

МАЛЫЙ БИЗНЕС



ПЯТЬ СОВЕТОВ ПО ПОКУПКЕ И ПОДКЛЮЧЕНИЮ ОНЛАЙН-КАСС ОТ ТИМОФЕЯ КУЛИКОВА

Тимофей Куликов, владелец сети кофеен «Кофер Гуд», работает в этом бизнесе уже восемь лет, собственные заведения он начал открывать в 2016 году. Сегодня его оборот достиг 3 млн руб. в месяц, онлайн-касса и подключение к ОФД он приобрел одним из первых, еще в январе 2017 года. С позиции опытного пользователя он дает советы начинающим предпринимателям.



1. Не воспринимайте кассовую реформу как наказание, а попробуйте найти в ней для себя выгоду

Первая выгода самая очевидная: касса считает, а кассы нового поколения, по сути, заменяют бухгалтера, причем самого лучшего! Например, касса синхронизируется с 1С. Это реально удобно, поскольку уже сейчас данные с касс и оператора фискальных данных (ОФД) для налоговой приоритетнее, чем ваша собственная отчетность. Обещают, что когда-нибудь касса через ОФД будет вообще за нас отчетность в налоговую отправлять. Пока в это, конечно, с трудом верится, но жизнь действительно меняется быстро.

2. Постарайтесь упростить регистрацию в ОФД и налоговой

Операторов фискальных данных сейчас почти два десятка, но не каждый обеспечит вам регистрацию кассы в налоговой инспекции. Подключаться ко всему самостоятельно — это, конечно, возможно и даже недорого, но я бы не посоветовал это делать тем, кто не слишком разбирается в IT. Лучше найти такого оператора, к которому можно и подключиться, и пройти регистрацию в ФНС автоматически. Я, например, подключился к ОФД через «Сбербанк бизнес онлайн». В одном окне — там же, где получал кредит, — и кассу купил, и к ОФД подключился, а через ОФД уже и кассу зарегистрировал. На электронную почту просто присылают код активации — и вопрос решен, потом через год просто снова пополняешь счет.

3. Используйте чеки для своего маркетинга

На чеках, которые получают клиенты, должно быть написано название вашей компании. Лучше, если там будет не только бренд, но и логотип, реклама. Обратите внимание, что такую услугу предоставляют не все компании: у многих в чеках будет вместо всего этого название ОФД.

4. Пробуйте новые сервисы и пользуйтесь информацией, которую накапливают операторы данных

Мое обращение к «Платформе ОФД» началось с того, что они помогли мне найти новую, седьмую точку для сети. Поскольку они работают с огромным количеством малого и крупного бизнеса, у них аккумулируется информация о продажах, которая обогащается другими источниками. С их помощью мы нашли точку в центре Москвы (рядом с Третьяковской галереей) с очень выгодными условиями.

5. Не ведитесь на дешевизну

Многие компании предлагают только кассы и подключение к ОФД, без дополнительных услуг, упирая на дешевизну. Но может оказаться, что за счет дополнительных услуг вы как раз сможете выиграть. Например, у меня есть доступ к товарной аналитике «Платформы ОФД», и она очень наглядно показывает, какие товары как продаются. Или «магазин приложений» — это помогает сверять отчетность с данными переданных чеков. Поскольку теперь в этой отчетности главное, чтобы данные совпадали с тем, что передают ОФД, в первую очередь нужны приложения по синхронизации данных ОФД с 1С.

Кассовый заплыв

Кассовая реформа в разгаре: в нынешнем году перейти на онлайн-кассы должен малый бизнес, который ранее вообще не применял кассовых аппаратов. Этим компаниям повезло больше, чем их предшественникам, поскольку за год осуществления реформ на рынке появилось больше касс, они стали удобнее и дешевле, дополнены полезными сервисами от операторов фискальных данных.

— реформа —

«Кто вы?» — на манер модных в соцсетях тестов спрашивает Федеральная налоговая служба (ФНС) на странице своего сайта, посвященной новому порядку применения контрольно-кассовой техники (ККТ). Тест, разумеется, не предполагает ответов про котиков или диснеевских персонажей. Переход на онлайн-кассы — тема сложная для бизнеса, поэтому налоговая служба старается донести всю информацию до нужного адресата в самой простой, а теперь даже игровой форме.

Пройдя тест, предприниматель может узнать, касается ли его реформа, нужна ли ему онлайн-касса и если нужна, то к какому сроку. В результате кассовой реформы весь российский бизнес должен будет перейти на работу с новыми кассами, передающими электронные чеки в ФНС через оператора фискальных данных (ОФД).

В текущем году до 1 июля на новые онлайн-кассы должны перейти малый бизнес и индивидуальные предприниматели на ЕНВД (единный налог на вмененный доход), а также коммерсанты, работающие на патенте в сфере торговли и общепита, если у них работают наемные сотрудники. Все остальные предприниматели должны будут приобрести онлайн-кассы с 1 июля 2019 года.

Производители касс и фискальных накопителей утверждают: дефицита оборудования нет, в том числе в регионах. По словам генерального директора производителя онлайн-касс «Эвотор» Андрея Романенко, крупные компании уже инвестировали большие средства в то, чтобы обеспечить свои склады всей необходимой техникой и фискальными накопителями.

Но есть дефицит предпринимателей.

«По всей стране абсолютная тишина. Приходят пока что буквально единицы суперсознательных», — говорит ди-

ректор по развитию бизнеса фискальных решений компании АТОЛ Юлия Русинова. Производители проводят семинары и обучающие мероприятия по всей стране, но вынуждены констатировать, что явка на семинарах минимальная.

В отличие от компаний, которые переходили на онлайн-кассы в прошлом году, эти субъекты рынка вообще не приехали на онлайн-кассы — тема сложная для бизнеса, поэтому налоговая служба старается донести всю информацию до нужного адресата в самой простой, а теперь даже игровой форме.

Конечно, можно предположить, что «тишина» связана с

ДИНАМИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЯН ПО ДАННЫМ КАССОВЫХ ЧЕКОВ

ИСТОЧНИК: «ПЛАТФОРМА ОФД»

СРЕДНИЙ ЧЕК РОССИЯНИНА ЗА ОДНО ПОСЕЩЕНИЕ КАФЕ

2017 год
550–565 руб.

1 квартал 2018 года
590–600 руб.

СРЕДНИЙ ЧЕК РОССИЯНИНА В ЗАВЕДЕНИИ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ

1 квартал 2017 года
300–310 руб.

1 квартал 2018 года
320–330 руб.



ФОТО: СПУТНИК. ЭВОТОР

«По всей стране абсолютная тишина. Приходят пока что буквально единицы суперсознательных»

тем, что малый бизнес плохо информирован о реформе. Однако если взглянуть на результаты опроса почти 2 тыс. российских компаний и предпринимателей, который провело в феврале агентство MAGRAM Market Research по всей стране, то выяснится, что 99% предпринимателей знают о необходимости перехода на онлайн-кассы.

При этом, согласно этому опросу, 62% компаний не используют в своей работе контрольно-кассовые аппараты. То есть пока перешли меньше 40% от общего числа опрошенных предпринимателей.

Люди с тетрадками

Тем не менее, как писал ранее «Ъ», ФНС на текущий момент уже зарегистрировала

1,7 млн единиц кассовой техники, что превышает дореформенный парк активных касс на 40%. Ежемесячно пробивается чеков на сумму свыше 2 трлн руб. По состоянию на март в системе пробито 33,3 млрд чеков, сумма отслеживаемой таким образом выручки превысила 22 трлн руб. В целом на применение ККТ уже перешли около 531 тыс. организаций и ИП.

Подвляющее большинство из них — участники первой волны реформы, в ходе которой на онлайн-кассы переходил бизнес, работающий по общей и упрощенной системам налогообложения. Теперь речь идет о переходе на онлайн-кассы зна-

чительной части тех предпринимателей, которые кассами в принципе не пользовались, а многие вели рукописный учет в обычной школьной тетрадке.

«По данным исследования „Ромир“, 56% предпринимателей самостоятельно ведут бухгалтерский учет, 35% пользуются услугами наемного бухгалтера, — рассказывает Юлия Русинова из АТОЛ. — Для создания управленческой отчетности треть малого бизнеса использует программу Microsoft Excel и почти столько же — „тетрадку“, то есть бумажные носители».

По разным оценкам, потенциальный спрос со стороны этих предпринимателей может составить от 1 млн до 1,5 млн онлайн-касс. Помимо них в ближайшие месяцы будут заменены фискальные накопители еще у порядка 1 млн касс у тех, кто перешел на онлайн в первую волну реформы.

Первопроходцам пришлось нелегко — оборудование одного рабочего места обходилось очень дорого: при покупке кассы и других необходимых составляющих стоимость могла достигать 150–200 тыс. руб. «На рынке были и нехватка кассовой техники, и нехватка фискальных накопителей. Цены на первые кассовые аппараты доходили до 50 тыс. руб.», — вспоминает президент «Опоры России» Александр Калинин.

Поскольку львиная доля предпринимателей не торопилась, а затем с приближением часа X стала массово и в срочном порядке пытаться установить новое оборудование, на рынке возник дефицит. Многие были вынуждены приобретать фискальные накопители у перекупщиков на «Авито». При официальном цене 6–7 тыс. руб. они продавались на черном рынке за 40–50 тыс. руб.

Хипстеры с городских окраин

— свой бизнес —

За последние годы барбершопы прочно обосновались в центральных районах всех городов. Альберт Худоян со своей сетью барбершопов Chop-Chop решил облагородить Мытищи, Чертаново и Бутovo.

Бороду Альберт отстригал, когда ему было 14 — «чтобы пиво продавали». В Краснодаре бородатый подросток и в середине нулевых никого не удивлял, а когда он поехал учиться за границу (высшее образование Альберт Худоян получал в Швейцарии и США), уже наступило время хипстеров и ухоженной бородой шеголял всякий, кто мог отрастить на лице хоть какую-то растительность. Бороды стали фетишем и наваждением — на разные балзамы, масла и воски для ухода за тем, что в России было принято брить еще с петровских времен, мужчины легко тратили по €100 в месяц.

Еще учась за границей, Альберт решил, что по возвращении откроет барбершоп. Благо мода на парикмахерские для мужчин довольно быстро докатилась и до нашей страны. Первой, в сентябре 2011 года, начала свое существование сеть Chop-Chop — ее создали бывший редактор GQ Данила Антоновский, редактор сайта GQ

Алексей Ермилов и иллюстратор Евгений Мурушкин. И пошло пошло: барбершопы полезли из-под земли как грибы. Первое время создатели их стремились выделиться, отличиться — делали мужские клубы по интересам: здесь сигары курят, там коньяк пьют. Потом пошла обратная тенденция: окно в пол, два кресла, некрашеные стены и вывеска. Спросом пользовались и те и другие. Все это время Альберт занимался другими делами: учился бизнесу, пытался запустить мобильное приложение, боролся с первыми неудачами.

«Конечно, я вышел на рынок, когда конкуренция была очень большой, — рассказывает он. — Но я сразу определил свою нишу: делаю барбершопы в спальнях районах с минимальным для этого бизнеса ценником. То есть я получаю условно два потока клиентов: тех, кто выглядит из парикмахерских экономкласса, по тому что хочет круглую стрижку, и тех, кто уже пробовал стричься в барбершопах и ищет, где можно постричься так же, но подешевле».

Первый свой барбершоп Chop-Chop Альберт открыл в Мытищах в августе 2017 года. В 200-тысячном городе это был уже седьмой барбершоп, на данный момент их существует десять, и тем не менее проект



ЛАМРИНОВ/АТОЛ

оказался успешным с первого дня. «Барбершоп на два кресла с относительно невысокой арендой и средним чеком начинает быть успешным где-то с уровня 200 посетителей в месяц (70% выручки — стрижки, 30% — остальное, включая бороды), и это самая успешная точка». Во всех точках (а сейчас в сети три барбершопы — кроме Мытищ откры-

того, что мастер должен быть круче, еще и интерьер должен глаз радовать».

В Чертаново, где был открыт следующий Chop-Chop, дело пошло не так успешно: «Район более „пенсионерский“, в отличие от молодых „ипотечных“ Мытищ» — и тем не менее, вскоре после этого Альберту удалось продать франшизу. Франшизный барбершоп открылся только что в Бутovo, и в дальнейшем франчайзи должно появляться больше.

с21

Федор Бугельский