

МЕРОПРИЯТИЯ «ОПОРЫ»

## ЧАСТНЫЙ ВОПРОС

Масштабный форум, посвященный развитию частного образования, прошел в Подмосковье. Более 300 участников, два десятка спикеров, представители власти, бизнеса и общественных объединений обсудили перспективы развития частного образования в стране и регионе

11 октября в Мытищах состоялся I региональный Форум Общественного Негосударственного Образования (ФОНО).

«Образование всегда было и остается приоритетным направлением в государственной политике. Частные образовательные организации не только своевременно отвечают на острые запросы общества, закрывая потребность в индивидуальном подходе к детям, но и в условиях здоровой конкуренции задают высокую планку стандартов для всех участников образовательного процесса», — отметил на открытии Форума Председатель комитета по образованию Московского областного отделения «ОПОРА РОССИИ», учредитель АНОО школы «Вектор» Денис Бикбаев.

В своем приветственном выступлении Министр образования Московской области Илья Михайлович Бронштейн отметил потенциал и возможности частного образования, наметил вектор для развития этого сектора общественной и деловой жизни общества.

В рамках панельной дискуссии «Будущее частного образования Подмосковья: стратегические воз-

можности взаимодействия бизнеса и государства» представители профильных министерств и ведомств, Московской областной думы, Общественной палаты, общественных организаций и предпринимательства в сфере образования обсудили вопросы лицензирования и аккредитаций, разяснили суть тестового запуска ежегодного реестра частных школ Подмосковья, субсидирование социальных предприятий.

Дискуссия показала острые вопросы бизнеса: огромная доля предпринимателей, которые работают с детьми, все еще не входят в реестр социальных предпринимателей, и тем более не знают, или не пользуются мерами поддержки для этой сферы. А ведь среди них много и тех, кто работает с детьми с особенностями развития.

Кроме этого, НКО также рассчитывают на поддержку в области кредитования от Корпорации МСП, фондов и других финансовых мер поддержки на развитие бизнеса.

В отдельной секции Форума прошли мастер-классы по методикам обучения и предпринимательскому мышлению, а также гости мероприятия ознакомились с вы-



Форум собрал более 300 участников!



В рамках форума прошли мастер-классы

ставкой, где были представлены издательство «Просвещение», Сбер, «Комус», «Мой бизнес» и другие.

Организатором Форума выступило Московское областное отделение «ОПОРЫ РОССИИ». По итогам мероприятия будет составлена резолюция, а сам Форум станет первым большим шагом на пути трансформации и развития частного образования в регионе.

**СПРАВОЧНО:** По данным областного Министерства образования, в этой сфере в Подмосковье сегодня 134 частных школы, 147 частных детских садов и 292 частных учреждений доп. образования.



Актив подмосковной «ОПОРЫ» во главе с лидером отделения Владиславом Корочкиным



Выступления спикеров вызвали живой отклик у участников!



Тематическая выставка перед форумом



Выступает Председатель Комитета по образованию подмосковной «ОПОРЫ» Денис Бикбаев

### СЕГОДНЯ В НОМЕРЕ:

**ВСЁ О ПРОГРАММАХ ДЛЯ БИЗНЕСА ОТ СБЕРА**

Актуальное интервью на

**СТР. 2**

**ЧТО НУЖНО УЧИТЫВАТЬ ПРИ РАБОТЕ С САМОЗАНЯТЫМИ?**

Рассказывает юрист

**СТР. 3**

**КАК ВЕСТИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ?**

Сразу несколько полезных материалов от эксперта по SMM

**СТР. 4-5**

**КАК ПРОХОДИТ ПРОФИОРИЕНТАЦИЯ ЧЕРЕЗ КИНОЛОГИЮ?**

Рассказываем об интересном проекте члена «ОПОРЫ РОССИИ»

**СТР. 7**





ФИНАНСЫ

# СБЕР ПОМОГАЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ СТРОИТЬ И РАЗВИВАТЬ БИЗНЕС

**ОТ РЕДАКЦИИ:**

Одним из партнеров Форума по частному образованию, о котором мы рассказали на 1 странице, стал Сбер. В этом материале управляющий Северным отделением Среднерусского банка ПАО Сбербанк Сергей Фролов расскажет, какие антикризисные решения для бизнеса предлагает банк, что такое конструктор госпрограмм и как он работает, как рассчитать свой кредитный потенциал и о многих других темах, полезных каждому предпринимателю.

Сергей Николаевич, сейчас малый и средний бизнес столкнулся с различными вызовами и должен оперативно реагировать на новые реалии, чтобы сохранить свое дело. Расскажите, как Сбербанк поддерживает своих клиентов, на какую помощь от банка МСП в Московской области предприниматель может рассчитывать сегодня?

— Мы уделяем особое внимание поддержке малого и среднего бизнеса в Московской области. Наша команда видит, насколько важно сейчас получать оперативный доступ к финансированию и делает все возможное для быстрого рассмотрения заявок и решения всех необходимых финансовых вопросов клиентов. Сбербанк включился в государственные программы поддержки бизнеса и предложил собственные меры. Мы предлагаем финансовые инструменты, адаптированные под потребности каждого конкретного клиента и направленные на максимальное сохранение и поддержку бизнеса.

**Какие антикризисные решения для МСП предлагает банк?**

— Сбер разработал антикризисные решения для малого бизнеса за 0 рублей навсегда.

Для индивидуальных предпринимателей Сбербанк предлагает бесплатное ведение онлайн-бухгалтерии на «упрощенке» 6 % без сотрудников — подсчет налогов, платежей, взносов и отправку онлайн-декларации о доходах. В 0 рублей обойдется всем субъектам МСП и поиск сотрудников. Это означает, что каждый владелец бизнеса может безлимитно размещать и менять объявления о вакансиях, а также подобрать подходящих кандидатов из 50 резюме (с контактами), причем список обновляется каждый месяц. Кроме того, банк берет на себя все издержки по ведению электронного документооборота и сдаче отчетности в госорганы — ВФНС, ПФР, ФСС и Росстат, создание электронной подписи от налоговой, обмен документами с контрагентами.

Начинающим предпринимателям банк, взяв на себя всю рутину совершенно бесплатно и навсегда, предоставит возможность заниматься бизнесом в чистом виде, при этом серьезно экономя на дополнительных штатных единицах.

Начинающие предприниматели могут бесплатно открыть счет даже без визита в офис банка и в дальнейшем получать ежемесячное обслуживание этого счета, включая безлимитные платежи внутри банка. В этот своего рода «пакет новичка» также включены бесплатные юридические услуги, а именно — устные консультации для предпринимателя по правовым вопросам бизнеса, по личным вопросам, участие юриста в переговорах и его официальные звонки от имени владельца бизнеса.

Кроме того, Сбер первым из российских банков системно подошел к решению задачи по созданию навигатора госпрограмм и предложил своим клиентам инновационный сервис — конструктор госпрограмм.

**Что такое конструктор госпрограмм и как он работает?**

— Конструктор программ — это очень удобный инструмент, в который мы включили ключевые федеральные меры поддержки бизнеса. Он доступен и клиентам банка, и тем, кто пока нашим клиентом не является. Конструктор программ поможет предпринимателям определиться с выбором мер господдержки и подать заявку на льготный кредит онлайн. Предприниматели могут пройти первичную онлайн-проверку и узнать о возможности получения финансовой поддержки по самым популярным программам. Для этого достаточно ввести ИНН. На сайте Сбера можно подать заявку онлайн и заказать консультацию по телефону из Центра корпоративных решений Сбербанка. Сервис доступен на сайте Сбера и в интернет-банке СберБизнес.

**А какие кредитные программы вы предлагаете МСП?**

— Банк предлагает широкий спектр программ с поддержкой как для начинающих предпринимателей, так и для уже работающих предпринимателей.

Например, бессрочная программа кредитования с поддержкой Министерства сельского хозяйства ориентирована на сельхозпроизводителей и предполагает ставку 5 % с неограниченной суммой кредита на срок:



какие цели планируется направить полученные заемные средства.

Если речь идет об инвестиционной составляющей (срок кредитования — до 10 лет, период субсидирования — не более 5 лет), о пополнении оборотных средств (срок кредитования — до 3-х лет, период субсидирования — до 1 года) или о целях рефинансирования (не более срока рефинансируемого кредита), то в этом случае будет действовать Программа МЭР 8,5 со ставкой по схеме: ключевая ставка ЦБ на дату заключения кредитного договора +2,75 %, но не более 12,25 %. Предельно возможные суммы кредитов при этом будут зависеть от целей кредитования и категории предприятия. Кредитование по программе МЭР 9,95

драгоценное время. Второй положительный момент — Сбер продолжает развивать сервисы и создавать новые продукты. Выпуск карты на платежной системе МИР позволяет предприятиям всех форм собственности перейти на национальную российскую платежную систему.

**Сбер — одна из самых прогрессивных компаний в России. Какие инновационные продукты вы готовы предложить малому бизнесу в Московской области?**

— Сбер одним из первых на финансовом рынке запустил ряд отраслевых решений для бизнеса, они встроены в интернет-банк для предпринимателей СберБизнес (6+) и работают по принципу «единого окна». Уже тиражировано шесть отраслевых решений: «Недвижимость», «Транспорт», «Оптовая торговля», «Розничная торговля», ЖКХ и «Сфера услуг». В решениях доступны такие опции, как персонализированная аналитика по бизнесу, позволяющая настроить маркетинговые активности, сравнить себя с конкурентами; полнофункциональная CRM-система, прогноз потенциальной выручки и так далее.

Все отраслевые решения доступны бесплатно и не несут никакой дополнительной финансовой нагрузки на предпринимателя, а экономия в год составляет от 24 000 до 160 000 рублей. На бесплатной основе Сбер предоставляет предпринимателям и самые востребованные нефинансовые сервисы от компаний экосистемы: «Юрист для бизнеса», «Бухгалтерия для ИП», «Поиск сотрудников» и «Электронный документооборот».

Помимо этого, в Сбере можно легко и удобно получить дополнительное финансирование в режиме «24/7» в течение нескольких минут без посещения офисов и предоставления бумажных документов. Также Сбербанк специально для малого бизнеса разработал уникальный сервис «Кредитный потенциал». С его помощью предприниматели могут всего за пять минут узнать свой лимит и другие условия беззалогового и залогового кредитования на различные бизнес-цели, не собирая для этого никаких документов.

**Расскажите подробнее про «Кредитный потенциал», как предпринимателям узнать свой лимит кредитования?**

— Сбер специально для малого бизнеса разработал уникальный сервис «Кредитный потенциал». Он доступен клиентам — юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, а также предприятиям малого бизнеса, не имеющим расчетный счет в банке. Для расчета кредитного потенциала не требуется предоставление каких-либо документов, сумма лимита не ограничена и определяется исходя из объема бизнеса и платежеспособности заемщика.

Сервис позволяет предпринимателям за несколько минут узнать, на каких условиях им может быть выдан кредит. Также сервис помогает корпоративным клиентам регулярно актуализировать информацию о доступном лимите и планировать исходя из этого развитие бизнеса — заемные средства будут предоставлены им тогда, когда они понадобятся, поэтому переплачивать за неиспользуемый кредитный период не придется. Сервис предоставляется в интернет-банке СберБизнес.



для оборотных средств — до 1 года, для инвестиционных — до 10 лет.

Помимо этого, в рамках антикризисных мер поддержки Сбер принял решение о запуске собственной программы реструктуризации кредитов компаний малого и микробизнеса, собственники которых подпадают под мобилизацию.

**Какие еще льготные программы кредитования вы предлагаете для клиентов?**

— Наиболее распространенной сейчас является программа субсидирования от Минэкономразвития (МЭР). Субсидирование заемщика по программам Минэкономразвития — МЭР 8,5 или МЭР 9,95 — напрямую зависит от ряда условий: сегмента бизнеса, категории предприятия, а также от того, на

применимо только на цели развития предпринимательской деятельности (срок кредитования — до 3 лет и сумма кредита составит до 10 млн рублей по ставке: ключевая ставка ЦБ на дату заключения КД +3,5 %, но не более 13,25 %.

**А как обстоят дела в Сбере с бизнес-картами?**

— С мая текущего года мы отменили срок действия карт. Теперь нет необходимости их перевыпускать и ждать готовности. Уже существующие карты будут работать как обычно: доступны оплата покупок офлайн и онлайн в российских магазинах, снятие наличных, переводы на бизнес-карты партнеров или карты физических лиц. Всё это поможет предпринимателям сэкономить

” Предприниматели Подмосковья смогут получить помещения для ведения бизнеса на выгодных условиях. В регионе работают над созданием программы, в рамках которой бизнесу будут предоставлять помещения без торгов по минимальной фиксированной цене, а также арендные каникулы на время проведения ремонта





## ПАМЯТКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

## ЧТО НУЖНО УЧИТЫВАТЬ ПРИ РАБОТЕ С САМОЗАНЯТЫМИ?

Обо всех нюансах рассказывает юрист Любовь Шаталина

У всех «на слуху» то, что договоры с самозанятыми могут быть переключены в трудовые отношения. ФНС России периодически разъясняет, какие признаки договоров с самозанятыми могут служить основаниями для переключенности их в трудовые договоры (с доначислениями и начислениями налогов, взносов, пеней).

Но как на практике налоговая выявляет «уклонистов» от уплаты НДФЛ, взносов и как происходит привлечение их к ответственности? Что вызывает подозрения у сотрудников ведомства?

Как сказано на сайте ФНС России: «для профилактики использования налогового режима для самозанятых в различных схемах по налоговой оптимизации ФНС России разработала специальную скоринговую систему (программу), которая в режиме реального времени определяет организации с признаками подмены трудовых отношений отношениями с самозанятыми.

Анализируются периодичность и источники выплат, взаимосвязь самозанятых, их клиентов и бывших работодателей — по результатам этого анализа организации, имеющие признаки нарушений, попадают в группу риска».

Алгоритм выявления подмены работников самозанятыми основан на анализе данных из электронной системы: поступающие от плательщиков НПД в режиме онлайн сведения сопоставляются с данными их бывших работодателей, при этом анализируются динамика страховых выплат, среднесписочная численность, показатели сред-

неотраслевой налоговой нагрузки, персональная история трудоустройства самозанятого, источники и суммы его доходов.

Как указано на сайте ФНС РФ: «Налоговые органы сначала информируют организации о выявленных признаках нарушений. Уже на этом этапе около 10% организаций признают нарушения и добровольно уточняют свои налоговые обязательства. Многие организации в последующем отказываются от незаконных схем.

В отношении попавших в группу риска организаций, которые приняли решение не уточнять свои обязательства после получения информационных писем, налоговые органы проводят контрольные мероприятия, в том числе совместно с трудовой инспекцией».

На сайте www.klerk.ru указываются следующие, вызывающие у налоговой подозрения, моменты:

— у компании (ИП) по расчетному счету есть перечисления физлицам, которые не указаны в отчетности компании или ИП (ФНС вправе запрашивать у банков данные по движениям средств по счетам предпринимателей и организаций);

— численность сотрудников мала, однако компания ведет деятельность, требующую наличия работников или наемных исполнителей. Например, торговлю в магазине, грузоперевозки, организацию промо-акции (раздача листовок, разноска рекламных буклетов и т. д.), курьерские услуги и прочее;

— ФНС получила сведения о том, что организация использует труд самозанятых из отчетности.

Например, компания предоставила декларацию УСН, к ней налоговики запросили в рамках камеральной проверки КУДИР, а в ней, в качестве расходов, указаны услуги, оказанные самозанятыми;

— Налоговая проводила проверку в отношении физического лица или получила данные о работе самозанятого с заказчиком из данных «Моего налога» — приложения для самозанятых.

Частый случай: в налоговую вызывают компанию, у которой заключен договор с самозанятым при условии, что у самозанятого (исполнителя) нет больше ни одного заказчика!

## ВЫЯВЛЕНИЕ НАРУШИТЕЛЕЙ

Итак, «подозреваемому» лицу приходит запрос из налоговой (требование): расскажите, почему это вы платите регулярно физлицам, а никаких взносов и НДФЛ в бюджет не перечисляете? С самозанятыми работаете, а где ваши доказательства, т. е. документы?

Такие вопросы зададут и на допросе в налоговой, куда вызываются «подозреваемые» в нарушении, если представленных по требованию налоговой документов будет недостаточно или они вызывают сомнения. Как правило, самый важный документ — чек самозанятого из приложения. Кроме того, нужно будет предоставить договоры, акты, накладные как основные документы, подтверждающие сделки. ИФНС может затребовать и другие документы, например переписку, претензионные письма.

Если самозанятый просрочил выполнение задания, налоговая



может поинтересоваться, предъявлялась ли ему претензия в соответствии с договором, требовал ли заказчик выплаты неустойки или это были лишь формальные условия.

Таким образом, в отношении попавших в группу в риска и/или не «признавших свою вину» могут проводиться выездные проверки, в т.ч., совместно с трудовой инспекцией.

По результатам проверки налоговой инспекцией может быть принято решение о привлечении к налоговой ответственности в связи с тем, что у нарушителя (например, заказчика услуг «самозанятого») фактически сложились трудовые отношения с самозанятым; осуществлялась деятельность, направленная на получение необоснованной налоговой выгоды путем уклонения от обязанности налогового агента по исчислению, удержанию и перечислению сумм НДФЛ, предусмотренные п. 6 ст. 226 Налогового кодекса РФ.

В свою очередь, ФСС принимает решения о привлечении страхователя к ответственности за совершение нарушения

законодательства РФ об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний на основании составленных актов, в которых указывается на привлечение организаций к ответственности за неполную уплату сумм страховых взносов в результате занижения облагаемой базы для начисления страховых взносов, на начисление пеней, на уплату недоимки по страховым взносам. Решения ИФНС, ФСС о привлечении к ответственности, доначислении взносов, пеней могут быть обжалованы в суд. Но, как показывает практика, суды часто встают на сторону именно органов, а не налогоплательщиков.

**ДРУЗЬЯ! НА НАШЕМ САЙТЕ WWW.OPORAMO.RU ВЫ НАЙДЕТЕ ЕЩЕ БОЛЬШЕ МАТЕРИАЛОВ АВТОРА НА САМЫЕ АКТУАЛЬНЫЕ ТЕМЫ. ЕСТЬ ВОПРОС, НА КОТОРЫЙ ХОТЕЛИ ЛИ БЫ ПОЛУЧИТЬ ОТВЕТ ЮРИСТА? ПИШИТЕ НАМ НА ПОЧТУ OPORA-MO@MAIL.RU**



Сокращенный вариант. Полный текст статьи с примерами судебных решений вы найдете на нашем сайте [www.oporamo.ru](http://www.oporamo.ru)

В Подмоскowie подготовят специалистов для проектов импортозамещения. Инвесторы и образовательные учреждения Подмоскowie продолжают заключать соглашения, по которым колледжи обучат специалистов для региональных проектов импортозамещения





# КАК ВЕСТИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

## ОТ РЕДАКЦИИ

Среди малых и средних предпринимателей много тех, кто сам ведет социальные сети своего бизнеса или проекта, поэтому тема продвижения в медиа была актуальна в любые времена. Однако сейчас многое изменилось.

Как же бизнесу приспособиться к новым реалиям и грамотно использовать новые инструменты? Специально для информационных ресурсов «ОПОРЫ» эксперт по SMM, руководитель SMM-агентства Image UP Олеся Исаенкова написала несколько полезных текстов.

Все они уже размещены на нашем сайте [www.oporamo.ru](http://www.oporamo.ru) и в Телеграм-канале @Oporamosobl

Сегодня мы публикуем их на страницах нашей газеты!

Начнем с основного. Из каких блоков состоит взаимодействие и продажа в социальных сетях?

Трафик. Поток новых людей, читателей, подписчиков. Новая реальность такова, что те, кто использовали таргет в запрещенных социальных сетях, лишились инструмента лидогенерации. В целом же, остаются инструменты — mytarget (таргет в mail.ru, OK, VK), покупка рекламы у блогеров и в пабликах (актуально для всех социальных сетей), холодная, теплая рассылка, взаимный пиар (что по сути та же реклама у блогеров). Это зона ответственности таргетолога, трафик-менеджера, менеджера по работе с блогерами или SMM эксперта.

Контент в целом, продуманная воронка продаж в частности. То есть прежде чем начать использовать инструменты из пункта 1, вы должны продумать, куда вы поведете новых подписчиков. Что они увидят, возникнет ли у них доверие, возражения, вопросы. Обычно на входе в воронку работает бесплатный продукт (лид-магнит), который позволит новой аудитории познакомиться с вами, с вашей манерой работы, с экспертно-стью. Я рекомендую использовать вебинары, чек-листы, квизы, тесты. Это зона ответственности копирайтера, контент-стратега.

Продажи. Аналитика. Статистика. Здесь необходимо работать с теми, кто проявил интерес при изучении контента. Запросил чек-лист, посетил вебинар, поставил лайк. В идеале нужно изучать этих людей, фиксировать в CRM, ну или в Яндекс-таблице, чтобы, возможно, спустя какое-то время вернуться снова к касанию. Чтобы узнать возражения, потребности, боли. Чтобы продавать.

И только когда мы понимаем эту механику, мы выбираем путь взаимодействия с нашими клиентами.

Допустим, вы психолог. И выбираете в качестве бесплатного ознакомительного продукта вебинар «Как избавиться от тревожности». Таргетолог настраивает рекламу в mytarget с регистрацией на вебинар. В рамках эфира вы даете людям немного пользы, решаете какую-то одну проблему или предоставляете интересный небанальный инструмент. Помимо этого, люди видят вас, ваш тембр речи, подачу материала. Вы либо вызываете доверие, человек идет изучать ваш

контент дальше, «догреваться» в блог, либо не вызываете, человек уходит. Поэтому от качества бесплатного продукта зависит очень многое. Как, собственно, и от дальнейшего контента.

Ведь если вы вызвали доверие, и «клиент созрел», а в блоге у вас 1,5 поста с фотографиями кошечек, то вся работа будет проделана впустую.

Блок «продажи» усиливает, масштабирует ваше продвижение в социальных сетях, оптимизирует бюджеты и выявляет интересные проблемы. К слову, этим блоком можете заниматься вы сами или персональный ассистент.

Если говорить о заблокированных социальных сетях, здесь тоже сохраняется возможность работы. Допустим, тот же психолог, тот же вебинар, но трафик идет не с таргета (так как в Инстаграме\* он сейчас недоступен), а с рекламы в пабликах и у блогеров. Дальше схема такая же.

Какие есть нюансы работы в целом, если говорить о новой реальности?

- Не функционирует TikTok;
- Нет возможности настраивать таргет в FB, сами FB и Instagram\* работают только через специальные программы VPN (что существенно снижает охваты и покрытие, но тем не менее для завсегдатаев этих социальных сетей возможность работы сохраняется);
- Нет монетизации в Youtube, то есть блогеры не получают денег за просмотры. Но никто не отменяет возможности выкладывать контент;
- Аудитория стала тревожнее, есть тренд на безопасность. Требуется чуть больше времени, чтобы прогреть аудиторию и вызвать доверие;
- Появились новые социальные сети TenChat, Fiesta, ЯRUS, которые надо тестировать;
- Telegram — это не социальная сеть, а мессенджер, и относиться к нему нужно именно как к удобному инструменту работы с теплыми лидами;
- Тем, кто пришел в VK после 24 февраля, сложнее открывать бюджеты в таргете, но все-таки реально. Также считается, что в VK меньше бизнесовой аудитории и хуже продаются товары сегмента «premium», но все нужно проверять и тестировать.

\*признанная в РФ экстремистской организацией



## КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТЕЛЕГРАМ ДЛЯ БИЗНЕСА?

Поговорим о популярном мессенджере Telegram, который, к слову, по популярности почти нагнал всеми любимой WhatsApp

Telegram — это, в первую очередь, мессенджер, а не социальная сеть. Но мессенджер с расширенными возможностями, которых, увы, нет в тех же самых WhatsApp Viber. И именно это делает его столь привлекательным! Конкурентов нет, аналогов нет. Значит, нужно использовать.

Первая функция, которая будет полезна всем — общение. Обмен документами, фотографиями без потери качества. Telegram не сжимает картинки в отличие от конкурентов.

Например, почти у каждого нашего клиента есть канал с фотографиями для контента (для постов, сторис, сайта). Пришел новый исполнитель (дизайнер, фотограф, маркетолог), его добавили в канал, и он видит все, что там было ранее

Исполнитель уходит — его исключают из чата и добавляют нового. Контент не загружается автоматически в память телефона, можно выбрать нужные документы, фотографии и закатать отдельно.

Вторая функция — телемост. Можно создать видеоконференцию в режиме реального времени и поставить

ее на запись, неважно с телефона или с компьютера (zoom дает возможность бесплатно общаться 40 минут и вести запись только с desktop).

Например, мы проводим планерки и встречи с клиентами в формате видеоконференции, ведем запись, демонстрируем экран. Бесплатно. Запись хранится в облачном пространстве без заочки в память телефона, приходит отдельным сообщением по окончании беседы. Удобно.

Третья функция — сообщество по интересам, чаты для общения. Можно создавать чаты, каналы, публичные (которые реально найти через поиск) и частные (куда можно войти только по приглашению админа или участников, как вы решите). Вы можете дать возможность людям писать в чате параллельно с админом, можете разрешить переписку только в комментариях, чтобы не засорять эфир остальным участникам чата или закрыть возможность вести переписку вовсе.

Чем чаты в Telegram удобнее аналогов? Здесь есть возможность провести опрос — анонимный или обычный. В ответ на какое-либо сообщение можно поставить эмоцию, тем самым показать отношение других участников чата к вашему сообщению без многочисленных «спасибо», «молодец», «мне нравится».

Четвертая функция — автоматиза-

ция бизнес-процессов. В Telegram можно создать чат-бот, который может реагировать на те или иные действия пользователей (например, присваивать статусы, начислять баллы, банить за рекламу, проверять, выполнили ли вы заданные условия), выполнять несложные функции вроде поиска музыки, документов, книг или проверки текста, подсчета знаков и так далее (есть специальные боты, задача которых оказывать помощь), общаться с клиентами, подписчиками, вести автоматически по заданному алгоритму, по цепочке прогрева или по структуре контента.

Кстати, у публичного канала есть опция — создать «красивое» имя. Не набор бессвязных символов, а нужное вам сочетание на английском языке. Например, сейчас наша компания проводит бесплатную игру по работе с целевой аудиторией и канал называется [te.me/trip\\_client](https://t.me/trip_client)

Пятая функция — информационно-развлекательная, контентная. Когда вы создаете канал как альтернативу профилю в социальных сетях. Вы можете вести канал с ассортиментом ваших изделий, с полезностями, советами или демонстрировать backstage.

И вы можете продвигать свой канал. Из самого популярного — закупать рекламу в других пабликах и каналах. Но тема продвижения — это огромный пласт информации, достойный отдельной статьи.

Только не забывайте, что у Telegram нет возможностей и функционала полноценной социальной сети, поэтому:

- глубина просмотров ниже,
- «заходит» иной формат контента (меньше лайфа).

Здесь редко люди серфят — так как тот же Инстаграм\* предполагал эстетическое удовольствие и «скольжение по фоточкам». TikTok скользил по формату коротких видео. В youtube обычно приходят за основательной видео-информацией. А в Telegram ценят пользу, точность, лаконичность, максимальную заботу о времени подписчиков.

И тут мы плавно подошли к самой главной «боли» мессенджера. Это огромное количество каналов. Маленьких, больших, частных, публичных. К каналам добавляются чаты — с родительским комитетом, с друзьями-рыбаками, с соседями по району, с одноклассниками из младшей школы, с одноклассниками из старшей школы и так далее, и тому подобное.

Многие избегают Telegram именно по этой причине, но тем не менее, я не советую выходить из чатов, каналов при первой мысли «Как все это надоело».

Можно отключить уведомления в принципе или на какое-то время. Тогда вы не пропустите важное сообщение, направленное лично вам. Для этого человек должен отметить вас в диалоге через @

Можно группировать диалоги и каналы по папкам — по темам или по важности. Можно закрепить пять самых важных каналов в самом верху ленты (в бесплатной версии всего пять, но за деньги список закрепов можно расширить).

Если принять во внимание то, что я написала выше, Telegram — однозначно ценный инструмент в вопросах продвижения и развития бизнеса.

\*признанная в РФ экстремистской организацией

” В Московской области запущен Центр обучения для предпринимателей и специалистов центра «Мой бизнес». Обучение проводит эксперт, получивший сертификат Корпорации МСП. Представителям бизнеса Подмосковья доступно 12 различных тренингов





# В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ?

## КАК ВЫЗВАТЬ ЖЕЛАНИЕ КУПИТЬ БЕЗ АГРЕССИВНЫХ МАНИПУЛЯЦИЙ?

Материал о том, как построить «экологичный прогрев»

В этот момент многие начнут махать руками:

«Не надо нам ваших маркетинговых штучек, мы хотим вести блог, писать о себе, как сердце подсказывает»; «Мы хотим быть собой».

Потом обычно пауза. И следом обязательно последует вопрос «О чем мне писать в блоге так, чтобы оставаться самим собой и продавать?»

Друзья, но именно это и есть «экологичный прогрев» — когда вы не ездите на катке по болям клиента, когда вы остаетесь самим собой в блоге и продаете.

И никаких маркетинговых штучек. Я руководствуюсь только логикой, здравым смыслом и практическим опытом.

Задумайтесь, если вам предстоит выбор между двумя экспертами (стоматологами, кондитерами, психологами и так далее) — вы выберете того, кто приветлив и дружелюбен. Верно?

Или наши дети. Как они реагируют на приветливость, дружелюбие, мягкий голос?

Вспомните случаи, такие как «МММ» или другие лохотроны — всегда лица бренда располагают к себе, всегда за ними стоит какая-то история, которая вызывает симпатию или соответствует вашим ценностям. Да, они, к сожалению, придумывают такие истории.

Я же предлагаю вам быть максимально честными, ничего не придумывать, но и не игнорировать важность таких историй.

И по сути, это самый сложный момент. Момент личности. Лояльности. Важно не просто вывалить все истории, которые были или есть в вашей жизни. А делать это в соответствии с ценностями целевой аудитории.

Здесь очень помогают модные нынче распаковки. Или диагностики. Я сейчас активно изучаю теорию архетипов и ароматерапию, именно как инструментами работы с бессознательным. Для того, чтобы понять свою ценность, суперсилу.

Но не забывайте о целевой аудитории. Всегда сверяйте ориентиры — находите ли вы точки соприкосновения с ней.

Самый простой способ: напишите о себе (или о клиенте) 10 фактов, как о личности. И каждый факт подтвержайте примерами из жизни.

Любите готовить? Покажите в сторис блюдо, от которого близкие фанатеют. Или вспомните казусный

случай, когда перепутали соль и соду.

Дальше постарайтесь предположить — какие из историй понравятся вашим читателям, откликнутся.

По-хорошему, здесь должен быть маркетинговый анализ, но если нет ресурса на него, действуйте своими силами.

Итак, первый пласт прогрева — личные истории, которые показывают вас как приятного человека, располагают к себе.

Второй, самый простой, пласт — ваша экспертность. Сюда относятся образование, профессиональные качества, места работы, упоминания в СМИ, крутые коллаборации. Все, что характеризует вас как WOW-эксперта.

Что важно? Рассказывать об этом также через призму историй. Через рассуждения, рефлексию.



«Когда-то я проделала путь из точки F в точку A» — так начинается моя история о том, как я выросла из хорошистки в отличницу, когда училась в инязе. Далее я провожу какие-то сравнения с текущими событиями, рассуждаю, за счет чего это получилось тогда, и на что обратить внимание сейчас.

«Вчера услышала в автобусе любопытный диалог двух девушек. Они рассуждали о том, что высшее образование сейчас — моветон». И далее вы рассказываете о своих образованиях, о том, почему считаете это важным или неважным.

Третий пласт — работа с возражениями, кейсы, отзывы, условно-продающие тексты. Прогрев к идее покупки продукта.

И здесь отзывы и кейсы — самый сильный формат контента. Если у вас еще не было клиентов, вы можете стать сами кейсом — рассказывать и показывать, как изменилась ваша жизнь, благодаря тому или иному продукту.

Например, я на старте работы копирайтером рассказывала, как

для меня важно, что я могу проводить лето рядом с детками (а их у меня трое!), а не отводить их в дежурную группу.

Рассказывала, как сердце кровью обливалось, когда забирала дочку последней, в чужой группе. Летний отпуск был всего 14 дней. Остальное время в период летних каникул Кира «скакала» по району из садика в садик... Врагу такого пожелаешь. А сейчас я работаю удаленно, уезжаю на дачу, нашла няню для детей в поселке, которая перехватывает их на три часа утром. Ровно столько мне надо для работы.

Четвертый пласт — непосредственно описание вашего продукта. Важно учитывать как эмоциональные, так и функциональные выгоды. Не свойства, не характеристики, а выгоды, которые получает человек при покупке.

Эмоциональные — это время, удовольствие, самореализация, потенциальный доход и все, что клиенты получают в результате взаимодействия с вами или вашим продуктом.

Функциональные — это технические особенности взаимодействия с вами или вашим продуктом. Удобная обучающая платформа, обратная связь, распродажи, возвраты, презентации и так далее.

Если вы запускаете продукт — то оптимально «прогреть» шесть недель:

1 неделя — сообщения на лояльность

2 неделя — сообщения на экспертность

3-4 недели — перемешать сообщения на лояльность и экспертность в равной пропорции

5 неделя — прогрев к идее, работа с возражениями, кейсы

6 неделя — продажа продукта

Если у вас нет запуска, вы продаете что-то постоянно (консультации, диагностики, услуги), необходим так называемый «теневой прогрев» — чередуйте каждый пласт по очереди.

Все это относится к блогам, где есть человек.

И помните, ваша задача строить прогрев, который подарит тропу возврата — мотивирует клиентов возвращаться к вам снова и снова и приводить с собой друзей и близких.

Ваша задача — не «впарить» всем подряд, а продать тому, с кем вы совпадаете по ценностям и мировоззрению. Тем, кто сможет стать амбассадором вашего бренда.

## СЕКРЕТЫ ПРОДАЮЩЕГО ТЕКСТА

На что обратить особое внимание, когда вы создаете текст, цель которого — продать

Где мы чаще всего встречаем продающий текст? Таких мест очень много! Это посты, рассылки, письма, презентации, лендинги, реклама.

Как же правильно написать продающий текст? Разберем основные правила.

Итак, первое, на что нужно обратить внимание — заголовок (если речь идет о посте для социальных сетей, это первое предложение текста).

От первой фразы зависит 50% успеха всего текста. Обычно человек видит первые 5-7 слов и принимает решение, будет ли читать дальше.

Я советую уделить большую часть времени работе именно над заголовком. Самый эффективный способ — придумать 10 вариантов заголовка и потом выбрать лучший.

Варианты заголовков могут быть как креативные, так и достаточно стандартными, но информативными. И самый простой, но результативный заголовок — так называемый «HOW TO» (пер. с английского «Как»)

Примеры: «Как создать идеальный продающий текст за 10 минут», «Как сбросить вес на 5 кг всего за неделю без диет и изнурительных тренировок» и так далее.

После заголовка идет вступление/лид — самая сложная часть продающего текста. Потому что со школы мы привыкли «лить воду» во вступлениях. И здесь важно помнить, что наша задача не написать как можно больше, не порассуждать, а дать человеку конкретику и пользу лаконично и емко. В этом существенное отличие инфостилля от художественных сочинений.

Секрет: часто вы можете просто удалить вступление вообще, и текст от этого не проиграет. Иногда лучше сделать так, нежели разочаровать читателя.

Если все-таки вы твердо решили оставить вступление, проследите, чтобы оно состояло из 2-3-х коротких предложений, которые информируют, о чем будет основная часть текста. Без воды.

Пример как не надо: «В наше время каждая девушка понимает необходимость выглядеть стильно»;

Пример как можно: «Хотите выглядеть стильно всегда и везде, независимо от формата и спонтанности мероприятия?» (заголовок)

Предлагаем вам пройти обучающий курс по стилистике и цветотипированию, чтобы научиться самостоятельно составлять полноценные капсулы (вступление).

Далее идет основная часть текста. Непосредственно лайфхаки, секреты или же описание продукта, который

вы продаете.

Здесь важно разделить выгоды от продукта на эмоциональные и функциональные.

Эмоциональные: какую выгоду человек получает, когда покупает ваш продукт. Какой результат. Это может быть время, деньги, счастье, баланс, гармония. Но обязательно результат, а не процесс!

Результат — вы скинете 5 кг за 2 недели без диет и тренировок.

Процесс — вы узнаете, как поухудеть на 5 кг за 2 недели без диет и тренировок.

Функциональные выгоды — это технические особенности продукта или услуги.

Например, pdf файл с тренировками, обратная связь от куратора, живые встречи каждые две недели, общение в удобном мессенджере, 2 месяца доступа в клуб в подарок и так далее.

### ДРУГИЕ ВАЖНЫЕ НЮАНСЫ:

— Обязательно делите текст на абзацы

— Добавляйте списки — от одного до трех

— Следите, чтобы предложения были умеренно короткими — до 10 слов

— Каждая группа аргументов должна содержать не больше 5 подпунктов (±2). Именно столько оптимально воспринимает человеческий мозг.

Закончить текст необходимо ограничением и призывом. Напишите, что ваше предложение действует до...

Предложите читателю целевое действие в императиве — пишите, звоните, сохраняйте. И никаких «Если вдруг вам понравилось...»!

Один текст — одно целевое действие.

Неправильно: «Ставьте лайк, подписывайтесь, отмечайте друзей и регистрируйтесь».

Правильно: «Переходите по ссылке в шапке профиля и заказывайте товар или услугу...»

«Post Scriptum». Здесь можно продублировать один из главных весомых аргументов, либо надавить на боль, которую решает ваш продукт.

Пример: «P. S. Хватит писать «в стол», пора получать за тексты деньги!»

«P.S. Хватит покупать сдельные купальники и ограничивать загар!»

Проверяйте продающие тексты по пунктам, которые я обозначила, и вы увидите, насколько быстрее и проще станет создавать эффективные «продавашки». А высокая конверсия в целевое действие станет лучшей наградой!





БУДНИ МЕДИАТОРА

# МЕДИАЦИЯ БЕЗ МОТИВАЦИИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ МЕДИАТОРОВ

Авторы:  
Евгения Черячукина, директор Центра медиации Автономной некоммерческой организации «Национальный исследовательский институт судебной экспертизы и медиации»  
Ольга Фараонова, медиатор, профайлер, аккредитованный гештальт-терапевт, супервизор по версии EAGT, ведущий обучающих программ, семейный консультант, Член Профессиональной Психотерапевтической Лиги (СПб).

О медиации сейчас не говорит только ленивый. Но количество обращений на проведение процедуры медиации хоть и увеличивается, но, по сравнению с количеством обращений в суд, процент мировых соглашений после проведенных процедур медиации составляет только сотые одного процента.

Сегодня на основе реальных кейсов мы с коллегой Ольгой Фараоновой решили разобратся, почему же так происходит, с чем в своей работе сталкиваются медиаторы, а главное, что мешает сторонам воспользоваться такой не токсичной формой урегулирования конфликтов как медиация.

Самое сложное в работе медиатора — трансформировать и менять убеждения и стереотипы заказчиков. К сожалению, не всегда у медиатора есть время на развернутую предварительную работу и ресурсы для выработки аргументов и мотивации участников.

Трудно помочь тому, кто не хочет, чтобы ему помогли. У одного медиатора на вводный разговор со стороной уходит 30 секунд, а второй медиатор в тридцатый раз услышав ответ «нет», сам уже задумывается над вопросом: «А зачем мне вообще это надо?».

## «Нет, не значит нет!» — учат медиаторов на курсе по медиации. Но как на практике работать с этим «нет», медиаторов не учат

Вот бедные медиаторы мучаются, переживают, страдают от того, что не знают, как помочь урегулировать конфликт.

Но, как показывает практика, именно урегулировать конфликт многим вообще-то не интересно и не нужно. Это отличный повод манипулировать людьми, жаловаться на обстоятельства, людей, ретроградный Меркурий, да много еще чего. Кто хочет задуматься о том, что он сам делает что не так? А о том, какие эмоции вызывают его слова или действия у окружающих?

Лучше посмотреть интересное кино или нанять полк юристов, адвокатов и вести борьбу за этими могучими спинами.

В том случае, если даже удалось все-таки выиграть в судебных баталиях у противника, можно и в этом случае постараться найти ложку дегтя.

Тут вариантов еще больше: либо юристам очень много пришлось заплатить, либо суд шел пять лет, либо решение есть, но исполнить его невозможно. Много к чему можно придаться, когда ты все еще вовлечен в конфликт.

Вот об этом хотелось сегодня поговорить. О том, как работают медиаторы, с какими сложностями они сталкиваются. Я собрала у коллег медиаторов случаи из медиаторской практики с целью анализа причин такого поведения сторон конфликта, для определения возможностей выхода на проведение процедуры медиации. И в этом мне поможет Ольга Фараонова, медиатор-психолог.



Евгения Черячукина

**ПЕРВАЯ СИТУАЦИЯ**, описана медиатором из Пскова Аленой М.: «Отказ в проведении процедуры медиации был связан с недоверием, что вторая сторона будет исполнять договоренности. Постоянно звучало: «С этим человеком нельзя договориться, он сейчас соглашается и говорит так, а через день все переиграет». Пока по-прежнему одна сторона хочет, а вторая — опасается. Со второй беседовала один раз. С первой неоднократно и подолгу».

**Мнение медиатора — психолога:** «Не совсем понимаю цель беседы с одной из сторон, когда вторая отказывается от процесса. Медиатор, психолог в своей работе опирается на объективные данные и факты, представленные сторонами. В данном случае нам не хватает представления о другой стороне. Один из участников процесса описывает свое недоверие к решениям второй стороны, его аргументом является то, что другая сторона не заинтересована в переговорах. В этом случае мы видим, что конфликт уже вышел из скрытой стадии, но отношения еще не достигли стадии готовности к поиску решения, антагонизмы разворачиваются без ориентации на результат, при этом участники находятся на стадии высокого психологического напряжения».

В данном случае я бы рекомендовала обеим сторонам подумать о том, что пока стадия конфликта является умеренно сильной, следует не упустить момент и провести первую, исследовательскую сессию, которая позволит прояснить медиатору и участникам суть противоречий, объект конфликта, масштаб, методы и стратегии выхода из сложившейся ситуации. Но без готовности второй стороны мы будем бессильны»

**ВТОРАЯ СИТУАЦИЯ**, описана медиатором из Воронежа Мариной Л., которая в своей работе постоянно сталкивается с недоверием к самой процедуре медиации. Ее клиенты часто говорят: «И о чем нам вообще с ним говорить, я его сейчас засужу, привлеку к уголовной ответственности, уничтожу» и тому подобное.

**Мнение медиатора-психолога:** «Одна из сторон находится в антагонистической



Ольга Фараонова

позиции, видит решение только в стратегии преследования. Высказывания стороны звучат, судя по представленному фрагменту прямой речи как агрессивные. Являясь преследователем, сторона «назначает» другого участника жертвой. В такой ситуации обратившейся стороне медиатор, психолог, условный «спасатель» (по треугольнику Карпмана) не просто не нужен, а даже опасен. «Вдруг возьмет и убедит в обратном». Не заинтересована сторона в светлом будущем. Я бы этот случай отнесла к тем, когда предварительная работа сделана не в полной мере и мотивация у участников отрицательная. Сторонам конфликта можно рекомендовать работу с психологом с целью анализа негативных ролей, регуляции эмоций и рассмотрения иного сценария отношений».

**ТРЕТЬЯ СИТУАЦИЯ** описана медиатором из Нижнего Новгорода Татьяной Л.: «Ко мне пришла на медиацию одна сторона. Я позвонила и сообщила второй стороне о желании и возможности урегулировать спор путем проведения процедуры медиации. Вторая сторона не отказала, а сообщила мне, что предварительно должна посоветоваться с адвокатом. После чего категорически стала отказываться со мной говорить, только через адвоката. Адвокат в свою очередь понятия не имела, что такое медиация, задавала вопросы, что я гарантирую, как медиатор, застрахована ли моя ответственность. Впоследствии первая сторона, согласная на медиацию, тоже решила обратиться к адвокату, по примеру второй, чтобы не терять время. Итог этой истории не утешителен: стороны продолжают активно судиться, уже получены исполнительные листы, которые сторонами игнорируются. Как говорить, в этой истории юристы все испортили».

**Мнение медиатора-психолога:** «Основы конфликтологии таковы: конфликт имеет объект, в нем участвуют субъекты, есть условия конфликта, его масштаб и способы взаимодействия. Данный случай отягощен тем, что субъектов в этом конфликте становится гораздо больше, чем предполагает урегули-

рование этого конфликта. Работая со своими заказчиками, я обращаю их внимание на этот аспект и всегда предупреждаю об опасности усложнения процесса, в случае привлечения большого количества заинтересованных третьих лиц».

Мы представили случаи, которые не являются исключительно трудными или интересными для медиатора, они скорее иллюстрируют ежедневные будни медиатора-психолога. Нам показалось важным «подсветить» те ситуации, в которых недостаточная мотивация участников конфликта делает проведение процедуры медиации затруднительной или даже невозможной.

## Медиация — прекрасный метод, рабочий инструмент, но без веры и вовлеченности конфликтующих сторон, без их заинтересованности привести медиацию к хорошему решению не сможет даже самый талантливый и грамотный специалист

Наш призыв к тем, кто оказался в трудной жизненной ситуации и ищет способы выхода из конфликта более экологичными средствами: познакомьтесь с методом, поинтересуйтесь у тех, кто владеет информацией о медиации, обсудите это с партнером и приходите за решением.

Тем, кто оказался в сложных противоречиях в бизнесе, также рекомендуем прибегать к медиации, поскольку медиативный подход позволяет сфокусироваться на конструктивном диалоге и решении, оставив эмоциональные переживания «за скобками». Эмоции и переживания полезно проработать с психотерапевтом, психологом, консультантом.

В настоящее время мы с Ольгой Фараоновой много работаем с представителями бизнеса, собственниками, топ-менеджерами, которые переживают трансформацию бизнеса, связанную с геополитической ситуацией.

Это и релокация, и редукция бизнес-процессов, оптимизация и сокращения, что часто влечет за собой претензии, споры, протестные реакции со стороны сотрудников.

В таких ситуациях конфликтующей парой к психотерапевту не пойдешь, хорошо, если в компании есть свой организационный психолог, который поможет выстроить диалог. Но если такой возможности внутри компании нет — обращайтесь за помощью к профессионалам, запрашивайте медиацию и позволяйте себе часть проблем в своей жизни переадресовать грамотному специалисту медиатору.

Экономьте время, ведь это самый дорогой ресурс, восполнить который нельзя ни за какие деньги!

Правительство продлевает некоторые меры поддержки бизнеса до конца 2023 года. Правительство России продлевает некоторые меры поддержки бизнеса до конца 2023 года. В связи с санкциями ранее были приняты решения для помощи бизнесу





## ИНИЦИАТИВЫ

# УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ЧЛЕНА «ОПОРЫ РОССИИ» «ПРОФИОРИЕНТАЦИЯ ЧЕРЕЗ КИНОЛОГИЮ «ДОБРЫЕ ПРОФЕССИИ»»

Подростковый возраст – важнейший период развития социальных и эмоциональных навыков, важных для психического благополучия человека

Огромное значение в формировании этих навыков имеют благоприятные условия в семье, школе и сообществе в целом. Немаловажную роль играет качество жизни семьи и взаимоотношения со сверстниками: признанными факторами риска для психического здоровья и благополучного будущего являются насилие (особенно сексуальное насилие и издевательства со стороны сверстников), жесткие методы родительского воспитания, социальная изоляция, отсутствие доступа к качественной помощи и услугам, социально-экономические проблемы.

При этом, стремительная цифровизация, расширение возможностей получения образования и огромное количество курсов, которые «за 3 дня научат зарабатывать» приводят подростков в замешательство, не позволяющее определить дальнейшие перспективы.

В 2020 году благотворительный фонд развития филантропии КАФ (признан иностранным агентом) провел исследование молодежи 14-25 лет, отдельно были выделены подростки с низкими стартовыми возможностями. Согласно результатам исследования [1], 39% опрошенной молодежи проходили профориентацию, всего 15% молодежи в возрасте 15-25 лет пользовались дистанционными курсами по профориентации и построению карьеры.

**Профориентация – действенный инструмент в определении будущего для подростков, способ обеспечить достойный выбор профессии и получить первоначальный опыт. При этом, профориентация недостаточно используется в современной России по нескольким причинам:**

## 1. Проблема в самостоятельном осмыслении будущего самими подростками

Дети в возрасте 14-17 лет не достигли зрелости и самостоятельности в принятии решений, им сложно сделать выбор профессии. У подростков не сформирована внутренняя готовность к осознанному и самостоятельному представлению, корректировке и реализации перспектив своего профессионального и жизненного развития. Ситуация усугубляется тем, что влияние сверстников в этот период очень высокое, а родителей и учителей – крайне низкое, что приводит к внутренним конфликтам.

## 2. Недостаточность информации о профориентации в школе и среде родителей

В настоящее время деятельность по профориентации в образовательных учреждениях ограничена тестированием школьников и общими рассказами о возможных перспективах, иногда – проведением уроков с приглашением специалистов разных профессий, посещения организаций. Но все это – инициатива классных руководителей.

В Москве представлено большое количество возможностей для профориентации:

- в школах началась программа «образовательные траектории» и «предпрофессиональные классы», когда старшеклассники могут выбрать профиль и подробнее узнать о будущей профессии;
- на базе Технопарков, проходит профориен-



тация школьников [2], включая тесты и практикумы по цифровым профессиям;

- в рамках проекта «субботы московского школьника» есть огромный спектр специальностей, о которых можно узнать;
- во время дней профориентации и карьеры проходят марафоны профессий;
- платные услуги по профориентации: в сети Интернет можно найти много организаций, оказывающих платные услуги по профориентации подростков, средняя стоимость профориентационного теста – 3000 рублей, но тест не дает представления о возможных профессиях.

При этом, участие в профориентационных мероприятиях ложится на плечи родителей и самих подростков, так как имеют заявительный характер. И, если для благополучных семей, где родители вовлечены в воспитание подростка и нацелены на помощь в выборе профессии, посещение подобных мероприятий и участие в проектах не является чем-то сложным, в неблагополучных семьях дети таких возможностей не получают.

Исследование «Молодежь на старте карьеры» демонстрирует значительные различия опыта трудоустройства и работы по профессии у большинства молодежи и группы с низкими стартовыми возможностями.

## 3. Узкий фокус профориентации

Несмотря на большое количество возможностей для профориентации подростков, основной упор сделан на цифровых и технических профессиях, искусстве. Например, образовательные траектории сфокусированы на естественных и компьютерных науках, лингвистике, спортивной деятельности, а в техноградах преподают ИТ-дисциплины, архитектуру, дизайн, робототехнику, 3D-моделирование и компьютерную анимацию.

При этом, акцента на разнообразные профессии и виды деятельности нет: практически не

включены в этот перечень рабочие профессии, позволяющие обеспечить занятость сразу после школы или колледжа. Хотя, по данным исследования об образовательных притязаниях школьников, дети из неблагополучных семей чаще склонны к поступлению в средне-специальные учебные заведения и к более раннему началу трудовой деятельности [3]:

- Школьники, чьи родители не имеют высшего образования, склонны к получению средне-специального – 24%, что в три раза больше детей из семей родителей с высшим образованием. Кроме того, большая доля таких учеников рассматривает для себя возможность закончить обучение после получения общего среднего образования (15%, что в три раза больше, чем среди учеников, имеющих родителей с высшим образованием);
- Культурный капитал семьи школьника связан с уровнем его образовательных притязаний: он наиболее высок у школьников, в домах которых больше 200 книг, а самый низкий – среди тех, у кого дома меньше 25 книг.

Все это приводит к тому, что дети, находящиеся в трудной жизненной ситуации, имеют низкие стартовые возможности для получения квалифицированной профессии.

Для помощи в реализации потенциала подростков с низкими стартовыми возможностями должны быть созданы различные условия:

- создание возможностей для получения профессионального опыта;
- развитие системы менторства, наставничества и коучинга;
- информация о программах и возможностях получения профессий, актуальных на современном рынке труда.

Тем не менее, больший фокус у некоммерческих организаций идет на подростков и молодых взрослых с ОВЗ и инвалидностью. На карте, разработанной в рамках исследования «Молодежь на старте карьеры» из 37 Московских некоммерческих организаций, занимающихся поддержкой в сфере профориентации, всего 3 помогают детям из неблагополучных семей (одна из них оказывает услуги платно).

При этом, существует недостаток квалифицированных кадров в сфере кинологии, канистерапии и работы с непродуктивными животными. Это прослеживается по количеству занятых специалистов в сфере, профессионалов и возможностей для получения образования. За последние годы изменилось отношение к животным – сейчас собаки и кошки приобретают статус компаньонов и членов семьи, наблюдается рост затрат на товары и услуги для домашних животных.

Растет и потребность в профильных специалистах – ветеринарах, кинологах, фелинологах, инструкторов по дрессировке, зоопсихологов, вожатых по выгулу собак, грумеров, зоонянь и других. Но отсутствуют единые профессиональные стандарты для специалистов, оказывающих бытовые услуги по уходу за животными.

Обучение по профессиям, связанным с непродуктивными животными, можно получить в Москве только в Аграрном университете

им.Тимирязева. В Университете на специальности «ветеринарно-санитарная экспертиза, предусмотрено 60 мест в бакалавриате и 20 в магистратуре, 22 в специалитете (и это для студентов со всей России). Малое количество бюджетных мест, по сравнению с другими специальностями обучения в ВУЗе (например, ежегодно в магистратуру университета поступает 90 агрономов и 65 специалистов по эксплуатации транспортно-технологических машин и комплексов), крайне низкие баллы ЕГЭ с которыми поступают студенты, демонстрируют остаточный принцип выбора специальности. В Московских аграрных учебных заведениях ежегодно выпускаются около 9 тысяч специалистов, но этого количества недостаточно для обеспечения необходимого объема оказываемых услуг в сфере заботы о домашних животных.

## О проекте «Профориентация через кинологию «Добрые профессии»»

В целях создания эффективной системы профориентации, способствующей формированию профессионального самоопределения подростков из семей в социально уязвимом положении и с низкими стартовыми возможностями, АНО ШАЛОПАИ СЕВЕРА и UVIVO | Центр профессиональной заботы о животных имеют возможность организовать для несовершеннолетних курсы профориентации через работу с непродуктивными животными.

Проект «Профориентация через кинологию «Добрые профессии»» — это цикл образовательных и просветительских программ с целью подготовки специалистов, востребованных в отрасли МДЖ (мелких домашних животных), а также возможность подросткам Москвы 14-18 лет примерить на себя профессии в сфере социально-ориентированной кинологии, пообщаться с животными. Исходя из этого, становится очевидной высокая социальная значимость данного проекта, назначение которого заключается в повышении престижности и востребованности профессии кинолога, канистерапевта и создание условий для равных стартовых возможностей подросткам из сложных семей.

Разработанный курс обучения с учетом психологических особенностей подростков, находящихся в социально уязвимом положении, будет включать как теоретическую базу (интерактивные занятия), так и практику в виде очных мастер-классов и тренингов. Участниками профориентационных занятий станут подростки, имеющие низкие стартовые возможности в получении квалифицированной профессии, находящиеся на стадии определения будущей занятости.

Таким образом, работа по профориентации подростков из уязвимых групп в сфере работы с непродуктивными животными, будет способствовать решению целого комплекса задач: создание условий для равных стартовых возможностей подросткам из сложных семей и повышение престижности и востребованности профессии кинолога, канистерапевта. В комплексе, мероприятия проекта создадут не только условия для профориентации подростков в уязвимом положении, но и предпосылки для появления специальности «Социальная кинология».

[1] Молодежь на старте карьеры: герои, цифры, решения [special.philanthropy.ru/young](http://special.philanthropy.ru/young) (дата обращения 11.10.2022 г.)

[2] От анимации до архитектуры: детские технопарки запускают программу профориентации школьников. [www.mos.ru/news/item/112340073/](http://www.mos.ru/news/item/112340073/) (дата обращения к источнику 30.09.2022 г.)

[3] Образовательные притязания российских школьников: факторы и возрастная динамика / В. А. Кондратенко, М. А. Кирюшина, М. Б. Богданов; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2020.



Подмосковный Фонд ВЭД открыл сбор заявок на оказание услуг. Фонд поддержки экспорта Московской области начинает сбор заявок на услуги для компаний-экспортеров в 2023 году. Подать заявку на получение бесплатной поддержки специалистов Фонда можно на его сайте





НАШИ НОВОСТИ

# ЖЕНСКОЕ ДЕЛО

Состоялся третий большой нетворкинг женского нетворк-сообщества «МирБизнесМам» при поддержке Комитета по женскому предпринимательству подмосковной «ОПОРЫ РОССИИ»

«Если хочешь идти быстро — иди один, если хочешь идти далеко — идите вместе!» — под таким девизом прошло уже третье мероприятие в 2022 году, собравшее более 100 участниц из Москвы и самых разных уголков Подмосковья.

Оно смогло состояться благодаря сплоченной команде «МирБизнесМам», поддержке партнёров и, конечно, самих участниц.

Любовь Хатамова, Надежда Захарова, Елена Горячева, Светлана Шишкова, Ирина Патрикеева — большая дружная команда, которая воплотила идею в жизнь.

«Мы учли все пожелания участников и сделали очень много нетворкинга. Никто не остался без внимания! А, на секундочку, уделить внимание сотне людей, больше половины из которых знаешь по имени, это дорогого стоит!», — рассказала корреспонденту нашей газеты Любовь Хатамова. — Выступающие — это отдельная история! Харизма, экспертность, уникальные методики... вот что значат спикеры большого нетворкинга-3!»

Приглашенный эксперт Павел Палагин добавил понимание понятия «нейропластичность мозга», предложив несколько упражнений.

«Павел просто покори нас своей энергетикой, легкостью подачи сложного материала! На практике каждая участница попробовала изменить работу своих нейронных связей в моменте... и это получилось!», — продолжает Любовь.

Трижды доктор наук, профессор, автор систе-



мы «Кармалоджик» Алексей Ситников, напротив, погрузил участников в глубокую тему, касающуюся бытия, будущего, здоровья эмоционального, психического и физического.

А финалом праздника стало празднование шестилетия первого нетворк-сообщества «МирБизнесМам». Было много подарков, торт, свечи, а «вишенкой» всего мероприятия стал арома-исторический спектакль от писателя Марии Точилиной. Это погружение в мир 19 века, в историю, в век балов и дворцовых тайн.

**ОТ РЕДАКЦИИ: Следующий большой нетворкинг уже запланирован на 16 марта 2023. Не пропустите это событие! Анонс встречи обязательно будет размещен на наших официальных информационных ресурсах.**

## «БОЛЬШОЙ НЕТВОРКИНГ» НЕ СМОГ БЫ СОСТОЯТЬСЯ БЕЗ ПОДДЕРЖКИ СПОНСОРОВ!

Сегодня мы знакомим вас с партнерами, внесшими большой вклад в организацию женского нетворкинга! Это адвокат Янина Пироженко, руководитель компании по аутсорсингу бухгалтерских услуг Светлана Науменко и Анна Кузнецова, основательница магазина/мастерской съедобных букетов и наборов с орехами и сухофруктами

Светлана Науменко — собственник и руководитель компании по аутсорсингу бухгалтерских услуг «Ваше дело».



За 12 лет собственного бизнеса и более 20 лет практики в сфере бухгалтерии и налогового консультирования она сэкономила клиентам десятки миллионов рублей налогов и оставила эти деньги работать в их бизнесе.

Метод работы Светланы и ее компании — не навязать свои знания, а проследить, чтобы рекомендации были актуальны и практически применимы для заказчика.

Важный показатель качества работы — это заказчики, которые работают с компанией уже 10-12 лет.

В компанию можно обратиться по таким вопросам:

- ведение бухгалтерского, налогового учёта;
- ведение кадрового делопроизводства;
- ведение воинского учёта;
- открытие или ликвидация ИП, ООО;
- консультации по любому из вопросов выше.

Знакомьтесь: это Анна Кузнецова, основательница магазина/мастерской съедобных букетов и наборов с отборными орехами, натуральными сухофруктами и различными продуктами для здорового питания.



Также в магазине представлены различные варианты подарочной упаковки, возможность выбора наполнения из большого ассортимента вкусной и полезной продукции.

За счет правильного хранения в магазине орехи и сухофрукты сохраняют все свои полезные свойства качества. Яркие, полезные ореховые, фруктовые, ягодные букеты и подарочные наборы всегда передадут самые искренние чувства и пожелания. У компании только лучшие поставщики и здесь гарантируют качество продукции и сроки годности.

Ассортимент постоянно расширяется, а ознакомиться с ним можно на сайте [www.rekanmarket.ru](http://www.rekanmarket.ru)

Также подарочные наборы возможно приобрести на Wildberries.

«Мы сотрудничаем с фудфлористами, владельцами кофеен и просто любителями полезных перекусов. У нас оптово-розничные продажи орехов, сухофруктов и разнообразной упаковки с доставкой до двери по Москве и Московской области, а в регионы осуществляем доставку с помощью транспортных компаний. Будем рады видеть вас в нашем магазине по адресу Московская область, г. Королев ул. Болдырева д. 3», — рассказывает Анна.

## КАК ДОЛЖНА ВЫГЛЯДЕТЬ СТРУКТУРА ДОГОВОРА?

**ОТ РЕДАКЦИИ:** В прошлом номере нашей газеты адвокат Янина Пироженко рассказала, как правильно составить договор, чтобы потом не было мучительно больно. Сегодня продолжим тему и подробно остановимся на том, как же должна выглядеть структура договора



**Договор имеет следующую структуру:**

1. Преамбула (вводная часть)
2. Предмет договора
3. Дополнительные условия договора.
4. Прочие условия.

При заключении договора следует помнить, что есть так называемые существенные его условия. Если эти условия отсутствуют, контрагент может воспользоваться вашим незнанием и обратиться это в свою пользу. Не допускайте этого.

**В ПРЕАМБУЛЕ** договора должны быть отражены: наименование договора (купли-продажи, оказания услуг, поставки, комиссии, агентский, строительного подряда и т.п.).

Суды трактуют договор исходя из его содержания, а не названия, поэтому рекомендую при заключении договора соблюдать это простое правило «Название должно отражать содержание».

С реквизитом ДАТА ПОДПИСАНИЯ (в формате число, месяц, год) связано правильное установление момента заключения договора и окончания его срока действия, следовательно, и юридические последствия.

**МЕСТО ПОДПИСАНИЯ ДОГОВОРА** очень важный реквизит. По законодательству местности, где совершена сделка суд может определить:

- А) правоспособность и дееспособность лиц, заключивших сделку;
- Б) форму сделки;
- В) обязательство, возникшее из сделки, если не предусмотрено положения статьи 432 ГК РФ).

Наименование контрагента должно быть указано в соответствии с регистрационными сведениями в реестре, полностью, например «Общество с ограниченной ответственностью «Ромашка», также следует указать сокращенное наименование «Покупатель», «Поставщик» и т.д.

Обязательно в преамбуле отразить должности, фамилии, имена, отчества и полномочия лиц, подписывающих договор. Например, *Общество с ограниченной ответственностью «Ромашка» в лице генерального директора Иванова Ивана Ивановича, действующего на основании приказа от «...» 2022 года о вступлении в должность» или «... действующего на основании Устава...».*

**ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА.** Самая важная его часть, отражающая существенные условия, без отражения которых договор можно будет признать незаключенным, к примеру.

*Предмет договора — о чем.*

Например, стороны договорились совершить сделку купли продажи 1000 упаковок бумаги, за цену, определяемую договором;

*Обязанности и права сторон*

В договоре отражаются обязанности и права каждой из сторон, основанные на положениях гражданского законодательства Российской Федерации.

*Цена договора, порядок расчетов, условия принятия и возврата поставленного товара и пр.*

Можно сослаться на письма Федеральной налоговой службы Российской Федерации, Гражданского законодательства Российской Федерации.

*Сроки выполнения своих обязательств сторонами.*

В данном разделе нужно учесть вид договора.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА**

В отдельных видах договоров очень важно выявить в договоре ссылки на «Инструкцию о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» (утв. постановлением Госарбитража СССР от 15.06.1965 N П-6) (ред. от 23.07.1975, с изм. от 22.10.1997). Утверждена. постановлением Госарбитража. при Совете Министров СССР. от 15 июня 1965 г. N П-6. Инструкция. Инструкцию о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству» (утв. Постановлением Госарбитража СССР от 25.04.1966 N П-7) (ред. от 23.07.1975, с изм.

от 22.10.1997). Обе инструкции действующие и значительно осложняют жизнь стороне, которая «пропустила» положение об их применении.

Срок действия договора.

Если вы планируете разовую поставку, лучше указать срок действия договора до исполнения сторонами своих обязательств, например сторона А осуществила поставку и сторона В произвела оплату по указанным реквизитам.

Если будет указан срок действия договора, например три месяца, а одна из сторон не выполнила свои обязательства, за справедливостью вынуждены будете отправиться в судебные органы.

Ответственность сторон.

Этот раздел обеспечивает в некотором смысле равенство сторон в договорных отношениях, путем установления дополнительных гарантий за неисполнение или некачественное исполнение взятых на себя обязательств, возможно применение положений статьи 394 ГК РФ.

Способы обеспечения обязательств.

Неустойка, залог, удержание имущества должника, поручительство, банковская гарантия, задаток — это и есть способы обеспечения обязательств, предусмотренные гражданским законодательством.

Основания для изменения и расторжения договора предусмотрены главой 29 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Условия сохранения конфиденциальности передаваемой информации.

Порядок разрешения споров между сторонами.

По общему правилу споры между юридическими лицами рассматриваются арбитражным судом. Но стороны вправе установить иной порядок рассмотрения возникшего спора, к примеру передать его в третейский суд.

Особенности перемены лиц по договору.

Я редко встречаю именно этот раздел. Нужно помнить о статье 388 Гражданского кодекса Российской Федерации об уступке права требования по договору.

**ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ.**

В этом разделе, как правило, отражаются следующие вопросы:

- Законодательство, которое применяется к правоотношениям сторон;

- Для каждой стороны есть право указать лиц, ответственных за исполнение, согласование реализации условий договора, с указанием их фамилии имени отчества, полномочий, порядок обмена информацией, сроки и способы связи, могут быть указаны иные данные, которые стороны посчитают возможными для наиболее благоприятного взаимодействия;

- Положения договора, которые регулируют судьбу преддоговорной работы и достигнутые результаты;

Важно: реквизиты сторон, включающие сведения:

Почтовые реквизиты;

Юридический и фактический адрес местонахождения юридического лица. Важно для обращения в судебные органы требуется указывать юридический адрес.

Банковские реквизиты сторон (номер расчетного счета, наименование банка, ИНН/КПП и т.п.)

Отгрузочные реквизиты для железнодорожных отправок, контейнеров, мелких отправок.

Количество экземпляров договоров.

Подписи каждой из сторон (можно внизу каждой заполненной страницы).

*Материал подготовлен на основе действующего законодательства РФ и Письма Роскомторга от 09.11.1995 г. №1-1492/32-21 «О рекомендациях по составлению договоров»*

