процентов роста ВВП, что и в 2012 году, низкую инфляцию и высокую безработицу. ●

Юридическое партнерство

БАРИНОВ • ИВАНОВ • КАРПЕЧЕНКОВ



214000, г. Смоленск, ул. Ново-Киевская, д.11,
тел. [4812] 35 89 00

info@smoladokat.com
www.smoladokat.com



Экспорт капитала в офшоры, или как воровать красиво

Одним из показателей, который негативно характеризует экономику страны, является вывоз капитала. Как это происходит и почему? В каких офшорах «сидят» российские деньги?

Андрей СТАРЦЕВ

МЕЖДУНАРОДНАЯ МИГРАЦИЯ КАПИТАЛА

Развитие экономики привело к появлению в середине XX века в наиболее развитых странах избытка капиталов, не находивших достаточно прибыльного применения в своих государствах. Поэтому назрела необходимость экспортировать избыточный капитал за рубеж, что породило транснациональные корпорации (ТНК). ТНК переносят за границу уже не товар, а сам процесс приложения капитала. Вывоз капитала за рубеж осуществляется с целью извлечения предпринимательской прибыли или получения процентов. К числу последствий для стран, экспортирующих капитал, можно также отнести снижение уровня занятости населения и то, что вывоз капитала без адекватного привлечения иностранных инвестиций ведет к замедлению экономического развития.

А КАК У НАС?

Рассмотрим динамику показателя, который в правительстве красиво называют иностранными инвестициями в российскую экономику.

ПОСТУПЛЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИЮ, МЛРД. ДОЛЛАРОВ (ИСТОЧНИК: РОССТАТ)

Годы	Инвестиции
1995	3,0
1996	7,0
1997	12,3
1998	11,8
1999	9,6
2000	11,0
2001	14,3
2002	19,8
2003	29,7
2004	40,5
2005	53,7
2006	55,1
2007	120,9
2008	103,8
2009	81,9
2010	114,7
2011	190,6
2012	н/д

Это те самые деньги, которые в теории должны озолотить получателя (то есть нас с вами) и, соответственно, которые мужи в правительстве заывают к нам из-за рубежа всеми правдами и неправдами, разве что с бубном около костра не камлают (хотя, может, и камлают, как знать, если все традиционные способы привлечения не работают).

Две трети инвестиций (около 66%)

приходится на такие страны и юрисдикции, как Кипр, Нидерланды, Люксембург, Британские Виргинские острова, т. е. на так называемые офшорные зоны (о них чуть позднее). Считается, что большая часть этих денег - российского происхождения, «отмытая» и поменявшая прописку.

Но что характерно: из общего объема накопленных иностранных инвестиций в российской экономике прямые инвестиции составляют всего треть, а всё остальное — так называемые «прочие» инвестиции, которыми в отечественной практике принято стыдливо называть спекулятивный капитал, кратковременно ввезённый на территорию страны с целью быстрого заработка на динамике курсов ценных бумаг на фондовом рынке. Причём две трети «прочих» инвестиций идеально коррелируют с 66% вложений из офшоров. Интересное совпадение, да и совпадение ли?..

При этом, несмотря на выглядящую внушительной сумму приходящего в Россию иностранного спекулятивного капитала, сальдо притока и оттока капитала на протяжении многих лет отрицательное.

САЛДО ПРИТОКА И ОТТОКА КАПИТАЛОВ ИЗ РОССИИ, МЛРД. ДОЛЛ. США
(«-» ОЗНАЧАЕТ ЧИСТЫЙ ОТТОК КАПИТАЛА, «+» – ЧИСТЫЙ ПРИТОК)

Годы	Банки	Прочие сектора экономики	Общая сумма
2000	-2,1	-22,8	-24,8
2001	1,3	-16,2	-15,0
2002	2,5	-10,6	-8,1
2003	10,3	-12,2	-1,9
2004	3,5	-12,4	-8,9
2005	5,9	-6,0	-0,1
2006	27,5	13,9	41,4
2007	45,8	35,9	81,7
2008	-56,9	-76,8	-133,7
2009	-30,4	-25,8	-56,1
2010	15,9	-50,3	-34,4
2011	-24,2	-56,4	-80,5
2012 (оценка)	н/д	н/д	95,0

По данным платежного баланса РФ

На общем фоне лет с отрицательным салдо выбиваются 2006 и 2007 годы с положительным результатом. Причина кроется в бурном росте в то время российского фондового рынка, что ещё раз подтверждает тезис о спекулятивной природе данных капиталов.

ОФШОРЫ – ЧТО ЭТО ТАКОЕ И С ЧЕМ ИХ ЕДЯТ

Итак, что же такое офшоры?.. В международной практике это государство или его часть, в пределах которой для компаний-нерезидентов определяется особый режим регистрации и деятельности. Фактически, офшоры – это что-то вроде российских свободных

экономических зон. В том смысле, что это такой небольшой регион на территории отдельно взятой страны, в котором, во-первых, присутствуют относительно низкие налоги, а, во-вторых, отсутствуют относительно большие проблемы по поводу создания новой компании. Офшором также может быть целая страна.

Единого списка офшорных зон не существует, работу по контролю за офшорными зонами ведут как Международный валютный фонд (МВФ), так и центральные банки различных стран мира.

Ниже приведён неполный список офшорных зон.

1 Андора	14 Кипр
2 Антигуа и Барбада	15 Коста-Рика
3 Багамы	16 Маврикий
4 Барбадос	17 Маршаловы острова
5 Белиз	18 Монако
6 Бермуды	19 Острова Кука
7 Британские Виргинские острова	20 Остров Мэн
8 Бруней	21 Новая Зеландия
9 Вануату	22 Панама
10 Гибралтар	23 Сейшельские Острова
11 Гренада	24 Сингапур
12 Доминикана	25 Теркс и Кайкос
13 Каймановы острова	26 Тринидад и Тобако

Офшоры в основном используют для трех целей: снижения налогов, вывода капиталов и засекречивания сведений о реальном владельце активов.

Классическая схема ухода от налогов с использованием офшоров выглядит следующим образом. Компания-производитель продает товары офшору по заниженным



Спутниковый МОниторинг ТРанспорта

**КОНТРОЛЬ
МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ**



**КОНТРОЛЬ
ПРОБЕГОВ И
МАРШРУТОВ**



**КОНТРОЛЬ
УРОВНЯ И
РАСХОДА ТОПЛИВА**



**КОНТРОЛЬ
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ
ПАРАМЕТРОВ**



ТОТАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ ВАШЕГО ТРАНСПОРТА
подробности по тел. (4812) 46-20-47 и на сайте WWW.SMOTR67.RU

ценам, а затем перепродает их конечным покупателям по реальной цене. Таким образом, основная прибыль от сделки оседает на счетах офшора.

При импорте товара в страну через офшор цена обычно занижается для минимизации суммы уплачиваемых таможенных пошлин и НДС. Однако необходимо учитывать таможенную стоимость, так как слишком низкая цена приведет к росту налога на прибыль, а слишком высокая — таможенных платежей. В каждом случае можно подобрать такую цену, при которой общая сумма платежей государству будет минимальной.

Показательными являются страховые схемы для вывода из-под налогообложения части прибыли, используемые крупными международными холдингами: холдинг создает офшорную страховую компанию, страхует через нее риски, по которым заведомо не наступит страховое событие, и перечисляет часть прибыли на страховые премии, затем эти средства в виде займов снова заводятся в основной холдинг. Таким образом, использование офшорных схем позволяет финансовым менеджерам приносить своим компаниям немалые прибыли.

Другим важнейшим преимуществом офшорных компаний является сопутствующая им конфиденциальность информации. В большинстве офшорных зон информация о владельцах той или иной компании, подпадающей под их юрисдикцию, является закрытой и не может быть передана третьим лицам. Часто так же используется и так называемый «номинальный сервис». В этом случае владельцем компании числится другой человек, а на имя действительного хозяина написана генеральная доверенность, позволяющая вести любые деловые операции от имени компании. Эта услуга позволяет сохранить в тайне собственников бизнеса.

ГОТОВЫЕ ОФШОРНЫЕ КОМПАНИИ – ДЁШЕВО И СЕРДИТО

В интернете для желающих половить рыбку в мутной воде полно готовых предложений по созданию офшорных компаний. На одной из первых страниц, которая попала на глаза, наткнулся, среди прочих, на следующие предложения, некоторые прямо-таки с пылу, с жару:

Офшор (страна либо юрисдикция)	Название компании	Дата регистрации	Общая стоимость USD
Белиз	SAINTFEILD CORPORATION	28.01.2013	1450
Сейшельские острова	LIMERICK TRADING INC.	14.01.2013	1550
Панама	NEWPORT MANAGEMENT LTD., S.A.	26.09.2012	1580
Великобритания	SELCEON LIMITED	12.04.2011	2700
Канада	VARADERO SERVICES LIMITED	15.06.2006	2800
США-Орегон	VOSTER LLC	06.08.2004	1450

В стоимость офшорных компаний, как правило, включены: первичный номинальный директор и акционер, генеральная доверенность, все учредительные документы.

«Стоимость» офшора зависит от нескольких переменных. Во-первых, это плата за регистрацию компании.

Например, создать офшор на Кипре стоит около \$2500, на Британских Виргинских островах — около \$1000. Во-вторых, это ежегодный взнос. Сумма может составлять от \$100 до \$800 в различных зонах; на Кипре такая абонентская плата не взимается. В-третьих, это ставка налога на прибыль. На том же Кипре раньше (до 2003 г.) действовала ставка 4,25%, сейчас для вновь созданных компаний — 10%. В некоторых зонах могут брать процент от уставного капитала офшора (не больше 5%) и потребовать ежегодного предоставления бухгалтерской отчетности, а иногда и аудита. В процессе создания компании определяется наличие/отсутствие номинальных акционеров и директора.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ТРЕБОВАНИЙ К СОЗДАВАЕМЫМ ОФШОРАМ В РАЗНЫХ СТРАНАХ

Характеристика страны	Англия	ОАЭ	Британские Виргинские острова	Белиз	Гонконг	Кипр	Панама	Сейшлы	Эстония
Возможность приобретения готовых компаний	Есть	Есть	Нет	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Нет
Налогообложение в стране регистрации	Есть	Нет	Нет	Нет	Есть	Есть	Нет	Нет	Есть
Возможность номинального сервиса	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть
Необходимость подачи ежегодной отчетности	Есть	Есть	Нет	Нет	Есть	Есть	Нет	Нет	Есть
Открытый доступ к информации по структуре компании	Есть	Нет	Нет	Нет	Есть	Есть	Нет	Нет	Есть
Наличие соглашения об избежании двойного налогообложения	Есть	Нет	Нет	Нет	Нет	Есть	Нет	Нет	Есть

РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

В некоторых секторах отечественной экономики доля офшоров уже сопоставима с резидентными компаниями. Так, на рынке корпоративных ценных бумаг роль инвестиций со стороны офшоров является определяющей. Например, в структуре владельцев ПАО ЕЭС России доля офшорных компаний составляет порядка 25%.

Капитал предпочитает родине офшоры по следующим причинам: негибкость и непрозрачность гражданского и корпоративного законодательства, слабая защищенность прав собственности, глобальная неконкурентоспособность российской арбитражной системы.

В России деятельность офшорных компаний широко распространена в высокодоходной финансовой сфере: банковская деятельность, сделки с ценными бумагами, «фирмы-прикрытия» и «стеллс-фирмы» для сделок с природными ресурсами. Значительная часть торговли российской нефтью осуществляется через трейдинговые «дочки» российских компаний, основная часть которых сосредоточена в Женеве. В Швейцарии работают такие российские нефтяные компании, как Gunvor, «Роснефть», ТНК-ВР и ЛУКОЙЛ.

В целом сегодня, по данным журнала Offshore Express, из 1,5-3 млн. офшорных компаний, зарегистрированных в мире, около 50 тысяч российских.

Офшоры, по причине своей непрозрачности, традиционно используются для отмывания полученных криминальным путём капиталов и серых схем ухода от уплаты налогов, кокетливо называемых «оптимизацией», поэтому многие страны вводят определенные ограничения для своих резидентов на операции с офшорными компаниями. Полный запрет практически не применяется.

В преддверии выборов в декабре 2011 года на юбилейном съезде «Деловой России» на тот момент премьер-министр В. Путин пообещал, что, если за него и за «Единую Россию» проголосуют, он подумает над корректировкой российского законодательства для предотвращения ухода бизнеса в офшоры и формирования более-менее адекватного делового климата. Премьер пообещал, что власти будут делать все, чтобы бизнес мог развивать свои предприятия и завоевывать новые рынки сбыта, но при этом и сам бизнес обязан понимать свою ответственность перед страной, не прятать деньги и активы в офшорах и не уходить от налогов.

Но выборы прошли, и более года об этом обещании не вспоминали. Однако в феврале нынешнего года Кремль в рамках борьбы за деофшоризацию капиталов всё же выступил с инициативой о направлении сбережения государства и населения на российский фондовый рынок. Так, уже к 2015 году на российских площадках должно обращаться до 90% ценных бумаг отечественных компаний (сейчас – только 6%). К тому же времени в эти активы предлагается вложить до половины пенсионных накоплений (сейчас менее 1%) и до 15% средств суверенных фондов (Резервного и фонда национального благосостояния). В совокупности речь идет о 2-2,5 трлн. рублей.

Кстати, сразу после годичной свежести выступления В. Путина Счётная палата РФ начала проверку работы крупнейших российских госкорпораций, в том числе «Газпрома», «Роснефти», «Зарубежнефти», «Росатома» на предмет эффективности использования их потенциала и так называемых непрофильных и иных расходов. Кроме того, проверки будут проводиться не только с точки зрения эффективности дивидендной политики и работы менеджмента, но и в части, касающейся офшоров.

О результатах проверки до сих пор – ни слуху, ни духу. Однако, в свете последних громких разбирательств в «Оборонсервисе» и прочих государственных и аффилированных с государственными структурах есть надежда на скорое появление информации. Ждём-с.

КАК «РУССКАЯ МАФИЯ» ОТМЫВАЕТ ДЕНЬГИ НА КИПРЕ

Это исследование было проведено некоммерческой организацией Global Financial Integrity (GFI), изучающей нелегальные потоки капиталов по всему миру. В соответствии с полученными выводами, в период с 1994 года по 2011 год из России с помощью офшоров было нелегально выведено в общей сложности 211,5 миллиарда долларов. Одновременно в страну было направлено 552,9 миллиарда долларов – также через нелегальные каналы. Таким образом, в целом речь идет о сумме, превышающей 760 миллиардов долларов.

При этом на Кипре, главном «русском» офшоре, прежде всего, оседают деньги от торговли сырьевыми товарами. Как считают авторы исследования, подобного рода сделки осуществляются с помощью зарегистрированных на острове посреднических компаний, принадлежащих крупным нефтяным и газовым концернам.

Они продают сырьевые товары по значительно заниженным ценам расположенным на Кипре дочерним предприятиям, которые затем реализуют товар уже по реальной цене. Получаемая при этом прибыль остается в налоговом рае Кипре и отмывается через его банки, контроль над которыми считается особенно слабым. После этого полученные таким образом деньги возвращаются в Россию, но теперь уже в виде «иностранных инвестиций».

В 2011 году только из расположенных на Кипре банков было переведено в Россию иностранных «инвестиций» такого сорта на сумму 128,8 миллиарда долларов. «Маловероятно, что Кипр, внутренний валовой продукт которого составляет около 23 миллиардов долларов, способен осуществлять такие крупные инвестиции в России, и на самом деле они базируются на нелегальном российском капитале», – подчеркивается в исследовании. Другими словами: эти деньги могут поступать только из нелегальных источников.

Список российских инвесторов на Кипре практически идентичен с перечнем самых богатых людей России. Роман АБРАМОВИЧ контролирует свою холдинговую компанию «Евраз» через находящуюся на Кипре фирму Lanebrook. Михаил ПРОХОРОВ зарегистрировал в 2008 году на Кипре компанию Intergeo Management Ltd. Магнат Владимир ЛИСИН, чье состояние, как считают, составляет 15,9 миллиарда долларов, контролирует более трети своей наиболее важной компании – сталелитейного завода в Липецке – через кипрскую фирму Fletcher Holding Ltd.

Однако не только укрывающихся от налогов предпринимателей привлекает этот остров. «Классический путь для отмывания нелегальных российских денег сначала проходит через офшорные компании, например, в странах Карибского региона, а затем через счета на Кипре», – подчеркивает швейцарский эксперт по уголовному праву и председатель рабочей группы по коррупции Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) Марк ПИТ. Он приводит в качестве примера скандал вокруг российского адвоката Сергея МАГНИТСКОГО, который в 2009 году в возрасте 37 лет был замучен до смерти в московской тюрьме, и, судя по всему, это произошло потому, что он обнаружил дело о масштабной коррупции, которое правительство пыталось замять.

Думается, что при открытости границ (а Россия, как теперь уже полноправный член ВТО, обязана, так сказать, держать двери экономики нараспашку) и неконкурентоспособности отечественных климата и инфраструктуры тенденция оттока капитала из страны и превращения государственных средств путём хитрых финансово-алхимических манипуляций в чьи-то личные сохранится надолго.

По крайней мере, до тех пор, пока на Первом канале к радости даже тех, кто никогда не интересовался балетом, снова не покажут «Лебединое озеро». 🇷🇺



Галина Ковалева: «Я всегда работаю по субботам!»

Генеральный директор ООО «Агентство оценки Ковалевой и Компании» Галина КОВАЛЕВА относится к тем женщинам, которые не торопятся открывать свой возраст. В интервью нашему журналу Галина Ивановна рассказала о своей главной страсти, о том, почему она вдруг начала садиться на шпагат, об «Истории государства Российского» и многом другом.

Виктория САМУЙЛЕНКОВА

УЧЕНИЕ - СВЕТ

- Галина Ивановна, я знаю, что у Вас есть одна, по нынешним меркам весьма необычная страсть. Вы действительно очень любите учиться?

- Это правда. Фраза «век живи — век учись» - в точности обо мне. Я учусь всю свою жизнь: у меня четыре высших образования, одно — среднее специальное, не говоря уж о различных курсах, тренингах и самообразовании.

- Расскажите немного подробнее об этом.

- Уже в детстве я была очень активным ребенком: училась на «отлично», посещала всевозможные кружки — пела, танцевала, читала стихи, занималась в спортивных секциях. Но я росла в сельской местности, в Киргизии, и особенно больших возможностей у меня не было. Я скромно мечтала стать учительницей и думала, что после 8 класса поступлю в педучилище и реализую эту мечту. Но, когда я окончила 8 класс, в педучилище мама побоялась отпускать меня, так как оно находилось достаточно далеко от дома, да и мне на тот момент было всего 15 лет. И я поступила в Кара-Балтинский техникум пищевой промышленности по специальности «Технология сахаристых веществ». Надо сказать, я ни разу не пожалела, что окончила его: технические знания, которые мне дали там, потом очень пригодились в жизни. После техникума я устроилась работать на сахарный завод и параллельно училась во Всероссийском институте пищевой промышленности в Москве.

- И Ваша мечта стать учительницей умерла?

- Мечта умерла, но потом, после окончания Института политологии и управления, она ненадолго воскресла.

Дело в том, что после завода мне предложили работу в райкоме партии, на что я согласилась. А оттуда всех отправляли на учебу в этот институт — он считался высшей партийной школой. Таким образом, я получила еще одну специальность — «Политолог и преподаватель социально-политических дисциплин в вузах и техникумах». Правда, она мне потом почти не пригодилась в связи с распадом Советского Союза. В школе поработать немного удалось: я преподавала в старших классах историю и обществознание, но, честно говоря, сейчас все это вспоминается как страшный сон. Это для меня был скорее неудачный опыт. Потом, уже в Смоленске я продолжила преподавательскую деятельность: около десяти лет преподавала в Смоленском институте бизнеса и предпринимательства дисциплины, которые так или иначе связаны с моей деятельностью в сфере оценки.

- Но это было не последнее Ваше образование?

- Уже проживая в Смоленске, в 2001 году я окончила Московский государственный университет экономики, статистики и информатики по специальности «Финансы и кредит» со специализацией «Оценочная деятельность». Согласно законодательству, получение такого образования было обязательным для всех, кто хотел профессионально заниматься оценкой. Но и на этом я не остановилась: у меня всегда был интерес к юриспруденции. Буквально 4 февраля этого года я защитила диплом по юриспруденции в Московском институте государственного управления и права.

- То есть Вы, как примерная студентка, сдавали сессии, писали диплом по ночам?

- Конечно, все так и было. Днем работала, а по ночам

готовилась к сессиям, затем писала диплом. В апреле прошлого года сдала последнюю сессию и начала собирать материалы для дипломной работы, изучала разную литературу. Мне было проще в том смысле, что тема диплома была непосредственно связана с моей профессиональной деятельностью. В итоге все получилось очень неплохо.

- Вы же не планируете на этом останавливаться?

- Этот вопрос я еще не продумала, очень мало времени прошло. Сдача госэкзаменов и защита диплома были для меня серьезными испытаниями, теперь, думаю, нужно немного отдохнуть.

- Не было желания получить ученую степень?

- Поступать в аспирантуру мне предлагали после каждого вуза. Но я не чувствую в себе желания заниматься исследовательской работой, мне кажется, у меня не хватит терпения. Я люблю учиться, но заниматься наукой — это другое. Может, это желание еще придет.

В ОТВЕТЕ ЗА ВСЕХ

- Галина Ивановна, расскажите, что привело Вас в бизнес?

- На Смоленщину мы приехали в 1992 году, это случилось как раз после распада СССР. До этого мы жили в Киргизии. На тот момент у меня уже была семья — муж и сын. Мы ехали практически в никуда: первым городом, где мы задержались, стал Десногорск. Поскольку у меня уже было экономическое образование, там мне предложили место в городской администрации — председателем комитета экономики. Условно говоря, это можно считать точкой отсчета моей жизни в современной России. Несмотря на все трудности новой жизни, мы быстро освоились и полюбили Смоленщину. Но, работая в администрации, я чувствовала, что остановилась в своем развитии, более того, у меня даже не было желания учиться и вообще двигаться дальше. Видимо, так на мне сказались чиновничья работа. Поэтому через два года, когда меня пригласили в коммерческую структуру, в одну торгово-финансовую организацию, я с удовольствием туда ушла. У меня был замечательный руководитель, который был «за» любое развитие, поэтому, как только он узнал, что на рынке появляется такая деятельность, как оценка, он сразу отправил меня на соответствующие курсы. В целом развитие оценочной деятельности началось в нашей стране после 1995 года, и мы быстро поняли, что это весьма перспективно. Сначала я руководила этим направлением в составе торгово-финансовой организации, а с 1 июня 1996 года нам, в соответствии с законодательством, пришлось отделиться.

- И Вы основали свою организацию?

- Да, только сначала мы работали в Десногорске. Но вскоре поняли, что там эту деятельность невозможно осуществлять на том уровне, на каком нам бы этого хотелось. Приходилось ездить в частые командировки, потому что большинство заказчиков были не местные. И уже в 1998 году мы переехали в Смоленск и начали работать здесь. Несколько сотрудников уехали с нами, и остаются вместе с нами по сей день.

- В Вашей компании работает вся Ваша семья. Получается, Вы для своих самых близких людей — генеральный директор?

- Да, но это, кажется, никого не смущает. Муж — очень спокойный по характеру человек, он всегда рядом со мной и всегда меня поддерживает. К тому же мы стараемся не переносить рабочие отношения домой, хотя и не всегда это получается. То есть не всегда получается быть дома женой, а не директором. Тем не менее, мы как-то находим компромиссы. А вот на работе я, конечно, спуска никому не даю, и спрашиваю со всех одинаково.

- Какие у Вас отношения с подчиненными?

- Я пытаюсь быть построже, но у меня это не очень получается. Я и к подчиненным отношусь, бывает, как к детям: вроде сначала поругаю, а потом жалко становится. Мой стиль руководства — не авторитарный, я даю сотрудникам относительную свободу. Бывали прецеденты, когда сотрудники такую беду делали, что их нужно было увольнять, не думая. А я так не могу: всегда тяну время, разбираюсь, откладываю наказание.

- В целом много времени на работе проводите?

- Я по природе своей трудоголик, всегда нахожу себе работу: ищу какую-то информацию, встречаюсь с сотрудниками. Раньше 8 часов вечера обычно из офиса не уйду, и всегда работаю по субботам. Я, конечно, осознаю, что это не правильно, что нужно уже переходить на другой ритм, но по-другому пока не получается. Работа сейчас стоит на первом месте, семье уже не нужно столько внимания, сколько нужно было раньше, когда сын подрастал. А теперь он сам работает у меня и мы все, получается, постоянно вместе и поддерживаем друг друга. Да и, наверно, еще с советских времен было усвоено, что сначала — дела общественные, потом — личные. А бизнес — это мое детище, я в ответе за каждого из своих сотрудников, за их благосостояние, поэтому расслабляться нельзя.

- Вы ведь раньше занимались политикой. Нет желания вернуться в эту сферу?

- Когда я была членом КПСС и работала в райкоме партии, то свято верила в дело, которым занималась: старалась всегда ответственно выполнять поручения, вести себя подобающим образом. Но потом произошел распад СССР, начались перевороты, люди на моих глазах отказывались от партбилетов, и в какой-то момент стало противно до глубины души от всего этого. Общественной работой я, в общем, занимаюсь и в настоящее время. Сейчас я являюсь членом правления Российской коллегии оценщиков и Национальной коллегии специалистов-оценщиков, вице-президентом региональной коллегии специалистов-оценщиков, также возглавляю областной проф-союз работников аудиторских, оценочных, консалтинговых и экспертных организаций. Но чисто политической деятельностью заниматься уже не





ВМЕСТЕ ВЕСЕЛО ШАГАТЬ

- В свое время Вы приехали сюда из Киргизии. Не грустно было оставлять родных, друзей — и уезжать в незнакомый город?

- Мои родители тоже со временем перебрались на Смоленщину. А насчет друзей — мы с ними почти никогда не расставались. Конечно, мы живем в разных регионах, но это не мешает нам регулярно встречаться и проводить вместе время. Раз в год мы обязательно собираемся в каком-нибудь интересном уголке нашей страны, путешествуем, вместе исследуем территорию. Оказывается, в нашей стране столько неизведанных и удивительных мест, что не хватит всей жизни, чтобы все посмотреть. Например, мы уже посмотрели Хакасию — горную, степную, таежную; побывали на Саяно-Шушенской ГЭС, на Енисее, в Астрахани, на Волге, в Челябинской области на озере Тургояк, увидели невероятной красоты цветущие лotosовые поля. В прошлом году мы были на озере Байкал: это был достаточно экстремальный отдых, мы с друзьями ходили в пешие экскурсии по малоисследованным тропам. Такие совместные путешествия стали уже доброй традицией. Сейчас, например, разрабатываем план поездки в этом году. Хотелось бы побывать на Камчатке. Кстати, в 2011 году мы принимали друзей у себя на Смоленщине.


- И как, впечатлила она Ваших друзей?

- Не только их, но и нас самих. Я как будто бы увидела Смоленщину другими глазами, мы побывали в некоторых усадьбах, исторических местах, устраивали экскурсии. Особенно впечатляет наша крепостная стена. Недавно я прочитала книгу Владимира Мединского «Стена»: теперь, проезжая мимо, всегда с замиранием сердца оглядываюсь и рисую в воображении картины, описанные в книге, и представляю события исторической давности. Хотя я и не коренная смолянка, но город очень полюбила. Он понравился и моим друзьям.

- За границей бываете?

- Чаще мы путешествуем по России, хотя, бывает, выезжаем и в Европу. С 2009 года регулярно бываем в Прибалтике. В Латвии у нас теперь завязались деловые связи, появились партнеры и друзья. Но все-таки, по моему, нигде не может быть так хорошо, как в России. Я люблю историю нашей страны, особенно интересуюсь исторической литературой. Чтение ее, наверно, можно отнести к моим хобби. Например, сейчас читаю «Историю государства Российского» Карамзина. Читается тяжело, но я считаю, что обязана это сделать.

- Давайте поговорим и о других хобби. Чем занимаетесь на досуге?

- Главное мое увлечение — это йога. Я занимаюсь ей уже больше семи лет, и это очень сказалось на моем здоровье — в самом прямом смысле. Я начинала заниматься ей в профилактории, потому что очень болел позвоночник. Постепенно проблемы ушли, и теперь йога помогает мне укреплять не только физическое здоровье, но и нервную систему, снимать напряжение на работе. Я начала садиться на шпагат, хотя в молодости никогда этого не делала. Кроме того, с недавних пор начала заниматься лыжными прогулками, время от времени плаваю в бассейне, практикую скандинавскую ходьбу. 

БЛИЦ-ОПРОС

Поставьте по степени важности — я, семья, бизнес:

- бизнес, я, семья

Ваш главный мотивирующий фактор в бизнесе:

- ответственность за членов коллектива

Вы больше всего цените в людях: порядочность, профессионализм, ответственность

- если бы можно было оставить у себя только одну книгу, это была бы: профессиональная книга по оценке

Ваше жизненное кредо:

- всегда держать свое слово перед людьми

МНЕНИЯ

Александр СИЛЬЧЕНКО, друг

- На мой взгляд, главное достоинство Галины Ковалевой — ее умение ставить цели и добиваться их. Мы дружим уже около сорока лет: познакомились, когда Галина проходила практику на заводе, где я работал. Наша дружба теперь уже скреплена годами, и я очень ей дорожу. Никогда не перестаю удивляться трудолюбию этого человека, ее лидерским качествам, общительности и постоянному стремлению к новым знаниям.

Игорь КОВАЛЕВ, сын

- Мы с матерью вместе работаем и видимся каждый день. Но на работе у нас деловые отношения, и, я считаю, так и должно быть, хотя и не хватает иногда какого-то домашнего уюта, как это было в детстве. На работе мама не дает расслабляться, требовательна так же, как и к другим сотрудникам. Хотя, кажется, все ее подчиненные для нее как дети — она одинаково интересуется всеми, заботится и всегда спешит на помощь, когда это нужно.

Алексей СЛЕПЦОВ, коллега

- У нас очень дружный коллектив и в этом заслуга Галины Ивановны. Все потому, что она сама со всеми дружит, никогда не остается в стороне от наших проблем и все время помогает не только словом, но и делом. Галина Ивановна любит стабильность, не терпит непостоянства и текучки кадров — у нас ее нет. Она очень ответственный человек, и требует того же от подчиненных.

СПРАВКА

Галина Ивановна КОВАЛЕВА родилась в Тюменской области, выросла в Киргизии.

Первое образование получила в Кара-Балтинском техникуме пищевой промышленности.

Затем окончила 4 высших учебных заведения: Всероссийский институт пищевой промышленности, Институт политологии и управления (Высшая партийная школа), Московский университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ), Московский институт государственного управления и права (СФ).

С 1992 года живет на Смоленщине.

С 1996 года является генеральным директором ООО «Агентство оценки Ковалевой и Компании».

«МЕТРОПОЛИЯ 2013»

МЕТРО Кэш энд Керри, работающая на рынке мелкооптовой торговли провела МЕТРО конференцию «МЕТРОПОЛИЯ» для ключевых клиентов компании — профессионалов ресторанным-гостиничного бизнеса, а также представителей мелкой розницы. МЕТРО конференция «МЕТРОПОЛИЯ» — это череда из 8-ми локальных мероприятий, которые будут проходить с 18 февраля 2013 по 30 апреля 2013 года в семи региональных центрах страны. В рамках «МЕТРОПОЛИИ» пройдет специальная бизнес-игра, а также ряд тренингов и семинаров по 18 направлениям. Участие в конференции должны принять около 11 000 клиентов-участников со всей России.



APPLE БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ

С начала 2013 года американская фирма Apple отказалась от посредников при импорте в Россию компьютеров, планшетов и плееров, - сообщает «Коммерсантъ». Еще в прошлом году в РФ была зарегистрирована компания ООО «Эппл Рус», но изначально эта организация не вела коммерческой деятельности. Теперь официальные оптовые дистрибуторы уже не имеют права официально импортировать компьютеры Apple и закупают их у «Эппл Рус». Предполагается, что в связи с этим в скором времени цены на продукцию Apple снизятся на 5%.



По подсчетам экспертов, объем продаж Apple в России в 2012 году в денежном выражении составил от 16,8 млрд до 21 млрд российских рублей в сегменте планшетов и 45 млрд российских рублей — в секторе ПК.

Пресс-релизы ваших компаний, новости о слияниях, поглощениях, банкротстве присылайте на адрес редакции: mail@m-segment.ru

«СМОЛЕНСКИЙ БАНК» - В МЕЖДУНАРОДНОМ РЕЙТИНГЕ

По данным авторитетного британского издания TheBanker, «Смоленский Банк» находится в числе самых быстрорастущих банков России и в числе банков с наибольшим ростом активов. 2012 год ознаменовался существенным ростом активов банка: по данным TheBanker, прирост активов в 2012 году составил 57%. «Смоленский Банк» стал первым и единственным кредитным учреждением в Смоленском регионе, отметившимся присутствием в зарубежном рейтинге.



ЕДИНОМУ АВИАКОМПЛЕКСУ БЫТЬ

Владимир Путин требует ускорить объединение аэропортов Шереметьево и Внуково, сообщает Газета.ру. Как следует из поручения президента правительству, предложения должны быть представлены до 1 июля. На консолидированный бизнес в рамках приватизации будут претендовать структуры предпринимателей Аркадия Ротенберга, Александра Пономаренко и Александра Скоробогатько — партнеров по инвестгруппе ТПС.



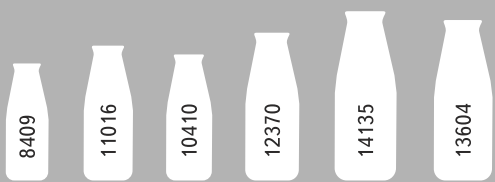
Сегодня у государства 83,04% акций «Международного аэропорта Шереметьево» (МАШ), 74,74% акций «Аэропорта Внуково» и 25% +1 акция «Международного аэропорта Внуково». Решение об объединении этих активов Путин обнародовал в марте 2011 года. Изначально предполагалось, что консолидация произойдет уже к концу 2012 года.

МОЛОКО ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ 2,5-3,2% ЖИРНОСТИ, РУБ./Л

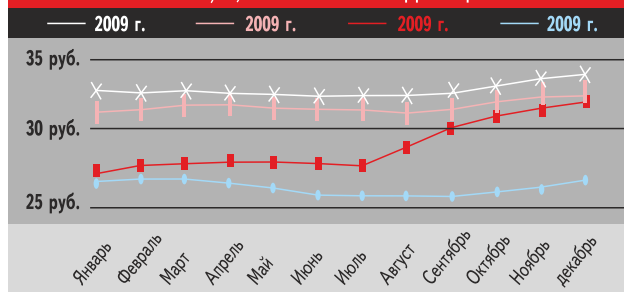
25,39 28,09 26,75 31,99 32,52 33,88



СРЕДНИЕ ЦЕНЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ПО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, В СРЕДНЕМ ЗА ГОД, РУБЛЕЙ ЗА ТОННУ

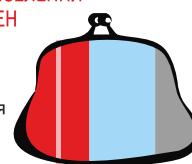


СРЕДНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ЦЕНЫ НА МОЛОКО ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ 2,5-3,2% ЖИРНОСТИ, РУБЛЬ/Л, РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ



СТРУКТУРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ ДЛЯ РАСЧЕТА ИНДЕКСА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН В 2013 ГОДУ

- 37,08% Продовольственные товары
- 2,65% Молоко и молочная продукция
- 37,12% Непродовольственные товары
- 25,80% Услуги





Загонять ли бизнес под микроскоп?

Любой бизнес вполне можно сравнить с живым организмом, жизнедеятельность которого зависит от множества разных процессов. Но, если живое существо не всегда может влиять на процессы, которые происходят внутри него, то в менеджменте это более реально. О том, что собой представляет процессное управление, журналу «Сегмент» рассказала консультант по управлению и организационному развитию, коуч, кандидат педагогических наук, Светлана ФИРСОВА.

Виктория САМУЙЛЕНКОВА

ЕСТЬ ЛИ «СКЕЛЕТ» В ШКАФУ?

- Светлана Анатольевна, процессное управление — это сфера Ваших научных интересов?

- Сфера моих научных интересов — на стыке обучения и развития персонала и современных технологий менеджмента. Процессное управление — это и один из подходов к управлению, в том числе персоналом организации, и технология организации бизнеса. У меня есть цель — реализация проекта по созданию корпоративного университета. Сначала я хотела создать его для серьезной бизнес-структуры, и уже даже было найдена такая структура в нашем регионе, получила заказ. Но ряд обстоятельств не позволил развить сотрудничество. Сейчас я работаю над разработкой пакета услуг аутсорсера бизнес-процессов управления персоналом, в том числе связанных с его обучением и развитием.

- Поясните все-таки, почему бизнес-процессам уделяется столько внимания?

- Практически весь 20 век прошел под знаком функционального подхода к управлению и иерархических структур, которые позволили западному менеджменту получить хорошие результаты. В мировой практике применение процессного подхода является фактором успеха как для малых, так и для крупных компаний. За последние тридцать лет внешняя среда очень изменилась, стала подвижной. Качество и взаимодействие стало основой успеха бизнеса. А разрозненные функциональные подразделения компании не могли дать ни качества, ни межфункционального взаимодействия. Потребовалась другая философия управления, другие

принципы организации бизнеса и работы с людьми. Сразу скажу, что бизнес-процессы предполагают процессное управление. Только этот подход к управлению позволяет сочетать ресурсные возможности предприятия с гибкостью и качеством обслуживания клиентов, наилучшим образом удовлетворить постоянно изменяющиеся потребности клиентов, создавая компании сильные конкурентные преимущества. Процессный подход позволяет выявить потенциальные проблемы, в т.ч. и в финансовых результатах, еще ДО их проявления на основе заданных индикаторов. Если же в компании бизнес-процессы не описаны, то, вероятнее всего, в ней — бардак.

- На Ваш взгляд, наши бизнесмены осознают необходимость всего этого?

- В России функциональный подход в организации бизнеса до сих пор доминирует. Но и организация функционального управления далека от совершенства. Построив структуры «навечно», руководители часто вообще забывают о них как об инструменте управления, а до операционного уровня — бизнес-процессов — не доходят вообще. Российский менеджмент, к сожалению, отличается тем, что о бизнес-процессах и процессном управлении много говорят, но внедрение процессного управления в практику компаний встречается редко, а имеющийся опыт внедрений не всегда дает желаемый эффект. Часто это просто дань моде и удовлетворение суррогатами. По оценкам специалистов, описание и оптимизация процессов осуществляется реально не более чем в 15-20 % компаний в России.

ДРУЖБА НАЧИНАЕТСЯ С УЛЫБКИ

- Что же представляет собой процессный подход к управлению?

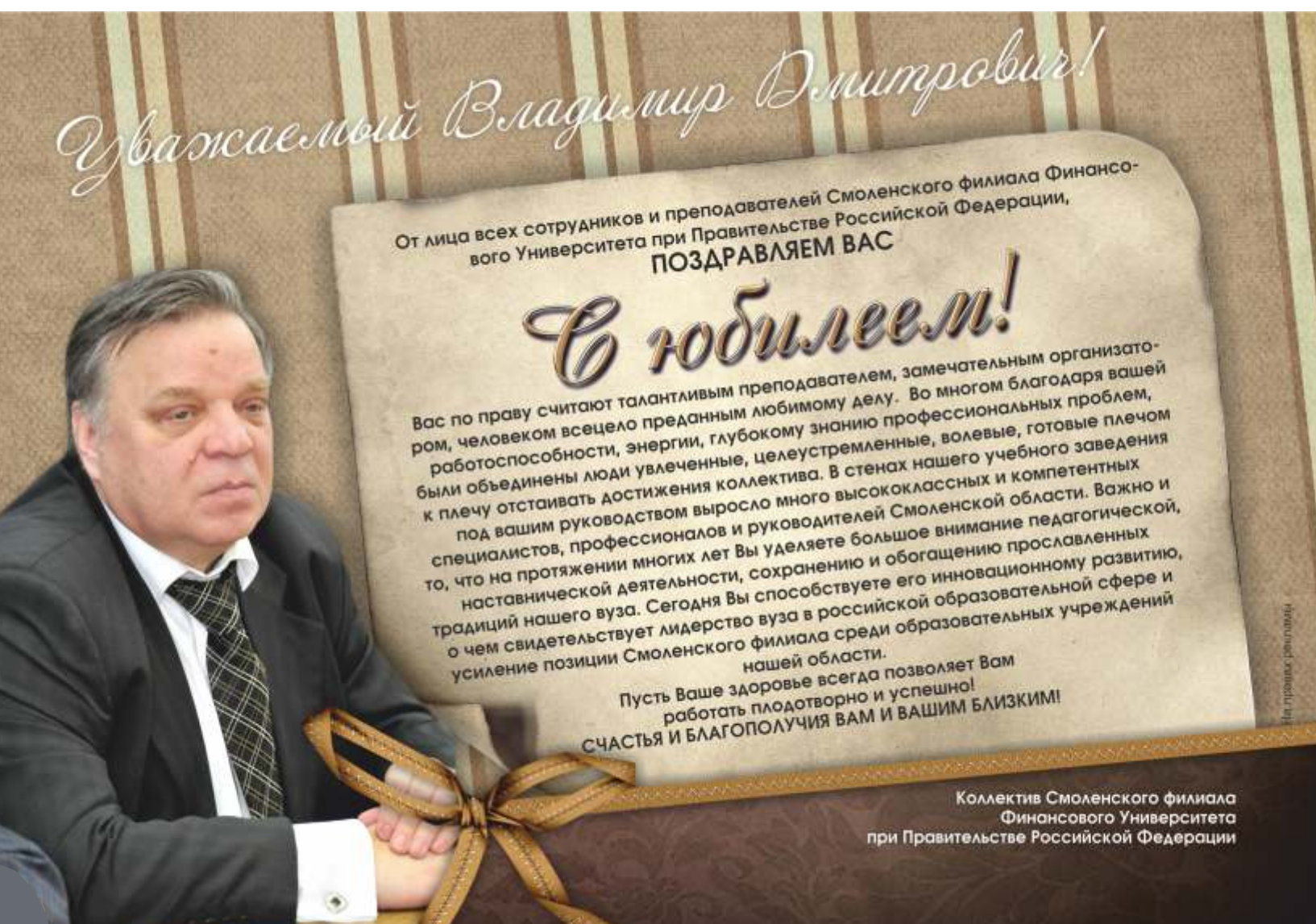
- Бизнес-процессы - последовательность действий, которые нужно осуществить между «входом» и «выходом» для достижения определенной цели. Чтобы на выходе каждого процесса был получен заданный результат, нужно четко понимать, какие действия и ресурсы нужны, кто будет процессами руководить, кто и как будет действия выполнять, чтобы удовлетворить потребности клиента. Такая организация меняет принципы взаимодействия между функциональными подразделениями в компании. Они становятся клиентами друг друга, принимая результаты работы каждого на свой «вход». Процессное управление приравнивает статусы внутреннего и внешнего клиентов. А в организациях с функциональной структурой то, что происходит между разными отделами, чаще всего напоминает партизанскую войну. От этого страдают и клиенты, и владельцы, и сотрудники.

- На Ваш взгляд, в чем причина того, что российские управленцы так медленно осваивают новые подходы?

- Замечу, что процессный подход — это не новый подход. Но это современная технология организации деятельности компании. А, что касается причин, то их несколько. Наш менеджмент очень далек от мирового уровня. Переводные издания, по которым учат менеджменту в российских вузах, - это, в лучшем случае, западные управленческие концепции 80-90-х годов. Между тем, чему учат, в том числе и в бизнес-школах, и реализацией этих знаний существует большой разрыв. Главная причина, на мой взгляд, - в ограниченности мышления владельцев бизнеса желанием сиюминутной выгоды, в уровне управленческой компетентности и владельцев и топ-менеджеров. Вопросы эффективности не находятся постоянно в поле зрения руководства. Кроме того, для России характерна нетехнологичность. В области управления отношениями с клиентами - сплошная самодеятельность. В интернете я видела фото, на котором видно, как сотрудница китайской таможни при помощи палочек для еды «прививают» доброжелательную улыбку. Как пригосудилось бы это многочасовое упражнение продавцам-консультантам в смоленских бутиках! У нас даже там, где менеджеры создают стандарты и регламенты, это не работает. Ведь зачастую, стоит только руководителю выйти за пределы организации, как сотрудники начинают нарушать установленные правила. Я сама не раз наблюдала, как в солидной федеральной торговой сети продавец-кассир игнорировала принятый стандарт обслуживания - памятку с перечнем обязательных фраз, закрепленную у нее на кассе. Это говорит о том, что нет системной работы руководителей.

- Но как-то можно на это все влиять?

- Глобализация, вступление в ВТО — факторы, которые



вынудят нас, чтобы выжить, стать технологичными в очень короткие сроки, сделать улучшения постоянным атрибутом жизни компании. К тому же наличие документированной системы менеджмента влияет на рыночную стоимость компании. В российских организациях в последние годы активнее внедряется менеджмент качества, в основе которого лежит процессный подход. Это характерно и для учреждений высшего и среднего профессионального образования, в том числе и в нашем регионе. В идеале, конечно, система менеджмента качества должна быть сертифицирована. В реальности сертификация в нашей стране — процесс зачастую формальный и не все организации, получившие сертификаты, в действительности управляют качеством.

ОДИН В ПОЛЕ НЕ ВОИН

- Остановимся на бизнес-процессах. Для начала их, видимо, нужно описать. Как же это сделать?

- Для начала их нужно выделить, а уже потом описывать. Моделирование бизнес-процессов осуществляется с помощью различных программных средств и технологий. В основном это западные разработки. Не скрою, что существует проблема адаптации западных продуктов к российским условиям. Они весьма сложны в изучении и использовании, но их упорно продвигают на рынке. Появились и отечественные системы бизнес-моделирования, которые специально созданы для решения задач процессного управления и позволяют не только смоделировать бизнес-процессы, но и сгенерировать должностные инструкции, положения о подразделениях, регламенты процессов и другие документы. Причем такие программные средства не требуют привлечения программистов для автоматизации системы управления процессами. Кроме того, известны весьма доступные авторские методологии описания бизнес-процессов, которые позволяют описывать бизнес-процессы даже в обычных текстовых и графических редакторах.

- И все-таки описанием и анализом бизнес-процессов лучше заниматься человеку, который непосредственно работает в компании, или правильнее было бы привлекать специалиста со стороны?

- На этот счет сколько специалистов - столько и мнений. Я убеждена, что этим нельзя заниматься в одиночку, что должна быть «критическая масса» сотрудников, понимающих суть процессного подхода. Наилучший вариант - когда в рабочую группу по внедрению процессного управления привлекается хотя бы один специалист по процессному управлению со стороны с «незамыленным» взглядом на происходящее в компании, и сотрудники с пониманием всех связей, потоков, процессов внутри компании. Я знаю одну из крупных ярцевских компаний, в которую пригласили на позицию топ-менеджера специалиста по процессному управлению из Казани. Он вовлекает ключевых руководителей и специалистов в эту работу и передает им необходимые компетенции. Моделирование бизнес-процессов идет без привлечения внешних консультантов. Конечно, такие специалисты в нашем регионе — большая редкость. На рынке есть компании, которые предоставляют услуги такого профиля. Однако квалифицированных специа-

листов мало, а стоимость их работ велика, что делает недоступными эти услуги для небольших компаний. По моим наблюдениям, часто консультанты трактуют процессное управление по мере своего понимания и возможностей или все усложняют так, что заказчики просто пугаются.

- На каком этапе развития бизнеса нужно этим заниматься?

- В литературе можно встретить мнение, что компания может благополучно существовать, не применяя процессный подход к управлению вообще. Не каждой он якобы «показан». Наиболее распространена точка зрения, что описанием бизнес-процессов надо заниматься только на определенной стадии жизненного цикла, когда компания уже прошла этап быстрого роста. Но, на мой взгляд, самый правильный подход - описание бизнес-процессов ещё на стадии проектирования бизнес-модели, до создания структурных подразделений и закупки оборудования. В любом случае, начинать описывать бизнес-процессы необходимо как можно раньше. Это позволит спастись от неоправданного роста, предупредить или быстро выявить потери и сократить бюрократические преграды.

- Для чего осуществляется регламентация бизнес-процессов?

- Реализуя процессный подход, необходимо все время заниматься анализом бизнес-процессов, выявлением наиболее важных, проблемных, или тех, изменения в которых легче всего провести. Перечисленные процессы оптимизируют в первую очередь. Алгоритм выполнения процесса нужно регламентировать, то есть фиксировать все операции на бумаге, чтобы все сотрудники организации осуществляли свою деятельность без отклонения от нормы и выдавали ожидаемый результат. Регламентация дает понимание того, как работает компания, повышает управляемость компании, прозрачность процессов и их результатов. Она осуществляется на основе различных положений, инструкций, стандартов. Если вы не создали стандарт обслуживания клиентов в своей компании, то ваши сотрудники придумают его за вас, а свои задачи будут выполнять в меру своего понимания и таланта. Они будут вести себя с клиентом сообразно собственным представлениям, которые могут быть не полезными для бизнеса. Поэтому принципиально важно закрепить стандарты в своем бизнесе и обеспечить их соблюдение. Только важно, чтобы они были хорошего качества. В процессной компании качество организационных регламентов имеет решающее значение. Показателен в этом плане пример «Макдональдс».

«ВСАДНИКИ БЕЗ ГОЛОВЫ»

- Допустим, мы создали стандарты и наши бизнес-процессы отлажены. Что делать дальше?

- Даже если удалось описать процессы, это еще не гарантия того, что работа завершена. Далее за процессами необходимо следить, контролировать их показатели, необходимо поддерживать описания процессов и регламенты в актуальном состоянии. Хорошо отлаженный процесс должен протекать по заданному алгоритму и не нуждается в оперативном управлении со стороны владельца процесса или высшего руководства. Это

позволяет сосредоточиться на стратегическом уровне управления. И, конечно же, нужно делать то, ради чего вводят процессное управление - улучшать процессы, либо совершенствуя, либо заменяя их. Вывод на рынок новых товаров и услуг, результаты бенчмаркинга, анализ процессов в рамках СМК - это основания для изменения процессов. Только постоянное улучшение и совершенствование бизнес-процессов позволит развивать компанию. При этом менять нужно только то, что отклоняется от нормы или не позволяет достичь поставленных целей. Кроме того, должен пройти этап изменения организационной культуры, позволяющий закрепить новую модель поведения у сотрудников. Когда в компании четко распределены обязанности, ответственность, взаимодействие, ресурсы, связи и все это функционирует, можно переходить к матричной структуре управления, в которой сосуществуют функциональные подразделения как центры управления ресурсами и реализуемые процессы, которые эти ресурсы используют.


- Можно ли сказать, что неправильное поддержание бизнес-процессов приводит к гибели компании?

- К ней приводит отсутствие эффективной системы управления, в том числе и процессами компании. Типична ситуация, когда однажды регламентировав процессы, первые лица компании сами игнорируют их, переводят компанию в режим «ручного управления». Как следствие, процессы утрачивают ориентацию на интересы клиентов. Компания, рано или поздно, потеряет клиентов. По статистике, около 50% компаний уходят с рынка в первые 3-4 года именно из-за того, что не создали эффективной системы управления. Безусловно, если компания не управляет своими процессами, - это не сулит ничего хорошего, особенно, если она находится в конкурентной среде. Но в любой организации должно быть не только операционное управление, но и стратегическое. Ведь процессы создаются под стратегические цели и усилия компании по улучшению бизнес-процессов основаны на их понимании. Мы реально управляем компанией только тогда, когда определили стратегию, под нее создали бизнес-процессы и структуры, ориентированные на достижение целей. Между тем, процессы стратегического управления часто протекают фоном в голове руководителя компании.

- Можете ли Вы привести примеры успешных смоленских компаний, где есть реальное стратегическое управление?

- Честно говоря, я не встретила пока такой компании, хотя это не означает, что их нет. Компании, в которых нет стратегического управления, я называю «всадниками без головы». Я много лет руководила практикой студентов-менеджеров в СмолГУ, изучала их отчеты, а также сама работала с компаниями как консультант. Могу сказать, что редко где есть понимание того, для чего необходима миссия и стратегия компании, они не используются как инструменты. В лучшем случае сформулированы миссии, которые не могут воспроизвести даже сами топ-менеджеры. Многие руководители относятся ко всему этому скептически, как к бессмысленным западным «штучкам». Мы, к сожалению, просто не умеем использовать науку менеджмента.

- А бизнес-процессы в наших компаниях отлажены?

- Так или иначе отлажены. В основном путем стихийной самоорганизации. Но это не имеет отношения к тому, что называется процессным управлением. Правда, понимание необходимости внедрения процессного управления приходит. В маленьких компаниях бизнес-процессам уделяется даже больше внимания, чем в компаниях крупных, хотя и не всегда это происходит целенаправленно и осознанно. Как правило, процессное управление используют крупные производственные компании, в которых есть иностранные капиталы и в которых создана система менеджмента качества. Многие компании, внедрившие процессное управление, смогли уменьшить свои затраты. Но даже если существенного снижения затрат и не произошло, то наведение «порядка» в компании - это уже значительный шаг к успеху. 

**КНИГА, КОТОРУЮ РЕКОМЕНДУЕТ
СВЕТЛАНА ФИРСОВА
ДЭН КЕННЕДИ «ЖЕСТКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ЗАСТАВЬТЕ ЛЮДЕЙ РАБОТАТЬ НА
РЕЗУЛЬТАТ»**



Полезная книга для владельцев и руководителей, которые, начитавшись популярных книг по менеджменту, комплексуют по поводу своих жестких принципов руководства. «Каждый наемный служащий думает, что он умнее своего босса. Ваши работники считают, что они перерабатывают, а им недоплачивают, что они вкладывают в ваш бизнес гораздо больше вас самих, и значит, вполне могут игнорировать или обходить ваши указания, стандарты и алгоритмы. Если вы тешите себя иллюзией, что ваш бизнес — исключение, вы не правы» - говорит Кеннеди. От каких сотрудников и когда нужно избавляться? Стоит ли перевоспитывать и мотивировать людей? Как создать четкие правила, которые помогут выстроить стабильный бизнес? Автор отвечает на все вопросы. Жестко.



«Бум клиентов», или как президент приехал в Смоленск

История о том, как один из генеральных директоров компании Mitsubishi Corporation, господин Ито, попросил прощения у некоего российского бизнесмена, сегодня больше похожа на притчу. Тем не менее, история вполне реальная: господин Ито действительно извинялся за то, что не поверил в возможность 10-кратного увеличения объемов продаж компании за один год. На что русский бизнесмен ответил ему не словом, а делом: за 8 месяцев он добился увеличения продаж в своей компании в 12 раз. Этим предпринимателем был Владимир Кусакин, нынешний президент консалтинговой компании BusinessForward. В марте Владимир Ильич провел семинар для предпринимателей в Смоленске.

Виктория САМУЙЛЕНКОВА

«НИКАКОЙ ОЗОНОВОЙ ДЫРЫ НЕ СУЩЕСТВУЕТ!»

- Владимир Ильич, я знаю, раньше Вы занимались наукой?

- В 90-е годы я занимался тем, что сейчас любят называть нанотехнологиями: например, однажды ночью мне приснилась схема лазера. Я заставил себя проснуться, зарисовал ее, потом мы собрали эту схему и получили самые короткие световые импульсы в истории человечества. Могу даже сказать, что при производстве флешек используются в том числе мои наработки. В советское время я также участвовал в поисках озоновой дыры над Камчаткой: могу ответственно заявить, что никакой озоновой дыры не существует — ее придумали владельцы химической промышленности для того, чтобы дороже продавать газы для кондиционеров и холодильников. Приятно осознавать, что что-то для нашей науки ты все же сделал.

- И все-таки, как вышло так, что Вы, перспективный ученый, ушли в бизнес?

- Однажды, в 90-х, к нам в гости приехал один знакомый немец. Как-то он заметил такую вещь: у каждого из вас, говорит, дома обсуждают политику, и у каждого дома течет кран. Почините кран — и жить станет легче. Тогда я понял, что, если хочешь жить в своей стране, здесь и сейчас, то нужно заниматься тем, что нужно другим людям здесь и сейчас. И я ушел в бизнес. Наука превратилась в страшное зрелище: редко можно теперь встретить настоящего ученого, гораздо больше вокруг шарлатанов — так есть и так было раньше. Меня всегда поражала бесцельность и оторванность всего того, чем

занимались ученые, от того, что в действительности необходимо людям. Как сказал один мой знакомый, наука — это хороший способ удовлетворять свое любопытство за счет государства. Наука ради науки не нужна, но нужно заниматься тем, что делает жизнь людей более комфортной и радостной.

В РОССИИ ЛЮДИ ЖИВЫЕ?

- Вы занимаетесь бизнесом уже более 10 лет. Какой главный принцип работы усвоили для себя?

- Было время, когда я занимался тем, что формулировал принципы роботостроения. Но скоро понял: для жизни важны не роботы, важны люди. Один мой знакомый, имеющий бизнес в 12 странах мира, как-то приехал в Россию. Когда я спросил у него, как ему удалось добиться таких успехов, он ответил: «я просто научился разбираться в людях». И на мой вопрос, что его больше всего поразило в России, он сказал, что в России люди живые: ты смотришь на человека, и человек смотрит на тебя. А в Европе, говорит, ты смотришь на человека, а человек отворачивается. Поэтому главное, о чем следует беспокоиться — это люди, с которыми ты работаешь.

- Сейчас Вы в основном занимаетесь тем, что проводите разные бизнес-тренинги. Чему Вы учите бизнесменов?

- У меня есть разные семинары, например, один из них посвящен тому, как поднять доход за один сезон. Когда-то я занимался климатической техникой, и однажды поставил перед собой задачу — чтобы зимой моя компания продавала больше. Это не так сложно: всегда есть тот, кто будет покупать твою продукцию и вне сезона. В

«несезон» большинство компаний начинают уменьшать свое влияние на рынок, в то время, как его нужно, наоборот, увеличивать. Потом я смотрел, что еще могут купить у меня клиенты помимо основного продукта, за которым они приходят. И, если летом я продавал кондиционеры, то зимой я начал продавать обогреватели. Кроме того, есть такое понятие, как усилитель мощности руководителя. Ему посвящен еще один мой тренинг. Мощность — это, в отличие от силы, потенциал: не обязательно иметь, скажем, мощное тело, чтобы влиять на людей, но можно иметь такую внутреннюю мощь, благодаря которой вы будете заряжать людей одним взглядом или словом. Также я учу, как красиво развивать свои цели, не тратя колоссальных средств, а с помощью здравого смысла зарабатывать и делать так, чтобы все вокруг процветало.

«СМОЛЯНЕ — В МЕРУ ДЕРЗКИЕ И АМБИЦИОЗНЫЕ»

- В Смоленске вы проводите семинар «Бум клиентов». Расскажите об аудитории, с которой работаете здесь.

- На мой семинар в Смоленске пришли пятьдесят предпринимателей: мы успели пообщаться с ними, и впечатление у меня осталось хорошее — это способные, в меру дерзкие и амбициозные люди, многие из которых уже добились хороших результатов. В основном они представляют малый и средний бизнес. Уже после первого дня тренинга я выявил основные проблемы, характерные для них. В первую очередь, это нехватка квалифицированных сотрудников, людей, которые были бы нацелены на результат. На самом деле, такие люди всегда и везде есть, но их нужно уметь правильно искать. Кроме того, мы поднимали вопрос того, как вывести свой бизнес на международный уровень: мне приятно, что региональных предпринимателей это интересует. И это важно, ведь сейчас многие регионы развиваются быстрее, чем, скажем, Москва или Петербург. Мало кто знает, например, что сейчас самый высокий уровень жизни в России — в Краснодаре.

- Много ли компаний, на Ваш взгляд, закрывается оттого, что им не хватает клиентов?

- Компании закрываются не потому, что им не хватает клиентов. Они закрываются от нехватки знаний об этих клиентах, их потребностях, и все, что им нужно — разобраться, с какими клиентами им имеет смысл работать, а скакими — нет. На семинарах я большое внимание уделяю тому, что научить предпринимателей разбираться в людях. Важно усвоить, что, если ты хочешь преуспевать, то нужно и клиентов искать таких, у которых дела идут вверх. Тогда и твои дела пойдут вверх. Есть так называемый закон поощрения: если ты начинаешь поощрять за что-то хорошее, это хорошее увеличится. Я помогаю компаниям определить, кто для них является лучшим клиентом, на кого нужно настраивать свой бизнес, и кого в первую очередь следует поддерживать.

РЕКЛАМА ДОЛЖНА БЫТЬ УМНОЙ

- Чего не хватает сегодняшним бизнесменам?

- Когда я сам начинал заниматься бизнесом, больше

все
г о
м н е
н е
хватало
знаний.
Такая же
проблема и у
тех, кто приходит
к нам на семинары.

Мы стараемся рассматривать не столько теоретические аспекты, сколько практические. Я на своем опыте и на опыте других компаний показываю, от чего зависит расширение, как, например, с небольшими затратами делать эффективную рекламу, которая даст наибольшую отдачу, как улучшить отношения с клиентами и как сделать так, чтобы они покупали больше. Однажды ко мне пришли специалисты из одного рекламного агентства и предложили сделать замечательную, по их мнению, рекламу кондиционеров на фоне голубого неба. Я спросил у них, как это будет работать, на что они ответили что-то в смысле «сделаем — увидим». Так делать нельзя: мы должны знать, на что тратим деньги и что из этого выйдет.

- Сами Вы много денег тратили на рекламу?

- Достаточно много, бывало, что до полумиллиарда долларов. Но, опять же, рекламу нужно делать умно, так, чтобы она давала отдачу. В этом деле очень велик риск просто вложить деньги и ничего не получить взамен. Я знаю очень немного рекламных агентств, которые могут гарантировать результат — таких единицы. Есть хорошие агентства, а есть хорошие носители: в целом эта отрасль находится не в лучшем состоянии и настоящих профессионалов немного.

- С каким бизнесом Вы, в основном, работаете?

- Мы работаем с создателями, на уровне изменений правил ведения бизнеса. Нам интересны собственники, создатели, разработчики правил. На Востоке говорят: «пока дерево молодое — оно гибкое и растет, а потом становится крепким и начинает умирать». Так вот, умирающие «деревья» нас не интересуют. Кроме того, важно, чтобы руководители компаний сами учились и развивались. Один хороший человек сказал, что год измеряется тем, каких ты людей встретил и какие книжки прочитал. Человек живет, пока учится: если мы ведем за собой людей, мы обязаны постоянно повышать умения. Бизнес — это зеркальное отображение его создателя: как мы его создаем, так он и получается. И, если он не получается таким, каким нам хотелось бы его видеть, значит, нам еще есть над чем поработать — и начинать нужно с себя. 🌐

СПРАВКА

Владимир Ильич КУСАКИН родился в 1964 году в Московской области.

Окончил Московский Энергетический институт, после чего работал в Центре Физического приборостроения Института общей физики РАН.

С 1992 года занимается бизнесом. Основал несколько компаний на рынке климатического оборудования.

С 2003 года - президент консалтинговой компании BusinessForward, бизнес-консультант.



Как генерировать лиды?

Тема маркетинговых инструментов и их применения — самая животрепещущая тема в бизнесе, так как маркетинг позволяет продавать. А учитывая, что потребителю нужно предлагать постоянно что-то новое, инструменты всё время обновляются. Свои вопросы консультантам журнала «Сегмент» по маркетингу вы можете присылать на редакционную почту: mai@m-segment.ru.

Антон ЛАТЫШЕВ (маркетолог)

Вопрос: Каким образом повысить объём продаж компании без значительного увеличения штата и проведения массированных рекламных акций?

Ответ. Если посмотреть на процесс продаж как на очередность этапов, то мы увидим всего три ключевых момента: это лидогенерация (lead generation), конверсия лидов (lead conversion), и работа с клиентами (account management). Возможно, вы никогда не слышали этих терминов, но реальность такова, что сегодня эти знания пришли в нашу жизнь с Запада, и достойного русскоязычного аналога им просто нет. Итак, чтобы повысить объём продаж необходимо сконцентрироваться на этих трёх направлениях в отдельности, но без отрыва от основной системы маркетинга бизнеса. Из трех доступных способов увеличения объема продаж (привлечение клиентов, повышение числа сделок, увеличение среднего чека), привлечение клиентов — самый дорогой.

Увеличение эффективности каждого из трёх способов на 10-15% ведёт к увеличению прибыли в 2 и более раз, это факт.

Лидогенерация это процесс получения данных потенциальных клиентов заинтересованных в вашем продукте, контакт для потенциальной продажи и есть лид. Лидогенерация это не реклама, но реклама это часть стратегии лидогенерации (а вы для чего рекламу даёте?).

Методов лидогенерации много, и скорее всего вы используете некоторые из них: телефонные звонки (как входящие, так и исходящие), сайт, брендинг, онлайн маркетинг, рекомендации (реферальная система), совместные партнёрства, семинары, PR, события, рассылка почты (электронной и физической) и т.д. Про внедрение и описание каждого из методов очень много написано в сети.

Методы, которые будут давать наилучший результат в вашем бизнесе сложно посоветовать, но важно помнить то, что надо пробовать их все и постоянно мерить эффективность рекламы! Считайте, количество звонков, по каждому рекламному каналу, чтобы вы знали, на каком этапе у вас проблема — в выборе целевого рынка, в сообщении или в медиа. Магазины Wal-Mart

используют более 350 различных стратегий привлечения и удержания клиентов. Большинство бизнесов используют лишь 1-2 способа. О существовании других они просто не знают! А сколько способов привлечения новых и работы с существующими клиентами используете вы?

Самая важная мысль в процессе привлечения клиентов, это измерение эффективности канала лидогенерации. Если вы не измеряете, то и не можете повлиять на это, а значит, вынуждены расходовать ресурсы впустую. Ведь главное преимущество малого и среднего бизнеса — это возможность оперативно применять различные способы развития предприятия и выбирать наиболее эффективные из них. Если вы увеличите поток лидов в ваш бизнес хотя бы на 10%, то прибыль может увеличиться на четверть, а это уже серьезно.

Вопрос: Какие инструменты использовать для увеличения эффективности рекламы?

Ответ. Следует помнить: реклама не делает продажи, а лишь генерирует обращения.



Деловой и Игровой Клуб
Смоленских Интеллектуалов

DIXI



БИЗНЕС-ШТУРМ

РЕШАЕМ КЕЙСЫ
ПО УПРАВЛЕНИЮ
И МАРКЕТИНГУ В
СТИЛЕ СПОРТИВНОГО

СООРГАНИЗАТОРЫ:

«СМОЛЕНСКИЙ БИЗНЕС-КЛУБ»

«ДЕЛОВОЙ И ИГРОВОЙ КЛУБ
СМОЛЕНСКИХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛОВ

«ДИКСИ»

ИДЕАЛЬНО ДЛЯ МОЛОДЫХ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ!

ЧТО
ГДЕ
КОГДА

УЧАСТИЕ ПО РЕГИСТРАЦИИ
WWW.SMOLBIZCLUB.RU
46-00-23

УЧАСТИЕ – БЕСПЛАТНОЕ

Команды из шести человек (максимум)
формируются на месте проведения.

24 апреля
19.00-21.00 / 2013 года

Реклама.

г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4, ауд. 21 старого корпуса СмолГУ

Важная мысль, если рекламировать то, на чём зарабатывать, значит, в фирме что-то идёт не так. В этом суть модели «Frontend/Backend». Очень яркий пример из цветочного бизнеса, вы, наверное, видели рекламу: «10 роз за 199 рублей». Продавец с рынка скажет, что это лукавство, и на этом заработать нельзя. Он будет прав, никто и не зарабатывает на этом. «10 роз за 199 рублей» это «Frontend», то чем привлекают клиента в бизнес, «товар-локомотив», то, что люди знают и понимают, ведь пока он к вам не пришёл, он не видит насколько хороший ваш товар. Вы скажете, что тут же обман на лицо, но ведь нет никакого обмана, эти 10 роз действительно есть, вон они стоят в углу, ну да, а что вы хотели за 199 рублей. Далее в бой вступает «Backend», это товар на котором вы зарабатываете.

При составлении рекламного послания помните про три большие М и про формулу ОДП. МММ — это три английских слова: market, media и message (рынок, канал рекламного послания и само послание). Всегда спрашивайте себя кто мой покупатель, правильный ли у нас канал общения и говорю ли я ему то, что должен говорить? Формула ОДА как раз и решает проблему того, что говорить. Offer (предложение), deadline (ограничение по времени) и call to Action (призыв к действию).

Если вы не можете убедительно показать, почему он должен обратиться именно к вам и именно сейчас, а не уйти к одному из ваших конкурентов или вообще пройти мимо и сэкономить свои кровно заработанные деньги — вы просто выбрасываете деньги на ветер и убиваете все шансы на успех. Это может быть «товар-локомотив» описанный ранее, или скидка, выгода, которая ярко видна, так же подарок — люди обожают подарки. Скидка, выгода, которая ярко видна: скидка хорошо работает если более 50% (Groupon, КупиКупон), зачёркнутые цены (1500 было — стало 999: было 4 цифры, а стало 3), «было=>Стало», «Ваша экономия 7 500 рублей», конкретика.

Дедлайн — ограниченность во времени. Если человек не позвонит прямо сейчас, отложит на потом, то,

скорее всего, он не позвонит никогда. Любая реклама должна побуждать человека взять трубку и набрать указанный на вашей рекламе номер. Притом, работают следующие варианты дедлайна: «24/48/72 часа», «предложение действительно в течение 2х дней», «только первые 5 позвонивших получают подарок» и т.д.

Если вы замените обычное слово «телефон» на «позвоните по телефону», то вы увеличите звонков по вашей рекламе до 15%. Пример: «Позвоните по телефону», «Приходите по адресу». Отлично работает стратегия «Сгаргаскард», пример: «Вырежи это объявление получи по нему подарок». Работает! Не пытайтесь сделать рекламный макет красивым и заполненным отвлекающими картинками. Красота не продает.

И ещё: Покажите фотографию своего продукта, давайте несколько способов контакта с компанией (email, сайт, телефон, факс), добавьте бонусы «Купи квартиру — бейсболка в подарок».

Тестируйте и измеряйте всё что делаете, вам необходимо знать, каков ROI (return on investments — возврат инвестиций) по каждому сообщению. Это подход не расходов на рекламу и маркетинг, а инвестирования в бизнес.

Вопрос: Что делать, если звонки поступают, но договора не подписываются и счета не выставляют?

Ответ. Скорее всего, у вас плохо прописан путь клиента «от контакта до контракта». Воронка продаж — это базовый и очень мощный инструмент, это как раз та самая конверсия лидов в клиентов, она работает как в оптовом, так и в розничном бизнесе. Воронка продаж, очень чётко ставит акценты в деятельности руководителя, высвечивая самые важные кнопки на пульте управления компанией.

Воронка продаж визуально выглядит как простая воронка: широкая кромка и узкое горлышко на входе в воронку, ваши лиды, процесс лидогенерации, внутри процесс преобразования в клиента, на выходе клиент.


Начните с прослушивания звонков, это покажет, что в компании нет укоренившейся практики снятия контактов, назначения встречи, снятия потребности и закрытия возражений (дорого, я подумаю и т.д.). Это значит, что большая часть потенциальных клиентов отваливается ещё на подходе, это работа в холостую. Обратите внимание на лучших продавцов в вашей компании, зафиксируйте, как они ведут к продаже потенциального клиента, пропишите это как стандарт и обяжите всех поступать так, как прописано. И тогда даже люди с улицы смогут продавать не хуже профи.

Вопрос: Какова самая эффективная стратегия роста выручки?

Ответ. Методов как водится невероятное количество. Вернёмся в цветочный магазин, в который заходили в предыдущем вопросе. Те розы в углу нам не понравились, и продавец применяет методику «Upsell/Crosssell/Downsell». Он говорит, что если вам не нравятся те розы, вы можете купить вот эти хорошие, они правда дороже и стоят 1000 рублей, но не с пустыми же руками уходить. Если это предложение слишком дорого, а у потенциального покупателя всего 200 рублей, то можно купить вот эту розу в горшке за 150 рублей, ещё и сэкономите. Стоимость розы в горшке 15 рублей, ваша маржа просто огромна.

Метод «магнит сверху», когда вы говорите, что ваша покупка составляет 790 рублей, и если вы докупите до 850, то получите открывалку (магнитик или шоколадку), подарки очень нравятся покупателям, а вы получаете дополнительную прибыль.

Можно использовать чувство вины, когда женщина покупает себе дорогую вещь, а вы ей предлагаете купить что-нибудь и для мужа.

Не стоит забывать про то, чтобы быть успешным в этой стратегии необходимо вкладываться в повышение компетентности продавцов. Прописывать речевые скрипты (речёвки), чтобы продавец не думал, что сказать в этой ситуации (чаще всего не думает и не говорит), а имел заученные речевые образцы. 



ИЩУ ТЕБЯ

Журнал — прекрасная посредническая площадка для поиска партнёров в других регионах: для распространения (дилеров), для продажи франшизы, для создания совместного предприятия, для поиска инвесторов, продажи бизнеса. И на своих страницах мы будем публиковать такие объявления. Объявления присылайте на адрес редакции: mai@m-segment.ru.

ИЩЕМ ФРАНЧАЙЗИ НА РЫНКЕ ОДЕЖДЫ

Греческая компания предлагает франшизу детской одежды для возраста от 0 до 16 лет: <http://mini-raxeovsky.com>

Весь ассортимент создается и производится только в Афинах. Ежегодно создаются девять различных коллекций для мальчиков и девочек, в том числе линия одежды для торжественных случаев. Mini Raxeovsky работает по лицензии с такими компаниями, как Walt Disney, Hallmark, Mattel. Сегодня продукция бренда представлена в 35 магазинах в Греции, а также продается в Италии, Румынии, России и на Кипре.

Цены рассчитаны на средний и элитный класс покупателей.

Коллекции организовываются 2 раза в год, летом и зимой. Есть также производство аксессуаров, купальников, пижам, носков и т.д. До 15 марта показывается зимняя коллекция нового сезона, апоставки идут в сентябре. До 15 сентября показывается летняя коллекция, которая поставляется в феврале

При подтверждении заказа оплачивается депозит в размере 30% от общей суммы и после чего начинается производство товара.

Заказ не принимается без депозита.

В случае если франчайзи проявляет готовность открытия нового магазина, мы обязательно рассматриваем данное предложение в короткое время, включая в новый проект архитектора, который может сделать макет и дизайн магазина для того, чтобы соответствовало образу Mini Raxeovsky. Так же предоставляем инструкцию для мебели, манекенов, вешалки т.п.

Для франчайзи мы подготавливаем трехлетний бизнес-план магазина для того, чтобы вы имели цель и результаты, которых можете достичь.

Маркетинговые материалы, также как каталоги, пакеты, баннеры, промо-подарки для клиентов, блузки для персонала мы предоставляем бесплатно в каждом заказе. У нас есть профессиональный маркетинговый отдел, который поможет в вопросах макета, рекламы и т.д.

В случае открытия нового магазина, мы высылаем мерчендайзеров, которые придут и помогут оформить магазин. Каждый сезон, а при необходимости и чаще, мерчендайзер посещает Вас для решения важных вопросов. В Греции мы обновляем наши витрины каждый месяц, после чего отправляем фотографии нашим клиентам за

рубеж, т.о. можно легко принять наши идеи и осуществить на своих витринах.

Контакты: ответственный директор по странам СНГ — Леонид ЭЛЕНИ: +30 2106143755, моб +3069771 83471, Skype: ALFAJOB

ИЩЕМ ДИЛЕРА В РЕГИОНАХ

ООО «МониторингАвто» (Москва) ищет дилера систем навигации и транспортного мониторинга, основанных на российской навигационной системе ГЛОНАСС ина GPS. Компания ищет партнеров во всех регионах Российской Федерации, вне зависимости от их текущей сферы деятельности. Готовы предоставить весь накопленный опытом интеллектуальный потенциал.

Всё оборудование производится на собственной производственной базе в Российской Федерации (сертификат соответствия ГОСТ). Установочный центр «МониторингАвто» сертифицирован в РОСТЕСТ. Программное обеспечение также производится в рамках нашей организации и зарегистрировано в Роспатенте.

Контакты: Илья КНЫШ, +7 910 424-25-26, kia@monitoring-auto.ru.

(4812) 404-807

www.kino-format.ru

Рекламные ролики Видеопродукция на сайт

Музыкальные клипы Корпоративные фильмы

Сценарий Режиссура Креативная концепция

Многокамерная Видеосъемка в fullHD

2D и 3D анимация Видеомонтаж



КИНОформат

Создание видеопродукции для бизнеса

Наши клиенты знают, что приобретают



Смотреть портфолио:



Что такое Web-canape?

Сегодня мы с уверенностью можем сказать, что отказались от разработки больших, дорогих и креативных сайтов в пользу недорогих решений для малого и среднего бизнеса. Мы долго шли к этому. Несколько лет мы строили технологию, которая позволила нам предлагать продукт высокого качества по низкой стоимости. Сайты, которые будут приносить пользу.

Мы создали Web-canape.

Мы создали продукт, который помогает малому бизнесу быстро и эффективно продвигать товары и услуги через интернет.

Разве не это вам нужно? Сотни наших клиентов хотят именно этого, и они получают результат вместе с Web-canape. Мы с удовольствием наблюдаем, как их бизнес растет и развивается.

Некоторым клиентам нужна лишь красивая картинка в интернете. Для таких клиентов мы бесполезны. Поэтому не торопитесь отправлять нам заказ.

Приглашаем вас сначала на экскурсию



<http://www.web-canape.ru>



Как
быть в курсе
новостей
по моей теме?

Сколько
у меня
конкуренентов
и что ждут
потребители?

Каков
предприниматель
будущего
?

Где
лучший
маркетинг?

Стоит ли
выходить
на новый
рынок
?

Что
происходит
в регионе?

Что и как
говорят в
СМИ
о моей
компании?

Чем
занимается
мой новый
партнёр?

Где
зарегистрирована
фирма-
поставщик?

Есть ли
ограничения
на экспорт
товара?

КАК ДАТЬ
новые
знания
сотрудникам?

Как
повысить
квалификацию
персонала?

КАК
сплотить
коллектив
?

Какой будет
моя
компания
через 10 лет?

КАК
провести
рекламную
кампанию?

Где
найти
партнёра по
БИЗНЕСУ?