

ГОСТИННЫЙ ДВОР

ДЛЯ БИЗНЕСА И О БИЗНЕСЕ
Витебская областная рекламно-информационная газета

17 ноября 2016 года | ЧЕТВЕРГ | № 3 (559)

Сегодня сектор малого и среднего предпринимательства – один из основных приоритетов развития экономики страны.

Директива Главы государства № 4, принятая в 2010 году, способствовала улучшению условий развития бизнеса. В рамках ее реализации принято более 190 актов законодательства, которые затронули защиту и развитие частной собственности, контрольно-надзорную деятельность, налоговое законодательство, ценообразование, порядок распоряжения государственным имуществом, систему оказания государственной поддержки.

Как результат, количество микро-, малых и средних организаций за 5 лет выросло на 22,5%.

Сегодня на территории области зарегистрировано бо-

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС – ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ



ООО «Нативита»
г.п. Бешенковичи



НПП ООО «Сивитал»
г. Витебск



НПП ООО «Белкотломаш»
г.п. Бешенковичи



УП «Полимерконструкция»
г. Витебск

«Малый и средний бизнес – это основа процветания любой экономики и стабильности государства».
Президент Республики Беларусь Александр Григорьевич Лукашенко в своём послании к белорусскому народу.



ООО «Виктмар-Плюс»
г. Орша



Агроусадьба «Охотный Двор»
Витебский район

лее 9 тысяч юридических лиц, относящихся к малому и среднему предпринимательству, в числе которых 3% – средние организации, 11% – малые, 86% – микроорганизации. Осуществляют деятельность почти 23 тысячи индивидуальных предпринимателей.

Выросла доля субъектов малого и среднего предпринимательства в выпуске товаров и услуг на 1,6%; в выручке от реализации продукции, товаров, работ услуг на 2,2%; в налоговых поступлениях на 1,1%.

Вместе с тем, малое и среднее предпринимательство развивается на территории области неравномерно. Около 75% организаций этой сферы сконцентрировано в крупных городах и близ них. Более трети в городе Витебске.

Следует отметить, что в 2012 году Главой государства принят Декрет №6, предоставляющий ряд преференций для субъектов, осуществляющих деятельность в сельской местности.

Налоговыми льготами ак-

тивно пользуются субъекты предпринимательства Бешенковичского, Россонского и Лиозненского районов, имущественными – Полоцкого, Поставского и Витебского. Самые активные "льготники" – в Лепельском районе.

Привилегии позволили на 5% увеличить количество субъектов предпринимательства на территории средних, малых городских поселений, сельской местности. Сейчас это почти 40% всех зарегистрированных в области.

Для увеличения числа субъектов предпринимательства, а значит и его вклада в экономику регионов, работа со способными и инициативными людьми по вовлечению их в данный сектор должна вестись ежедневно. Глава государства на 5 Всебелорусском собрании подчеркнул: "Переходя в бизнес, люди смогут обеспечивать себя и свои семьи, а также трудоустроить двух-трех человек. Сферы приложения усилий здесь не ограничены, все зависит от желаний и возможностей людей создавать свое дело". Им надо только помочь.

Люди, имеющие статус безработных, могут претендовать на единовременную безвозмездную субсидию на открытие предпринимательства. В зависимости от социальной значимости бизнес-проекта, вида деятельности, инновационности и места его реализации (на селе и в малых городах помощь больше) господдержка составляет от 11 до 20 средних бюджетов прожиточного минимума (от 1930 до 3510 тыс. рублей).

За счет средств государственного внебюджетного



фонда социальной защиты населения с 2011 года выделены беспроцентные бюджетные ссуды под создание новых рабочих мест 68 субъектам предпринимательства. Создано 624 новых рабочих места.

За счет средств, предусмотренных в Программах поддержки малого и среднего предпринимательства в Витебской области, за 5 лет из областного бюджета выделено 13,4 млрд. рублей.

Программой поддержки малого и среднего предпринимательства Витебской области на 2016 год предусмотрена финансовая поддержка в размере 800 тыс. денонированных рублей, в том числе, на финансовую поддержку малого бизнеса – 250 тыс. рублей. Использование этих средств намечено на развитие экспортоориентированных и импортозамещающих проектов.

Как результат, в истекшем году на долю малых и средних организаций пришлось 14,7%

общего объема производства продукции (работ, услуг) области. Объем производства продукции в фактических отпускных ценах по сравнению с предыдущим годом увеличился почти на 8%.

В структуре объема производства продукции (работ, услуг) преобладают промышленность (34%), сельское хозяйство (26%), торговля (14%).

Увеличили объем производства малые и средние организации Браславского, Толочинского, Лиозненского и Глубокского районов.

Неравномерно развиваются малые и средние организации по видам деятельности. Около 80% средних организаций осуществляют деятельность в области промышленности, строительства, сельского хозяйства. Сектор малого предпринимательства сосредоточен в основном в сферах услуг населению – это 72% от общего количества микро- и малых организаций, в том числе 36,5% – в сфере торговли.

Некоторые виды продукции в области выпускают только малые и средние организации. Ими произведены электродвигатели переменного тока однофазные, полимеры пропилены и прочих олефинов в первичных формах, овчина меховая и шубная, одежда из натурального меха, шампунь, шоколад и кондитерские изделия из него.

В развитии малого и среднего предпринимательства важная роль отводится партнерским отношениям в форме субконтрактации. Крупным предприятиям это позволяет снизить затраты, обеспечив выполнение требований к качеству продукции.

В рамках сотрудничества на основе кооперации малые предприятия области выпускают упаковку для пищевых продуктов, солод, гофротару, деревянную тару и поддоны, комплектующие для обуви, измерительные приборы, крепежные изделия, цепи и пружины для сельскохозяйственной техники и другое.

Вместе с тем, практика привлечения крупными предприятиями субъектов малого бизнеса для выполнения заказов и работ пока весьма незначительна. Для сравнения, в промышленно развитых странах взаимодействие малого и крупного бизнеса является одним из ведущих факторов повышения эффективности производства.

Изменить ситуацию может реструктуризация промышленных предприятий. Сегодня владеть незагруженным оборудованием и пустующими цехами – это не позволительная роскошь. Каждый рубль активов должен работать и

приносить максимально возможную прибыль. И здесь могут быть созданы функциональные малые предприятия. А это новые рабочие места, снижение уровня затрат, сокращение импорта.

Экспорт малых и средних организаций занимает почти треть в общем объеме экспорта области. Высокотехнологичную продукцию, занимающую лидерские позиции в мире, экспортируют ООО «Рубикон», ООО «ЛЛК-Нафтан», НПФ ООО «Диполь», ООО «Натрикс» и другие.

Ежегодно обеспечивается приток новых предприятий малого бизнеса в Витебской области. В первом полугодии 2016 года начали деятельность 149 новых организаций и 12 производств, создано

1150 новых рабочих мест.

Создание новых организаций и производств на селе, в малых и средних городах – это и решение экономических задач, и занятость населения.

Важным механизмом действия со стороны местных властей на развитие бизнеса является использование коммунальной собственности. Субъектам предпринимательства за 5 с половиной лет продано 413 неиспользуемых объектов, в безвозмездное пользование (аренду) передано 248 объектов и предложено 370 тыс. кв. м. неиспользуемых площадей.

Добросовестным субъектам, арендующим имущество не менее трех лет, путем прямой продажи по рыночной стоимости с 2013 года по насто-

ящее время в 10 районах и городах продано 55 объектов.

В стимулировании деловой активности важна роль субъектов инфраструктуры поддержки предпринимательства.

В регионе создана эффективная инфраструктура по поддержке частной инициативы. Это ККУП «Витебский областной центр маркетинга», инкубатор малого предпринимательства, бизнес-центр в Витебске, аутсорсинговая бухгалтерская компания в Полоцке, центры поддержки предпринимательства в Полоцке, Новополоцке и Орше.

Центры помогают консультациями, информацией, предоставляют образовательные услуги по ведению бизнеса.

На площадях инкубатора

размещена 121 организация, где работают 692 человека. Большое подспорье для новичков – витебский инкубатор малого предпринимательства «Правовая группа «Закон и порядок», который за 16 лет вырастил более 100 успешных предприятий, где трудится около тысячи человек. Инкубатор сегодня располагает восемью зданиями площадью 24 тыс. кв. м., где размещены 175 субъектов хозяйствования.

Предпринимателям, которые готовы развиваться, государство делает шаг навстречу.

Олег Мацкевич,
заместитель председателя Витебского областного исполнительного комитета

ДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ — ЗАЛОГ УСПЕХА

В Беларуси с 8 сентября 2016 года начало функционировать новое министерство, о деятельности которого рассказала начальник главного управления

Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь по Витебской области Медведская Светлана Михайловна. На базе Министерства торговли Республики Беларусь создан независимый антимонопольный орган – Министерство антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ). Важным аспектом изменений в структуре антимонопольного органа является то, что областные управления антимонопольного регулирования выведены из подчинения областного правительства в непосредственное вертикальное подчинение Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. В сос-

тав территориальных органов МАРТА также вошли созданные в 2013 году торговые инспекции.

В период становления актуальной задачей нового министерства является необходимость проведения регулярной работы по разъяснению целей и задач антимонопольного регулирования и конкурентной политики, так называемое, адвокатирование конкуренции, то есть, информирование бизнеса о нормах антимонопольного законодательства и возможностях их использования против любых проявлений монополизма и недобросовестных конкурентов. Основу антимонопольного регулирования составляют законодательные и нормативные акты, направленные на предупреждение, пресечение и ограничение монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции, сговоров и соглашений,

препятствующих созданию благоприятных правовых и экономических условий для ведения и развития бизнеса.

Грамотное и действенное применение антимонопольным органом инструментов антимонопольного регулирования позволяет помогать хозяйствующим субъектам отстаивать и защищать свои права, способствует развитию добросовестной конкуренции, пресекает действия органов государственной власти, ведущие к ущемлению законных интересов бизнеса.

Учитывая, что в последнее время государственное ценовое регулирование сокращается, роль антимонопольного органа как регулятора рыночных отношений возрастает, а деятельность антимонопольных служб направлена, в первую очередь, на обеспечение равных условий для выхода на рынок, то есть, создание

честной конкурентной среды. В свою очередь, добросовестная конкуренция является стимулом для активизации инновационных процессов, повышению качества товаров, снижению цен, рациональному использованию ресурсов, предотвращает диктат производителей по отношению к потребителю.

По вопросу применения антимонопольного регулирования обращаться по адресу: г. Витебск, ул. Правды, 18, главное управление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь по Витебской области

Светлана Медведская,
начальник главного управления
Министерства антимонопольного регулирования и торговли
Республики Беларусь по
Витебской области

ПАРТНЕРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА «ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ «ОТ МАЛОГО К ВЕЛИКОМУ»



ПАРТНЕРЫ ФЕСТИВАЛЯ «МОЛОДОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ» И КОНКУРСА «ПРОЕКТЫ БЕЗ ГРАНИЦ»



ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В БЕЛАРУСИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

На сегодняшний день в Республике Беларусь для создания благоприятных условий развития инфраструктуры посредством механизма государственно-частного партнерства (далее – ГЧП) активно формируется соответствующее правовое поле. Так, в основе законодательства, регулирующего деятельность в сфере ГЧП, лежит Закон Республики Беларусь № 345-З «О государственно-частном партнерстве» (Закон о ГЧП), принятый 30 декабря 2015 г. и вступивший в силу 2 июля 2016 г.

Работа по подготовке проекта Закона о ГЧП велась с учетом лучшей международной практики, в том числе государств-членов ЕАЭС, СНГ, баланса интересов государства и бизнеса, а также рекомендаций со стороны делового сообщества, в том числе, международного.

Наличие специализированного Закона о ГЧП служит своего рода индикатором проводимой политики государства в этой области и является стимулирующим фактором для частного бизнеса, заинтересованного в реализации инфраструктурных проектов на принципах ГЧП.

Развитие сотрудничества государства и бизнеса в Беларуси связано с насущной потребностью страны в создании новой и совершенствовании уже существующей инфраструктуры. Так, проведенный в рамках разработки Национальной инфраструктурной стратегии анализ затрат на финансирование объектов инфраструктуры показывает, что сумма ежегодных инвестиций в период с 2006 по 2014 гг. составляла порядка 2 млрд. долл. Суммарная потребность в инвестициях на период с 2016 по 2030 годы оценивается в размере 62,3 млрд. долл. При сохранении прежних

объемов финансирования в строительстве и реконструкции инфраструктуры может быть вложено только порядка 30 млрд. долл., что составляет 48% от общей потребности в инвестициях в объекты инфраструктуры. Таким образом, инфраструктурный разрыв (дефицит) прогнозируется на уровне 32,3 млрд. долл. ежегодно.

Одним из перспективных вариантов сокращения указанного разрыва является применение механизма ГЧП.

Общемировая практика говорит нам о том, что ГЧП в основном нацелено на достаточное масштабные и капиталоемкие инфраструктурные проекты, реализация которых осуществляется крупными консорциумами. Например, активный предприниматель - инвестор, кроме собственного капитала, привлекает займы банков и корпораций, строительные организации, компании-операторы. С партнером заключается соглашение на строительство и эксплуатацию (или) техническое обслуживание объекта на 15-20 лет.

Помимо этого, а также принимая во внимание, что ГЧП – это сотрудничество государства и бизнеса для реализации социально значимых проектов, например, в сфере здравоохранения, образования, транспорта, энергетики, спорта - срок окупаемости таких проектов достаточно длительный. По проектам, которые не предполагают оказание платных услуг, бизнес-сторона сначала вкладывает деньги в проект, в его реализацию и техническое оснащение, а после ввода объекта в эксплуатацию из бюджета начинают покрывать его расходы. В другом случае, если проект можно монетизировать, предприниматель получает доход за счет платы

пользователей, причем сумма такой платы согласовывается с государством. Возможны и комбинированные варианты, все зависит от конкретного проекта. Все ходы прописаны законодательно.

Непосредственно субъектами ГЧП или участниками соглашения о ГЧП выступают государственный партнер в лице уполномоченного государственного органа или организации и частный партнер. В соответствии с Законом о ГЧП частным партнером может быть юридическое лицо (за исключением государственных унитарных предприятий, государственных учреждений и государственных объединений, а также хозяйственных обществ, более 50 % акций (долей) в уставном фонде) которых принадлежит Республике Беларусь либо ее административно-территориальной единице), иностранная организация, не являющаяся юридическим лицом, индивидуальный предприниматель, заключившие соглашение о ГЧП.

На сегодняшний день, для реализации пилотных проектов при выборе частного партнера, одним из основных критериев отбора будет наличие опыта реализации проектов в области ГЧП.

У зарубежных компаний, которые на данный момент проявляют заинтересованность в отобранных пилотных проектах, такой опыт имеется. Как правило, при реализации проектов ГЧП, ядром консорциума (специальной проектной компании, СПК) обычно выступает компания, которая имеет опыт либо специализируется в определенном секторе экономики. К примеру, это может быть транспортная инфраструктура или инфраструктура ЖКХ, социальная и так далее.

В то же время, заходя в

страну с целью реализации проекта ГЧП, любая международная либо иностранная частная компания заинтересована в сотрудничестве с местными компаниями, занятыми в данном секторе экономики и на профессиональном уровне владеющими локальной информацией законодательного, стратегического, налогового, иного характера. Иными словами, являющимися знатоками и практиками в конкретном узком сегменте. ГЧП – это реальная возможность, в том числе и для белорусских компаний.

Говоря о преимуществах участия бизнеса в проекте ГЧП, отметим следующее: 1) доступ в те сферы, которые ранее и в большей степени относились к компетенции государства; 2) стабильный доход на вложенный капитал на долгосрочную перспективу; 3) возможность получения комплекса льгот и преференций в рамках действующего инвестиционного законодательства.

Тем не менее, для того, чтобы приступить к практической фазе строительства/реконструкции объекта потенциальному частному партнеру необходимо запастись терпением. Процесс реализации проекта ГЧП достаточно долгий и включает в себя 4 этапа:

1. Подготовка, рассмотрение и оценка предложения о реализации проекта ГЧП;

2. Принятие решения о реализации проекта ГЧП – в случае положительной оценки предложения;

3. Конкурс по выбору частного партнера для заключения соглашения о ГЧП, который также проводится в 2 этапа – предварительный отбор и непосредственно определение победителя;

4. Заключение с победителем конкурса соглашения о ГЧП и его исполнение.

Фактически в стране пока отсутствует прецедент реализации проекта ГЧП в понимании, закрепленном на законодательном уровне. Однако уже сегодня есть актуальные проекты, которые находятся в активной фазе проработки:

- реконструкция автомобильной дороги М-10: граница Российской Федерации (Селище) - Гомель - Кобрин, км 109,9 – км 195,15 - ведется подготовка технико-экономического обоснования проекта (feasibility study) с учетом разработки конкурсной документации в рамках соглашения, подписанного в мае 2016 г. между Европейским банком реконструкции

и развития и Правительством Республики Беларусь в лице Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь;

- реконструкция комплекса зданий УЗ «Городская клиническая больница №3» в г. Гродно под «Гродненский областной клинический онкологический диспансер» - прорабатывается вопрос о привлечении Международной финансовой корпорации к финансированию подготовки проекта;
- строительство детских дошкольных учреждений образования в регионах Минской области – в ближайшее время будет объявлен конкурс на

привлечение консультантов к подготовке технико-экономического обоснования проекта за счет средств технической помощи Евросоюза;

- проектирование и строительство станции скорой и неотложной медицинской помощи (СШМП) в г. Барановичи - проект рассматривается в качестве первого интеграционного проекта ГЧП Евразийского экономического союза. В качестве источника финансирования подготовки проекта рассматриваются средства Евразийского банка развития.

Центром ГЧП Национального агентства инвестиций и приватизации проводится

активная работа по поиску новых, качественных проектных предложений, представляющих интерес, как с точки зрения государства, так и бизнеса.

По любым возникающим вопросам и для получения более подробной информации по проектам можно обращаться в Центр ГЧП по тел.: +375 17 226-48-51 или по e-mail: ppp@investinbelarus.by

Мария Усик,
заместитель начальника
Центра государственно-частного партнерства
Национального агентства
инвестиций и приватизации

ШКОЛА БИЗНЕСА. КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ К ПЕРЕГОВОРАМ В ПРОДАЖАХ



Для этого нам надо подготовиться по трем позициям. И так, начинаем:

1. Мы. Компания

Для того, чтобы отстроиться от конкурента, нам нужно знать свой продукт. Звучит банально, но чем крупнее компания, тем ниже осведомленность о том, что происходит в соседнем отделе.

Человек, который идет на переговоры, должен знать конкурентные преимущества своей компании. Они должны быть выделены и четко сформулированы. Потому что клиенту не нужен продукт, ему нужно решение проблемы. Никто не покупает дрель ради счастья обладания ею. Дрель приобретают ради отверстий, которые можно сделать с ее помощью.

Ранее мы шли на переговоры по продажам, представляя себе, что в переговорах будет две стороны. Клиент и продавец. Исходя из этого, мы и строили нашу тактику.

Теперь рядом с нами конкурент. Везде. Всегда. Клиент всегда будет сравнивать. Сделать это ему сейчас легче, чем когда-либо. Он такой же пользователь интернета, как и мы с вами. Поэтому наше предложение изначально должно выглядеть так, чтобы было понятно, чем мы лучше конкурента. Почему работать надо с нами, а не с ними.

И да, самое главное. Конкурентное преимущество должно быть таковым с точки зрения клиента.

2. Клиент

На клиента можно смотреть с двух точек зрения:

- Как на компанию. Кто ваш клиент? Все, кто покупает ваш товар? Думать таким образом - большая ошибка. Прежде всего, клиент - это тот, кто покупает постоянно, кто доволен продуктом, кто остается с вами на долгие годы. И - очень важно - тот, чьи потребности вы можете удовлетворить. Если вам приходится выворачивать компанию наизнанку ради одного клиента, то, скорее всего, он вам не нужен.

- Как на человека, с которым предстоит вести переговоры. Мы должны представлять, кто в реальности наш клиент. Каков его профиль. Что он любит. Как себя ведет. Какие выгоды он может получить от работы с нами и в личном, и в карьерном плане. Ничего криминального - мы можем помочь ему сократить объем работы, которую он должен делать, или помочь ему в чем-то еще. Действуя таким образом, отталкиваясь от профиля клиента, мы можем подобрать правильные аргументы. И таким образом достичь цели.

3. Конкурент
Самая большая ошибка - сбрасывать конкурентов со счетов. Никто и никогда (или почти никогда) не принимает решение, основываясь только на одном предложении. Поинтересуйтесь,

сколько конкурентов выдает Google по запросу вашего товара или услуги? Иногда отстройка от конкурента делается легко, иногда не очень.

В некоторых сегментах рынка ваша позиция по отношению к конкуренту может изменяться ежечасно. Одним из таких сегментов рынка являются финансовые услуги.

Если на переговорах речь заходит о конкурентах, мы акцентируем не на их слабостях, а на наших преимуществах. И соблюдаем два правила:

- не ругаем (неэтичное поведение может не привлечь, а оттолкнуть клиента);
- не упоминаем имена (зачем рекламировать конкурента?)

ВАЖНО!
Для успеха на переговорах необходимо обязательно учитывать все три позиции: компания, клиент, конкурент. Качественная подготовка по этим направлениям помогает создать сильную позицию на переговорах. Успехов вам!

Марина Кожурова,
руководитель Школы
продаж Бизнес-школы ИПМ,
бизнес-тренер, коуч

ПАРТНЕРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА «ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ «ОТ МАЛОГО К ВЕЛИКОМУ»



ПАРТНЕРЫ ФЕСТИВАЛЯ «МОЛОДОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ» И КОНКУРСА «ПРОЕКТЫ БЕЗ ГРАНИЦ»



МОЛОДЕЖЬ И БИЗНЕС: ОБУЧЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

За молодыми кадрами большие перспективы...

В связи с тем, что сегодня в государстве уделяется повышенное внимание молодежной политике, ККУП «Витебский областной центр маркетинга» проводит ряд мероприятий, направленных на взаимодействие с молодежью и развитие молодежного предпринимательства.

Для того чтобы молодежь захотела заниматься бизнесом, необходимо распространение знаний по основам ведения предпринимательской деятельности среди молодежи, формирование привлекательного имиджа молодого предпринимателя.

Так, в рамках Международного форума «Инновационное предпринимательство Витебской области «От малого к великому» 28 октября 2016г. стартовал конкурс молодежных проектов «Проекты без границ».

Основными задачами конкурса стали: поиск предпринимательских проектов, перспективных для инвестирования и экономической поддержки, повышение уровня знаний молодых предпринимателей и взаимодействия с инвестиционными институтами и институтами власти, стимулирование и активизация инновационной работы среди молодежи, позиционирование Витебской области как площадки для перспективного центра информационных технологий.

На участие в конкурсе зарегистрирована 31 заявка. Участниками конкурса стали молодые люди со всей Витебской области. Все зарегистрированные проекты детально проработаны экспертной комиссией.

Отличительной чертой конкурса является то, что каждому участнику предоставляется эксперт по направлению деятельности для дальнейшей детальной проработки проекта.

Работа экспертов конкурса направлена, прежде всего, на стимулирование и поддержку инициатив, перспективных идей молодежи по созданию и внедрению инновационных бизнес-решений, образовательных и социальных практик.

Основными критериями для отбора финалистов стали новиз-



семинар «Начни свое дело» г. Миоры

на и оригинальность идей, их практическая значимость и наличие IT- составляющей. Отмечаем, что рассмотренные проекты являются как новыми, так и находящимися на стадии реализации.

Участники конкурса награждаются ценными подарками от партнеров конкурса, а победителей награждает Генеральный партнер конкурса «Проекты без границ» - компания ООО «Промстройсервис».

Также в Витебской области активно проводится работа по бизнес-обучению молодежи и лиц, желающих заниматься предпринимательской деятельностью. Такие обучающие семинары успешно прошли на территории Миорского района. Специально разработанная программа семинара-тренинга «Начни свое дело» помогает участникам не только получить теоретические знания, но и определить их профессиональную и бизнес-ориентацию. Так, по результатам семинара в Миорах, более 40% участников уверены, что полученные знания помогут им не только в открытии своего бизнеса, но и будут полезны в будущем, в частности, в будущей профессии. Проведенные семинары послужили первым шагом к формированию банка данных перспективной молодежи Миорского района.

Еще одно перспективное направление в бизнес-образовании - школьные бизнес-компании, которые направлены на получение учащимися практических навыков по основам предпринимательства и экономики, а также - содействие профессиональному самоопределению учащихся. Инициатором в проведении выступает Витебский областной институт развития образования, который разработал план мероприятий по содействию, распространению и развитию информационно-методических ресурсов и инфраструктуры по обучению учащихся учреждений образования Витебской области основам бизнеса и реализации

ими деловых инициатив через участие в деятельности школьных бизнес-компаний. Подводя итоги, необходимо отметить, что одним из главных достояний нашего государства в целом и Витебской области, в частности, выступает молодежь, которая очень активна, полна энергии, целеустремленности, конструктивных идей и смелых решений. Потенциал молодежи - ценность, от которой зависит будущее всего государства.

Ольга Левшина, заместитель директора ККУП «Витебский областной центр маркетинга»



Участник конкурса «Проекты без границ» Александр Прудников

ПЕРВЫЙ БИЗНЕС В БЕЛАРУСИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КРАУДИНВЕСТИНГА

Первый бизнес в Беларуси, с использованием краудинвестинга, создали двое парней из г. Новополоцка - Кирилл Кузин и Илья Трумм. По их словам, когда они услышали, что реализовать схему краудинвестинга в Беларуси невозможно, то решили - а мы сделаем! Ребята рассказали нам, как привлекали средства и каким образом будут продвигать свои идеи дальше.

Как Вам пришла идея привлечь деньги через краудинвестинг?

- Впервые идея привлечь деньги через краудинвестинг возникла у нас еще летом 2015. Но это было что-то из разряда фантазии или мечты. А потом мы побывали в Минске на международной конференции по краудэкономике. Мы хотели пообщаться с людьми, занимающимися краудинвестингом, найти площадку, разместить проект и так собрать инвестиции. Но в Беларуси таких площадок попросту не нашли. Там же поговорили с россиянами. Оказалось, что чисто теоретически привлечь деньги мы можем, но вложить собранные средства в Беларусь крайне затруднительно по законодательным ограничениям. А потом мы услышали, как один из спикеров заявил - в нашей стране краудинвестинг невозможен. Честно говоря, именно эта фраза нас и завела окончательно. Как это - невозможно? Мы решили доказать, что это не так. Как ни странно, одной из самых сложных задач было придумать проект. Мы решили, что он должен соответствовать 3 условиям: быть понятным людям (привлечь инвестиции в непонятный проект сложно); требовать небольших вложений (по неотработанной схеме привлечь сразу крупную сумму затруднительно, и этап сбора занял бы значительное время) и иметь короткий срок окупаемости (не многие люди согласились бы инвестировать в проект со сроком окупаемости в несколько лет).

Думали несколько месяцев. И однажды вечером, в конце декабря 2015, возникла идея - кафе в формате фастфуд! На листе бумаги был составлен схематический план. А уже на следующий день мы проработали проект более детально.

Как Вы нашли инвесторов?

- Соинвесторов искали среди знакомых, знакомые рассказывали своим знакомым, писали об этом в социальных сетях - в общем, сработал принцип «сарафанного радио». Нельзя сказать, что мы их уговаривали. По сути, инвестировали люди, которым эта идея стала интересна, и они видели в ней перспективу, при этом понимая риски. Найти соинвесторов удалось достаточно быстро: буквально через полтора месяца идею финансово поддержали 16 человек.

Как Вы выбрали помещение и формат?

- Помещение специально подбиралось из расчета, что будет большое количество людей, так сказать высокий трафик. В этом отношении ТЦ «Пралеска» является почти идеальным местом для подобного рода заведений. Помещение нам дали в аренду небольшое, порядка 30 квадратных общей площадью, но для нашего формата этого вполне достаточно. Кафе мы открыли в формате фастфуда с основным расчетом, что блюда будут брать на вынос. Хотя заметно, что именно в этом сегменте сейчас самый большой рост, это быстро и относительно дешево - заведений такого формата в Новополоцке практически не было. В самом центре нашего города не было ни одного кафе, где можно было бы перекусить.

Как Вы будете работать дальше и будете ли расширяться в будущем?

На данный момент кафе работает «в плюс». Однако мы



Кафе DoEAT г. Новополоцк

не исключаем, что планируемый срок окупаемости проекта - 1 год, придется скорректировать. Да, выручка растет, но всю прибыль мы вкладываем в развитие. Например, улучшение вентиляции, установка вывески, расширение ассортимента, в общем, есть еще необходимые расходы. Кроме того, приходится вносить некоторые коррективы и устранять недочеты. Например, будем покупать новый гриль. Мы приобрели рифленный, чтобы котлеты получались классические, в «клетку». Но оказалось, что его чистка занимает слишком много времени. А это неудобно при большом потоке людей.

Тем не менее, сразу после Нового года всем соинвесторам будем выплачивать первые дивиденды. То есть, мы рассчитываем, что кафе окупится если не в течение года, то до полутора лет точно. Само собой, будут и непредвиденные затраты, кроме тех, о которых мы говорили. Но пока все идет так, как запланировано.

А что касается расширения бизнеса - это уже отдельный вопрос. Возможно, будем расширять конкретно это заведение. Возможно, делать из него сеть. Так или иначе,

планы есть. Но есть и другие реальные возможности, есть другие предприниматели, который хотели бы запустить свое дело по такому же методу. Поэтому наша основная цель - создать в Беларуси краудинвестинговую площадку. Мы уже разговаривали о нашем проекте с одним из банков и нашли поддержку. По нашей задумке, банк помогает обеспечить движение средств от инвестора к предпринимателю, выступая при этом гарантом надежности и законности работы площадки. Ведь в локальном масштабе, в Новополоцке, у нас все получилось достаточно просто. А вот обеспечить возможность инвестирования, например, человеком из Бреста в бизнес в Гродно - гораздо сложнее. Постоянно общаемся с единомышленниками, ищем новые деловые контакты, записались на участие в новой конференции по краудэкономике.

У нас есть схема работы, и мы готовы помочь каждому, кому интересна эта тема. Мы хотим, чтобы тема краудинвестинга вошла в жизнь жителей нашей страны и была понятной им.

Ольга Ходырева, корреспондент

ПАРТНЕРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА «ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ «ОТ МАЛОГО К ВЕЛИКОМУ»



ПАРТНЕРЫ ФЕСТИВАЛЯ «МОЛОДОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ» И КОНКУРСА «ПРОЕКТЫ БЕЗ ГРАНИЦ»



КАК ВСЁ НАЧИНАЛОСЬ...



Сегодня корреспонденту газеты «Гостинный двор» о развитии собственного бизнеса рассказал победитель Национального конкурса «Предприниматель года», директор частного унитарного предприятия по оказанию услуг «Хэппи Стайл» Антоненко Сергей Викторович.

Как Вы пришли к тому, чтобы основать свою компанию?

- Когда я учился на первом курсе университета, я понял, что хочу заниматься своим бизнесом. Учился я на юриста, брал для себя всё, что мне нужно для открытия бизнеса, дополнительно читал специальную литературу. Закончил университет. Мысль об открытии бизнеса не уходила, но в любой проект нужны стартовые инвестиции. Начал искать деньги, не получилось. Пошёл работать по профессии, юристом. Вскоре ушел в армию. После армии пришлось вернуться на работу. Однажды увидел объявление, что продается

парикмахерская, позвонил, узнал цену...она шестизначная и в «не наших» деньгах... В этот день на работе я решил поискать в интернете другие объявления о продаже готовых парикмахерских. Было 2 не дорогих варианта - в районе 10 000\$ и расположенных где-то в отдаленных районах. Тут я решил подсчитать, а сколько нужно денег, если всё начать с нуля, самому, чтобы сделать всё так как хочется только мне. Цифра меня порадовала и закуражила. Я решил, что если не сейчас, то уже, наверное, никогда. Начал искать помещение под аренду, сразу нашёл около 10 вариантов и начал звонить...

Нашёл помещение, разработал бизнес-план, взял кредит. В августе 2013 г. зарегистрировал юридическое лицо и началась работа над открытием первой парикмахерской.

Моя цель — большая компания, которая оставит свой след, которая взяла своё начало с небольшого салона красоты и выросла несмотря ни на что. Основная задача нашей команды — дать клиенту качественную услугу и искренний сервис.

На сколько рынок парикмахерских услуг конкурентный?

Конкуренция велика и я вижу только один способ выжить — это качество оказываемой услуги, это довольный клиент, это 100% гарантии того, что придя к нам, клиент улыбнется, увидев результат. Пусть мы не предло-

жим много услуг и опций, как в самом навороченном салоне красоты Парижа, но то, что мы предложим, мы должны делать лучше всех! Вот тогда нам никто не страшен.

Салонный бизнес очень трудоемкий, капризный. Любая мелочь может перечеркнуть все усилия. Чтобы сглаживать капризы, нужны качественные услуги, искренний сервис и забота о клиенте.

У Вас есть специальные маркетинговые стратегии для продвижения своих услуг?

Реклама — это очень важная составляющая развития любого бизнеса. Я не верю в типовую стандартную рекламу. Реклама в транспорте, биллборды, растяжки, флаеры — это может быть и хорошо, но я больше доверяю, как говорится, «сарафанному радио» и тому, что о нас говорят. В основном, продвижение идёт через социальные сети. Я веду свой блог «В контакте», есть дополнительная страница сети Smile, на портале Gorodvitebsk.by. За 2,5 года работы сети Smile в г. Витебске о нас узнали многие.

Как Вы планируете свое дальнейшее развитие?

Наша самая главная цель, это развитие франчайзингового проекта. Мы сейчас полноценно развиваемся по франчайзингу. У нас в сети 13 объектов, из них моих собственных только 4, все остальные открыты по нашему бренду. У нас зарегистрирова-

ны товарные знаки, сформирован франчайзинговый пакет. Мы не просто продаем свой бренд, мы ищем желающего открыть свой бизнес, проводим его по всем инстанциям, проходим все проверки, регистрируем ему юридическое лицо, то есть даем бизнес «под ключ». Он получает готовый бизнес, работающий бизнес, при этом абсолютно не допуская ошибок на стадии старта. Это идеальная модель для тех, кто хочет стартовать в бизнесе и не допускать ошибок. Такой пример мой собственный. Первый салон я открыл за 5-6 месяцев, а по франшизе мы открываем салон за 20-30 дней.

Какие советы Вы можете дать предпринимателям, которые только задумываются об открытии своего дела?

Главный совет, который можно дать — это не ждать, не мечтать, не думать, а делать. Когда в процессе ты начинаешь что-либо делать, появляются и инструменты, и возможности. Только так и достигается результат. Главное не бояться, это очень интересно. Даже если сразу что-то не получится — Вы получите колоссальный опыт. Это совсем другая жизнь, каждый день на эмоциях, а Ваш телефон разрывается от проблем и рабочих вопросов, ради которых стоит жить.

Ольга Ходырева, корреспондент

МЫ ВМЕСТЕ ОПРЕДЕЛЯЕМ БУДУЩЕЕ!

ОРГАНИЗАТОРЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА «ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ «ОТ МАЛОГО К ВЕЛИКОМУ» И ФЕСТИВАЛЯ «МОЛОДОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ» ВЫРАЖАЮТ

БЛАГОДАРНОСТЬ

Генеральному Партнеру Форума ООО «Марко» и лично генеральному директору Мартынову Николаю Васильевичу, Официальному Партнеру Форума УП «Полимерконструкция» и лично директору Иванову Сергею Анатольевичу. Благодаря Вашей партнерской поддержке Форум стал актуальной бизнес-традицией для Витебской области и платформой для поиска стратегий роста и новых решений, ведь мы живем в период инновационных перемен.

Форум позволяет открыть возможности для тех, кто решил начать свой бизнес, и является отправной точкой для начинающих предпринимателей. Именно благодаря Вам в этом году форум расширил свои направления и уделил огромное внимание вопросам профессиональной поддержки талантливой и инициативной молодежи, так как инновационные идеи всегда актуальны. Примером воплощения идей является Ваш успешный опыт. Ведущими брендами Витебской области гордится вся Республика.

Выражаем благодарность за поддержку, помощь в организации и продвижении Международного Форума и Молодежного Фестиваля Генеральному информационному партнеру Форума - Телерадиокомпания «Витебск», Генеральному партнеру фестиваля - ООО «Промстройцентр», а также партнерам: редакции газеты «Витебские вести», Витебскому городскому portalу gorodvitebsk.by, ЗАО «МТБанк», Бизнес-школе ИПМ, УП «Лисекон», индивидуальному предпринимателю Купрееву Алексею, военно-спортивному клубу «Зубр», клубу активного отдыха «Хантер», ООО «БРСМ», тренинговому центру «Сталкер», ЧП «ВитАутсорсингСервис», сети салонов-парикмахерских «Smile», туристической фирме «Илва», Витебской студии риторики и ораторского мастерства, ООО «Центр деловых коммуникаций БЕЛБИЗ», Национальному центру правовой информации Республики Беларусь, ГУДОВ «Витебский областной институт развития образования». Для современной молодежи Вы отличные примеры для подражания.

ОРГКОМИТЕТ ФОРУМА

ИСКРЕННЕ РАДЫ ВОЗМОЖНОСТИ РАБОТАТЬ С ВАМИ НАД РЕАЛИЗАЦИЕЙ БУДУЩИХ ПРОЕКТОВ!

Гостинный двор

17 ноября 2016 года
ЧЕТВЕРГ № 3 (559)

Учредитель: Коммунальное консалтинговое унитарное предприятие «Витебский областной центр маркетинга»

Главный редактор: Макаренко Ирина Николаевна

Свидетельство о государственной регистрации средства массовой информации № 1104 от 22.01.2010 года, выданное Министерством информации Республики Беларусь

Адрес: проезд Гоголя, 5, 210015, г. Витебск. Тел. 42-60-09

Номер подписан 11.11.2016 г. в Объем печ. л. Тираж 1000 экз. (1-й з-д 1-200). Заказ 6613

Унитарное полиграфическое предприятие «Витебская областная типография»

ЛП № 02330/116 от 27.03.2014

© Коммунальное консалтинговое унитарное предприятие «Витебский областной центр маркетинга», 2016

ISSN 1990-4851

