

20 Как выжить барбершопу в Мытищах

22 Как малый бизнес участвует в госзакупках

22 Зачем открывать продуктовую лавку в собственном доме



Государство душиит, оно же спасает

Ситуация с малым бизнесом в России далека от хорошей, но все-таки она улучшается. Проверки и наезды со стороны государства, сложности с финансированием стабильно остаются в числе проблем «малышей», зато открытие бизнеса стало быстрее и дешевле, а подключиться к сетям и получить грант на развитие — проще.

— бизнес-климат —

Россия, как известно, страна крупного и в значительной степени государственно-бизнеса — малому и среднему бизнесу в соседстве с гигантами приходится нелегко. Доля компаний с госучастием в экономике превышает 50%, еще порядка 30% приходится на крупный частный и квазигосударственный сектор, а на малый и средний остается всего 20%.

Тем не менее, по данным рейтинга Всемирного банка Doing Business, ситуация постоянно улучшается. В общем рейтинге Россия занимает 35-е место из 190. Еще в 2010 году страна была на 124-м месте. Действительно, открыть бизнес в России сейчас просто. Государственная пошлина за регистрацию физического лица в качестве ИП составляет 800 руб., а за закрытие ИП — всего 160 руб., а большинство операций можно делать онлайн без визитов в налоговую. Ждать подключения к сетям приходится все меньше.

Проблемы начинаются, как раз когда бизнес начинает работать. Неутешительны показатели «смертности» малого бизнеса: только 3–5% малых предприятий, согласно статистике Росстата, живут более трех лет. Большинство погибает в первый же год.

Согласно последнему исследованию Альфа-банка «Пульс малого бизнеса», предприниматели всех отраслей, кроме IT, «стали более сдержанными в прогнозе на будущее». IT является исключением: предприниматели в этой сфере в последние два с половиной года чувствуют себя более уверенно, чем представители других отраслей. При этом самые популярные в малом бизнесе сегменты — розница и строительная сфера — так и не восстановились до конца.

Причина трудностей малых компаний, конечно, не в макроэкономике и совсем не в падении цены на нефть и газ. Его проблемы далеки от таких глобальных вещей. Основное препятствие для его развития — отсутствие стартового капитала и скептическое отношение всех, от кого зависит выживание «малышей»: от госструктур до банков.

Руководитель комитета по экономике московского отделения «Опоры России» Алексей Каневский констатирует, что малым предприятиям получить кредит в банке «практически невозможно». Именно высокая процентная ставка является причиной, почему подавляющее число предпринимателей начинают с торговли и недвижимости: в других сферах такие проценты просто не выплатить», — уверен Алексей Каневский.

Ставки по кредитам малому бизнесу всегда были и остаются на порядок выше, чем для крупного бизнеса, утверждает ди-



ректор по корпоративным и суверенным рейтингам «Эксперт РА» Александра Таранникова. «Текущая средневзвешенная ставка по кредитам до одного года составляет порядка 12%. Если кредит для бизнес-целей малого бизнеса оформляется на физическое лицо, то ставка будет еще выше и будет доходить в среднем до 19% для однолетнего кредита», — называет средние цифры эксперт. Такие ставки остаются достаточно обременительными для малых компаний, поскольку могут быть в некоторых случаях выше уровня рентабельности, добавляет она.

Кроме стоимости кредита проблемой многие предприниматели считают требования к залого и прозрачности деятельности со стороны банков. Например, коммерческий директор ГК «Внешторг» (торгует инструментами) Антон Паремский для пополнения оборотных средств своей компании несколько лет назад дал банку в залог свою единственную недвижимость, оцененную в 5 млн руб. Ему нужно было еще 5 млн руб., которые он получил от Центра развития и поддержки предпринимательства в Санкт-Петербурге. Эти деньги были нужны для входа в новую крупную сеть. При этом отсрочка оплаты от сетей достигает трех-четырех месяцев. То есть деньги были, но получить их можно было только через длительный срок или рискуя квартирой. «Банки тоже можно понять. У них невозвратных кредитов 30–40%», — объясняет логику банкиров бизнесмен.

С другой стороны, не у всех есть такая возможность — рисковать своим жильем. Иногда даже до разговора об этом у бизнесменов не доходит: отказывают прямо сразу, узнав, что предприятие малое и новое. Но даже имея опыт, оборот, базу клиентов и стабильный доход, на кредиты тоже рассчитывать малому бизнесу тяжело.

Когда предприниматель Руслан Гирфанов пытался взять кредит на покупку конкурирующего онлайн-магазина «Спорт-Еда.ру» (продажа спортивного питания), ему отказали 20 банков. Собственный онлайн-магазин ingymshop он открыл в 2013 году. Че-

рез три года сайт уже приносил стабильную прибыль и был одним из первых в выдаче по запросам на покупку спортивного питания. Формально все необходимые требования для получения кредита он выполнял, но так и не получил предложения. Устав от банков, Руслан взял займы у своей семьи и выкупил сайт, который сейчас, как он и планировал, стал основой его бизнеса.

В принципе представители малого бизнеса и так прекрасно понимают, что открывать бизнес на заемные деньги — это слишком большой риск. «Самое главное при открытии малого бизнеса впервые — не делать это на кредитные деньги: риск того, что бизнес не удастся, велик, а возвращать деньги придется», — рассуждает первый вице-президент Азиатско-Тихоокеанского банка Вячеслав Андрушкин. — Банки на стартапы денег, как правило, не дают. Сто-

и использовать собственные идеи. «Это могут быть деньги семьи или сумма, одолженная у друзей на комфортных условиях. На кредитные деньги этого лучше не делать, а если брать точнее в формулировках, то делать этого категорически нельзя». Он пояснил, что на банковский кредит, где ежемесячная уплата процентов неотвратима, бизнес правильно развивать, но никак не начинать, а все меры поддержки разработаны преимущественно для фирм, которые «вполне успешно существуют и бизнес-модель которых уже была подтверждена результатами и годами работы».

Отказы банков можно понять. Дело в том, что как отсутствие, так и наличие денег у малого бизнеса вызывают подозрение у государства. С 2017 года малый бизнес подпал под 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных

преступным путем, и финансированию терроризма». Почему именно малый бизнес должен доказать своей работой в выбранной области, что он способен зарабатывать деньги и развивать бизнес?

Заемные деньги по хорошей ставке, по его мнению, можно будет получить только тогда, когда малый бизнес достигнет до размеров среднего. Тогда же будет доступна государственная поддержка. «Стандарты кредитования или выделения субсидий достаточно жесткие и предполагают в том числе хорошее состояние финансовой отчетности кредитующей компании. Получение кредита или субсидии часто занимает значительное время — до нескольких месяцев», — рассказывает банкир.

С ним согласен председатель правления СДМ-банка Максим Солнцев: опыт во всем мире показывает, что открывать малый бизнес лучше на собственные деньги

и использовать собственные идеи. «Это могут быть деньги семьи или сумма, одолженная у друзей на комфортных условиях. На кредитные деньги этого лучше не делать, а если брать точнее в формулировках, то делать этого категорически нельзя». Он пояснил, что на банковский кредит, где ежемесячная уплата процентов неотвратима, бизнес правильно развивать, но никак не начинать, а все меры поддержки разработаны преимущественно для фирм, которые «вполне успешно существуют и бизнес-модель которых уже была подтверждена результатами и годами работы».

Отказы банков можно понять. Дело в том, что как отсутствие, так и наличие денег у малого бизнеса вызывают подозрение у государства. С 2017 года малый бизнес подпал под 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных

преступным путем, и финансированию терроризма». Почему именно малый бизнес должен доказать своей работой в выбранной области, что он способен зарабатывать деньги и развивать бизнес?

Заемные деньги по хорошей ставке, по его мнению, можно будет получить только тогда, когда малый бизнес достигнет до размеров среднего. Тогда же будет доступна государственная поддержка. «Стандарты кредитования или выделения субсидий достаточно жесткие и предполагают в том числе хорошее состояние финансовой отчетности кредитующей компании. Получение кредита или субсидии часто занимает значительное время — до нескольких месяцев», — рассказывает банкир.

С ним согласен председатель правления СДМ-банка Максим Солнцев: опыт во всем мире показывает, что открывать малый бизнес лучше на собственные деньги

ся единственным сотрудником в своей компании. Если банк даст больше времени на сбор документов, Центробанк может заподозрить его в умышленном укрывательстве преступлений.

Впрочем, государство, одной рукой придушивая малый бизнес этими проверками, активно заявляет и о помощи ему. В каждом регионе и отрасли существует огромная сеть грантов и субсидий, налоговых льгот, бизнес-инкубаторов, курсов и прочих видов поддержки. Помимо этого государство озабочено проблемой включения малого бизнеса в систему госзакупок (об этом подробнее на стр. 22).

Эксперт по работе с государственными органами «СКБ Контур» Константин Гранков, впрочем, утверждает, что малый бизнес практически не пользуется поддержкой государства или пользуется очень мало. А зря. По его словам, лучшие условия в Москве, где субсидия начинающим предпринимателям достигает 500 тыс. руб. (в случае прохождения конкурсного отбора). Существуют также такие формы поддержки, как компенсация части процентов по кредиту, возмещение части затрат по договору лизинга, возмещение затрат на участие в выставках и ярмарках.

Те, кто умеет собирать документы и работать с госструктурами, чувствуют себя более уверенно в этой теме. Например, управляющий группой компаний «Авира» Алексей Загуменнов несколько месяцев назад решил организовать новое предприятие по производству уличных игровых комплексов в Саткинском районе Челябинской области. Там находится территория опережающего экономического развития «Бакал». Это новая зона, которая была образована в начале 2017 года в моногороде Бакал. Предприятия, получающие там статус резидентов, в дальнейшем будут работать в едином индустриальном парке. Предполагается, что благодаря льготам нагрузка на бизнес снизится минимум на 30%.

«Статус резидента получить непросто, но благодаря ему некоторые предприятия умудряются сэкономить до 60% бюджета, если сравнивать с запуском бизнеса на другой территории. На старте проекта я вкладываю в новое производство всего 5 млн руб. и создаю 20 рабочих мест», — доволен Алексей Загуменнов.

Правда, у «Авиры» успешное и налаженное производство с 500 сотрудниками и экспортом в 17 стран мира — классический «средний бизнес». У малых предприятий попасть в такие выгодные территории развития и получить субсидии шансов почти нет. «Государственные программы — это отличная возможность получить начальный капитал для открытия бизнеса. Однако надо понимать, что, если у вас произойдет какая-то критическая ситуация — к примеру, вы посадили урожай, а случилось наводнение или засуха, никакая госпрограмма это учить не будет», — парирует заместитель генерального директора группы компаний «Русмикрофинанс» юрист Анастасия Локтионова.

Предпринимателям, чтобы иметь хотя бы минимальный шанс на получение гранта, необходимо достаточно высокий уровень финансовой грамотности. Ведь, чтобы получить грант, нужно написать конкурентоспособный бизнес-план, а по получению гранта — отчитываться о потраченных средствах по всей форме, продолжает юрист. Для этого необходимо хорошо знать все базовые финансовые термины и порядок заполнения финансовых документов.

Илья Дашковский

Ставропольская суперсила

— свой бизнес —

Как Андрей Якушев строит крупнейшую в России сеть магазинов с комиксами, фигурками Дарта Вейдера и Белых Ходоков.

В декабре 2016 года предприниматель из Ставрополя Андрей Якушев сделал на правой руке татуировку — стилизованный портрет Олега Тинькова с характерным брутальным жестом. Через год «Тинькофф Журнал» опубликовал статью о его бизнесе — к этому времени у Андрея было три магазина комиксов в Ставрополе и Краснодаре. С этого момента его засыпали предложениями о франшизе: он подсчитал, что только за первые полгода поступило больше 100 звонков.

«Я же не затем татуировку делал, честно! — веселится Андрей. — И даже не потому, что я клиент банка. На самом деле я на тот момент вообще не франшизе был не готов, и мне пришлось всем отказывать! Татуировку я сделал из уважения, потому что Олег Юрьевич для меня образец



серийного предпринимателя. Из его книг, канала на YouTube «Бизнес-секреты» я очень много черпнул. Главными для меня стали две его мысли. Во-первых, что в России практически нет конкуренции ни

в одной из ниш (если не брать бизнес, сопряженный с госзакупками. А во-вторых, что, если не начать реализовывать свои идеи сегодня, будь уверен, что завтра это сделает кто-то другой».

Готов, не готов — а пришлось с франшизой потопориться. В статье было написано, что Якушев собирается начать строить франчайзинговую сеть с конца 2018 года, но под давлением спроса, на данный момент в процессе открытия уже находятся один магазин во Владивостоке и сразу три — в Москве. Работать в свете этого неожиданного ускорения пришлось чуть ли не круглосуточно: три магазина, которые тогда были у Андрея, вместе никак не соответствовали стандарту качества не давали, поскольку были абсолютно в разных форматах. Один (в Ставрополе) — в полумертвом торговом центре, второй (в Краснодаре) — в крупнейшем на юге России и очень бойком торговом центре, и третий (тоже в Краснодаре) — отдельный магазин на главной улице города с бешеной проходимостью («В магазине с торговой площадью 150 кв. м мы имеем 3–3,5 тыс. человек в день!» — до сих пор не верит своему счастью Андрей). Пришлось потрудиться, выработать стандарты — и теперь фран-

шиза продается не в одном, а в трех форматах, что обеспечивает франчайзи дополнительное удобство: бизнес-модель они получают в зависимости от локации, на которую могут рассчитывать в своем городе.

Бухгалтером у Андрея работает степенная женщина в годах традиционной закалки, испытывающая подлинное уважение к бумагам и порядку в цифрах. Молодому, энергичному предпринимателю это большое подспорье. Когда Андрей открыл счет в Тинькофф Банке, она очень быстро сообразила, что теперь можно не ездить физически не только в банк, но и в налоговую. Как оказалось, разобраться в мобильном приложении совсем не сложно, и она теперь активно им пользуется, не отвлекая директора на подписание всякого рода писем, уведомлений, отчетов и деклараций.

Образ одного из самых известных серийных предпринимателей, Олега Тинькова, Андрея впечатляет неслучайно — он сам из того же теста. Никогда не работая по найму Андрей

попался себе еще на третьем курсе сельхозакадемии (до того все-таки работал — барменом, и неплохо, надо сказать, зарабатывать). Обещание он сдержал, но до определенного момента дела шли не слишком успешно. Салон красоты, компьютерный клуб, организация спортивных фестивалей — все это было за плечами у 26-летнего Андрея, когда он отправился в трехмесячное путешествие по Штатам. И в этом путешествии открыл для себя мир магазинов комиксов. Здесь были магазины, целиком посвященные «Игре престолов», где одним только Белых Ходоков в картинках, фигурках, плакатах и подставках под стаканы были десятки видов. Были диснеевские магазины, магазины с уклоном в винтаж, в рокерскую тематику или винил.

Из Штатов Андрей прямоком направился в Китай, имея при себе все, что было нажито непосильным предпринимательским трудом, а именно 300 тыс. руб. На них было куплено примерно 300 кг товара.

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.

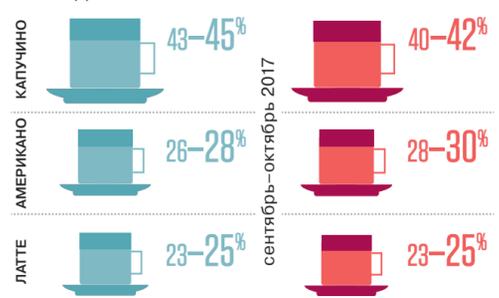
СРЕДНИЙ ЧЕК РОССИЯНИНА В ЗАВЕДЕНИИ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ

1 квартал 2017 года
300–310 руб.

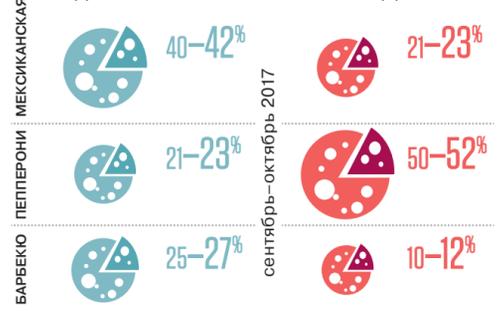
1 квартал 2018 года
320–330 руб.



ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КОФЕ В РОССИИ



ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПИЦЦЫ В РОССИИ



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 барбершопе и ищет, где можно постричься так же, но подешевле».

Первый свой барбершоп Шоррег 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



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.

Подталкивающее 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.



ЛАМОНТА ПИЛЛЕВ

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 пока что точка». Во всех точках (а сейчас в сети три барбершопы — кроме Мытищ откры-

лись точки в Чертаново и Бутovo) Альберт не скупится на интерьеры. Инвестиции в каждую точку — порядка 1,5 млн руб., оформление — в стиле «Харлей». «Здесь вы не встретите толпу пьяных мотоциклистов, хотя у нас весело и мы наливаем! Мы просто очень любим мотоциклы», — уточняется на сайте сети. «Я считаю, что, если человек платит не 500 руб. за стрижку, а 1200 руб., как у нас, он может претендовать на лучший сервис. Мало

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

В Чертаново, где был открыт следующий Шоррег, 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

МАЛЫЙ БИЗНЕС



«На производство фискальных накопителей и производителей ПО для них была монополия», — говорит господин Калинин.

При этом за нарушение сроков по переходу на новое оборудование предпринимателям грозили серьезные штрафы. Должностному лицу или ИП — от 25% до 50% от суммы продаж без применения онлайн-кассы, но не менее 10 тыс. руб., юридическому лицу — от 75% до 100% суммы выручки, но не менее 30 тыс. руб. Правда, в итоге из-за дефицита оборудования никого не оштрафовали благодаря вмешательству Минфина. Но тем не менее некоторые предприниматели утверждают, что заплатили за переход на новые кассы сотни тысяч рублей.

Море касс

Сейчас ситуация в корне изменилась, и у предпринимателей, которые переходят на кассовое оборудование в рамках «второй волны» реформы, скорее может возникнуть другая проблема — проблема выбора. «У нас тревожные ожидания, так как сейчас на онлайн-кассы переходят те, кто в принципе в своей деятельности их не использовал. И если в первой волне был вопрос выделения бюджета, нехватки денег, то сейчас стоит вопрос компетенций. Значит недостаточно и инструкций недостаточно», — говорит вице-президент ТПП РФ Елена Дыбова.

Согласно официальному реестру ККТ, опубликованному на сайте ФНС, предпринимателям доступны уже 122 модели касс. В реестре фискальных накопителей 14 вариантов наименований от разных производителей. А на рынке работают 18 операторов фискальных данных.

«Сейчас ликвидирована монополия на производство фискальных накопителей. В феврале этого года была ликвидирована монополия на ПО, это прошивка для фискальных накопителей. Раньше только „Атлас“ этим занимался. Все это приводит к тому, что стоимость предоставляемых услуг постоянно падает, а техника дешевеет», — рассказывает Александр Калинин.

«Для нас было принципиально, и мы все время говорили о том, чтобы был налоговый вычет для предпринимателей, которые ставят технику. И этот закон был принят и даже задним числом распространился на тех, кто купил оборудование в 2017 году», — рассказывает господин Калинин.

Согласно изменениям в Налоговый кодекс, принятым в ноябре прошлого года, предприниматели, которые переходят на ККТ в текущем и следующем годах, могут компенсировать 18 тыс. руб. за счет на-

логового вычета за установку касс. Согласно оценкам господина Калинин, претендовать на вычет могут примерно 3 млн предпринимателей. Но здесь есть нюанс: для получения вычета кассу нужно зарегистрировать вовремя — до 1 июля. То есть у предпринимателей «второй волны» на все-про все остается меньше двух с половиной месяцев.

В ФНС постарались максимально облегчить процедуру регистрации касс для бизнеса. «Если раньше для этого было необходимо привлекать технические службы, сейчас это можно сделать самостоятельно», — рассказывает Юлия Русина. Зарегистрировать кассу теперь может сам предприниматель через свой личный кабинет на сайте на-

«Если еще в прошлом году клиент при обращении к ОФД требовал лишь надежной передачи чеков, то сейчас ему интересен комплекс дополнительных услуг»

логовой службы. Для этого ему понадобится электронная квалифицированная подпись, которую можно купить за 3–3,5 тыс. руб. Но можно, конечно, прийти самому в налоговую инспекцию и подать «бумажное» заявление, что займет время.

На рынке действительно есть предложения касс, которые вместе с фискальным накопителем укладываются в лимит 18 тыс. руб. «Эти предложения специально разрабатывались для малого бизнеса. В таких кассах используются более простые решения, потому что малому бизнесу не нужны навороченные системы лояльности или слишком сложное ПО», — говорит Юлия Русина из АТОЛ.

По ее словам, специально для мини-магазинов, салонов красоты, кофеен и других микро-предприятий, пробывающих до 100 чеков в день, компания разработала новый тип бюджетных касс — ньюджеры. «Это компактные и легкие в освоении устройства, позволяющие выполнять все необходимые операции: регистрировать продажу, в том числе с указанием продаваемого товара или услуги, делать возврат, чек коррекции и так далее. А бесплатный личный кабинет ньюджера позволяет пользователю без лишнего хлопота управлять каталогом товаров и проводить анализ деятельности», — рассказывает госпожа Русина. — В концепции IT-решения заложен принцип «включи и работай», в устройстве легко разобраться даже тем, кто никогда не использовал кассу». По большому счету, говорит она, с кассами типа ньюджеров малый

бизнес получает набор технических возможностей «на вырост», но не реплачивает за это.

Модный гаджет

«Вы представляете себе, как выглядит онлайн-касса? Она немногим больше смартфона. И пользоваться ей не сложнее, чем обычным смартфоном», — говорит Андрей Романенко из «Эвотора». По его словам, расходы предпринимателя на кассу с фискальным накопителем, годовой контракт с ОФД, регистрацию в ФНС, квалифицированную электронную подпись, обучение и обслуживание в год составят 20–25 тыс. руб. «Минус 18 тыс. налогового вычета. То есть сама касса получается, по сути, бесплатной. Во второй год затраты зна-

чительно меньше, так как уже не надо покупать кассу», — уточняет господин Романенко.

Производители касс напоминают, сколько пользы смогут извлечь предприниматели из нововведений. «Многие представители малого бизнеса ведь до сих пор ведут учет в тетрадках: просто записывают все от руки. Либо пользуются такими кассами, которые выдают только общую сумму покупок», — рассказывает Юлия Русина из АТОЛ. А реформа, напоминает Юлия, приведет к тому, что бизнес не просто перейдет на электронные чеки, а в этих чеках появятся гораздо больше информации.

Андрей Романенко указывает, что с февраля 2021 года предприятия на спецрежимах, которые не продают подакцизный товар, должны бу-

«И тогда обычная маленькая точка, купив кассу за небольшие деньги, получает шанс выиграть конкуренцию у „крупняка“, который тратит на автоматизацию миллионы рублей»

дуг отражать в чеках «позиционный учет». «То есть бюджет недостаточен сказать: „Я продал на 2 тыс. руб.“, нужно будет все расписать по позициям. Это значит, что если магазин сейчас приобретает простейшую кассу, то уже через пару лет ему придется еще раз обновлять свое оборудование. Проще выбрать более современное решение уже сейчас, тем более что цена практически не отличается», — рассказывает он.

По словам господина Романенко, современная кассовая техника не только по виду, но и по возможностям сопоставима со смартфонами и компьютерами, к которым все давно привыкли. Она позволяет малому бизнесу перейти на новые технологии по автоматизации, которые ранее были доступны только крупным игрокам рынка. «Например, „Эвотор“ сейчас развивает сервисы на платформе маркетплейса и привлекает внешних разработчиков, которые пишут полезные для предпринимателей софт или предоставляют различные сервисы — это программы, которые позволяют управлять продажами, оценивать остатки, отслеживать цены на товары в округе, управлять ценой в своем магазине, контролировать персонал, управлять программами лояльности для покупателей, а также зарабатывать дополнительные деньги, получать кредиты, подключать охранные системы и прочее. И тогда обычная маленькая точка, купив кассу за небольшие деньги, получает шанс выиграть конкуренцию у „крупняка“, который тратит на автоматизацию миллионы рублей. А нашу кассу можно взять в аренду у Сбербанка — тогда первоначальные затраты вообще минимальны», — рассуждает Андрей Романенко.

«Я разговаривал с предпринимателями, которые уже поставили онлайн-кассы», — рассказывает Александр Калинин. — Знакомый открыл несколько пиццерий в ТЦ. И он говорит: я стал меньше работать, потому что я вижу из дома, кто у меня продает, что продает и в какое время. Воровать перестали. Потому что это же все видно ежесекундно. И еще ему не нужно хранить эти безумные бумажные мотки кассовых чеков».

Налоговый сервис

Свои сервисы начинают запускать и операторы фискальных данных, ко-

«Если вы предприниматель, то наверняка заинтересованы в эффективном мониторинге своего бизнеса, хотели бы видеть аналитику по товарам, ценам, территориям, — рассуждает генеральный директор компании «Платформа ОФД» Алексей Баров.

Если еще в прошлом году клиент при обращении к оператору фискальных данных требовал лишь надежной передачи чеков, то сейчас ему интересен комплекс дополнительных услуг: синхронизация информации чеков с данными бухгалтера, регистрация кассы через ОФД без перехода на сайт ФНС, рекламные возможности в чеках и другие сервисы. Те же фискальные накопители, которые были в огромном дефиците в прошлом году, можно теперь свободно купить на сайте ОФД.

Сегодня этот новый полезный функционал развивается в личном кабинете «Платформа ОФД», а на его базе запущен «магазин приложений», в котором предлагаются дополнительные программы с акцентом на аналитику и интеграцию с бухгалтерским ПО. Такие сервисы позволяют, например, контролировать продажи, ранжировать товары и услуги по степени важности для бизнеса клиента, отражать динамику спроса на товары, которые покупают редко или постоянно, помогают составить рейтинг значимости товаров и услуг в сравнении с частотой покупок, рассказывает Алексей Баров.

Сами операторы фискальных данных сегодня больше сосредоточены на технологичных разработках. «Сейчас, например, мы проводим тестирование нового сервиса, который дает готовое решение по подбору места для открытия торговой точки или кафе. Сервис привязан к данным риэлторских агентств и к целому ряду других различных источников», — рассказывает Алексей Баров. По словам гендиректора «Платформы ОФД», такая аналитика учитывает и трафик, и выходные дни, и другие параметры, связывая их с базой данных оператора. В день «Платформа ОФД» обрабатывает информацию примерно 30 млн чеков, которые передают более 400 тыс. касс по всей стране.

Рост по чеку

Согласно опросу предпринимателей, проведенному Magram Market Research, три четверти российских компаний из тех, что перешли на новые ККТ, люди испытали проблем при переходе на онлайн-кассы. Без сложностей замена прошла у 76% компаний.

Впрочем, это означает, что почти четверть предпринимателей (24%) столкнулись с трудностями при переходе на новую ККТ. Каждому пятому предпринимателю пришлось привлекать сторонних программистов из-за сложностей в установке ПО кассовой техники. У 19% возникли сложности с поиском и приобретением новых кассовых аппаратов, а 13% предпринимателей пожаловались на технические неполадки при подключении. Положительный эффект от перехода на новую ККТ отметили лишь 14% предприятий. Подавляющее же большинство (57%) сказали, что замена ККТ не повлияла на эффективность их бизнеса.

Совсем иначе оценивает эффект от реформы государство. Первые результаты реформы ранее огласил глава ФНС Михаил Мишустин, который отметил, что, «по разным подсчетам, выручка по каждой кассе в полтора раза больше, чем была до реформы».

«Для государства эффект получился хорошим, поскольку почти на 30% выросла собираемость налога с компаний, которые стали пользоваться новой контрольно-кассовой техникой», — подтверждает вице-президент, управляющий директор управления информационных и коммуникационных технологий РСПП Сергей Мытенков, добавляя, что у новой системы есть очевидные плюсы и для кредитования малого бизнеса, и для его работы на рынке в целом.

Анна Варлей

СЕМЬ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ОШИБОК ПРИ ВЫБОРЕ ОНЛАЙН-КАСС

В 2018 и 2019 годах на онлайн-кассы должны перейти предприниматели малого бизнеса, которые раньше никогда не использовали кассы в расчетах с конечными потребителями. Для них это принципиально новое явление. Коммерческий директор компании АТОЛ Оксана Колчина рассказала, как избежать распространенных ошибок.



Как правило, предприниматели:

1. Не учитывают требования законодательства

Измененный федеральный закон 54-ФЗ предъявил ряд новых требований к кассе. Среди них, например, отражение в чеке наименования товара или услуги, обязательное практически для всех предпринимателей. Поэтому, покупая кассу, убедитесь в том, что она соответствует законодательству. В частности, «умеет» работать с базой товаров в удобном для пользователя варианте. Это избавит вас в дальнейшем от штрафов.

2. Упускают из вида особенности использования кассы

Иногда предприниматель покупает кассу, не имея полного представления о ее функционале и условиях его использования. А потом обнаруживает, что какие-то нужные опции не предусмотрены или за них нужно платить. С этим сталкивались, например, некоторые пользователи касс с облачным программным обеспечением. Сначала им предоставляли это ПО безвозмездно, а потом — только за деньги. Заранее собирайте всю информацию о функционале кассы и его доступности.

3. Гонятся за дешевизной

Бывает, что в погоне за низкой ценой люди покупают кассу через интернет. Потом выясняется, что в решении нет важного компонента, такого как фискальный накопитель. Либо покупают кассу, работающую под управлением внешнего устройства — компьютера, ноутбук или смартфон со специальным ПО. А вот само управляющее устройство и ПО не предусмотрены в комплекте.

4. Игнорируют реальные потребности собственного бизнеса

Выбирайте кассу, заранее проанализировав нагрузку на свою торговую точку. Часто предприниматели покупают устройство с завешанными или, наоборот, заниженными показателями для их бизнеса. Например, у продуктового магазина реальная пропускная способность — 130 чеков в день. А он установил кассу, рассчитанную на 70 чеков. Как следствие, предприниматель скоро столкнется с заменой печатающего механизма кассы, так как его ресурс будет израсходован раньше срока.

5. Не учитывают перспективы роста своего бизнеса

По оценке исследовательского агентства «Ромир», треть малых предприятий ведет управленческую отчетность в Excel-таблице и почти столько же — в «тетрадке». И пока им совсем не нужны сложные кассовые решения. Но ведь так будет не всегда. Однажды все равно потребуется больше гибкости в управлении продажами. Поэтому вложения в автоматизацию должны быть эффективными. Лучше уже сейчас присмотреться к современным бюджетным решениям с возможностью «на вырост». Один из примеров — кассы нового типа, ньюджеры. Тем более что их стоимость полностью покрывается налоговым вычетом, положенным ИП на ЕНВД и патенте за покупку кассы.

6. Не консультируются с экспертами рынка

Одна голова хорошо, а две — лучше! При выборе онлайн-касс есть много нюансов, которые стоит учитывать. Это тип фискального накопителя (на 15 или 36 месяцев), ширина чековой ленты, размер экрана, габариты, вес, возможность подключения к кассе сканера штрих-кода. Важен также способ подключения к интернету для передачи данных в ОФД. Проконсультируйтесь у специалистов в области кассовой техники. Все-таки вашему бизнесу предстоит серьезный шаг!

7. Откладывают подключение онлайн-касс на последний момент

Опыт прошлого года показал: не стоит откладывать подключение онлайн-касс на последний момент. Чем ближе будет день «икс», тем выше спрос на специалистов по настройке оборудования. Давайте избежим их дефицита на рынке, сделав переход на кассы безболезненным и плавным.

Ставропольская суперсила

— свой бизнес —

Тогда это казалось огромной партией (для сравнения: сейчас поставок меньше 5 тонн у Андрея не бывает), но когда, вернувшись домой в Ставрополь, он его распаковал, разложил и стал на компьютере, как умел, строить товарные матрицы, понял, что ассортимент очень скудный — торговать им невозможно ни в интернете, ни в офлайне. Поиском, что предлагают российские производители в этой сфере. Оказалось — ничего. «Вроде бы примитивный продукт, простейшая сувенирка — любая типография может такое сделать», — возмущается Андрей. — Но типографии делают

только то, что им заказывают. А те, кто этим торгует, заказывать почему-то не догадываются».

Андрей занялся работой с типографиями. Напечатал небольшой ассортимент, понял, что ассортимент довольно востребован, и, воодушевленный, отправился в Москву на выставку «Игромир», совмещенную с фестивалем Comic Con. Там он познакомился с компанией Lootcase — одним из крупнейших игроков на этом рынке (компания специализируется на отправке «коробок для гиков» — наборов сувениров определенной направленности). «Получилось так, что я приехал на выставку, не имея с собой вообще никаких образцов продукции — лопухнул

просто! Но я пришел на выставку, увидел, что самая движуха происходит у стенда этой компании, и просто втерся туда, стал помогать коробки таскать и целый день так провел. В итоге, пока таскали, познакомились — и уже в том же месяце я получил от них крупный заказ на производство фанерных значков с тематикой «Майнкрафт», «Доктор Кто», «Футурама» и пр.»

Довольно быстро Андрей стал крупным оптовиком в теме комиксов. Нарботал ассортимент, познакомился с поставщиками и решил, что нужно открывать собственный магазин.

Первый свой магазин Wasco shop Андрей открыл, естественно, на ро-

дине, в Ставрополе: «Некоторое время мы работали в формате острова (8 кв. м) в одном торговом центре, но зато рядом с кинотеатром, а потому переехали в другой ТЦ, поужее, но с площадью в пять раз больше и ценой в два раза ниже. И вот я пришел от них крупный заказ на производство фанерных значков с тематикой «Майнкрафт», «Доктор Кто», «Футурама» и пр.»

Условно свои магазины Андрей называет магазинами комиксов, но комиксы составляют совсем небольшую часть продаж — культура соответствующая отсутствует. Зато приверженцев вселенных фэнтези ста-

новится все больше и возраст их выходит далеко за пределы студенческого: «Есть огромное количество 35-летних, 40-летних дядек, которые коллекционируют все, что связано с мирами „Стражей галактики“, „Звездных войн“, вселенными Marvel... Если они коллекционируют — это значит, что утром им нужно надеть тапки с Кенни из Южного парка, айти пить из кружки с Терминатором, под чашку картонку с Тором подкладывать, а в шкафчик иметь коллекцию светящихся мечей. И это все очень хорошо, что такие люди у нас появляются. Не только для моего бизнеса, но и вообще. Они классные. Умные, добрые и классные».

Федор Бугельский

малый бизнес



АО «ТИНЬКОФФ БАНК», ЛИЦЕНЗИЯ ЦБ РФ № 2673

Малыши на госслужбе

Госкомпании обязаны отдавать не меньше 10% от объема своих закупок сектору малого и среднего бизнеса. Благодаря появлению в этом секторе узких специалистов по госзакупкам этот порог уже существенно превышен.

— регулирование —

«С государством работать интереснее и безопаснее, чем с коммерческими структурами, поскольку вероятность, что госструктура не заплатит по выполненному контракту, гораздо ниже. Даже, можно сказать, стремится к нулю! — уверенно говорит 25-летний предприниматель Денис Проничев. Говорит он так не в силу присущего молодости оптимизма, а в силу, как ни странно, довольно приличного опыта работы в этой сфере: три принадлежавшие ему компании работают с госзаказом уже пять лет и в настоящее время имеют суммарный годовой оборот около 60 млн руб.

Одним из первых видов деятельности Дениса был весьма технологичный и интересный, но не очень прибыльный: вместе с партнерами он создавал 3D-туры для музеев и выставок. Созданная вместе с партнерами, его компания, например, оцифровала внутреннее пространство Дома-музея Марины Цветаевой. Работа эта, как он говорит, оставила ему самые теплые воспоминания, а также стойкую уверенность, что заниматься нужно чем-то менее сложным с точки зрения взаимодействия с участниками процесса и более мар-

жинальным. В результате компания переориентировалась на поставки по государственным контрактам — преимущественно мебельным.

Причиной такой специализации было то, что один из его партнеров имел долю в небольшом мебельном производстве, так что предоставление о бизнесе было. Тем не менее было решено сразу, что основную часть поставок будет занимать продукция, купленная на стороне. «Мы плотно работаем с правительством города Москвы — департаментом труда и соцзащиты населения, департаментом здравоохранения, и, составив документацию для тендеров, они довольно часто привлекают нас как экспертов».

С начала 2014-го в силу вступил закон 44-ФЗ, согласно которому госкомпаниям, проводящим тендеры на поставки, обязаны проводить специальные тендеры для малого бизнеса и закупать на этих тендерах не менее 15% общего объема заказов. Кроме того, 223-ФЗ с 2016 года обязывает госкомпанию с годовой выручкой более 2 млрд руб. совершать 18% закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства (до 2 млрд руб. выручки и до 250 сотрудников). А 20 ноября 2017 года премьер подписал постановление, снижаю-

щее порог выручки компаний, которые должны осуществлять закупки у субъектов малого и среднего предпринимательства, до 500 млн руб.

Чтобы привыкнуть к новшествам, потребовалось время. «Какой малый бизнес? — возмущался в первый год вступления в действие закона один из руководителей крупной железнодорожной компании. — Размещаю на тендере, допустим, занавески в купе. Да мне их нужно столько, что я крупную швейную фабрику на год работой загружу! А мне нужно сидеть ждать, когда мне их какое-то ИП пошьет».

В одиночку выходить на тендеры, как выяснилось, малому бизнесу действительно сложно. «Мы бюджетным учреждениям продаем напрямую всего 15–20%», — рассказывает 26-летняя Анна Родкина. Предприятие, основанное ее родителями, занимается производством спортивных сеток и плетеных ограждений. Анна была в бизнесе со школы («В старших классах уже счета-фактуры оформляла»), а после учебы в Москве вернулась в родной Заряйск продолжать дело: «Вот сейчас у нас поставки выросли за счет чемпионата мира по футболу — довольно много спортивных сеток, нитяных ограждений требуется. Но на тендерах мы прода-

ем зачастую дешевле, чем оптовикам — а продавать на тендерах куда хлопотнее. Все-таки это отдельный бизнес совсем».

29-летний Владимир Чебаев из Пензы с Анной абсолютно согласен: его предприятие как раз занимается посредническими услугами между производителями продуктов питания и госкомпаниями. «Работа с госкомпаниями — это целая отрасль: тут и логистика, и документация, и люди нужны со специальной подготовкой! — говорит Владимир».

Владимир господдержкой малого бизнеса очень доволен: «Не знаю, как в других регионах, а в нашем для малого бизнеса делается реально много. Налоговые льготы, бизнес-инкубаторы, защитные меры... Я вот работаю с сельхозпроизводителями и по ним тоже вижу, как ситуация выправляется. Столько кооперативов появилось: и молочные, и мясные...»

Появление нового класса посредников привело к тому, что доля малого бизнеса, и в частности ИП, в госзакупках существенно увеличилась. Если в 2013 году доля ИП в контрактах, заключенных через единую информационную систему в сфере закупок, составляла 1,6%, то в 2017-м — 3,27%. Согласно данным Единой электронной торговой площадки, количество извещений о закупках у представителей малого и среднего предпринимательства только за первый квартал 2018 года по сравнению с первым кварталом 2017 года выросло на 40%.

Эксперты продолжают считать, что количество нарушений при проведении торгов и аукционов остается значительным, но те, кто привлек на этих конкурсах побеждать, так не считают. «Я от многих слышу, что с государством невозможно работать, что на тендерах все решено заранее, а участникам руки выламывают, заставляют снижать цену в два-три раза, что малый бизнес на постоплате не может выжить», — говорит Денис Проничев. — Но это не так. Конечно, малому бизнесу работать на постоплате очень непросто, но при правильном подходе к финансовой деятельности в компании данная проблема решается. По нашему опыту участия в тендерах минимальный процент снижения составляет 15%, а максимальный — 40% — в этом диапазоне мы работаем. Но поскольку во многих тендерах помимо цены прописаны такие критерии оценки, как репутация компании и опыт работы по госконтрактам, то мы довольно часто выигрываем за счет этих критериев. То есть сейчас госконтракт вполне цивилизованный».

При всем оптимизме в целом условия для существования малого бизнеса в нашей стране Денис оценивает негативно. «Поддержка малого бизнеса? Смешно! — возмущенно говорит Денис. — Мы сейчас сменили офис: бизнес у нас удваивается каждый год — приходится расширяться, переезжать, так вот простое действие поменять юридический адрес уже заняло у нас

три месяца и еще не закончилось. ФНС постоянно отказывает в регистрационных действиях по несоблюденным причинам! А для одобрения кредитной линии в банке справку об отсутствии задолженности перед бюджетом ФНС выдавала больше месяца. Потому что нашлась задолженность в 82 копейки! Пока ее погасили, пока ФНС зачислила их, пока документы прошли свой жизненный цикл... А малый бизнес — он на то и малый: ему перекрой кислород концы на месяц-другой — и все, конец!»

Но есть и хорошие новости, говорит Денис Проничев: «Луч света — это Тинькофф Банк. Одной кнопкой мы сейчас решаем вопросы, которые когда-то у нас занимали недели. Это, можно сказать, ключевой фактор нашего роста. Для клиентов в банке существует налоговый календарь, который заранее извещает, когда пришел срок оплаты налога, приложение даже может рассчитать его сумму, задает пару несложных вопросов — и вот декларация готова. А сейчас мы совместно с Тинькофф-банком прорабатываем программу финансирования с МСП-банком (принадлежит Федеральной корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства). Этот банк реализует программу финансовой поддержки малого и среднего бизнеса по всей стране, и в том числе с помощью этих программ мы надеемся в нынешнем году своей бизнес снова удвоить».

Елена Разина

Покупай свибловское



— свой бизнес —

Как сестры, живущие через этаж друг от друга в московской новостройке, превращают свой спальный район в приятное для жизни место.

В августе 2015 года 34-летняя Галина Дембицкая стояла, счастливо уставившись на объявление на первом этаже собственного дома. В прогулочной коляске, которую она держала за ручки, нетерпеливо стучал ножками полуторагодовалый младший, восьмилетний старший тянул за рукава, но Галина все смотрела на объявление «Аренда», и в ее голове отчетливо звучало: «Вот оно, пора!» Это помещение, крошечное, 14 метров, уже сдавалось полгода назад, но тогда Галина с семьей еще только начинала ездить по Подмосковию, знакомиться с фермерами и потихоньку мечтать оказаться причастной к этому бойкому революционному движению «ешь российское». А оказавшись, сделать революцию по Троцкому — перманентной. То есть растянуть ее от Даниловского рынка и Патриарших прудов, где она началась и вполне состоялась, к родному, любимому Свиблово.

В свибловской новостройке в Игарском проезде Галина купила квартиру в 2006 году. В принципе обычный московский спальный район, но со следами былого уюта, с Яузской набережной и парком вокруг нее. Гуляя сначала с одной коляской, потом с другой, Галина этот район основательно полюбила. Через этаж от нее купила квартиру семья сестры. Сестра Людмила старше Галины на два года, и всю жизнь они неразлучны. Вместе начали мечтать о том, как сделать в своем доме продуктовую лавку на французский манер. Чтобы запах горячих багетов будил соседей. Чтобы знакомые забегали выпить чашечку кофе и поболтать. Чтобы кричали через весь двор: «Зина, бегом сюда, свежий сыр привезли!» Мечтали-мечтали, но случай не подворачивался. И тут такая удача: только что заехавший арендатор в облюбованном помещении куда-то делся.

В этом же августе появилась в доме новая вывеска: «Свистящая лавка „Две сестры“». «Ох, если б не муж, объявление об аренде очень быстро вернулось бы на место, — смеется Галина, вспоминая как они начинали. — Мы сразу же накупили всего, о чем мечтали. Хлеб, сыры, дикая рыба... Несколько месяцев счастья — и вдруг новогодние каникулы, неделя без покупателей. И все: старпаниру много ли надо, чтобы прогореть! Но муж с самого начала говорил: сразу вторую лавку открывайте, иначе не выжить. Он рекламщик, поэтому и с рекламой помог: сайт, Facebook, группа в WhatsApp... В общем, мы довольно быстро открыли с партнером вторую лавку — на Фрунзенской набережной, а потом и третью — на улице Лобачевского...»

Сейчас оборот по всем трем лавкам — примерно 60 тыс. руб. в день, по этому году должен превысить 20 млн руб., и, может быть, впервые получится как-то прибыть. Собственно, считать толком начали совсем

недавно: компания работает по патенту, кассовый аппарат пока что иметь не обязана, но Галина все-таки обзавелась кассой для собственных нужд. «Я сначала купила один кассовый аппарат — он мне не понравился, это был тихий ужас просто. Потом купила „Эвотор“». И вот это реально такая штука, которая не для слезки за бизнесом, не в наказание ему, а в помощь! Сейчас, когда мы в лавке, старший сын все время рвется к нему, потому что это как iPad — интуитивно понятный, простой и очень информативный. Для нас это просто спасение. Потому что, когда учет необязателен, это страшно расхлябанно. А малый бизнес этого не может себе позволить: хочется ведь и то и это, а нужно держать себя в руках — дисциплина важнее всего».

Держать финансовую дисциплину Галине помогают образование (Финансовая академия, бухгалтер) и долгие годы работы бухгалтером в крупных компаниях. Там же, в крупных международных компаниях, родилась у нее любовь, наоборот, к отечественному и мелкому: «Я работала на крупного производителя молочной продукции и видела по цифрам, по всему, что молока в этом молоке почти нет. И там у меня сформировалась уверенность, что любые товары, которые рекламируют по всем каналам, нельзя покупать. Тем более если это еда». Среди поставщиков Галины — все представители «новой продуктовой волны»: фермеры Климов, Почепцов, Кописки, Боров, небольшие производители, такие как Истринская сыроварня Олега Сироты, «Итальянские традиции», «Горчицкая поляна», знаменитая Елена Маньян из Плева. Несмотря на то что бизнес разросся, сердце и центр его по-прежнему в Свиблово. Из первой лавки в 14 м сестры переехали в другую подезд — в помещении 60 м (оттуда как раз съезжали парикмахерская). На таких просторах уже удалось организовать собственное производство: купили кухонное оборудование, наняли персонал, стали делать свои пирожки, пельмени, котлеты.

«Я понимаю, что сейчас основной упор нужно делать на кулинарию. Все-таки жизнь в большом городе настолько напряженная, что, какую прекрасную фермерскую курочку ни предлагай горожанину, ему просто некогда ее готовить! Я сама уже давно кормлю семью только в лавке. Съеденное семьей, конечно, бывает лень учитывать, но мы стараемся — я же знаю по чужому опыту, какую брешь можно вот так незаметно в бизнесе проесть».

Через кулинарию родилась и новая мечта. Снова связанная со Свиблово — открыть здесь же, недалеко маленький ресторанчик фермерской еды: «Фермерское не значит русская кухня. Я очень люблю грузинскую, французскую, итальянскую кухни — у нас уже сейчас печут хачапури, мы делаем хинкали и лобио, продаем бурату, моцареллу, французские паштеты... Но лавка — это лавка: здесь не посидишь уютно. А хочется, чтобы у нас в Свиблово было где посидеть после прогулки в парке!»

Федор Бугельский

Ему бы в небо

— свой бизнес —

Как продавец свежевыжатых соков на земле и земных участках на Луне в конце концов построил аэролифт.

Напротив крейсера «Аврора» на Пироговской набережной в Санкт-Петербурге с середины зимы стоит на приколе гигантский, высотой с шестизэтажный дом аэролифт. В отличие от обычных подогреваемых воздухом воздушных шаров, полетать над городом на нем нельзя, а можно только подняться в привязанной к шару открытой гондоле на 150 м в небо, посмотреть на город сверху и спуститься. Шар наполнен гелием и называется аэролифт. Чтобы подняться на этом лифте, нужно купить билет в лобби соседней с ним гостиницы (1000 руб. — взрослый, 500 руб. — детский) и дожидаться хорошей погоды. В снег, дождь шар не полетит, зато в хорошую погоду с него видно почти весь город: от Петропавловской крепости до Исаакиевского собора.

Организовал новое городское развлечение предприниматель Вячеслав Александров с партнерами, и, по его словам, это единственный в Европе круглогодичный, а временами почти круглосуточный аэролифт. «По правилам воздушной безопасности мы можем подниматься в небо до наступления навигационных сумерек», — рассказывает Вячеслав. — А во время белых ночей в Санкт-Петербурге они фактически не наступают. Конечно, мы будем делать для пилотов пересменку — где-то с четырех до семи утра, но до того, полагаю, у нас будут самые горячие часы — посмотреть на ночной Петербург, на разведенные мосты многие захотят».

Идея аэролифта Вячеслав подсмотрел пять лет назад, когда поехал повидаться с друзьями и погулять в Таллин. Такой аттракцион в Таллине находился рядом с портом и пользовался большой популярностью. И, поклавшись немного в интернете, Вячеслав выяснил, что в мире таких штук немного, но при этом большинство из них — в Лондоне, Амстердаме, Риге, Таллине — весьма успешны. Причина успеха — стойкое желание публики полетать над городом на воздушном шаре. Но на обычном свободно летающем по воздуху шаре над городом особо не полетаешь: Воздушный кодекс не велит. Летать на вертолете дорого и не всегда комфортно. В Санкт-Петербурге, например, стоимость вертолетных экскурсий на стареньком Ми-8 начинается от 5 тыс. руб. с человека. А осматривать город просто с высокой площадки (например, на Исаакиевском соборе) — это совсем не то же самое, что летать».

Идея Вячеслава понравилась, но реализация оказалась не такой уж и простой. Дело в том, что гелиевый воздушный шар хоть и намерен был всего лишь неспешно подниматься и опускаться строго по вертикали, должен быть оформлен как воздушное судно и, соответственно, пройти все круги согласований в Росавиации. Таким образом, купив на московском предприятии «Росаэросистемы» сам шар (инновационная ткань, способная удерживать даже такой газ, как гелий), компания Александрова «Дельта» занялась согласованиями. «Все это оказалось непросто: в течение двух лет мы получили сертификат летной годности, получили разрешения, занимались аттестацией пилотов. Пока в штате один пилот, но к лету будет еще трое: целая маленькая авиакомпания!» — смеется Вячеслав.

Небо Вячеслава манило, можно сказать, всю жизнь. Поначалу это влечение принимало совсем фантастические формы и амбиции простирались существенно выше 150 м над землей: в конце 1990-х он возлагал... посольство Луны. «Это был тяжелый 98-й год, — вспоминает Вячеслав не очень охотно. — Я прочитал в одном журнале про американского предпринимателя Денниса Хоупа, который начал продавать участки на Луне, потому что понял, что законодательно этому ничто не препятствует. Ну мы и стали его представителем в России...» Как бы дико ни звучало, но продажи пошли, причем не только на Луне, но и на Марсе — благо купить инопланетной земли можно было недорого: буквально по 60 руб. сотку (на Луне — чуть дороже). Посольство действует и на сегодняшний день, всего удалось продать 5 тыс. участков, но прибыли это предприятие, понятно, не принесло. «Конечно, это не бизнес, а так — романтика...» — машет рукой Вячеслав.



Два года спустя после открытия «посольства» Александров связал свою биографию с небом еще одним романтичным предприятием — организовал первый в Санкт-Петербурге авиасалон: «Мне стало обидно, что в Москве авиасалон есть, в Жуковском, а в Санкт-Петербурге — нет. А ведь это у нас, в Санкт-Петербурге, первый самолет полетел: контр-адмирал Александр Можайский погиб в конце XIX века, когда его испытывал...» Авиасалон прошел летом 2001 года на аэродроме Ржевка, и, к радости организаторов, над Санкт-Петербургом действительно полетали знаменитые «Стрижи» и «Русь». С точки зрения бизнеса, впрочем, это было провалом: окупить вложения не удалось.

В промежутке между всеми этими «небесными» проектами были у Александрова, конечно, и «земные» — и вполне успешные. Так, он установил более 150 автоматов-вендингов для приготовления свежевыжатого апельсинового сока. Оборот этого бизнеса сейчас составляет порядка 65 млн руб., и, несмотря на высокую сезонность, бизнес вполне маржинальный. Тем не менее «небо» манить не перестало.

В новый проект — аэролифт — Александров вместе с партнерами уже вложил порядка \$1 млн. Окупить эти затраты он надеется за год-полтора. Для этого на этапе запуска нужно, конечно, побегать: разместить рекламу, собрать рекламу (пока шар белый, но к лету, верит Вячеслав, засверкает логотипами спонсоров), проработать каналы продаж, доукомплектовать штат.

«Честно могу сказать, что, если бы не Тинькофф Банк, я бы не справился сейчас, — говорит Вячеслав. — У меня за 20 лет в бизнесе богатый опыт работы с банками, так вот если бы мне, как раньше, приходилось за каждой бумажкой в офис, да в очередь, да ждать, пока одобряют заявки — это бы еще год взяло. А через „Тинькофф“ все можно сделать дистанционно — буквально в пару кликов через личный кабинет. Даже налоговую декларацию можно сдать через приложения для смартфона».

«Мы, по сути, только запустились, но уже тысячу билетов продали, — хвастается Вячеслав Александров. — Этот бизнес очень созвучен мне: он радостный, для людей. Вот было, например, 14 февраля — сколько пар пришло! Чуть не у каждого молодого человека коробочка припрятана. И мы-то уж точно знаем теперь: браки заключаются на небесах!»

Елена Разина