

Программа «Мама-предприниматель»-2024 стартовала: новые регионы-участники и дополнительные треки. Когда региональные победительницы со всей страны встретятся на федеральном этапе? —> [с. 2](#)

Создаём и защищаем сильный бренд с экспертами центров «Мой бизнес»: регистрация логотипа, компенсации за нарушение интеллектуальных прав и формула успеха торговой марки —> [с. 4](#)

Анапская косметика с морскими ингредиентами, новосибирские валенки-лапинки и вологодское масло: о локальных брендах, которые несут культурный код регионов —> [с. 6](#)

Мой бизнес

ДЕЛОВОЕ ИЗДАНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

№ 02 (11) ИЮНЬ 2024

Татьяна Илюшникова,
заместитель министра
экономического развития РФ:

«Необходимо усиливать работу над развитием брендов в секторе малого и среднего предпринимательства. За последний год объём инвестиций в сферу нематериальных активов вырос в полтора раза. Сейчас мы ведём работу над законопроектом по креативным индустриям» —> [ПМЭФ-2024 с. 5](#)



«ОМДЖЕТ»: БЕСПИЛОТНЫЙ ПОДЪЁМ

ИСТОРИЯ УСПЕХА

В школьные годы Валерий Ярмошик хотел поступить в лётное училище — сейчас же он производит беспилотники «ОмДжет». История омской компании, которая разработала и выпускает беспилотные летательные аппараты для гражданских нужд.

МЕЧТА О НЕБЕ

Будущее, которое ассоциируется с беспилотными устройствами, не рядом — мы уже живём в нём. Из диковинки и «игрушки» дроны превратились в «рабочих пчёл». С каждым годом появляются новые производители, предлагая отечественному рынку БПЛА достойные образцы, составляя серьёзную конкуренцию импортным аналогам и влияя на развитие отрасли в целом. Один из них — компания Валерия Ярмошика «ОмДжет».

— В школьные годы я собирал кордовые модели и хотел поступить в Ачинское лётное училище. В 35 лет я увлекся радиоуправляемыми моделями самолётов, начал летать на мотопараплане и пытался с его помощью выполнить аэрофотосъёмку. Моя другая компания «Национальный земельный фонд» около шести лет использует БПЛА при выполнении работ по всей стране. Идея запустить проект по производству беспилотников возникла, когда мы устали по три-шесть месяцев ждать очередной аппарат, который потом придётся «допиливать» под наши требования, — рассказывает омич.

ИЗ САМОЛЁТА — В ДРОН

Если наземные беспилотники только отвоёвывают себе место под солнцем, то их летающие собратья полноценно работают в небе. Модели «ОмДжетов» используют в геодезии и картографии, строительстве и архитектуре, экологии и природопользовании. К примеру, «ОмДжет-АФС-01» может выполнять вертикальный взлёт и посадку в сложных условиях, что было доступно ранее только квадрокоптерам. С весом полезной нагрузки до трёх килограммов он способен находиться в воздухе около двух часов со скоростью 70 км/ч. Такие аппараты используют для аэрофотосъёмки труднодоступных удалённых мест.

— В качестве прототипа мы взяли модель самолёта с вертикальным взлётом, который используем уже года три. Доработали, протестировали, собрали три штуки «АФС-01», предназначенных для выполнения высокоточной аэрофотосъёмки. Производством ни я, ни собранная под проект команда ранее не занимались, но несмотря на это уже через четыре месяца мы предложили законченный продукт с лучшим соотношением цены, качества и эксплуатационных характеристик. Почти сразу у нас пошла продажа. Как показал анализ,

мы одни из немногих, у кого можно купить данный вид аппаратов с отгрузкой через три-пять дней, а не через два-шесть месяцев и после 100% предоплаты.

НАРОДНЫЕ ЛИДЕРЫ

По словам Валерия Ярмошика, отрасль беспилотников активно развивается. Только в его не очень большой компании в работе применяется девять профессиональных беспилотных воздушных судов. У проекта «ОмДжет» есть продажи в Омске, Махачкале; сейчас тестируется модель для Краснодара, есть потенциальные покупатели в Новосибирске, Екатеринбурге. И это при отсутствии рекламы и ещё не сформированном отделе продаж. В планах — «завязать» контакты с федеральными министерствами в Москве: только «лесники» должны купить для своих нужд около пяти тысяч беспилотных воздушных судов в ближайшие три года.

Компания «ОмДжет» впервые приняла участие в премии «Предприниматель ГОРОДА — 2024», которая реализуется в рамках Нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство», и стала одним из лидеров народного голосования.

— Случайно нашли информацию о премии на просторах интернета и решили, что интересно заявиться с нашим новым проектом «ОмДжет» в номинации «Омская марка». Мы изначально ассоциировали себя с Омском как в названии, так и в оформлении нашей продукции. Меня как предпринимателя знают многие. Я или члены моей команды рассказывают о практических результатах использования нашего «ОмДжет-АФС-01» на профильных конференциях и семинарах. Мы проводим экскурсии для студентов профильных направлений омских вузов.

АМБИЦИИ ВАЖНЕЕ ДЕНЕГ

Главным качеством успешного предпринимателя Валерий считает рефлексию относительно происходящего вокруг. Как отмечает создатель беспилотников, предприниматель должен чувствовать, что приведёт команду к успеху.

— Сам успех, на мой взгляд, это не количество заработанных денег, а удовлетворение от процесса и взаимодействия в команде. Мне всегда хочется быть в числе лидеров российского рынка, на котором я работаю.



МАМЫ ИДУТ В БИЗНЕС

В КУРСЕ ДЕЛА



Программа «Мама-предприниматель» набирает обороты: в этом году региональные этапы охватят 70 субъектов, а для участниц будут реализованы дополнительные тематические треки.



«Сегодня женщины — активные участники экономики, в том числе и в качестве предпринимателей. Мы замечаем такую тенденцию: часто декрет становится тем поворотным событием, когда женщины задумываются о смене вида деятельности и приходят к мысли о запуске своего дела. Бизнес даёт возможность повысить доход семьи, самореализоваться и при этом уделить достаточное время и внимание близким. Сегодня в России свой бизнес развивают 6 млн женщин, это 44% от общего числа предпринимателей и самозанятых. Цель программы «Мама-предприниматель» — ещё больше раскрыть потенциал женского предпринимательства», — отмечает замминистра экономического развития России **Татьяна Илюшников**.

В прошлом году в программе приняли участие свыше 3,5 тысяч женщин-предпринимателей. Из них более 3 тысяч успешно реализуют свои бизнес-проекты. Объём грантовой поддержки составил 9 млн рублей, ещё на 5 млн участницы получили поддержку по продвижению бизнеса, выходу на маркетплейсы и др. Также впервые прошёл федеральный этап.

В этом году женщины смогут принять участие в дополнительных треках: «Мама на селе», «Мама в туризме», «Мама-экспортёр». Для предпринимательниц из новых регионов будет проведён уникальный модуль «Мама-дети-бизнес». В конце года участницы встретятся на федеральном этапе.

Организатор программы «Мама-предприниматель» — Минэкономразвития России при личной поддержке замминистра экономического развития **Татьяны Илюшниковой**.

Оператор: АНО «Мой бизнес — мои возможности». Соорганизаторы: Фонд «Наше будущее», Корпорация МСП. Генеральный партнёр — WILDBERRIES. Банк-партнёр — «Сбер». Партнёры проекта: Союз женщин России, VK, iDIALOGUE.

НОВОСТИ

НАЛОГ НА ОНЛАЙН ДЛЯ ЕАЭС

Совет Федерации одобрил законопроект, который обяжет налогоплательщиков из стран ЕАЭС уплачивать НДС в российский бюджет, если они продают товары через любые электронные торговые площадки в России. Если товар возвращают или покупатель отказывается от него, уплаченный НДС можно использовать для уменьшения суммы налога в будущем. Платить НДС нужно не позднее 28-го числа месяца, следующего за месяцем продажи товара. Теперь законопроект должен подписать президент. Предполагается, что закон начнёт действовать с 1 июля 2024 года.

🕒 **Законопроект № 564179-8**
«О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса РФ»

ДОПГАРАНТИИ ПРАВ РАБОТНИКОВ

Внесён законопроект о дополнительных гарантиях защиты прав работников предприятий и организаций. Поправками предлагается закрепить продолжительность отпуска для инвалидов, прописываются инструменты повышения мобильности работников и противодействия задержке зарплат, предусматривается госконтроль за исполнением трудовых соглашений. Работодатели смогут временно направлять работников через службу занятости в организации, где есть вакансии. Трудовые договоры с первым работодателем на этот период будут приостанавливаться.

🕒 **Законопроект № 625769-8**
«О внесении изменений в Трудовой кодекс РФ»

ПРИГРАНИЧНАЯ СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА

Государственная Дума приняла законопроект о введении режима свободной экономической зоны на отдельных территориях, граничащих с ДНР, ЛНР, Запорожской, Херсонской областями и с Украиной. Речь идёт о Белгородской, Курской и Брянской областях. Согласно проектам, инвесторы, вкладывающие средства в развитие этих территорий, в их промышленность, логистику, получают льготы по налогу на прибыль, имуществу, землю и льготы по уплате страховых взносов. Границы СЭЗ определит правительство РФ.

🕒 **Сообщение на сайте Государственной Думы**



ПРОГРАММА МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ И «АВИТО»: НОВЫЙ ЭТАП

Министерство экономического развития и «Авито» повторно запустили меры поддержки малых и средних предпринимателей, которые продвигают свои услуги и товары на платформе. Об этом стало известно на сессии «Устойчивое партнёрство государства и бизнеса» на Форуме МСП в стартовый день ПМЭФ. Приём заявок продлится до 30 сентября 2024 года.

4 МЛН БОНУСНЫХ РУБЛЕЙ

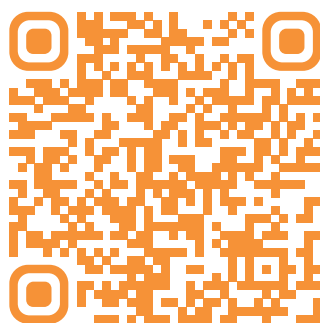
«Первый этап программы начался в 2023 году. В ходе него заявки на получение поддержки подали порядка 4 тысяч самозанятых, индивидуальных предпринимателей и представителей малого и среднего бизнеса. За это время предприниматели получили почти 4 млн бонусных рублей, которые можно вложить в продвижение объявлений на платформе «Авито», — замечает заместитель министра экономического развития России **Татьяна Илюшников**.

«Такие платформы, как «Авито», становятся не просто возможностью, а одним из базовых каналов продвижения услуг и товаров во время развития онлайн-инструментов. Предприниматели весьма требовательны и ищут наиболее выгодные и комплексные условия для продвижения своих продуктов», — выделяет управляющий директор «Авито» **Влад Федул**.

5 МЛН ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Бонусы на продвижение на «Авито Услуги» и «Авито Товары» доступны новым пользователям платформы: самозанятым, индивидуальным предпринимателям и организациям из сферы услуг, а также продавцам товарных категорий. На площадке работает уже около 5 млн профессиональных пользователей. До 30 сентября необходимо подключить подписку «Расширенная» или «Максимальная» и пополнить кошелек на «Авито» от 1 000 рублей одним платежом. Всего может быть начислено до 25 000 бонусов.

Оператор партнёрской программы — Национальное агентство развития предпринимательства «Мой бизнес — мои возможности» (Ассоциация «Мой бизнес»). Это уже третья волна проекта по поддержке предпринимателей на «Авито».



Оставить заявку

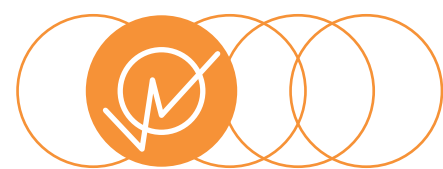
НОВАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ЦЕЛЬ В ЦИФРАХ

В Указе Президента РФ от 7 мая 2024 года на период развития России до 2030 года и на перспективу 2036 года определена одна из национальных целей — устойчивая и динамичная экономика. Обозначены показатели, выполнение которых характеризует её достижение.





НАТАЛЬЯ РАКОЧ:



АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

«НЕДОВЕРИЕ К РОССИЙСКОМУ ПРОИЗВОДСТВУ СМЕНЯЕТСЯ ГОРДОСТЬЮ»

Бизнес-леди, основательница известных косметических брендов Наталья Ракоч стояла у истоков зарождения российской индустрии красоты. За её плечами — десятки успешных проектов и сотрудничество с ведущими производителями косметики. Мы попросили Наталью рассказать о современных механизмах продвижения брендов и о том, как избежать классических ошибок на старте, а также о сегодняшнем фокусе внимания на российского производителя.

— Когда-то Вы запускали бренд **VIVIENNE SAVO**, популярный и востребованный среди россиянок. Сегодня Вы создали новый бренд **RBC**, который уверенно завоёвывает российский рынок. Отличаются ли инструменты создания и продвижения бренда тогда, в начале нулевых, и сегодня, спустя практически 20 лет?

— Прозвучу сейчас старомодно: инструменты создания не изменились. Очень изменился рынок, покупатель и каналы сбыта. Чтобы сделать хороший продукт, мы с командой выработали алгоритм действий, и он не подводит. А продвижение очень поменялось. Для молодого бренда дорогостоящая реклама как тогда, так и сейчас не очень доступна, поэтому важно мнение первых покупателей. Сейчас с этим проще — на любой платформе можно прочитать отзывы покупателей, и это очень драйвит продажи.

— Одним из самых популярных продуктов бренда **VIVIENNE SAVO** стала тушь **САВАРЕТ**, получившая признание и обычных женщин, и известных персон нашей страны. Как удалось создать недорогой продукт, который по своим свойствам не уступает люксовым?

— Сам продукт сделан из проверенной десятилетиями итальянской массы в сочетании с очень удобной кисточкой. Все продукты бренда недорогие, поэтому цена так или иначе должна была соответствовать. Концепция с одной стороны

отсылает к французскому позиционированию бренда, с другой — для аудитории постарше — отсылает к огромным ресницам героини Лайзы Минелли из фильма «Кабаре». Вот так сошлось всё вместе и получился суперпродукт.

— Раскрутить можно, наверное, любой бренд. Но если под привлекательной оболочкой нет реальной пользы и преимуществ конкретного продукта, сможет ли такой бренд присутствовать на рынке долго? Можно ли поддерживать его популярность, несмотря ни на что?

— Я не знаю. Мне не близко слово «раскрутить». Я, наверное, даже не сумела бы это сделать. А вот сделать что-то, что нравится людям, — это моё. А люди дальше уже сами всё раскрутят.

— Как трезво оценить потенциал продукта? Есть ли какие-то признаки, что один продукт можно и нужно продвигать, а вот от продвижения второго лучше отказаться? Как их «нащупать»?

— Все продукты, которые мы делаем, имеют потенциал. Просто какие-то больше нравятся, какие-то попадают в правильные руки, какие-то удачно вписываются в канал продаж. Очень важны тренды, их надо чувствовать и их атрибуты использовать в продуктах обязательно. Такие продукты дольше живут на рынке. То, что не имеет потенциала, мы просто не запускаем. У нас очень жёсткие требования на этапе разработки.

— Как пришла идея создать

RUSSIAN BEAUTY GURU? И в какой момент, на Ваш взгляд, мы начали любить всё российское после долгих лет уверенности, что всё лучшее — это произведённое за рубежом?

— Интерес к российскому в еде и одежде появился после первых санкций, начиная с 2014 года. Предприниматели стали не скрывать, что производят продукты в России.

В косметике же, особенно декоративной, всегда лидировали иностранные бренды. Сработать на контрасте, попробовать первыми занять эту нишу — была моя гипотеза, и я стала активно разрабатывать проект. Изначально это вообще было придумано как шоу, которое бы показало людям, как и где создаётся косметика. С шоу не получилось из-за пандемии, а продукты появились. Мы создаём каждый из них совместно с известными бьюти-экспертами. Нас уже 10 — это хороший резон для людей доверять нашим продуктам. Потому что гуру очень беспокоятся о своей репутации, а значит — выпускают и продвигают только крутые продукты, на которых к тому же написано их имя.

В феврале 2022 года медиа резко обратили внимание на нас, российских производителей, и стали активно поддерживать. В прошлом году вышла передача на федеральном канале, где рассказывали о российских производителях. Много пишут и показывают в телеграм-каналах. В целом, недоверие к российскому

производству сменяется удивлением и гордостью. Это помогает продвигать и продавать.

Но больше всего, конечно, помогают отзывы о качестве продукта и о нашем нарочито русском позиционировании. Мы провели большую работу, чтобы так элегантно вписать наше наследие в названия и дизайн продуктов. Пока мало кто на рынке так умеет, поэтому RBC существенно отличается.

— Не можем обойтись без советов для начинающих. Как запустить свой бренд и как сделать это грамотно? Какие ошибки чаще всего совершают молодые и неопытные предприниматели и как их избежать?

— Обязательно возьмите консультацию: не платите за свои ошибки — лучше заплатите за рассказ, как их не делать. Обязательно посетите отраслевые выставки — там всегда есть конференции, где можно познакомиться с экспертами и послушать их доклады. У нас в отрасли все очень щедро делятся информацией. Обязательно проведите тестирование у потребителей — не производите продукт, пока не убедитесь, что он классный и решает реальную проблему. Имейте второе мнение и коллекционируйте критику — это поможет улучшить продукт и не потерять деньги. Следите за трендами. Ищите ниши. Изучайте своих потребителей, делайте их своими друзьями. Сделайте так, чтобы через ваш продукт люди почувствовали ваше уважение к ним и вашу любовь к тому, что вы делаете.

Интервью подготовил
Центр «Мой бизнес»
Самарской области

ИИ РЕШЕНИЯ

ПСБ РАСШИРИЛ ВОЗМОЖНОСТИ ОБЩЕНИЯ С НЕЙРОСЕТЬЮ В ЧАТ-БОТЕ ДЛЯ БИЗНЕСА

ПСБ интегрировал в бизнес-ассистента возможность выбирать темы для общения с нейросетью GPT, что упростило работу предпринимателей, занимающихся интернет-торговлей.



Дмитрий Шенберг,
руководитель по цифровому
транзакционному бизнесу ПСБ



С прошлого года бизнес-клиентам ПСБ доступен сервис для общения с искусственным интеллектом в мобильном и интернет-банке, а также в мессенджерах на темы, выходящие за рамки банковских услуг. Использование нейросети GPT — большой языковой модели, которая была внедрена в текстовые каналы коммуникации ПСБ, — позволяет предпринимателю получать интересующую его информацию в привычном канале общения, решать простые бизнес-задачи и поручать виртуальному помощнику рутинные процессы, освободив время, например, для реализации планов по развитию компании.

Банк запустил специальные сценарии, позволяющие использовать возможности нейросети, встроенной в текстовые каналы Катюши, бизнес-ассистента, для решения ежедневных задач предпринимателей. Теперь пользователи могут выбирать интересующую их тему для общения с роботом из предложенного списка.

«Мы видим большой потенциал нейросети GPT в разных

областях жизни и со своей стороны изучаем возможности применения искусственного интеллекта в банковской сфере, чтобы клиенты уже сейчас смогли получить новый опыт при общении с ПСБ. Поэтому мы предложили активно растущему сегменту интернет-торговли общение с нейросетью по уже заданным тематикам, упростив поиск ответов на актуальные вопросы в привычных каналах взаимодействия

с нами», — отмечает Дмитрий Шенберг, руководитель по цифровому транзакционному бизнесу ПСБ.

Нейросеть может генерировать ответы на отзывы, создавать описание карточек товаров, предлагать маркетинговые заголовки, интегрировать в тексты ключевые слова и многое другое. При этом всегда есть возможность задать вопрос в свободной форме и предложить свою тематику.

НА СТРАЖЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРАВ

КАК ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ ЛОГОТИП И ЗАЩИТИТЬ БИЗНЕС

МОЁ ПРАВО



Зарегистрированный логотип является важной частью брендинга и имиджа компании. Регистрация логотипа также может обеспечить юридическую защиту интеллектуальной собственности бизнеса. Разберёмся подробнее вместе с экспертом Алексеем Мишанским, юристом по интеллектуальным правам Центра бизнес-обучения «Ваш Партнёр» — партнёром центра «Мой бизнес» Краснодарского края.



Одной из важных мер защиты бизнеса является регистрация логотипа. После получения регистрационного свидетельства можно начать использовать его для защиты своего бренда. Важно соблюдать следующие пункты:

ОТСЛЕЖИВАНИЕ НАРУШЕНИЙ

Зарегистрированный логотип даёт право владельцу контролировать использование графического обозначения бренда и обнаруживать возможные нарушения. Регулярно мониторьте рынок и интернет, чтобы узнать, используют ли другие компании ваш логотип без разрешения.

ПРИНУДИТЕЛЬНЫЕ МЕРЫ

В случае обнаружения нарушений можно принять принудительные меры. Например, можно отправить предупреждение нарушителю, требуя прекратить использование вашего логотипа. В случае отказа можно обратиться в суд.

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Если вы хотите использовать свой логотип на продуктах или услугах, которые будут производить или предоставлять другие компании, оформите лицензионное соглашение. Это позволит вам контролировать использование и защиту логотипа.

ТАМОЖЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

Если вы зарегистрировали логотип, рекомендуется также внести товарный знак в таможенные реестры объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС). Это поможет предотвратить импорт или экспорт продукции с вашим логотипом без разрешения. Таможенная служба не берёт пошлин за внесение товарного знака в ТРОИС.

ЧЕК-ЛИСТ

Процесс регистрации логотипа включает несколько шагов, которые нужно последовательно пройти для получения свидетельства о регистрации товарного знака.

- ✓ Разработайте или закажите графическое обозначение, которое вы будете регистрировать как товарный знак.
- ✓ Проверьте изображение на уникальность — для этого лучше обратиться к патентному поверенному.
- ✓ Подайте документы на регистрацию. Это можно сделать самостоятельно, направив соответствующую заявку в Роспатент почтой России, на «Госуслугах», или обратившись к юристам по интеллектуальным правам.
- ✓ Решите, на какие товары или услуги будет распространяться действие логотипа, выбрав классы МКТУ.
- ✓ Заплатите госпошлину: 3 500 рублей за регистрацию заявления и его формальную экспертизу плюс по 1 000 рублей за каждый класс МКТУ свыше пяти; 11 500 рублей за проведение экспертизы обозначения плюс 2 500 рублей за каждый класс МКТУ, если их больше одного.
- ✓ Дождитесь результатов обеих экспертиз — в общей сложности это займёт более года.
- ✓ Получите свидетельство на товарный знак и заплатите госпошлину за внесение товарного знака в реестр — от 18 000 рублей.
- ✓ Проверьте факт публикации сведений о регистрации вашего логотипа в бюллетене Роспатента.

ВАЖНО

Помимо регистрации логотипа как торговой марки, может понадобиться регистрация авторских прав на дизайн логотипа. Это поможет дополнительно защитить вашу интеллектуальную собственность и предотвратить копирование и использование логотипа другими компаниями.

ВОПРОС-ОТВЕТ



КОНКУРЕНТ ИСПОЛЬЗУЕТ МОЙ ТОВАРНЫЙ ЗНАК. НА КАКУЮ КОМПЕНСАЦИЮ Я МОГУ ПРЕТЕНДОВАТЬ?

Александра Болотова, патентный поверенный РФ, директор «Сибирь Патент», эксперт центра «Мой бизнес» Новосибирской области

— Законом предусмотрена компенсация от 10 000 до 5 000 000 рублей. Конкретная сумма иска заявляется с учётом масштабов нарушения. Также возможно рассчитать сумму компенсации как двукратный размер стоимости права на товарный знак. Например, лицензионный договор на право пользования товарным знаком заключён на сумму 1 200 000 рублей, следовательно, с нарушителя можно потребовать компенсацию в размере 2 400 000 рублей. Также есть вариант получить с правонарушителя двукратную стоимость контрафактных товаров, если известно, сколько контрафакта он успел продать.

СОЗДАЁМ СИЛЬНЫЙ БРЕНД

с Анной Мягкой, спикером Дня маркетинга центра «Мой бизнес» Ростовской области

МОЯ ИНСТРУКЦИЯ

- 🕒 **Оформите** платформу бренда отдельным документом, который будет включать: анализ рынка, креативную коммуникационную стратегию и ДНК бренда.
- 🕒 **Обратите** внимание на следующие составляющие при разработке ДНК бренда: целевая аудитория, миссия бренда, ценности, эмоциональные и рациональные преимущества, легенда бренда, характер, УТП, атрибуты.
- 🕒 **Изучите** целевую аудиторию по соцсетям. Платформы помогут проанализировать поведенческие реакции. 200-300 релевантных пользователей будет достаточно.
- 🕒 **Цените** обратную связь. Хороший инструмент — опросы. Спрашивайте у клиентов, насколько они готовы рекомендовать ваш бренд. Это поможет увеличить продажи, удержать старых клиентов и привлечь новых, оценить эффективность сервиса и получить оценку продукта.

Проверяйте бренд с помощью трёх показателей:

- 1 **Уровень** лояльности клиентов. Сюда входят следующие факторы: система скидок и бонусов, сервис, социальные проекты, участие в премиях и конкурсах.
- 2 **Ценность** клиента. Включает в себя то количество денег, которое тратит клиент на бренд за период взаимодействия с ним. Показатель рассчитывается следующим образом: средний чек умножаем на общее количество покупок.



3 **Стоимость** привлечения клиента. Рассчитывается по формуле: сумма маркетинговых расходов за период делится на количество привлечённых за это время покупателей.

🕒 **Оценивайте** результаты. Соотнесите второй показатель с третьим. Соотношение: 3:1 — хороший результат, 1:1 — требует пересмотра коммуникационной, рекламной стратегии и системы лояльности.

ПМЭФ-2024:

ПАРТНЁРСТВО В ТРЕУГОЛЬНИКЕ «ГОСУДАРСТВО — КРУПНЫЙ БИЗНЕС — МАЛЫЙ БИЗНЕС»



На полях Петербургского международного экономического форума обсудили, как партнёрство государства и бизнеса влияет на развитие МСП, какие компетенции необходимо развивать предпринимателю прямо сейчас и как регионам определить точки роста для качественного роста бизнеса.

«БУДЕМ СОЗДАВАТЬ ВСЕ УСЛОВИЯ, ЧТОБЫ МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ КОМПАНИИ РОСЛИ ЕЩЁ БЫСТРЕЕ»

Об этом на пленарном заседании в рамках ПМЭФ сообщил Президент России Владимир Путин. Он отметил, что в России продолжится создание условий для быстрого роста МСП, повышение эффективности действующих мер поддержки и создание новых. Кроме того, Президент объявил, что цель нарастить число занятых в малом и среднем бизнесе до 25 млн человек достигнута досрочно.



ПМЭФ'24
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ



ВЛАДИМИР ПУТИН ОТМЕТИЛ:

- Темпы роста экономики РФ превышают среднемировые.
- Для поддержки производства потребительских товаров нужен запуск новых проектов во всех регионах страны.
- Правительству совместно с Центробанком необходимо предусмотреть компенсацию затрат на первичное размещение акций для малых технологических компаний.
- Необходимо проработать дополнительные меры поддержки для российских разработчиков ПО, в том числе определить уровень закупок компаний с госучастием у малых технологических компаний и стартапов.
- Нужно проработать федеральный закон, который даст чёткую правовую базу креативной индустрии — граждане заинтересованы в товарах российского производства.
- Для российских IT-компаний нужно установить ставку в 5% по налогу на прибыль до 2030 года.

ТОЧКИ РОСТА РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК

Эту тему обсудили на деловом завтраке ПСБ «Сильные регионы — сильная Россия». Одними из самых эффективных видов поддержки бизнеса являются финансовые инструменты: льготные кредиты, микрозаймы, поручительства и гранты. С 2020 года предприниматели смогли привлечь на развитие своего дела 6 трлн рублей при поддержке льготных инструментов.

Как отмечает замминистра экономического развития РФ **Татьяна Илюшников**, важно координировать федеральные и региональные меры поддержки. Востре-

бованным инструментом для развития региональных экономик и производственного бизнеса являются промпарки, технопарки и бизнес-парки.

Всего действуют 430 промпарков и технопарков, 91 из которых создан Минэкономразвития. Сегодня субъектами МСП — резидентами наших парков создано 34 тысячи рабочих мест, вложено внебюджетных инвестиций более 10 млрд рублей, 7,6 млрд рублей поступило в виде налоговых поступлений от предприятий только за первый квартал 2024 года.

О КАЧЕСТВЕННОМ РОСТЕ МСП

В ходе пленарной сессии «Продвижение качественного роста: стратегии и инструменты для МСП» министр экономического развития РФ **Максим Решетников** заявил, что сектор МСП будет играть ключевую роль в экономике предложения.

Минэкономразвития ведёт отдельную работу по созданию комплекса инструментов поддержки компаний, которые преодолели критерии малого и среднего бизнеса и находятся на этапе масштабирования в крупнейшие компании. Соответствующий законопроект планируется принять до конца текущего года.

Кроме того, в рамках пленарной сессии обсудили роль российских компаний в развитии экономики страны. По словам **Татьяны Илюшниковой**, необходимо усиливать работу над развитием брендов в секторе малого и среднего бизнеса.

«Президент России поставил одной из национальных целей увеличение вклада креативных индустрий в экономику России. За последний год объём инвестиций в сферу нематериальных активов вырос в полтора раза. Растёт и число заявок от МСП на защиту интеллектуальной собственности. Сейчас мы ведём работу над законопроектом по креативным индустриям — этот сектор сегодня имеет огромный потенциал: это бизнес в сфере моды, аудиовизуальные произведения, крафтовые производства, народные промыслы и множество других сфер», — пояснила заместитель министра.



ВРЕМЯ КОМПЕТЕНЦИЙ: НУЖНО ЛИ СТАНДАРТИЗИРОВАТЬ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ?

В рамках стартового дня ПМЭФ на сессии «Время компетенций» спикеры обсудили особенности образования для предпринимателей как самостоятельного сегмента, где важны доверие и двусторонняя работа. Тренды бизнес-образования рассмотрели с разных сторон: регулирующего органа и заказчика образовательных программ — Минэкономразвития России, региональной инфраструктуры, образовательных компаний и высших учебных заведений.

«Рынок делового образования в России растёт ежегодно, и в этом году может превысить 100 млрд рублей. Минэкономразвития России и Центры «Мой бизнес» являются крупнейшими заказчиками образовательных мероприятий для предпринимателей. На их базе за время действия Нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство» будет реализовано более 50 тысяч мероприятий. У нас широкий взгляд на проблему регулирования и развития этого рынка. Консенсус нужно находить на основе обратной связи от бизнес-тренеров, организаторов тренинговых бизнес-мероприятий и самих предпринимателей — получателей данных услуг», — подчеркнула замминистра экономического развития РФ **Татьяна Илюшников**.

О РАЗВИТИИ ЭКСПОРТА МСП

На питч-сессии «Экспортные возможности для малого и среднего бизнеса» были представлены данные совместного исследования Минэкономразвития России, «Сбера» и Фонда «Общественное мнение» «Предприниматели России: исследовательский мониторинг» (ПРИМ).

Исследование показало, что среди МСП, которые уже занимаются экспортом или только планируют выходить на зарубежные рынки, порядка 70% специализируются на производстве товаров, а 60% — заняты в торговле. Кроме того, активно экспортируют молодые предприниматели в возрасте от 18 до 35 лет. Каждый четвёртый предприниматель сотрудничает с контрагентами из других стран, в основном из Китая, Беларуси, Казахстана и Турции.

По словам гендиректора «Российского экспортного центра» **Вероники Никишиной**, рост объёма сделок малых и средних предприятий за прошлый год доказывает, что конверсия каждого действия экспортёра очень высокая. Это говорит как об осмысленных усилиях самих компаний, так и об эффективности системы поддержки. Если в 2017 году несырьевым экспортом занимались порядка 40 тысяч МСП, то в 2023 году их число превысило 62 тысячи. На сегодня вклад малого и среднего бизнеса в развитие экспорта составляет порядка 20%.



ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ РЕГИОНОВ

МОЙ БРЕНД

По данным Центра изучения потребительского поведения Роскачества, для 64% граждан при выборе значимо, что товары произведены на традиционной территории, а более 54% отдадут приоритет региональным брендам. Поэтому всё больше марок сообщают потребителю о своём месте происхождения, выполняя функцию промо-продукта региона. О локальных брендах, которые несут не только функциональное значение, но и культурный код, — в нашей подборке.



«КАК ПО МАСЛУ»

Логотип вологодского бренда и фотография его основательницы Марины Ивановой в традиционном наряде Русского Севера изображены на плакатах о господдержке бизнеса, которые украшают более 50 городов от Астрахани до Владивостока. Над логотипом Нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство» написано: «По поручению Президента». Друзья Марины шутят: а мы и не знали, что ты готовишь конфеты по поручению Президента! Традиционные ремёсла, народный колорит, натуральные продукты на вологодском масле — то, как Марина продвигает своё производство, впечатлило столичных рекламщиков.

Хозяйка бренда Марина Иванова сначала работала кадастровым инженером и делала сладости по просьбам знакомых. Увлечение переросло в семейный бизнес — мануфактуру «Как по маслу», где Марина занимается производством сладостей, а её муж Станислав — производством масла холодного отжима из семян льна, расторопши, подсолнечника и других семян.

«Я давно стараюсь следить за тем, что ем. Поэтому искала альтернативу магазинным печеням и сладостям. В моих кондитерских изделиях используются вологодские продукты: масло, сливки, сметана, творог и молоко — только свежие и проверенные», — рассказывает Марина.

За 10 лет работы команда разрослась, а у сладостей, неизменно готовящихся вручную, появилось народное имя — бурфики. Продукция реализуется через собственные розничные точки, в кофейнях Вологды, Череповца и Ярославля, а также на ярмарках, которые организует региональный центр «Мой бизнес».

На вопрос «Как у тебя хватает сил готовить постоянно?» Марина отвечает, что нужно много терпения и любовь к своему делу. А ещё должно быть слово «нужно» внутри.



«АНАПСКАЯ КОСМЕТИКА»

Идея создать косметическую линию «Анапская косметика» с морскими ингредиентами в составе пришла Анастасии Вдовиной в 2022 году, когда в России стала очевидной нехватка современных высокотехнологичных продуктов, в том числе в индустрии красоты. Годом ранее Анастасия прошла обучение в региональном проекте «Школа молодого предпринимателя. Бизнес молодых», где вместе с наставниками разработала проект мобильного приложения и сайта по подбору косметических средств.

Для запуска производства понадобилось 10 месяцев и 10 миллионов рублей (половину суммы выдал Фонд микрофинансирования Краснодарского края). Анастасия закупила оборудование, оснастила химико-технологическую лабораторию, наладила выпуск масок, кремов, сывороток и других средств для лица и тела, в составе которых розовая глина, экстракт красного вина, молочные пептиды, экстракт хвои и другие компоненты.

«Вдохновение и основа бренда — курорт Анапа с его уникальной природой. Таким образом, новое производство формирует современный имидж Анапы, которую многие до сих пор недооценивают», — рассказывает Анастасия Вдовина.

Разработать фирменный стиль бренда, зарегистрировать товарный знак в Роспатенте и провести маркетинговое исследование помогли предпринимательнице в центре «Мой бизнес» Краснодарского края. В планах — выход на зарубежные рынки, в том числе Беларуси, Казахстана, Армении, Египта и Азербайджана.

В Анапе уже открылся фирменный магазин и в перспективе будет возможность прийти на экскурсию на само производство — не только увидеть процесс, но и сварить крем своими руками. По словам предпринимательницы, это позволит укрепить связь с брендом и Анапой.



«ЛАПИНКИ»

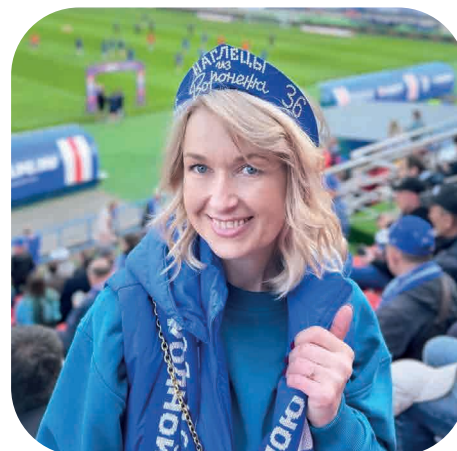
История бренда валяных изделий с сибирским характером «Лапинки» берет своё начало в 2008 году, когда основатель и вдохновитель проекта Иван Лапин решил попробовать себя в пимокатном ремесле. Он ездил по всей Сибири и обучался валянию у местных мастеров, затем собрал команду единомышленников и открыл собственное дело. Сегодня компания включает пимокатную мастерскую, онлайн и офлайн-магазины, а также музей валенок «Дом пимоката». Помимо классических валенок, бренд «Лапинки» выпускает ботинки, кеды, а также жилеты из валяной шерсти.

«Валенки не просто обувь — это сохранение традиций, экологичность и крепкое здоровье», — говорит Иван Лапин.

Заслуги предпринимателя в сохранении традиционных ремёсел и развитии туристического бренда Новосибирской области признаны на региональном уровне. Так, валяльщик представил свои изделия на международной выставке-форуме «Россия» на ВДНХ, где продукция заняла достойное место в экспозиции Новосибирской области и стала примером бизнес-проекта с яркой сибирской идентичностью.

Сейчас Иван Лапин работает с ремесленниками по всей стране и объединяет более 600 человек из Новосибирской, Тверской и Воронежской областей, Алтайского края и Республики Татарстан. Среди сотрудников немало людей с ограниченными возможностями здоровья.

«Они очень стараются и замечательно катают, расшивают валенки. Когда кто-то приобретает товар, сделанный инвалидом, я спрашиваю, понравился ли он, прошу человека сказать пару слов ремесленнику. Набираю номер и передаю трубку покупателю. Мастеру приятно, ведь добрые отзывы греют душу и всегда вдохновляют», — подчёркивает новосибирский предприниматель.



«НАГЛЕЦЫ ИЗ ВОРОНЕЖА»

Елена Канапухина, в прошлом успешный банковский работник, уйдя в декрет, решила круто поменять сферу деятельности. Сегодня она создатель Лавки Индивидуальных Сувениров «ЛИС» — бизнеса, который родился на программе «Мама-предприниматель» в пандемийном 2020 году. Елена занимается изготовлением разной сувенирной продукции, а также является владельцем товарного знака «Наглецы из Воронежа», теперь уже узнаваемого бренда региона.

Популярность пришла к Елене после футбольного матча воронежского «Факела» с «Краснодаром». Когда мяч второй раз залетел в ворота «быков», комментатор канала «Матч ТВ» Тимур Журавель воскликнул: «Ну наглецы из Воронежа!». С лёгкой руки Елены мимолётная фраза стала неофициальным слоганом воронежской команды. После просмотра матча её муж попросил напечатать на футболке эту фразу, выложив фото в социальные сети. Фото практически сразу попало на телевидение. В тот вечер судьба Елены кардинально изменилась.

«За один тот вечер мне пришло 58 заказов на такие же футболки, — вспоминает предпринимательница. — Первые недели я работала с восьмью утра до полпервого ночи. Муж взял на себя детей, семья меня практически не видела. И сегодня спрос на продукцию с «Наглецами» высок, каждый день отправляем посылки в Москву и Питер, в Ростов и Самару, в Калининград и даже в Якутию. «Наглецы» — это уже история не только про «Факел», но и в целом про Воронеж. Это удивительные ощущения, когда приходишь на стадион — а в твоих футболках сотни людей! И некоторые из них тебя узнают, подходят поздороваться, предлагают сфотографироваться вместе. Поддержка людей и государства, в лице Центров «Мой бизнес», придаёт веру в себя. Кто бы мог подумать, что так всё обернётся».



Кондитерская
«Как по маслу»



«Анапская
косметика»



Сайт бренда
«Лапинки»



Лавка сувениров
«ЛИС»

ГОСПОДДЕРЖКА ДЛЯ МЕСТНЫХ

ИНТЕРЕСНЫЙ ОПЫТ

Понимая особую роль местных торговых марок в развитии экономики и формировании имиджа территории, субъекты РФ во исполнение поручения Президента Владимира Путина активно разрабатывают и дополняют программы по развитию и продвижению региональных брендов.



ПРОГРАММА «100% ПОДМОСКОВЬЕ»

Программа и одноименный онлайн-сервис позволяют компаниям повысить известность их продукции и бренда, привлечь к нему внимание наибольшего числа потенциальных покупателей. Инструмент создан для бизнеса Московской области. Участники могут бесплатно представить бренд в выставках-ярмарках «100% Подмосковье», разместить товары и услуги в электронном каталоге на инвестпортале Московской области, а также на специальной вкладке «Сделано в Подмосковье» на маркетплейсе OZON, получить льготную ставку в региональном Фонде микрофинансирования и дополнительные 10 баллов в конкурсе субсидий. Подмосковный бизнес может бесплатно воспользоваться услугами центра «Мой бизнес» по рекламе, регистрации товарных знаков, упаковке франшизы, выходу на маркетплейсы и обучению.



ПРОЕКТ «ПЕТЕРБУРГСКИЙ ДИЗАЙН»

Проект предусматривает бесплатное размещение в торговых комплексах коллекций локальных брендов одежды, обуви и аксессуаров, а также помощь дизайнерам в продвижении продукции. С 2022 года его участниками стали сотни бизнесов. С прошлого года участникам доступны льготные займы на открытие магазинов. С этого года планируется ввести сертификаты на пошив одежды на сумму 350 тысяч рублей. Также в экспериментальном формате «Петербургский дизайн» расширяется на производителей товаров для дома и интерьера. Для производителей мебели, текстиля, освещения и других предметов интерьерного декора проведут торгово-закупочные сессии с одной из крупнейших сетей, представленной в 65 городах России. Также впервые для дизайнеров запустят акселерационную программу.



ПРОГРАММА «ДОНСКОЙ БРЕНД»

Донские торговые марки могут повысить узнаваемость своей продукции, расширить аудиторию и увеличить оборот благодаря различным инструментам, разработанным в рамках региональной программы поддержки и продвижения местных брендов Ростовской области с 2024 по 2030 годы. Уже сегодня созданы публичные реестры донских брендов и мер их поддержки, а данные размещены на портале правительства региона в разделе «Местные бренды». В помощь компаниям разработали и запустили новые льготные продукты под названием «Донской бренд», в их числе — льготные микрозаймы, льготный лизинг и гарантийная поддержка. Также оказывается содействие в регистрации товарного знака, получении маркетинговых, инженерно-консультационных, опытно-конструкторских и других услуг.



БРЕНД «ЗНАЙ ПЕНЗУ»

«Знай Пензу» — региональный зонтичный бренд, созданный Центром развития креативных индустрий Фонда поддержки предпринимательства Пензенской области. Бренд, отражающий локальную идентичность, является мерой поддержки, которая мотивирует креативных предпринимателей Пензенской области продвигать собственный товар на выставках, ярмарках и интернет-витринах. Впервые на широкую аудиторию бренд «Знай Пензу» был представлен на региональной Неделе моды в Пензе коллекцией «Шабаш», которая создана дизайнерами и искусственным интеллектом на основе образов Абашевской игрушки — символа Пензенского края. Также бренд поддерживает тренд на экологичность. Одним из бестселлеров «Знай Пензу» являются сумки из отходов мебельных производств.

РЕКОРДНЫЙ БУМ ТОРГОВЫХ МАРОК

По данным Роспатента, с начала 2024 года российский бизнес регистрировал новые товарные знаки преимущественно в следующих сегментах: одежда и обувь (21,3 % от общего объема заявок); программное обеспечение, электроника и смартфоны (16,5 %); бытовая химия, парфюмерия и косметика (13,4 %); печатная продукция и канцелярские принадлежности (11,2 %); кондитерские, хлебобулочные товары, мука и зерновые (10,2 %).

Минувший год стал рекордным по количеству экспертиз товарных знаков. Тогда Роспатент провел 106 702 соответствующие процедуры. Это послужило поводом для включения в Книгу рекордов России. Теперь это официально зафиксированный рекорд. Чтобы наглядно представить масштаб работы, Станислав Коненко, главный редактор Книги, предложил представить весь МКАД, где на каждом метре выставлен один товарный знак.

ВОЗМОЖНОСТИ

Татьяна Илюшникова,
заместитель министра
экономического развития РФ



Более 3 миллионов предпринимателей, самозанятых и всех, кто заинтересован в открытии своего дела, получили поддержку в Центрах «Мой бизнес». Каждый десятый субъект МСП на сегодня в орбите господдержки. Один из популярных запросов связан с разработкой, регистрацией и продвижением бренда — это трудозатратный процесс, требующий знаний, компетенций и финансовых ресурсов. Со всем этим Центры помогают бесплатно или на льготных условиях. В результате бизнес экономит на расходах по самым разным статьям: от разработки фирменного стиля, дизайна упаковки, запуска рекламы в поисковых системах и соцсетях до продвижения на крупных торговых онлайн-площадках и выходе на экспорт.

ДЕЛОВУЮ ЛИТЕРАТУРУ — #МОЙБИЗНЕСПОМОГАЕТ В ВОССОЕДИНЁННЫЕ РЕГИОНЫ

В рамках благотворительной акции #МойбизнесПомогает удалось собрать более трёх тысяч книг.



В Центры «Мой бизнес», которые уже созданы благодаря Нацпроекту «Малое и среднее предпринимательство», в ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областях доставили интеллектуальные посылки от разных регионов страны — в целом более трёх тысяч наименований деловой литературы на русском языке. На благотворительный сбор в рамках всероссийской инициативы #МойбизнесПомогает откликнулись предприниматели, эксперты-авторы бизнес-изданий, общественные и деловые объединения, крупные корпорации и рядовые жители. Координатором акции на федеральном уровне выступило Национальное агентство развития предпринимательства «Мой бизнес — мои возможности». Пунктом сбора книг стала Ростовская область, которая при содействии донского предпринимателя Антона Александровича Ионова доставила собранную деловую литературу адресатам в новые регио-

ны.

— Мы постоянно находимся на связи с нашими коллегами из регионов. Они ведут важную и непростую работу по развитию инфраструктуры поддержки предпринимательства и интеграции бизнеса в российское правовое поле. В ответ на запрос о методической поддержке родилась идея запустить сбор, который был реализован благодаря неравнодушию жителей нашей страны, — отмечает Яна Куринова, соучредитель НАРП «Мой бизнес — мои возможности», депутат Законодательного собрания Ростовской области.

Издания преодолели тысячи километров по земле, воде и воздуху. Путешествие не обошлось без трогательных моментов. Так, книги из Орловской области ехали в купе с необычным соседом-пассажиром — голубь разместился на верхней полке и даже имел свой билет. История птицы удивительная: пернатый



получил ранение при обстрелах в Херсоне, его подобрала, увезла с собой и вылечила неравнодушная женщина. Теперь он путешествует с ней по России.

— Мы благодарим организаторов и участников акции за возможность делиться с нашими предпринимателями не только новыми знаниями, но и мотивацией. Во многих книгах рукой автора или приобретателя оставлены письменные пожелания успеха, добра, благополучия. Такая поддержка особенно ценна, — делится директор центра «Мой бизнес» ЛНР Филипп Дробиняк.

Впервые благотворительная инициатива #МойбизнесПомогает была запущена Минэкономразвития России на базе Центров «Мой бизнес» в 2020 году. За четыре года благодаря активности и доброте предпринимателей различную поддержку получили более 120 тысяч человек.



ФУТБОЛЬНЫЙ ФРИСТАЙЛ И ФОКУСЫ

Накануне Международного дня защиты детей центр «Мой бизнес» в Кузбассе вместе с предпринимателями региона поздравил воспитанников школы-интерната № 27. В рамках акции #МойбизнесПомогает детям подарили спортивный инвентарь: футбольные, волейбольные и баскетбольные мячи, наборы для игры в настольный теннис и бадминтон. Также была организована праздничная программа: футболист Дмитрий Тарасов провёл для учеников школы-интерната мастер-класс по футболному фристайлу, а иллюзионист Андрей Гамм удивил ребят различными фокусами.

— Центр «Мой бизнес» в Кузбассе стал площадкой, где предприниматели региона могут получить консультации, меры господдержки, а также найти единомышленников и вместе делать добрые дела. С предпринимателями, деловыми объединениями мы проводим благотворительные акции, помогаем детям, домам престарелых. И это не только материальная помощь, но и внимание, эмоции, которые им так необходимы, — отмечает директор центра «Мой бизнес» в Кузбассе Кристина Шинкарьюк.



ПОДШЕФНЫЙ ДОМ РЕБЁНКА

Три года назад центр «Мой бизнес» Еврейской автономной области взял шефство над государственным казённым учреждением здравоохранения «Дом ребёнка специализированный». Сюда поступают дети из всех районов области и Биробиджана в возрасте от нуля до четырёх лет. Это отказные дети, дети, чьи родители лишены родительских прав или находятся в местах лишения свободы, сироты. Сегодня в учреждении находится 91 ребёнок. Воспитатели оказывают, прежде всего, медицинскую помощь деткам, в том числе лечебно-реабилитационную, а также педагогическую и социально-правовую помощь. Ежегодно сотрудники центра «Мой бизнес» совместно с предпринимателями области приезжают поздравить детишек Дома ребёнка с праздниками. В Международный день защиты детей пригласили артистов с театральной постановкой, привезли полезные подарки: памперсы, игрушки, обувь, одежду, наборы для творчества, книжки, спортивный инвентарь и многое другое. Каждая поездка к детям, по словам предпринимателей, даёт колоссальный заряд энергии.



КОНДИТЕРСКАЯ ШКОЛА ДЛЯ ОСОБЕННЫХ ДЕТЕЙ

В Челябинской области организовали благотворительный аукцион в поддержку инклюзивной кондитерской школы, где дети с ментальными нарушениями приобретают новые для себя навыки. Автор проекта — Мавлиха Бикбулатова, мама ребёнка с расстройством аутистического спектра. Однажды мальчик решил самостоятельно заработать на ноутбук. Мама предложила испечь на продажу вафли. Опыт оказался удачным — удалось заработать 18 тысяч рублей. Вдохновлённая успехом сына, Мавлиха прошла обучение по основам предпринимательства и начала проводить мастер-классы для особенных детей.

— Сначала были самые простые рецепты, сейчас в ассортименте бисквиты, торты и пирожные. Для детей это реальная возможность приобрести базовые навыки для жизни и начать зарабатывать. Благотворительная акция была очень кстати, теперь смогу приобрести новый духовой шкаф. В дальнейшем хочется расширяться, создать некоммерческую организацию и открыть филиалы школы, чтобы сделать её доступнее, — рассказывает Мавлиха.



ПОСЛЕДНИЙ ЗВОНК «ПОД КЛЮЧ»

Центр «Мой бизнес» Республики Саха (Якутия) в преддверии Международного дня защиты детей организовал благотворительную акцию #МойбизнесПомогает для поддержки выпускников школ из многодетных семей, чьи отцы являются участниками специальной военной операции. Так, на собранные средства организаторы купили девочке нарядный костюм, обувной магазин подарил понравившуюся обувь, а в студии красоты ей сделали красивый маникюр. За приятной беседой с мастером модного барбершопа мальчику сделали стильную причёску. Резиденты бизнес-инкубатора города Якутска и Ассоциация дальнотойщиков Республики Саха (Якутия) приобрели выпускной костюм с аксессуарами. Одна из республиканских компаний оплатила покупку качественной обуви. Родители выпускников были приятно удивлены заботливым жестом от представителей бизнеса.

— В этот радостный день от имени нашей семьи передаю слова благодарности всем за оказанную поддержку. Пусть добро вернётся сторицей! — поблагодарила мама мальчика.

Деловое издание
«Мой бизнес»
№02 (11), июнь, 2024 год
Учредитель:
ООО АМК «РЕГИОН МЕДИА»
Издаётся с 2022 года

Главный редактор:
Ольга Терно
Шеф-редактор:
Алина Леликова
Выпускающий редактор:
Нина Приходько

Корректор:
Диана Кизогян
Дизайн и вёрстка:
Дарья Трофимчук
Адрес редакции:
141981, г. Дубна, Московская область, ул. 9 Мая, д. 7В, стр. 2
Типография: «Форте Пресс»

Тираж: 999 экз.
Распространяется
бесплатно
Электронная
версия газеты:
мойбизнес.рф

Хотите предложить
новую тему
или прокомментировать
опубликованный материал?
WhatsApp: 8 (919) 892 70 90