

НАДО ЗНАТЬ

В НОВЫЙ ГОД — С НОВЫМИ ПРАВИЛАМИ

Рассказываем, какие законы вступили в силу 1 января 2024 года в России и как они могут повлиять на ваш бизнес

ПОВЫСИЛСЯ МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ОПЛАТЫ ТРУДА

Минимальный размер оплаты труда (МРОТ) меняется ежегодно. Чаще всего — увеличивается. В 2024 году МРОТ увеличен до 19 242 рублей.

- Теперь работодателям нужно:
- обновить локальные акты компании, в которых указан МРОТ,
 - проверить трудовые договоры: если у кого-то из сотрудников зарплата ниже нового МРОТ — подписать дополнительное соглашение об увеличении зарплаты,
 - учитывать новый МРОТ при расчёте больничных, декретных и отпускных.

Если не поднять зарплату до уровня МРОТ, можно получить штраф до 50 000 рублей

УВЕЛИЧИВАЕТСЯ РАЗМЕР ФИКСИРОВАННЫХ ВЗНOSОВ ДЛЯ ИП

ИП ежегодно платят за себя страховые взносы. Они состоят из двух частей: фиксированной, сумма которой устанавливается каждый год законом, и дополнительной — в размере 1% от доходов свыше 300 000 рублей. Фиксированную часть нужно платить, даже если ИП не действует и не получает доходы.

В 2023 году она составляла 45 832 рубля, в 2024 придется заплатить 49 500 рублей.

МЕНЯЮТСЯ СТАВКИ НДФЛ ДЛЯ НЕРЕЗИДЕНТОВ

С 2024 года ставка НДФЛ для резидентов и нерезидентов стала одинаковой.

КАК РАБОТОДАТЕЛИ ПЛАТИЛИ НДФЛ В 2023 ГОДУ:

- 13% — за сотрудников-резидентов РФ, чей годовой доход не превышает 5 млн рублей,
- 15% — за сотрудников-резидентов, чей годовой доход превышает 5 млн рублей,



- 30% — за сотрудников-нерезидентов с местом работы по трудовому договору в России,
- 0% — за сотрудников-нерезидентов с местом работы по трудовому договору не в России.

КАК РАБОТОДАТЕЛИ БУДУТ ПЛАТИТЬ НДФЛ С 2024 ГОДА:

За штатных сотрудников — 13 или 15%, в зависимости от годового дохода и вне зависимости от резидентства и места работы (в России или за её пределами).

УМЕНЬШАЕТСЯ СРОК ПОДАЧИ ДЕКЛАРАЦИИ ПО НАЛОГУ НА ИМУЩЕСТВО

С 2024 года годовую декларацию по налогу на имущество организаций нужно подать до 25 февраля, а не до 25 марта, как раньше. Уведомление о представлении налоговой декларации по налогу на имущество с 2024 года

нужно подавать до 1 февраля, а не до 1 марта, как это было в 2023 году.

Налоговая будет рассматривать эти уведомления быстрее — за 10 вместо 30 рабочих дней

ОГРАНИЧИВАЮТСЯ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ АВТОРИЗАЦИИ НА САЙТАХ

С 1 декабря 2023 года предприниматели должны были отказаться от авторизации пользователей на своих сайтах через иностранные системы — такие как Google ID, Apple ID и др.

Предприниматели должны подключить хотя бы один из четырёх способов авторизации:

- по российскому номеру телефона,
- через портал «Госуслуги»,
- через единую биометрическую систему,
- с помощью другой российской системы идентификации: Сбер ID, mail.ru, VK ID и др.

СЕГОДНЯ В НОМЕРЕ:

БИЗНЕС-ДАЙДЖЕСТ
САМЫХ АКТУАЛЬНЫХ НОВОСТЕЙ

СТР. 2

ВЫБИРАЕМ НЕДВИЖИМОСТЬ ДЛЯ
ИНВЕСТИЦИЙ: СОВЕТЫ ЭКСПЕРТА

СТР. 4

КАК ЗАЩИТИТЬ СВОЙ БИЗНЕС
ОТ КОНФЛИКТОВ?

Рассказывает юрист и медиатор

СТР. 6

ЧЕГО ХОЧЕТ ЖЕНЩИНА-ЛИДЕР?

СТР. 7

У РОССИЯН ПОЯВИТСЯ НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

С 1 января начал действовать закон, разрешающий использование долгосрочных индивидуальных инвестиционных счетов — ИИС-3. Граждане могут открывать ИИС-3 на срок от пяти лет к уже существующим трехлетним ИИС-1 и ИИС-2, а сумма внесения теперь неограниченна.

Срок действия нового типа ИИС для получения налоговых льгот при заключении договора в 2024-2026 годах составит пять лет, после чего начнет увеличиваться ежегодно вплоть до десятилетнего срока.

Изменения уже вступили в силу, но у предпринимателей есть переходный период — нужно успеть изменить настройки авторизации до 1 января 2025 года

По материалам Сбербанк.ру, Лента.ру, banki.ru

ЧТО ИЗМЕНИТСЯ В ОСТАЛЬНЫХ СФЕРАХ?

ПОЛУЧИТЬ МАТКАПИТАЛ СТАНЕТ СЛОЖНЕЕ

С 1 января материнский капитал выплачивается только за детей, которые получили гражданство России по рождению. Ранее деньги получали также родители с детьми, которые приехали из-за границы и получили российский паспорт. По новым правилам маткапитал не получают те, кто получил гражданство России после рождения ребенка в другой стране.

НОВАЯ РЕДАКЦИЯ ЗАКОНА О ЗАНЯТОСТИ

В 2024 году начала действовать новая редакция федерального закона «О занятости населения в РФ». Новые нормы вступают в силу в четыре этапа, но большинство из них заработали уже с 1 января:

- теперь пособие по безработице будет индексироваться каждый год 1 февраля. Коэффициент будет определять правительство по макроэкономическим показателям предыдущего года;
- компаниям начнут платить субсидии за устройство на работу молодых специалистов и соискателей с инвалидностью;

- граждане, завершившие военную службу, и члены их семей получают приоритетное право трудоустройства через центры занятости населения;
- появится реестр организаций, которые содействуют нелегальной занятости.

ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ ВЗНОС ПО ИПОТЕКЕ — 30%

С 1 января минимальный первоначальный взнос по ипотеке составляет 30%. Такую сумму заемщику необходимо внести для того, чтобы не применялись надбавки по ипотечным кредитам, выданным гражданам с показателем долговой нагрузки не выше 60%.

КРЕДИТНЫЕ КАНИКУЛЫ СТАНУТ ДОСТУПНЕЕ

С 2024 года кредитные каникулы можно будет взять на любые кредиты и займы. Действовать они будут по-прежнему до полугода, а условия для одобрения те же:

- ваши доходы упали больше чем на 30% по сравнению с предыдущим годом;

- вы пострадали в чрезвычайной ситуации — пожаре, наводнении или другом бедствии.

По одному кредиту можно взять отсрочку только один раз.

БАНКИ ОБЯЖУТ УКАЗЫВАТЬ В РЕКЛАМЕ КРЕДИТОВ ИХ РЕАЛЬНУЮ СТОИМОСТЬ

У заемщиков будет больше времени, чтобы отказаться от страховки по потребительскому кредиту. А банки не смогут больше указывать в рекламе кредитов минимальные процентные ставки без их полного диапазона, как это часто применялось, например в ипотечных «схемах». Такие изменения в законодательство вступают в силу 21 января.

Заемщик-физлицо может отказаться от страховки по потребительскому кредиту в течение 30 календарных дней после оформления кредита. На данный момент этот срок составляет 14 дней. При этом речь именно о беззалоговом кредитовании и необязательных страховых продуктах — например на ипотечное жилье страховка оформляется должна. А банк не позднее дня, следующего за днем заключе-

ния кредитного договора, обязан уведомить заемщика о праве отказаться от любой дополнительной услуги и праве возврата уплаченных средств.

НАЛОГОВЫЕ ВЫЧЕТЫ РАЗРЕШИЛИ ОФОРМЛЯТЬ В УПРОЩЕННОМ ПОРЯДКЕ

С 1 января по «упрощенке» можно будет получить налоговые вычеты по расходам на лечение, обучение, занятия спортом, ДМС, добровольное пенсионное страхование и страхование жизни. Раньше для того, чтобы подать документы на вычет, нужно предоставить в налоговую копии договоров на оказание соответствующих платных услуг (образовательных, медицинских и других) и лицензий на осуществление соответствующей деятельности, а также чеки на оплату.

Новые правила предполагают, что вся необходимая информация по желанию налогоплательщика может поступать в налоговые органы напрямую от организаций и ИП, в которых он получает соответствующие услуги, — можно будет не заполнять декларации и не собирать документы. Но на всякий случай пока лучше хранить свои чеки и договоры — они могут понадобиться не только для налоговой, но и при спорах о качестве оказания услуг.



БИЗНЕС-ДАЙДЖЕСТ

МОСОБЛДУМА ПРИНЯЛА НЕСКОЛЬКО ВАЖНЫХ ЗАКОНОВ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Одно из них было инициировано подмосковной «ОПОРОЙ» и профильной Комиссией по образованию

Речь идет об уравнивании частных и муниципальных садов и школ. Какие нововведения вступили в силу?

1. Установили нормативы расчета финансовой поддержки муниципальных образовательных учреждений из областного бюджета. Методика опирается на прогнозируемые показатели численности обучающихся и работников.

Закон будет действовать бессрочно, ранее он принимался каждый год. Все нормативы проиндексированы с учетом роста заработной платы на 6,8% с 2024 года.

А самое важное — предусмотрена дополнительная поддержка образовательных комплексов, у которых есть здания в сельской местности. Для них будет применяться повышающий коэффициент при расчете лимитов финансирования.

2. Поддержка частных садилов и школ из областного бюджета теперь будет рассчитываться по тем же нормативам, что и для муниципальных учреждений. В 2024 году она составит 4,2 млрд рублей исходя из численности обучающихся — 45,3 тыс. человек.

3. Еще одним законом установили нормативы на оплату труда педагогов, которые ра-



ботают с заочниками. Ранее нормативы на оплату труда не предусматривали разделение форм обучения.

«В подмосковной «ОПОРЕ РОССИИ» давно идет большая работа по формированию благоприятной среды для работы частных дошкольных, школьных учреждений. Хорошо, что многие наши инициативы не остаются лишь предложениями, а реализовываются на уровне Мособлдумы. Так, одинаковые права по поддержке частных и муниципальных школ и садов даст дополнительный импульс к развитию этих учреждений», — рассказал Владислав Корочкин, председатель подмосковного отделения «ОПОРЫ РОССИИ».

Денис Бикбаев, председатель Комиссии по дошкольному,

школьному и дополнительному образованию, сопредседатель в Ассоциации негосударственных образовательных организаций регионов Московской области отметил, что работа по данному направлению велась несколько лет, как силами АСНООР, так и «ОПОРЫ» Подмосковья. Были написаны и направлены множество писем во все профильные структуры, велись переговоры.

В результате нововведения учебные учреждения получат дополнительный стимул выйти из тени и получить лицензию на образовательную деятельность

В ПОДМОСКОВНОЙ «ОПОРЕ» НАЧАЛ РАБОТУ КОМИТЕТ ПО ПАРТНЁРСТВУ

Его возглавил опытный предприниматель Марат Арсланов

Марат — заместитель председателя Одинцовского местного отделения «ОПОРЫ РОССИИ», HR бизнес партнёр официального представителя EcoFlow в России, основатель ассоциации «Бизнес-репетитор».

В 2023 году он со своей командой экспертов провёл более 30 мастер-классов и бизнес-разборов для членов подмосковного отделения «ОПОРЫ РОССИИ».

Имеет огромный опыт наставничества, систематизации бизнес-процессов в малом и среднем бизнесе, формирования бизнес-модели будущего, составлении партнёрских соглашений с учётом смыслов, а не формальных договорённостей, а также подбора бизнес-ассистентов, исполнительных директоров и управленческого персонала.

В 2024 году уже запланированы межмуниципальные партнёрские встречи, мастер-классы, группы мастермайндов и конференция по партнёрству

Комитет по партнёрству для вас, если вы хотите:

- Найти партнёров для совместных проектов;
- Найти новые связи, ресурсы;
- Изменить окружение;
- Расширить сферу влияния и достичь новых рынков;
- Усилить бренд и эффективность своего бизнеса;



• Изменить текущую ситуацию: осознать, что в компании существуют нечёткие зоны ответственности, особенно внутри взаимодействий с партнёрами;

• Внести изменения в свой бизнес: оптимизировать бизнес-процессы и наладить эффективное взаимодействие с сотрудниками и партнёрами;

• Решать спорные ситуации, которые могут нанести серьезный ущерб бизнесу, в процессе работы с партнёрами.



Для вступления в Комитет пишите Марату Арсланову в телеграм @kpirepetitor

ПОДМОСКОВНАЯ «ОПОРА» ПОДПИСАЛА СОГЛАШЕНИЕ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ СЭЗ «МОГИЛЕВ»

Торжественная церемония подписания прошла в Посольстве Беларуси в рамках презентации Могилевской области

Соглашение заключили в целях осуществления информационного обмена, а также комплексной поддержки проектов в сфере экономического сотрудничества.

«В рамках соглашения мы будем развивать сотрудничество для эффективной поддержки резидентов СЭЗ «Могилев» и членов «ОПОРЫ РОССИИ» Московской области в сфере установления и развития торгово-экономических, технологических и промышленно-кооперационных связей», — рассказал Роман Коробейкин, заместитель председателя Московского областного отделения «ОПОРЫ РОССИИ», который подписал Соглашение от имени подмосковной «ОПОРЫ».



Кроме этого, документ предусматривает сотрудничество в сфере создания благоприятных условий для организации деловых встреч, семинаров и конференций

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ — ИЗ ПОДМОСКОВЬЯ!

Технический центр ВОЛИН, который возглавляет председатель Комиссии по автотехобслуживанию подмосковной «ОПОРЫ РОССИИ» Ольга Селезнёва, стал победителем на Всероссийском конкурсе лучших практик трудоустройства молодежи 2023



В Министерстве труда и социальной защиты РФ состоялась торжественная церемония награждения победителей и призеров Всероссийского конкурса лучших практик трудоустройства молодежи.

Всего было получено 745 заявок от 72 ре-

гионов Российской Федерации. Для участия в финальном этапе члены экспертного совета отобрали 93 заявки с лучшими практиками от представителей 35 субъектов Российской Федерации. Победителями стали 84 организации.

Звания лучших практик трудоустройства молодежи в 2023 году удостоены: в номинации «Сопровождение от образовательной организации до рабочего места» (1 место): «Технический центр «ВОЛИН», Московская область.

«Пять лет нам понадобилось, чтобы досконально изучить и победить проблему дефицита кадров в автосервисе. Мы объездили пять Федеральных округов страны, посетили более 63 колледжей и техникумов России, провели анализ нескольких десятков образовательных программ по 23 группе СПО, сотни тестов преподавателей и студентов, материально-технических баз», — рассказала Ольга Селезнева.

«ОПОРА» В КОЛОМНЕ О ЧЕМ-ТО НАСТОЯЩЕМ

Как из мусора появляются объекты современного искусства и причем тут подростки

Инклюзивная творческая мастерская «Что-то наСТОЯЩЕЕ» — нестандартный проект АНО ДПО «Коломенский учебный центр», который получил грантовую поддержку Президентского фонда культурных инициатив.

Руководитель проекта, член подмосковной «ОПОРЫ РОССИИ» Татьяна Лаптева рассказала, в чем заключается идея проекта и как он помогает школьникам.

По замыслу авторов, «Что-то наСТОЯЩЕЕ» для школьников — это креативная мастерская, которая находится на стыке культуры, образования и экологии: знакомит с современным искусством, вдохновляет на созидание, учит творчески решать экологические проблемы.

Один из важных принципов мастерской — никакой соревновательности или конкуренции в творчестве. Это та основа, которая позволила за короткий срок собрать и объединить, а мастерской около 60 детей и подростков, в том числе и ребят с ОВЗ.

В летние каникулы школьники знакомились с современным искусством: посещали с экскурсиями коломенские галереи и арт-объекты, общались с художниками. На занятиях изучали фотодело, разбирались в тонкостях SMM, PR и копирайтинга, чтобы научиться продвигать проект, пробовали себя в дизайне и разработке сайта. И собственно — фантазировали, творили и делали этот мир чуточку чище: из принесенного из дома перерабатываемого мусора участники мастер-



ской создавали арт-объекты.

— Совсем необязательно акцентировать экологические проблемы, рассказывая истории, например, о морских животных, поедающих пластик, провоцируя у подростков чувство вины и тревожность, — считает Татьяна Лаптева. — Нет. Нам бы хотелось донести, что апсайклинг, вторая жизнь творчески переработанных вещей, — это круто, красиво и полезно. Мы делаем из мусора объекты современного искусства. Это вызывает бурю эмоций: люди удивляются, но и задумываются. Для меня этот проект является важным, он, как и многое, что я стараюсь делать — решает сразу несколько задач. Дети получают классные базовые знания, занимаются ручным творчеством и показывают зрителям на фестивалях и посетителям выставок, как можно заботиться об экологии без запугивания.

В марте 2024 года состоится форум «Сильные идеи для нового времени». В рамках мероприятия до 31 января 2024 года продолжается прием инициатив и проектов от организаций, сообществ и индивидуальных участников, которые внесут значимый вклад в развитие страны, укрепление суверенитета и достижение стратегических целей развития России



ПОЛЕЗНО

АВТОРСКОЕ ПРАВО: ПОЛЬЗА
В РАБОТЕ НА МАРКЕТПЛЕЙС

Сегодня речь пойдет о самом интересном и увлекательном разделе сферы интеллектуальной собственности — авторском праве



В чем его польза, спросите вы? Зачем мне это нужно? Как оно защищает?

Во-первых, авторское право возникает в момент создания объекта интеллектуальной собственности, будь то описание карточки товара, фотография, эскиз, дизайн и тд.

Во-вторых, существует презумпция авторства, которая предполагает, что автором произведения признается лицо, которое указано на оригинале или экземпляре произведения в качестве автора при отсутствии иного доказательства (п.п. 3, 4 ст. 1259 ГК РФ).

В нашем случае это договор с моделью, техническое задание, чертежи, зарисовки, ну и, самое главное, это зарегистрированное право в виде «Свидетельства о регистрации авторского права», где указан автор, правообладатель, заявитель и название проекта.

Так, в случае возникновения спора (любого спора по авторским правам) автору достаточно предоставить любой экземпляр своего произведения, на котором он указан в качестве автора каким-либо обычным способом (например, на титульном листе или в оглавлении).

В нашем случае это будет «Свидетельство о регистрации авторского права» или договор с автором, который по нашему техническому заданию выполнял ту или иную работу, а именно фотосессия, написание текста, дизайн карточки товара. В совокупности этого будет достаточно для того, чтобы доказать свое авторство перед конкурентами или теми сэллерами, которые скопировали вашу интеллектуальную собственность (авторское право).

Однако, если другое лицо заявит соответствующие требования по поводу авторства и предоставит более ранний экземпляр произведения, на котором оно указано в качестве автора, презумпция авторства будет действовать в отношении него, пока не будет доказано обратное, в разрез представленным доказательствам.

Говоря иными словами, до тех пор, пока кто-то не опроверг ваши права авторства, вы являетесь указанным автором того или иного произведения. В связи с чем, всегда нужно подкрепляться и обезопасить себя документами, подтверждающими ваше авторство или право на это авторство.

В данном случае ст. 1267 ГК РФ закрепляет, что презумпция действует только в отношении самого автора. Любые иные лица (наследники, издательства, киностудии и так далее) для обоснования своих прав должны представить доказательства перехода к ним первоначально возникших у автора

имущественных авторских прав, в нашем случае, как ранее и говорили, это договор с автором.

Исключительное право на произведение действует в течение всей жизни автора и 70 лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора (п. 1 ст. 1281 ГК РФ).

Управление имущественными правами на объекты интеллектуальной собственности в международном и в российском законодательстве, приоритет по управлению исключительными правами на произведение имеет сам правообладатель. Управление данными правами иными лицами или организациями возможно лишь в случаях получения полномочий непосредственно от правообладателя, за исключением небольшого количества ограничений в силу закона.

Также в силу общепринятых обозначений с целью информирования пользователей и возможных нарушителей вашего авторского права можно информировать о том, что ваш продукт защищён.

Итак, на что же можно поставить обозначение знака копирайта, то есть указание на авторство? Знак копирайта считается символом авторского права, это значок ©, достаточно распространенное обозначение. В каких случаях его можно применять, ставить на своем произведении?

Его можно ставить на все, что охватывает авторское право. Знак помещается на каждом экземпляре произведения и состоит из следующих элементов: латинской буквы С в окружности, имени или наименования правообладателя и года первого опубликования (ст. 1271 ГК РФ).



Кирилл Пирогов,
юрист по защите прав
селлеров на маркетплейсах



Другие статьи на тему
эффективной работы
на маркетплейсах вы
найдете на нашем сайте
www.oporamo.ru

КАК НЕ ПОТЕРЯТЬ ТОВАРНЫЙ ЗНАК?

А вы знаете, что вас досрочно могут лишить товарного знака?

Дело в том, что мало получить свидетельство на товарный знак, надо этот товарный знак еще и использовать! Обязательность использования права на товарный знак призвана обеспечивать реальное функционирование товарных знаков в гражданском обороте.

Лицо, заинтересованное в использовании вашего товарного знака, может в судебном порядке добиться досрочного прекращения правовой охраны вашего товарного знака.

При этом, в соответствии с пунктом 3 статьи 1486 ГК РФ бремя доказывания использования товарного знака будет лежать на правообладателе.

Как отмечается в определении Конституционного Суда РФ от 02.10.2003 N 393-О, законодатель, установив возможность досрочного прекращения регистрации товарного знака в связи с его неиспользованием в течение определенного срока, рассматривает ее как **антимонопольный инструмент**, лишая правообладателя легальной монополии (исключительного права) в отношении зарегистрированного им в установленном порядке товарного знака.

В свою очередь, согласно п. 1 ст. 1486 ГК РФ правовая охрана товарного знака может быть прекращена досрочно в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, **вследствие неиспользования товарного знака непрерывно в течение трех лет**.

**ЧТО ЗНАЧИТ «НЕИСПОЛЬЗОВАНИЕ»
ТОВАРНОГО ЗНАКА?**

Часть 2 ст. 1484 ГК РФ нам указывает, что исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака:

- 1) на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;
- 2) при выполнении работ, оказании услуг;
- 3) на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;
- 4) в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;
- 5) в интернете, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Таким образом, мы видим, что использование товарного знака включает в себя эти действия.

Использование товарного знака может осуществляться самим правообладателем, лицом, которому право использования товарного знака передано по лицензионному договору, а также иным лицом под контролем правообладателя.



При представлении доказательств использования товарного знака для индивидуализации товаров либо услуг, для которых он зарегистрирован, способами, предусмотренными п. 2 статьи 1484 ГК РФ, правообладатель также обязан представить доказательства введения этих товаров/услуг в гражданский оборот. Сам по себе факт регистрации в административном органе лицензионного договора без доказательств **его реального исполнения** не может являться доказательством использования спорного товарного знака.

То есть если вы, например, не производите или не продаете товар с использованием товарного знака, правовую охрану которого вы получили, к вам может быть предъявлен соответствующий иск о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака

До обращения в суд заинтересованное лицо, полагающее, что правообладатель не использует товарный знак, направляет такому правообладателю предложение обратиться в Роспатент с заявлением об отказе от права на товарный знак либо заключить с заинтересованным лицом договор об отчуждении исключительного права на товарный знак в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован.

Предложение заинтересованного лица может быть направлено правообладателю не ранее чем по истечении трех лет с даты государственной регистрации товарного знака.

Если правообладатель этого не делает, заинтересованное лицо в определенный законом срок вправе обратиться в суд с вышеуказанным иском.

При решении вопроса о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования судом могут быть приняты во внимание представленные право-

обладателем доказательства того, что товарный знак не использовался по независящим от него обстоятельствам.

Как мы видим, потребовать досрочного прекращения правовой охраны товарного знака может не любое лицо, а именно «заинтересованное». Отсутствие «заинтересованности» служит основанием для отказа в иске.

**КТО ЖЕ ПРИЗНАЕТСЯ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ ЛИЦОМ?**

К таким лицам могут быть отнесены производители однородных товаров (работ, услуг), в отношении которых (или однородных им) подано заявление о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака, имеющие реальное намерение использовать спорное обозначение в своей деятельности и осуществившие необходимые подготовительные действия к такому использованию.

**ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ? ПРИВЕДУ
ПРИМЕР ИЗ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ.**

Согласно Решению СИП от 19 января 2022 г. по делу N СИП-664/2021 (касается 19 класса товаров и иска о досрочном прекращении охраны товарного знака в отношении плитки) истец в доказательство заинтересованности производства товара 19 класса МКТУ (плитки) представлял суду:

- скриншоты интернет-страниц сайта, содержащие сведения об истце и производимой им керамической плитке; макеты упаковки плитки, содержащие товарные знаки; заключение эксперта Торгово-промышленной палаты о производстве истцом плитки на предприятии с наличием собственных мощностей; фототаблицу, контракт, счета-фактуры, упаковочные листы, товарные накладные.

Таким образом, истец смог доказать свою заинтересованность в дальнейшем использовании товарного знака, прекращения правовой охраны которого он требовал.

В связи с изложенным, если вы хотите сохранить права на зарегистрированный товарный знак, вам следует позаботиться о его реальном использовании.

юрист Любовь Шаталина



Отчетность НКО в России переведут в цифру в 2024 году. Единая унифицированная форма будет представляться в Минюст России только в электронном виде. При этом исключается обязанность представления отчетности в Минэкономразвития и Росстат



ЛАЙФХАКИ

КАК ПРАВИЛЬНО ПОДОБРАТЬ И ОЦЕНИТЬ ПОТЕНЦИАЛ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ?

Инвестиции в недвижимость, в том числе в streetretail, по-прежнему остаются одним из самых распространенных способов вложений денежных средств, как для предпринимателей, так и для обычных граждан



В этой статье расскажем о том, какой алгоритм необходимо применять и на какие факторы обязательно стоит обратить свое внимание, чтобы инвестиции в коммерческую недвижимость принесли максимальные дивиденды с минимальными рисками.

ПЕРВИЧНЫЙ КАМЕРАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ:

Получаем данные по объекту: локация и адрес, линия расположения, площадь, этаж, план помещения.

Проводим первоначальный анализ потенциальных экономических показателей, а именно:

- оцениваем рыночную стоимость продажи объектов-аналогов для сопоставления с ценой продажи Объекта
- оцениваем потенциальную стоимость аренды одного квадратного метра Объекта для последующего расчета потенциальной доходности и окупаемости Объекта

На текущий момент среднерыночной окупаемостью считается срок не более 10 лет, а среднерыночная доходность составляет 10% годовых.

ОСМОТР ПОМЕЩЕНИЯ:

Проводим внешний осмотр Объекта, при котором обращаем внимание на следующие факторы:

- плотность застройки и плотность населения квартала/микрорайона
- наличие трафика
- наличие подъездных путей, в том числе для большегрузного транспорта
- наличие и количество парковочных мест
- расположение главного входа, а также наличие дополнительных (запасных) входов
- количество ступеней и наличие (возможность установки) пандуса
- количество и формат окон
- наличие зоны разгрузки
- возможность и место под размещение вывески
- наличие в непосредственной близости (до 100 метров) к Объекту организаций, ограничивающих реализацию определенных групп товаров, в том числе дошкольных, образовательных, спортивных и медицинских учреждений

— наличие в непосредственной близости организаций-конкурентов (в первую очередь сетевых организаций)

ПРОВОДИМ ВНУТРЕННИЙ ОСМОТР ОБЪЕКТА, ПРИ КОТОРОМ ОБРАЩАЕМ ВНИМАНИЕ НА СЛЕДУЮЩИЕ ФАКТОРЫ:

- наличие коммуникаций
- количество залых помещений свободной планировки
- количество и расположение несущих колонн и стен
- высота потолков
- наличие ремонта

ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ КАМЕРАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ:

Проводим технический анализ, в ходе которого выясняем:

- выделенную мощность электропитания кВт
- максимальную нагрузку на пол и межэтажные перекрытия

ПРОВОДИМ БРОКЕРИДЖ:

- подбираем потенциальных арендаторов по площади Объекта
- определяем наличие или отсутствие ограничений на реализацию определенных видов продукции
- направляем коммерческие предложения потенциальным арендаторам для определения интереса к локации и соответствия формата помещения

ПРОВОДИМ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ:

- определяем потенциальную стоимость аренды одного квадратного метра Объекта с учетом полученной информации
- определяем возможность развития прилегающей территории к Объекту (парки, зоны отдыха, торговые центры, объекты инфраструктуры и пр.)
- определяем ликвидность Объекта и потенциальный срок запуска с учетом полученной информации
- определяем ежемесячные суммы коммунальных платежей за Объект (в том числе в адрес УК)
- определяем размер суммы ежегодного налога на имущества по Объекту
- рассчитываем окупаемость и доходность Объекта с учетом полученных данных

ПРОВОДИМ ЮРИДИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ:

- получаем и проверяем правоустанавливающие документы (ЕГРН, документ основание приобретения, технический паспорт)
- проверяем по базам данных собственника на наличие долгов и процедуры банкротства (базы ФССП, Федресурс и иные)



Чтобы не вышло, как на картинке, при выборе объекта для инвестиций советуем обращаться к проверенным специалистам!

— проверяем и изучаем аукционную документацию (при приобретении Объекта через торги, аукцион, публичное предложение и пр)

Первоочередными и очевидными факторами, влияющими на ликвидность Объекта, являются локация и расположение, плотность населения и трафик, этаж, площадь и планировка

НАРАВНЕ С ЭТИМИ ФАКТОРАМИ НА ПРАКТИКЕ НЕ МЕНЬШЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЛИКВИДНОСТЬ ОБЪЕКТА ОКАЗЫВАЮТ НЕОЧЕВИДНЫЕ ФАКТОРЫ, ТАКИЕ КАК:

- ограниченный доступ к Объекту: зачастую Объекты, находящиеся на закрытой или охраняемой территории, имеют меньшую привлекательность и ликвидность в связи с ограниченным доступом, что снижает потенциальный трафик
- наличие зоны разгрузки или дополнительного входа: крупные сетевые магазины и организации рассматривают Объекты исключительно с оборудованной зоной разгрузки, а также многие требуют наличие запасного (служебного) выхода, а в некоторых случаях и целых 2 запасных выхода, что может быть продиктовано нормами пожарной безопасности
- наличие подъездных путей для большегрузного транспорта:

в больших сетевых организациях доставка товаров осуществляется крупногабаритным автотранспортом (грузоподъемностью 5 тонн и более) для которых требуются широкие подъездные пути. Однако на практике даже в новых жилых кварталах Объекты оборудованные зоной разгрузки не имеют нормальных подъездных путей, к которым может подъехать вышеуказанный транспорт, что вызывает затруднение с логистикой по доставке товаров и продукции

— количество ступеней при входе в Объект: многие сетевые организации определяют максимальное количество ступеней, которое может быть при входе в Объект. Так наличие лишней ступени может послужить основанием для отказа в согласовании аренды Объекта

— формат остекления: значительное преимущество имеет витринное или панорамное остекление

— планировка помещения: приоритет имеют залые помещения свободной планировки, но даже в них необходимо обращать внимание на количество и расположение несущих конструкций, так как их расположение может не позволить разместить стандартизированное оборудование сетевых магазинов и организаций, что может послужить основанием для отказа в заключении договора аренды Объекта

— мощность электричества, выделенная на Объект: стандартная оптимальная мощность составляет 15-30 кВт, однако на практике для

сетевых магазинов требования по мощности электроснабжения в пределах от 80 до 200 кВт являются нормой. Конечно, данные требования напрямую связаны с размером арендуемой площади

— максимальная нагрузка на пол и межэтажные перекрытия: для ряда сетевых организаций, например, таких как фитнес-клубы или дарксторы (магазины-склады), важным фактором является нагрузка на один квадратный метр поверхности пола или перекрытия, иногда показатели доходят до 1-3 тонн. Не соответствие данным показателям является основанием для отказа в заключении договора аренды Объекта

— наличие ограничений для торговли определенными видами продукции: расположение в непосредственной близости к Объекту (частные организации — менее 20 метров, государственные учреждения — менее 70 метров) дошкольных, образовательных, спортивных и медицинских учреждений накладывают запрет на реализацию алкогольной и табачной продукции в Объекте, что в свою очередь снижает потенциальный размер арендной платы от 20 до 40 % в случае размещения в Объекте например сетевого магазина продуктов или ресторана.

Иван Гузанов,
управляющий партнер
группы компаний «Прогресс»,
член Комитета по недвижимости
подмосковного отделения
«ОПОРЫ РОССИИ»

В России в декабре зарегистрировано 6,3 млн субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП), что на 6% превышает показатель аналогичного периода 2022 года. Такие данные привели в пресс-службе Минэкономразвития на основе данных Единого реестра субъектов МСП



ГОТОВЫ ЛИ ВЫ НА 100% И ДАЖЕ БОЛЬШЕ?

Чек-лист от эксперта о том, как взять максимум пользы из любого нетворкинга

Мы должны всегда быть готовы к встрече с нашими новыми клиентами. От этого зависит, сколько клиентов вы возьмете с ивента — 0-2 или 8-10? Разница существенна.

Готовы ли вы на 100% и даже больше? Ведь переподготовленным в этом деле быть невозможно!

Хорошая новость в том, что почти никто из ваших коллег не готовится, не заморачивается. И это хорошая новость для вас. Ваши коллеги будут, как и прежде собирать клиентов по крупицам, а вы-то нет.

Что значит быть готовым в любой момент ко встрече с новым клиентом?

ЛОВИТЕ ЧЕК-ЛИСТ ИЗ 5 ПУНКТОВ:

1 Быть готовым рассказать о себе и своем деле. Самопрезентация: четкая, лаконичная, вкусная, понятная, вовлекающая, выделяющая вас среди всех. Уметь ответить на любые возражения и закрыть все сомнения. Обратитесь за помощью к специалисту по самопрезентациям, если есть затруднения сделать это самостоятельно.

А по-хорошему распаковать себя и свой продукт нужно у маркетолога. На моей практике 99% предпринимателей и частных специалистов не понимают до конца всей своей ценности и чем они отличаются от коллег. А уж тем более как это выразить словами — задача непосильная.

2 Быть сосредоточенным — видеть свое окружение. Понимать, к кому стоит подойти завязать разговор. И анализировать, кто с кем вас может познакомиться. Учиться «сканировать» людей вокруг, но делать это не очевидно. Глаза «на затылке» — это как раз про это. Научиться «видеть» свое окружение можно только с практикой. Необходимо чаще ходить на мероприятия, чаще практиковаться в насмотренности, чаще вступать в коммуникации.

3 Внешний вид. Стремиться к безупречности: одежда и аксессуары в тренде (не значит дорого), ухоженный внешний вид, стиль, аромат. Вы должны выглядеть успешно, привлекательно, располагающе. С такими все хотят иметь дело. Стилист и бьюти-специалисты в помощь. Девушкам отдельно рекомендую пройти курс «макияж для себя» — вы не представляете, сколько он откроет для вас возможностей, а как это удобно!

4 Уметь нравиться людям: искренность, поддержать разговор, интересоваться



собеседником, сглаживать острые углы, быть открытым и приветливым. Вы ведь сами охотнее тянетесь к тем, кто позитивный. Ну так все это делают. Стремитесь стать таким!

Здесь вам может понадобиться помощь специалиста в психологии, который поможет разобраться с внутренними барьерами, ложными установками и сопротивлением.

5 Понять, что вы можете предложить или отдать, чем можете помочь. Забудьте про «продать» в начале знакомства. Сначала отдать, а потом попросить. Сначала быть полезным, стать ценным для человека, а потом только про свои «хочу». Лучше позже рассказать о своем запросе, чем раньше. А поторопитесь со своим «хочу» — потеряете человека навсегда. Особенно это чревато со статусными людьми. С ними вообще торопиться нельзя. Главный вопрос — зачем ему знакомство с вами? Перед таким человеком надо раскрываться только с позиции «отдать» и быть ценным.

Этот пункт, пожалуй, требует поменять свое мировоззрение в некоторой степени.

В начале статьи указано, что мало кто реально занимается подготовкой к встрече с новыми клиентами.

Теперь вы понимаете, почему никто не заморачивается — мало кто вообще знает об этих пяти пунктах. А те пункты, о которых знает, не особо прокачивает, это же делать надо. На русский «кавось» надеется.

А потом говорят, мероприятие не очень — нет моей аудитории.

Пять пунктов выше — это и есть решение задачи про нетворкинг. Хотите стать крутым нетворкером, забирать с мероприятий не 0-2 клиента, а 8-10, пусть у вас будут готовы эти пять пунктов.

Больше ничего и не надо.

Елена Булатова,
основатель бизнес нетворкинга
с деловыми трансформационными
играми ИГРО-БРАНЧ®,
член подмосковного отделения
«ОПОРЫ РОССИИ»

ЧТО ТАКОЕ КРЕАТИВ И КОМУ ОН НУЖЕН

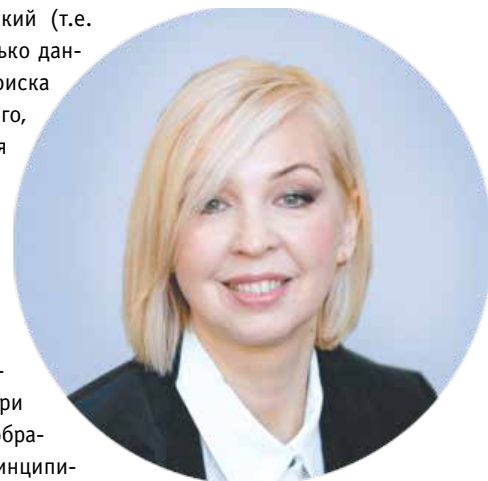
Слово креатив в русском языке появилось сравнительно недавно вместе с развитием в нашей стране рекламной индустрии. Помните, как в 90-е на телевидении стали появляться необычные советскому глазу рекламные ролики, а вдоль дорог, как грибы, расти рекламные щиты с неоднозначными слоганами? В это время креатив стал востребованным и монетизируемым элементом маркетинга.

Креатив происходит от английского *creative*, означающего творчество, творческий, созидательный. Однако слово креатив имеет отличное от творчества значение. И в этой статье я расскажу, почему для любого бизнеса, желающего развиваться, требуется и творческий подход, и креатив.

Креатив же — творческий (т.е. уникальный, присущий только данному человеку) процесс поиска удачного, нестандартного, оригинального решения какой-либо цели или задачи. Креатив отличается от обычного творчества новизной замысла, отклонением от общепринятых схем мышления, а также способностью решать проблемы, возникающие внутри статичных систем, новым образом. Именно в этом и принципиальная разница и взаимная дополняемость творчества и креатива.

Креатив необходим:

- чтобы коротко, емко, оригинально выразить суть чего-либо, например, в рекламе, презентации
- чтобы найти наиболее эффективную и эффектную форму для



И многих-многих других задач и целей.

Креатив используется и в разработке стратегии продвижения. Например, многие знают такой инструмент, как мозговой штурм. Совместными усилиями, на основании аналитики рынка и положения компании, соединяя несоединимое, можно спланировать выход на новый уровень объема продаж с помощью абсолютно новых решений. Не спешите своим коллегам говорить «мы так пробовали» или «это не сработает». Формулируйте точные критерии аудитории, которую хотите привлечь, бюджет для акций по их привлечению, формируйте точное будущее, на которое планируете выйти, а не стройте ограничения и рамки.

И помните, креативность — ресурс, доступный каждому бизнесу! И результат может превзойти все ожидания! Особенно если развивать насмотренность, кругозор, чувствование тенденций.

А вы используете креатив для повышения капитализации и увеличения дохода?

Ирина Патрикеева,
председатель Комитета
по событийному маркетингу
подмосковной «ОПОРЫ РОССИИ»,
бизнес-трекер, основатель
Агентства брендинга,
коммуникаций и бизнес-событий
«Креатив Индустрия»

**Больше статей
автора на тему
продвижения
и маркетинга
вы найдете
на нашем сайте
www.oporamo.ru**



Креативный подход в рекламе удачно используют и крупные корпорации

По мнению Википедии, «Творчество — это процесс деятельности, в результате которого создаются качественно новые объекты, духовные ценности или объективно новое и абсолютно уникальное». Действительно, творчество — это порыв, его невозможно остановить, оно вбирает в себя и различные аспекты личности, и опыт человека, и его мировоззрение, и видение. А главное — творчество не имеет конкретной цели! Часто автор проекта не знает, что у него получится в результате! Творчество имеет направление для реализации потенциала в написании текстов, песен, музыки, создании изображения, скульптуры, объекта, в изображении персонажа, пластике тела и тп. Творчество также может быть реализовано в производстве. Да что там говорить, в любой работе человек может вложить свою Душу, эмоции, видение, опыт, ценностные ориентиры и создавать те же самые продукты или услуги, но с особой творческой уникальностью. Именно поэтому так приветствуется творчество даже в, казалось бы, обычных сферах деятельности... вспомните хотя бы укладчиц, которые с помощью своих визиток могли «оставить свой творческий след» даже, упаковывая продукцию.

мероприятия, рекламной акции, проекта

- чтобы создать новый продукт или отстроить свой продукт от конкурентов
- чтобы найти свой уникальный стиль творчества и монетизировать его
- чтобы усилить позиционирование своего бренда
- чтобы увеличить эффективность производительности своего производства или процессов
- чтобы использовать нейросети или новые технологии (т.к. для любых технологий требуется постановка задачи, а чем креативнее поставлена задача, тем более яркий и нестандартный путь предложат вам интеллектуальные системы)



Примеры удачных креативов в рекламе



Кабмин утвердил выделение 1,3 млрд рублей на лизинговую поддержку МСП. Как отметили в правительстве, это позволит бизнесу сконцентрировать сэкономленные средства на организации самого производства и увеличить выпуск продукции



ПРАВОВОЙ ЛИКБЕЗ

КАК ЗАЩИТИТЬ СВОЙ БИЗНЕС ОТ КОНФЛИКТОВ?

Рекомендации практикующего юриста и медиатора

Как показывает практика, прежде всего необходимо элементарно научиться задавать вопросы. Это необходимо для того, чтобы понять ожидания контрагента/сотрудника и правильно описать предмет договора или поставить задачу.

Что будет конечным результатом выполнения тех или иных работ? Какой должен быть поставлен товар, какие функции он должен выполнять по итогу?

Во-вторых, важно научиться составлять и читать договоры, которые вы подписываете. Очевидный совет, на первый взгляд. Все об этом знают, но никто не делает, к сожалению.

Самая большая ошибка, которую допускают многие предприниматели — взять в интернете шаблон договора и заполнить его без учета своих фактических обстоятельств

Нужно подробно описать не только предмет договора, но и порядок



его исполнения, этапы работы, ответственных исполнителей по возможности, ответственность сторон за неисполнение обязательств, порядок претензионной работы и досудебного урегулирования споров. Обычно это все прописывается для галочки по какому-то стандартному шаблону. А когда возникает реальный конфликт, оказывается, что эти шаблонные механизмы в конкретной ситуации у этих сторон не работают.

Например, нужно подробно описать, кто, кому, в какие сроки и каким способом сообщает о возникшей проблеме. Описать это нужно не абстрактной фразой, а конкретно и понятно, чтобы не возникло вопросов.

То же самое касается отношений с бизнес-партнерами. 2024 год — это год партнерства, когда мы должны

усилить друг друга. Почему-то многие предприниматели об этом забывают, начиная бизнес без письменных договоренностей, мол «потом разберемся, не чужие люди».

Для успешного проекта и сохранения отношений важно «на берегу» составить правильное соглашение и прописать зоны ответственности каждого, ожидания от проекта в целом и друг от друга в частности, порядок распределения убытков и прибыли, финансирования проекта и так далее.

В-третьих, нужно научить свой коллектив слышать, слушать и говорить. Это важное направление внутрикорпоративной работы, о котором также часто забывают предприниматели.

Даже в небольшом коллективе бывают конфликты, которые сильно тормозят работу. Нужно развивать не только твердые навыки сотрудников, но и мягкие — эмпатию, навык выявлять интересы, задавать вопросы, формулировать задачи с заботой о коллегах.

В-четвертых, важно повышать юридическую грамотность всех сотрудников, которые связаны с заключением и исполнением договоров, принятием каких-либо обязательств от имени компании, а также с их ис-



полнением. Почему-то все забывают о том, что важно не только грамотно заключить договор, но еще и исполнить его и подписать всю заключительную документацию. Исполнением и завершением договора часто занимаются совсем другие люди — не те, которые этот договор заключали. Юридически грамотными должны быть не только юристы, но и другие сотрудники компании.

Самое важное, на мой взгляд, быть

искренними. При найме сотрудников и формировании команды, при работе с ними. Команду и партнеров нужно подбирать по ценностям — если ценности совпадают, многие конфликтные моменты сами снимаются либо вообще не возникают.

Евгения Черячукина,
практикующий юрист и медиатор,
член Московского областного
отделения «ОПОРЫ РОССИИ»

СЕКРЕТЫ МАРКЕТИНГА

От редакции: предлагаем вашему вниманию два авторских материала Олеси Исаенковой, эксперта в сфере SMM, дипломированного маркетолога-практика

МАРКЕТИНГ ПРОТИВ ПРОДАЖ

Сегодня я предлагаю обсудить важную тему — как понять, эффективен ли ваш маркетолог (smm), и какое отношение он имеет к продажам. Я считаю, что **продажи — цель любого бизнеса**.

Для любого подразделения: бухгалтер вы или логист. Но тем не менее KPI у каждого свои. Сломалась машина — товар не доехал до покупателя. Продажа сорвалась. А виноват кто? Маркетолог? Нет.

Продажник? Нет. А влетит либо одному, либо второму.

Повторюсь, глобально, продажи, деньги — цель любого бизнеса. Но на прямые продажи мотивируют обычно только отдел продаж. Потому что количество оплат — прямой показатель результата их труда.

И как ни странно, часто именно маркетологи, как аналитики, формируют план продаж.

Хорошо, скажете вы, это в больших компаниях. А если у меня микробизнес, и в целом, всего один человек работает. Или два. Тогда я отвечу, что все равно некорректно ждать от маркетолога продаж.

У хорошего маркетолога и хорошего продавца — разные психотипы. И найти человека, который одинаково классно стратегически мыслит, анализирует и в то же время коммуницирует с отдельно взятым клиентом — большая редкость

Часто вы можете найти студента или начинающего эксперта, который будет мотивирован зарабатывать, нарабатывать опыт и в целом гореть работой. Но по моему опыту это случается редко и очень быстро завершается, потому что человек начинает понимать себе цену. Можно искать такого специалиста, но отдавать себе отчет, что вы ищите иголку в стоге сена.

Как же быть?

НАПОМНЮ, ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ СОСТОЯТ ИЗ ТРЕХ БЛОКОВ:

1 Трафик. Здесь может активно работать пиарщик, таргетолог, менеджер по контекстной рекламе, либо smm-эксперт с помощью органических инструментов трафика.

Результат: количество холодных лидов, охваты, просмотры

2 Контент. 70% работы smm-менеджера. Создавать контент, который превратит холодного лида в теплого и конвертирует в заявку.

Результат: количество теплых лидов, заявки, кликов, вовлеченность

3 Продажи. Здесь все просто — превращать теплых лидов в клиентов, доводить до оплаты.

Результаты: продажи.

Вы видите, что это неразрывная цепочка, где важен каждый этап. Не будет охватов, не будет кликов и заявок, и продаж.

И объединять продавца и маркетолога в одном лице достаточно сложно.

Продажи и маркетинг требуют разных знаний и опыта.

Маркетолог работает с усредненным портретом целевой аудитории, креативит, создает рекламные кампании, контент, закрывает возражения.

Продажник же — тонкий психолог, который умеет работать с конкретным человеком на том конце провода. Он искусный рассказчик и коммуникатор, который хорошо чувствует своего собеседника.

Мне очень нравится фраза «Основная задача маркетинга — сделать усилия по сбыту ненужными». То есть сделать так, чтобы продукт продавался сам по себе.

Но лучше все же распределить обязанности и мотивировать маркетолога на охваты, вовлеченность и заявки, а продавца — на продажи.

СКОЛЬКО НУЖНО ПОДПИСЧИКОВ, ЧТОБЫ ПРОДАВАТЬ?

Сколько блогеру нужно подписчиков для счастья (= миллионных продаж)?

Стоит ли гнаться за цифрой?

Пишет мне студентка Светлана.

— Олесь, срочно нужна помощь! Как набрать подписчиков клиенту?

— Света, а зачем твоему клиенту подписчики?

В это время просматриваю профиль — вроде архитектор. Или дизайнер... Фото красивые. Проверяю пару постов — не понимаю, архитектор или дизайнер. Что продает?

— Света, а что продаёте? Зачем вам много подписчиков?

— Не знаю. Наберём — потом решим.

Это важно. Прошу вас задуматься.

Подписчики — это же мы с вами. Нормальные, адекватные, не массфоллы, платежеспособные. Сразу вспоминаю цитату великого Огилви «Покупатель — не дурак. Он — ваша жена». Так же и здесь.

ЧТО МОЖЕТ ЗАСТАВИТЬ НАС ПОДПИСАТЬСЯ НА КОГО-ТО?

• **Личность человека.** Когда в блоге есть стержень. Интрига. Характер. Эмоции. Опыт.

• **Очевидная польза.**

• **Рекомендации друзей, других блогеров** (реклама) с обещаниями чего? Интриги, эмоций или пользы (смотрите пункт 1 и 2).

• **Товар или услуга.** Мы задумываемся о покупке, присматриваемся (часто товарка, мантикюр, тортики и т.д.) И здесь возможны варианты. Я, например, часто добавляю в сохраненки и не подписываюсь. Но! Покупаю.

Вот такой нонсенс.

Мы лично знаем человека. Нам просто интересно следить за жизнью знакомого, родственника. И пусть он ничего не продает. Пока. Кстати, здесь нами также руководят эмоции. Смотреть на свадьбы, роды, путешествия.

Так что, способы получить хорошую аудито-

рию всем известны и стары как мир.

Можно купить подписчиков. Чем качественнее, тем дороже. Но важно понимать, что качество все равно ограничится тем, что блог похож на живой и платежеспособный, но все равно тако-вым не является.

Есть чаты активности, элитные подписчики, но лично я это очень легко считываю. И у меня возникает вопросик «А для кого и для чего перфоманс?»

Более того, я настоятельно рекомендую отписывать очевидные пустые профили — массфоллы, коммерция (шиномонтаж, дезинфекция и прочие) или боты. Они вам не нужны. Они тянут статистику вниз. Социальная сеть видит, что у вас 100 подписчиков, а смотрят вас только 50. Из чего алгоритмы полагают, что у вас скучный контент. И с каждым разом занижают охваты.

Отлично, если у вас маленький блог. Проще контролировать реальных заинтересованных людей. Крупные блогеры часто чистят профили или начинают новые страницы, именно потому что хотят органического роста. И он есть. Пусть не такой как в далеком 2016-2017, но есть.

Представьте, что завтра на вас подпишется миллион человек. Что они увидят? Научитесь работать с аудиторией в 100 человек, и тогда новые подписчики тоже будут вовлекаться в контент

Не гонитесь за красивой цифрой.

Представьте 100 людей. Уверена, что минимум 5 людей вы точно можете уже сегодня превратить в своих клиентов.

Как? Все дело в «волшебных пузырях». А если серьезно то в прогреве) Об экологичном прогреве я уже писала для портала www.oporamo.ru. Там вы найдете много моих материалов про продвижение в соцсетях.

В ГД внесли законопроект, облегчающий участие МСП в приватизации госимущества. Правительство поддержало документ при условии доработки его отдельных положений



ТРЕНДЫ

ЧЕГО ХОЧЕТ ЖЕНЩИНА-ЛИДЕР?

Женское предпринимательство активно набирает обороты, девушки становятся все более яркими и заметными в бизнесе и политике. Что нам говорят последние исследования на эту актуальную тему? Разбираемся вместе с председателем Комитета по развитию женского предпринимательства подмосковной «ОПОРЫ РОССИИ» Анастасией Маклаевой

Для более глубокого понимания этого сегмента приведем ключевые результаты исследования «Профессиональное и личное развитие женщин-руководителей и предпринимателей», проведенного в сентябре 2023 года Школой управления Сколково.

В опросе приняли участие более 1000 респондентов из Москвы (40%) и других городов РФ (60%). Результаты исследования будут интересны предпринимателям в том числе для использования в целях продвижения собственных продуктов, в первую очередь специалистов из так называемых мягких ниш, а также для понимания потребностей женщин-руководителей в компаниях.



- Оценивались следующие параметры:
- удовлетворенность разными сторонами жизни
 - понимание следующих шагов в карьере/бизнесе
 - планы по следующим шагам в карьере/бизнесе
 - опыт отказа от развития по собственной инициативе
 - опыт столкновения с гендерными стереотипами
 - мотиваторы в развитии
 - опыт использования специалистов и практик поддержки
 - опыт обучения и интерес к обучению
 - способы восстановления сил и ресурса
 - поддержка и помощь с детьми/по дому и причины ее отсутствия

На вопросы о профессиональном и личном развитии женщин-руководителей 55,4% ответили, что полностью или в большей степени довольны своей карьерой, 63,9% довольны личным развитием, 61,6% довольны личной жизнью и семьей и меньше половины, 47,3% довольны собственным здоровьем.

При этом меньше трети женщин-руководителей знают, какой следующий шаг в карьере или бизнесе они хотят сделать. Примерно понимание есть только у половины

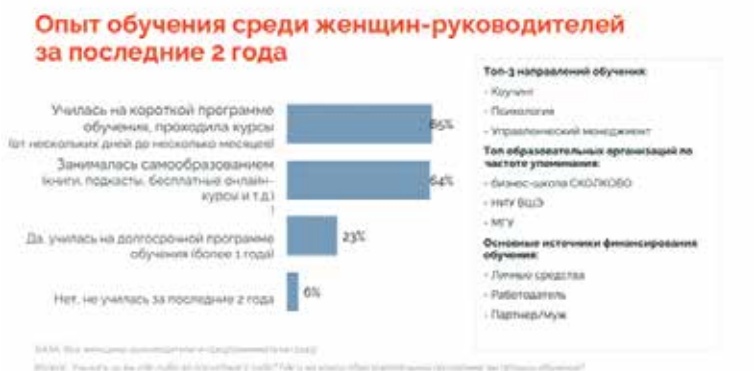
И всего 43,5% имеют ясное представление о том, что помогает им восстанавливать силы, энергию и ресурс. Больше трети опрошенных женщин за последние 2 года отказывались от карьерного развития или расширения бизнеса по собственной инициативе.



42%, то есть почти каждая вторая, сталкивались с проявлением гендерных стереотипов в отношении женщин на работе.



- ЧТО ЖЕ МОТИВИРУЕТ ЖЕНЩИН И ПОЗВОЛЯЕТ ИМ РАСТИ?**
- 60% отметили внутреннюю мотивацию как ключевой фактор
 - программы обучения и развития — 52%
 - ментор/коуч — 38,5% (хотя все чаще в открытом поле говорят о том, что у каждого успешного человека должен быть тот, кто будет оценивать ситуацию извне и подсвечивать моменты, которые могут быть упущены в рутинных задачах)
 - примеры успешных женщин — 24,9%
 - необходимость больше зарабатывать есть примерно у трети женщин, положительно ответили 29,5% респондентов.



Полезным будет и понимание того, какую поддержку в развитии хотели бы получить женщины-руководители от компании. Именно эти факторы могут стать решающими в пользу выбора именно вашего предложения при поиске работы в условиях дефицита квалифицированных кадров, а также помогут удержать ключевых сотрудников на текущих должностях.



Топ-3 сообщества
Опора России | ЖАС | Pro Woman



Женские сообщества

8,5% состоит в женских сообществах

Подробнее ознакомиться с деятельностью Комитета по развитию женского предпринимательства подмосковной «ОПОРЫ РОССИИ» можно на сайте: <https://women-oporamo.ru/>

САМ СЕБЕ ПСИХОЛОГ

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ ДЛЯ БИЗНЕСА В НОВОМ ГОДУ

Завершая год, большинство предпринимателей подводят итоги уходящего года и начинают планировать следующий. Сейчас существует огромное количество методик и техник целеполагания. И найти ту, по которой можно расписать свою цель, не очень сложно. Сложно понять, почему у меня не достигаются цели, почему что-то получается быстро и легко, а что-то выматывает и не выстраивается.

ДАМ НЕКОТОРЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОСТАНОВКЕ ЦЕЛИ.

Прежде чем переходить ко всем известной стратегии постановки целей по SMART:

- Цель должна быть:
1. S — Specific — конкретной;
 2. M — Measurable — измеримой;
 3. A — Achievable — достижимой;
 4. R — Relevant — значимой;
 5. T — Time bound — ограниченной во времени.

Я ХОЧУ, ЧТОБЫ ВЫ СДЕЛАЛИ СЛЕДУЮЩЕЕ УПРАЖНЕНИЕ:

1. Выпишите все, что у вас получилось в прошлом году
2. Выпишите все, что не смогли выполнить
3. Выпишите все, что у вас пришло неожиданно в прошлом году (новый проект, контракт, связи, поездки, люди, любовь, дети). Здесь важно, что вы этого не ожидали.

ДАЛЕЕ ПРОДЕЛЫВАЕМ ТАКУЮ РАБОТУ.

По 1 пункту анализируем все, что получилось, и пишем детально, почему это произошло.

По 2 пункту над каждой невыполненной целью поставьте ответ на следующий вопрос: «Моя это цель была или не моя?», «На сколько процентов от 1 до 100 я хотел выполнения этой цели?»А после этого подумайте над каждой целью: хочу ли я ее взять в следующий год или я ее вычеркиваю?

И по 3 пункту, это подарок вселенной, который мы никогда не сможем предугадать и просчитать, мы можем только научиться принимать с благодарностью любые радости и трудности.

Теперь после анализа прошлого года можно приступить к записи целей и намерений на следующий год. Здесь бы я посоветовала перед тем, как записать эту цель, задать себе три вопроса:

1. Зачем мне это?
2. Что я желаю испытать, достигнув цели?
3. Что с этим я буду делать потом, после достижения?

И В КОНЦЕ МОЙ ЛЮБИМЫЙ КОУЧИНГОВЫЙ ВОПРОС: «А ЧТО НЕ СЛУЧИТСЯ, ЕСЛИ ТЫ ЭТОГО НЕ СДЕЛАЕШЬ?»

Татьяна Славко,
коуч ICF, PCC,
кризисный психолог

Самозанятым смогут индексировать пенсию. Самозанятые граждане смогут рассчитывать на индексацию пенсии как неработающие пенсионеры. Такая мера содержится в законопроекте, подготовленном минтрудом и вносящим поправки в статью 29 Закона «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»



Крупнейшее в стране бизнес-объединение

Вступая в ряды «ОПОРЫ», вы:

Станете частью большого сообщества единомышленников

Можете участвовать в выработке принципиальных решений в предпринимательской сфере

Получите правовую защиту

Будете в информационном потоке

Найдете деловых партнеров во всех регионах России

Если вы:

- ✓ Целеустремленный и активный человек
- ✓ Любите свой бизнес и хотите, чтобы он развивался и масштабировался
- ✓ Думаете, где найти дополнительный рынок сбыта и бизнес-партнеров
- ✓ Хотите бесплатно использовать инструменты продвижения через общественную организацию
- ✓ Мечтаете обрести новых друзей и стать частью большого дружного коллектива

Наши цели:

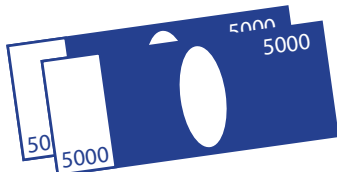
- ✓ Создание благоприятной бизнес-среды
- ✓ Увеличение доли МСБ в российской экономике
- ✓ Развитие российского предпринимательства
- ✓ Создание и развитие сообщества предпринимателей
- ✓ Создание при организации общественного института развития для МСП

Как вступить в «ОПОРУ РОССИИ»?

- ✓ Заполните электронную анкету на сайте www.opora.ru и с вами свяжутся!

Сколько составляет членский взнос?

10 тысяч рублей в год



Как нас найти?

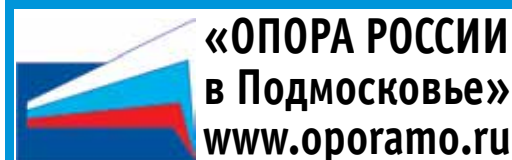
Подмосковное отделение «ОПОРЫ РОССИИ» находится по адресу:

Московская обл., г. Щёлково, ул. Заводская, д.15.

Наш сайт: www.oporamo.ru

Мы в соцсетях:

- vk oporamo
- oporamosobl
- +7 (495) 644-25-44, +7-968-942-38-84



Зарегистрирована в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Москве и Московской области. Свидетельство о регистрации СМИ: ПИ №ТУ50-130 от 25.11.08 г. Тираж 1 500 экз. Отпечатано в ООО «ТМ-ПРИНТ», г. Москва ул. Вятская д.49 стр.1, телефон (495) 974-64-92. Заказ №
Время подписания в печать по графику и фактически 18.01.2024 в 12.00. Дата выхода в свет: 20.01.2024

Распространяется бесплатно по местным отделениям «ОПОРЫ РОССИИ» в Московской области, всем администрациям поселений Московской области и государственным службам.
Авторы несут ответственность за содержание объявлений и материалов, передаваемых для публикации в редакцию. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.
R - печатается на правах рекламы.
Распространяется бесплатно.

Учредитель: МОО ООО «ОПОРА РОССИИ».
Председатель: Корочкин В. Л.
Главный редактор: Косицына А. А.
Дизайн и верстка: Банк И. Н.
Адрес редакции и издателя: 141100, Московская обл., г. Щёлково, ул. Заводская, д. 15.
Тел.: 8(495)644-25-44
e-mail: opora-mo@mail.ru



ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

МАЛЕНЬКИЕ СЕКРЕТЫ БОЛЬШИХ ДЕНЕГ

Почему для достижения финансового благополучия недостаточно много зарабатывать?

Наверняка у каждого есть знакомые, у которых очень высокие доходы, но при этом они постоянно в кредитах и у них никогда нет свободных денег. Также как есть немало примеров, когда люди с небольшой зарплатой что-то откладывают, имеют сбережения и легко находят выход из непредвиденных ситуаций.

Такие факты говорят о том, что количество денег вторично. А первично умение распоряжаться этими деньгами, которое и называется финансовой грамотностью.

У кого-то финансовая грамотность развита сильнее, у кого-то слабее. Кому-то бережливое отношение к деньгам прививали с детства, а кто-то никогда о таком даже не задумывался.

Главное помнить, что финансовая грамотность — это навык, и ее можно наработать независимо от вашего возраста, рода деятельности, склада мышления и уровня доходов

Делать это лучше пошагово, без резких скачков. И начать я рекомендую со следующих шагов.

1. Ввести учет доходов и расходов. На первых порах не нужно ничего анализировать и тем более ругать себя за транжирство. Просто фиксировать цифры.

2. На основании цифр выделить статьи доходов и расходов. Перечислить все источники, откуда могут поступать деньги, и все категории расходов, возникающие в течение 1-3 месяцев.



Недавно Анастасия выпустила книгу о финансах. Рекомендуем к прочтению!

3. Составить бюджет. Начать можно с бюджета на месяц. Постепенно расширять его на 3, 6, 12 месяцев.

4. Сопоставить планируемые цифры с фактическими.

5. Разделить категории расходов на необходимые и дополнительные. Определить, в каких категориях вы чаще делаете импульсные покупки, незапланированные траты).

6. Начать откладывать деньги для своей финансовой защиты. Необязательно сразу 50%, как рекомендует базовое образование. Для начала это может быть всего 5% или даже 1%. Но очень важно ввести это в привычку: получили деньги — сразу отложили часть, пусть и небольшую.

Только после поэтапного введения всех этих шагов можно будет говорить об инвестировании и долгосрочных проектах, таких как нако-

пления на покупку недвижимости или автомобиля.

Как видите, всю эту работу можно обозначить двумя словами — формирование привычки. Финансовая грамотность — это навык, состоящий из дисциплины и привычки. Обычно работа по формированию финансовой дисциплины занимает 1-2 года.

Более подробно о формировании финансовой грамотности рассказала в книге «Маленькие секреты больших денег». Также в книге откровенно рассказано о тех препятствиях и открытиях, с которыми сталкивается каждый на своем личном пути к финансовому благополучию. Все рекомендации в книге взяты из личного и профессионального опыта, чтобы читатели могли просто взять и применить это в своей жизни.

Анастасия Литвиненко

В ПОДОЛЬСКЕ ОБСУДИЛИ КАДРЫ И НАЛОГИ

Здесь прошла ежегодная конференция «Актуально: налоги и кадры» по вопросам для малого и среднего бизнеса



Эксперты в области налогового и кадрового учёта рассказали об актуальных изменениях в законодательстве. В мероприятии приняли участие представители межрайонной ИФНС России №5 по Московской области, сотрудники консалтинговых центров, предприниматели, директора и бухгалтеры организаций, а также те, кто только планирует создать свое дело и быть в курсе всех нюансов налогообложения и кадрового учёта.

«Проводим конференцию ежегодно. Она касается самых актуальных вопросов, с которыми сталкиваются предприниматели в своей ежедневной деятельности, как правило, это налоги и кадры», — рассказала председатель местного отделения «ОПОРЫ РОССИИ» Татьяна Яковлева.

Мероприятие прошло в формате пленарной дискуссии, где участники смогли выступить с докладами и задать

интересующие их вопросы. Также в рамках него они узнали о новой стратегии работы налоговых органов.

А мы напомним, что в Подольске регулярно проходят мероприятия для предпринимателей. За 2023 год местное отделение «ОПОРЫ» организовало здесь более 30 мероприятий! Итоговая встреча 2023 года прошла в формате командообразования «Форд Боярд».

Присоединяйтесь к «ОПОРЕ РОССИИ» и участвуйте в наших активностях!



ОФИЦИАЛЬНО

РОР «ОПОРА МСБ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ»

141101 Московская область, Щелковский р-н, г. Щелково, ул. Заводская, 15, ОГРН: 1085000006464, Дата присвоения ОГРН: 14.10.2008, ИНН: 5050074247, КПП: 505001001, Президент: Корочкин Владислав Леонтьевич. Уведомляет о продолжении своей деятельности в 2024 году.

МОСКОВСКОЕ ОБЛАСТНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ ООО «ОПОРА РОССИИ»

141101 Московская область, Щелковский р-н, г. Щелково, ул. Заводская, 15, ОГРН: 1035000037610, Дата присвоения ОГРН: 03.11.2003, ИНН: 5050045888, КПП: 505001001, Председатель: Корочкин Владислав Леонтьевич. Уведомляет о продолжении своей деятельности в 2024 году.

ЕВРАЗИЙСКИЙ СОЮЗ СЕМОНОВОДОВ, ЕВРАЗИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СЕМОНОВОДОВ, ЕААС

141101 Московская область, Щелковский р-н, г. Щелково, ул. Заводская, 15, ОГРН: 1035010202688, Дата присвоения ОГРН: 12.02.2003, ИНН: 5050039210, КПП: 505001001, Президент: Корочкин Владислав Леонтьевич. Уведомляет о продолжении своей деятельности в 2024 году.