



БАНКОВСКИЙ
ПРОЦЕССИНГОВЫЙ
ЦЕНТР

ФИНАНСЫ | ТЕХНОЛОГИИ | УПРАВЛЕНИЕ

2023 февраль-март 1(12)

FINTECH TIMES

**Банкоматный бизнес вчера и сегодня.
Возможности для развития индустрии**

**Маркетплейсы: реалии площадок,
стратегии выхода и рост продаж**

**Криптоиндустрия сегодня: законодательная
база, налогообложение и другие нюансы
в разных странах мира**

**IR-специалист – менеджер,
который привлекает инвестиции**



**Милые женщины,
уважаемые наши читательницы!**

ОАО «Банковский процессинговый центр» поздравляет вас с прекрасным и самым цветущим праздником – Днем женщин!

Весна – долгожданная пора пробуждения и обновления! От себя лично и от всех мужчин Банковского процессингового центра поздравляю вас! Желаю, чтобы эта весна наполнила вашу жизнь яркими впечатлениями, положительными эмоциями, запоминающимися мгновениями счастья, которые будут согревать ваши сердца в те жизненные минуты, когда это будет особенно необходимо.

Милые дамы, мы, мужчины, знаем, что именно на ваших плечах всегда лежит большой груз ответственности за многие жизненные процессы. Желаю, чтобы рядом с вами всегда был тот человек, который сможет разделить этот груз и будет заряжать вас только позитивными эмоциями.

Желаю вам отличного здоровья, настоящей душевной красоты и счастья! Пусть ваши мечты исполняются как можно чаще!

**С самыми наилучшими пожеланиями
и глубоким уважением,
генеральный директор
ОАО «Банковский процессинговый центр»
Александр СОТНИКОВ**

СОДЕРЖАНИЕ

БАНКОВСКИЙ БИЗНЕС

Банкоматный бизнес вчера и сегодня

Спикер: **Игорь ЕВДАКОВ**, заместитель генерального директора
ОАО «Банковский процессинговый центр»
Автор Алена Зайцева

КРИПТОИНДУСТРИЯ

Криптоиндустрия сегодня: законодательная база, налогообложение и другие нюансы в разных странах мира

Спикер: **Ольга ПЕТРОВА**, независимый эксперт
Автор Алеся Хлебович

БИЗНЕС МАРКЕТПЛЕЙСОВ

Маркетплейсы: реалии площадок, стратегии выхода и рост продаж

Спикер: **Наталья ЯЦКЕВИЧ**, директор Global Sales
Автор Марина Роман

КРИПТОВАЛЮТА. ФИНАНСЫ

Мошенничество и разного вида аферы среди криптообменников

Спикер: **Вячеслав СЕНИН**, директор Assist Belarus
Автор Марина Матюшина

БИЗНЕС-ИДЕИ

15 бизнес-идей для каждого

Спикер: **Ольга ЕРМАЧЕНКО**,
руководитель разноуровневых бизнес-проектов
Автор Ольга Максименко

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

IR-специалист – менеджер, который привлекает инвестиции

Спикер: **Марина РОМАН**, пресс-секретарь
Банковского процессингового центра
Автор Юлия Немчик

КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ В БИЗНЕСЕ

Елена СЕКАЧ: «Всего лишь две секунды, чтобы считать образ, который задаст правильный старт вашим переговорам...»

Спикер: **Елена СЕКАЧ**, профессиональный стилист
Автор Марина Роман

Дорогие наши читатели, партнеры и коллеги!

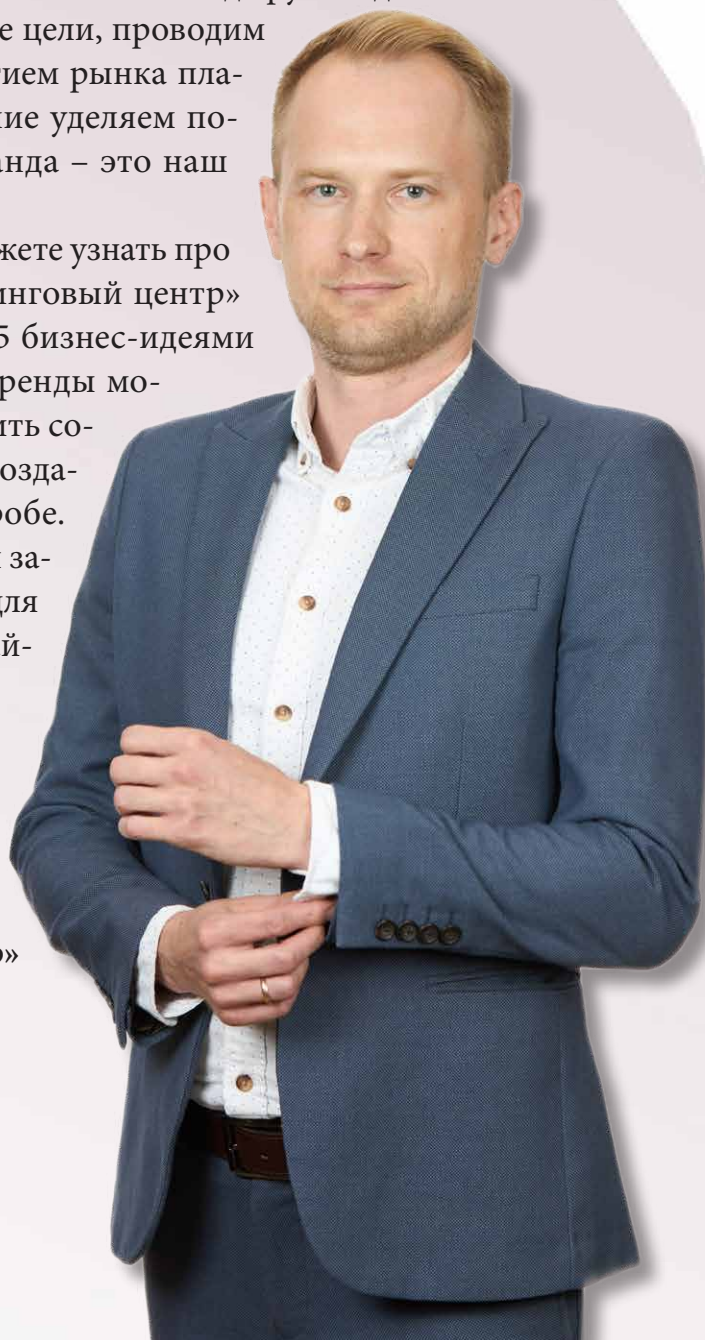
Перед вами очередной номер нашего издания FinTech Times. Уверен, что сейчас, в начале очередного года, многие из вас заняты планированием, поиском новых идей и направлений в бизнесе, решением очередных задач и вызовов. В 2023 году это особенно актуально для ОАО «Банковский процессинговый центр». Для нас это год разработки новой Стратегии развития, над созданием которой уже трудится наша команда руководителей. Как и всегда, мы ставим себе амбициозные цели, проводим работу над ошибками, думаем над развитием рынка платежных услуг и сервисов, особое внимание уделяем построению HR-бренда, так как наша команда – это наш основной ресурс.


В данном выпуске FinTech Times вы сможете узнать про возвращение ОАО «Банковский процессинговый центр» в банкоматный бизнес, ознакомиться с 15 бизнес-идеями для рынка Беларуси, изучить основные тренды мошенничества в сфере криптовалют, получить советы от профессионального стилиста по созданию корпоративного стиля в своем гардеробе.

Желаем вам найти в этом многообразии затронутых тем что-то для своего бизнеса и для себя лично, а также успешно применить найденное на практике.

С уважением,

**исполнительный директор
ОАО «Банковский процессинговый центр»
Денис КУЧЕРЕНКО**



A professional portrait of Igor Evdakov, a man with short light brown hair, wearing a blue suit jacket, a white shirt, and a maroon tie. He is sitting at a desk, looking directly at the camera with a neutral expression. In the foreground, there is a blue folder or document. The background is a dark blue wall with a subtle pattern.

Игорь ЕВДАКОВ,
заместитель
генерального директора
ОАО «Банковский
процессинговый центр»

БАНКОМАТНЫЙ БИЗНЕС

ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

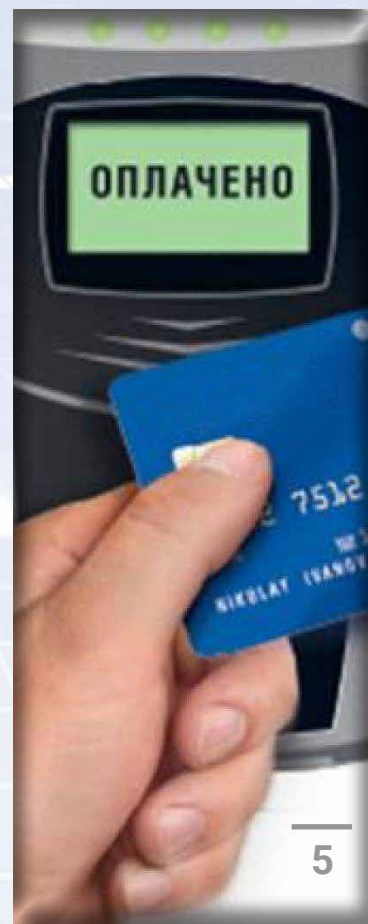
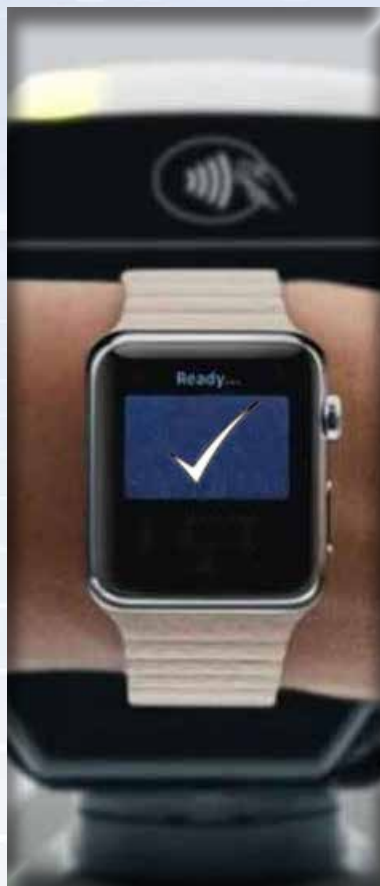
Любой бизнес всегда реагирует на внешние проявления рынка и на поведение своего потребителя. Кроме того, согласно некоторой классификации, существует градация поколений, которая, несомненно, задает тренды в развитии. Например, в период локдауна началась новая эра цифровизации. Банковские услуги логически претерпевали ряд изменений и апгрейда. Например, розничный банкинг и платежный рынок за короткий промежуток времени обрели внушительное количество новых сервисов и функций. Вектор на дистанционное банковское обслуживание сохраняется и сегодня. А о том, как себя сейчас чувствует банкоматный бизнес, и об особенностях в развитии данного бизнес-направления нам рассказал заместитель генерального директора ОАО «Банковский процессинговый центр» **Игорь Евдаков**.

Теория поколений не обошла и банковский бизнес. Так, на данный момент существует следующая классификация таковых – поколение зумеров (в возрасте до 35), поколение Y (в возрасте 40+), зрелое поколение X (в возрасте 60+).

Поколение зумеров – молодые люди, рожденные в эпоху цифры, они чувствуют себя как рыба в воде при использовании онлайн-услуг, разнообразных электронных сервисов.

Поколение Y – те, кто узнал и стал использовать цифру уже в сознательном возрасте, для них диджитал-среда стала такой же родной и комфортной, как и для поколения зумеров. Это поколение называют еще «цифровыми мигрантами».

Поколение X – потребители банковских услуг, которые были вынуждены отказаться от офлайн-услуг и погрузиться в тонкости цифрового мира и диджитализации. Так сложилось, что это поколение стали называть «цифровые беженцами». Естественно, у такой ситуации есть две стороны медали: одна – положительная и характеризует «цифровых беженцев» как стремительно включающихся в освоение цифровых каналов, вторая – отрицательная – отсутствие должного user experience, затруднения в освоении новых гаджетов и большого потока стремительно меняющейся информации.



КОРОНАВИРУС – ДВИГАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ ДБО И АТМ – СТАРТОВАЛ В 2019 ГОДУ

В последнее десятилетие банкоматы стали неотъемлемой частью человека, живущего в мегаполисе. Ежегодно подводя итоги уходящего и строя прогнозы на будущий год, профессионалы задаются вопросом: что будет с сетью банкоматов? Прогнозы на 2021 год были противоречивыми: с одной стороны, специалисты пророчили снижение потребности населения в АТМ и переход на ДБО-каналы, с другой – внедрение новых функций и возможностей в банковский автомат.

Стоит отметить, что пандемия сильнее всего ударила по странам (Казахстан, Мальта, Кипр, Греция и т.д.), где наличные денежные средства преобладают над безналичными средствами.

“ Пандемия COVID-19 затронула практически все сферы банковской деятельности, значительно снизив общее число очных транзакций, с перераспределением в пользу ДБО. Главной задачей финансовых институтов стала оптимизация стоимости инфраструктуры самообслуживания и cash-менеджмента. На данный момент в тренде программное обеспечение, позволяющее оптимизировать операционные расходы и предоставить конкретные метрики. Ни для кого не секрет, что в ближайшее время наличные деньги будут по-прежнему оставаться востребованным платежным инструментом, тем более во времена турбулентности банковских услуг», – говорит Игорь Евдаков.

Сегодня, когда пандемия, можно сказать, завершилась, у рынка банкоматов новый этап в развитии. Операционная эффективность банка напрямую будет зависеть от грамотных решений, которые он будет принимать в отношении использования наличных денежных средств. В выигрышном положении оказались те банки, которые непрерывно вкладывали средства в развитие и модернизацию банкоматных сетей, комфортный переход на «цифру», предлагающие комфортные условия по эквайрингу.

“ В 2021 году, по результатам проведения анализа существующей инфраструктуры банкоматов в Республике Беларусь, а также с учетом мировых тенденций в данной сфере, было принято решение о возвращении Банковского процессингового центра на рынок поставки банкоматов. После проведения исследования рынка мировых производителей банкоматов была выбрана компания GRG Banking Equipment Co., Ltd. (Китайская Народная Республика), и с данной компанией Центр начал сотрудничество по продвижению банкоматов GRG на рынке Республики Беларусь», – отмечает эксперт.

Компания GRG Banking – один из крупнейших мировых производителей высокотехнологичного оборудования со специализацией на технологиях распознавания банкнот и обработке наличных.

Компания производит банкоматы, билетные автоматы, оборудование для обработки наличных денежных средств, а также занимается программными разработками в:

- нефтяной и финансовой отраслях;
- розничной торговле;
- переводе денежных средств;
- автоматизации парковки;
- почтовой и телекоммуникационной отраслях.

Компания GRG Banking основана в 1956 году и в настоящее время входит в ТОП 100 национальных компаний КНР в сфере электроники, в компании работают свыше 7000 сотрудников, на счету компании 32 объекта интеллектуальной собственности.

В сфере банковских технологий разработано и полностью готово к промышленной эксплуатации 26 моделей банкоматов. Среди них – уникальные модели с функцией ресайклинга купюр, которые обладают высочайшими показателями надежности и не имеют аналогов в мире своими алгоритмами распознавания денежных знаков.

В апреле 2022 года Центр получил статус официального представителя/партнера компании GRG Banking Equipment (HK) Co.Ltd. в Республике Беларусь.



“ В рамках реализации принятого решения была разработана и утверждена концепция по возобновлению данной части бизнеса, и Центр приступил к ее исполнению. Были приобретены тестовые банкоматы как с функцией выдачи наличных CashOut, так и с функцией рециркуляции наличных Recycler. Необходимо отметить, что ресайклеры GRG при использовании сдвоенных кассет DRC (Double Recycle Cassette) позволяют обрабатывать до 8 номиналов банкнот, что предоставляет возможность реализации на банкомате валютно-обменного (ВОО) функционала. При поддержке производителя оперативно проведены работы по настройке/адаптации программно-аппаратной части банкоматов для взаимодействия с системой управления банкоматами АТММGM2, эксплуатируемой в ОАО «Банковский процессинговый центр», после чего успешно и в максимально сжатые сроки пройдены сертификационные испытания банкоматов по контактному и бесконтактному интерфейсу в платежных системах «МИР, БЕЛКАРТ» и других платежных систем. Также проведена модификация программного обеспечения IBA ATM Payment/Exchange в части поддержки функционирования на банкоматах GRG, данные модули расширяют стандартный функционал банкоматов и позволяют выполнять: ВОО, прием выручки юридических лиц, платежи ЕРИП с/без использования банковской платежной карточки, перевод остатка денежных средств с ВОО (сдачи) на платеж в системе ЕРИП (мобильные, благотворительность) и т.д. Связка нативного программного обеспечения YDC и модуля IBA ATM Payment/Exchange дает банкоматам GRG большие конкурентные преимущества.

В настоящее время два банкомата H22VL (CashOut) и H68VL (Recycler) находятся в опытно-промышленной эксплуатации в ОАО «АСБ Беларусбанк». Параллельно с вышеуказанными работами ведутся работы по пуляризации банкоматов GRG Banking среди банков Республики Беларусь, уже проведены презентации банкоматов GRG потенциальным покупателям: ОАО «Белгрозпромбанк», ОАО «Белгазпромбанк», ЗАО «МТБанк», ОАО «Сбер Банк», ЗАО «БСБ Банк», ЗАО «БТА Банк», - подчеркнул Игорь Евдаков.

В конце 2022 года Центр принял участие в трех конкурсах на закупку банкоматов, проводимых ОАО «Белагропромбанк», ЗАО «БТА Банк» (Центр признан победителем на поставку 5 ед.), ЗАО «БСБ Банк» (3 ед., в ближайшее время ожидаются результаты). В перспективе планируется участие в конкурсе на закупку банкоматов, проводимом ОАО «АСБ Беларусбанк».

«Резюмируя, можно с уверенностью сказать, что несмотря на уход с рынков Российской Федерации и Республики Беларусь таких кампаний, как NCR и Diebold Nixdorf, благодаря проделанной нами работе граждане Республики Беларусь не будут испытывать трудностей со снятием наличных и проведением различных платежей.

Мы не останавливаемся на достигнутом, в перспективе – продвижение другого оборудования GRG, например, видеобанкоматов (VTM Video Teller Machine) и интеллектуальных банковских терминалов (STM Smart Teller Machine)», – отмечает Игорь.

ЧТО ЕЩЕ ИНТЕРЕСНОГО НА РЫНКЕ БАНКОМАТОВ? Бескарточные транзакции

Особое внимание хотелось бы уделить бескарточным транзакциям на банкоматах. Банки пытаются конкурировать друг с другом при разработке и внедрении устройств (мобильные NFC-устройства, носимые гаджеты – часы, кольца или браслеты), являющихся альтернативой пластиковой карте. Разберем тренд ушедшего года детальнее.

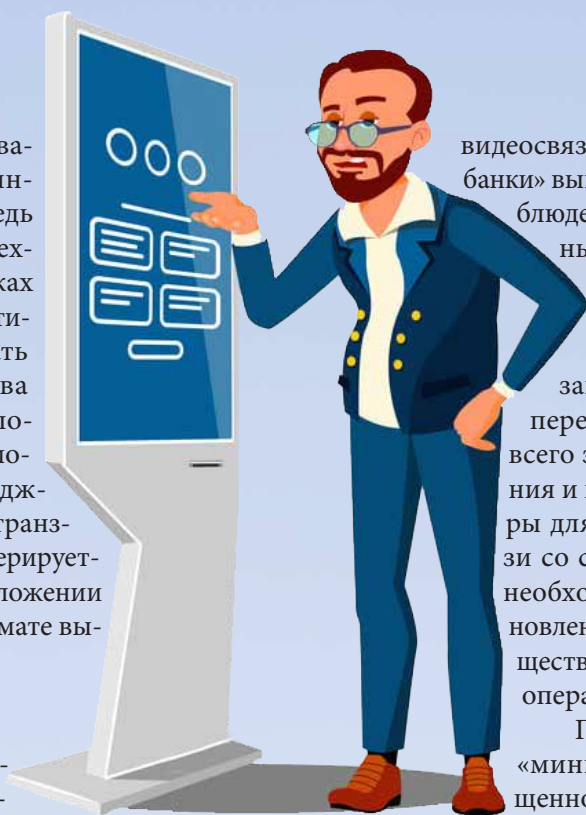
Операция без использования пластика – своего рода подготовительный этап к осуществлению операции/транзакции, ведь пользователь вначале берет либо мобильный телефон, либо иное коммуникационное устройство для связи с интернетом и лишь потом подходит к банкомату и получает/депонирует наличные, воспользовавшись предварительно полученным на телефон одноразовым паролем или QR-кодом. Бескарточные операции быстрые, наличие карты не требуется, что очень удобно при P2P-переводе через банкомат средств с карты на карту.



По некоторым исследованиям, клиенты банков заинтересованы в первую очередь в поддержке банкоматами технологии mobile cash, в рамках которой альтернативой пластиковой карте могут выступать мобильные NFC-устройства или носимые гаджеты. С помощью последних клиент может осуществлять прстейдж-транзакции (предзаданные транзакции) – часть операции генерируется сначала в мобильном приложении банка, а уже потом на банкомате выдачей наличных.

«Мини-банк»

Еще одно интересное направление в сфере банковских услуг говорит о том, что все идет к тому, что традиционное посещение отделения банка будет необходимо только в случае проведения каких-либо сложных банковских операций. Сегодня банки меняют концепцию классического обслуживания потребителей, создавая высокотехнологичные офисы и приучая своих клиентов большую часть операций проводить самостоятельно онлайн, используя для этого современное оборудование – информационно-платежные устройства, «умные» видеобанкоматы с функцией поддержки проводимой операции, картоматы и прочие инновационные устройства – это офисы самостоятельного (дистанционного) обслуживания. Как это выглядит? Отдельные помещения, расположенные как на территории банка, так и в любом другом месте, например, в ТЦ, оснащены специальным оборудованием, посредством которого сотрудник банка связывается с клиентом по



видеосвязи. Так называемые «мини-банки» выполняют свои функции с соблюдением всех конфиденциальных требований и принятых санитарных норм. Техническая оснащенность данных «мини-банков» полностью зависит от того, какие задачи перед ним будут стоять. Чаще всего это банкомат для пополнения и выдачи наличных, мониторы для клиента и обратной связи со специалистом банка, и, по необходимости, могут быть установлены POS-терминалы для осуществления транзакций и прочих операций.

Плюс организации работы «мини-банка» в том, что оснащенность и функционал данного формата можно без труда трансформировать или дополнить, словно конструктор – добавлять все новые детали, закрывая конкретные потребности пользователей.

Банкоматы будут продолжать становиться мощным инструментом для улучшения клиентского опыта независимо от возможностей самих устройств. Банки уже обладают всем нужным опытом для развития такого канала. Круг задач банкоматов не должен ограничиваться операциями с наличными и расширением географии присутствия — наравне с другими цифровыми каналами они должны решать важные задачи бизнеса, повышать лояльность клиентов, увеличивать продажи и формировать активы банка.

Алена Зайцева



Ольга ПЕТРОВА,
независимый эксперт

A woman with long dark hair, wearing a bright blue blazer and a black skirt, is sitting on a black stool. She is holding a black notebook and a pen, appearing to be writing. The background features a black metal frame with a grid pattern. To her right, there is a table with a laptop and some papers. The overall setting is a professional office or studio.

**КРИПТОИНДУСТРИЯ СЕГОДНЯ:
ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА,
НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ
И ДРУГИЕ НЮАНСЫ
В РАЗНЫХ СТРАНАХ МИРА**

Несмотря на потрясения, с которыми столкнулась криптоиндустрия в 2022 году, в СМИ регулярно появляются прогрессивные новости от ее представителей. Так, акселератор G-Rocket в конце прошлого года объявил о своем намерении поддержать в течение ближайших трех лет бизнес 1000 стартапов из сферы Web3, созданных в Гонконге. Компания запустила инициативу Hong Kong Web3.0 Hub в ноябре после заявления властей о стремлении развивать индустрию виртуальных активов. Правовые нормы и меры поддержки развития криптобизнеса каждое государство выстраивает по-своему. Какого подхода в вопросах развития криптоиндустрии придерживаются разные страны? Разбирались с независимым экспертом **Ольгой ПЕТРОВОЙ**.

Ольга Петрова с 2001 года работала в должности главного бухгалтера на унитарном предприятии «БелВТИ-регион». Помимо широкого профессионального опыта в сфере бухгалтерского учета, эксперт с прошлого года является аттестованным налоговым консультантом. Также на данный момент работает на позиции бизнес-аналитика в компании – ОДО «ЮКОЛА-ИНФО-Брест».

КСТАТИ

ОБЗОР ПО СТРАНАМ: БЕЛАРУСЬ, КАНАДА, ГЕРМАНИЯ, ШВЕЙЦАРИЯ, СИНГАПУР, ЭСТОНИЯ, ЯПОНИЯ, США

БЕЛАРУСЬ



Беларусь

В республике криптовалюта была легализована в конце 2017 года вместе с принятием Декрета № 8 «О развитии цифровой экономики». Граждане страны могут хранить и менять цифровые деньги, а также покупать их и продавать. А транзакции не придется декларировать.

В 2020 году Нацбанк запустил онлайн-сервис по обмену виртуальных активов. Однако в качестве средства платежа в нашей стране криптовалюта не разрешена.

При разработке Декрета отдельное внимание было уделено развитию и регулированию технологии блокчейн и криптовалют на законодательном уровне. Вместе с этим в Беларуси сняты ограничения на движение капитала для резидентов ПВТ и создана правовая основа для прихода в страну технологий беспилотных автомобилей, дан стимул

для прорыва в образовательной сфере IT, созданы предпосылки для новых рабочих мест и увеличения налоговых поступлений.

Согласно данным исследования Belarus startup report 2021 (проведено компаниями BULBA VENTURES и CIVITTA), Беларусь имеет значительный потенциал роста стартапов. С учетом действующих для сектора IT льгот в системе налогообложения обстановка для развития стартапов воспринимается как достаточно благоприятная. Среди неналоговых льгот можно назвать: безвозвратные субсидии или гранты, преференциальная ставка по аренде недвижимости, льготы по инкубационной программе.

”

В Беларуси поддержке малых инновационных предприятий, развитию стартап-движения, созданию благоприятной деловой среды для предпринимательства, а также стимулированию бизнес-инициатив уделяется пристальное внимание. Безусловно, поворотным моментом в этом вопросе стало принятие Декрета «О развитии цифровой экономики», в рамках которого вплоть до 1 января 2023 года для резидентов ПВТ действовал льготный налоговый режим, при котором они были освобождены от уплаты единого налога, НДС и налога на прибыль. В настоящее время вопрос о продлении такого режима на рассмотрении.

Сегодня, когда инвестиционный и технологический ландшафты сильно меняются, сложно делать какие-либо долгосрочные прогнозы. Тем не менее стартапы в Беларуси запускаются, развиваются и привлекают финансирование.

В целом белорусские власти постоянно занимаются совершенствованием правового поля, в которое попадают цифровые активы, и создают благоприятные условия для развития стартапов.

С 2009 года в развитии стартап-инфраструктуры в Беларуси участвует организация «Стартап технологии», которая наделена официальным статусом центра поддержки предпринимательства республики. Компания является организатором ключевых стартап-мероприятий. Среди них Startup Weekend, «СТАРТАП ГОДА», инвестиционные форумы Invest Weekend, Minsk Fintech Conference, мастер-классы известных предпринимателей, тематические митапы и менторские сессии, а также международные битвы стартапов.

В октябре 2022 года для игроков белорусского инновационного рынка (инкубаторов и акселераторов, стартапов и венчурных инвесторов) консалтинговой компанией CIVITTA запущена платформа Innovate Belarus. Главные задачи проекта – объединить участников локальной экосистемы и привлечь к ней внимание глобальных спонсоров.



Канада

Будучи одним из первых государств, признавших потенциал цифровых активов и еще в 2014 году включивших их в свое законодательство, Канада всегда была сторонником сбалансированного подхода по отношению к криптовалютам.

Хотя в Канаде криптовалюта юридически не считается платежным средством, в интернете и отдельных в магазинах за товары и услуги можно ею рассчитаться. Также на территории государства работают банкоматы, совместимые с биткоинами.

Доход, полученный от инвестирования в цифровые активы, в Канаде облагается налогом. Канадское налоговое агентство рассматривает любой доход от транзакций с криптовалютой в качестве объекта для применения налога на прибыль от ведения бизнеса или налога на прирост капитала. В случае использования криптовалют для оплаты товаров и услуг власти рассматривают это как бартерную сделку, которая также облагается налогами. В целом к цифровым активам канадцы относятся нейтрально при условии, что субъекты этой ниши соответствуют всем установленным федеральным и государственным требованиям. Зако-

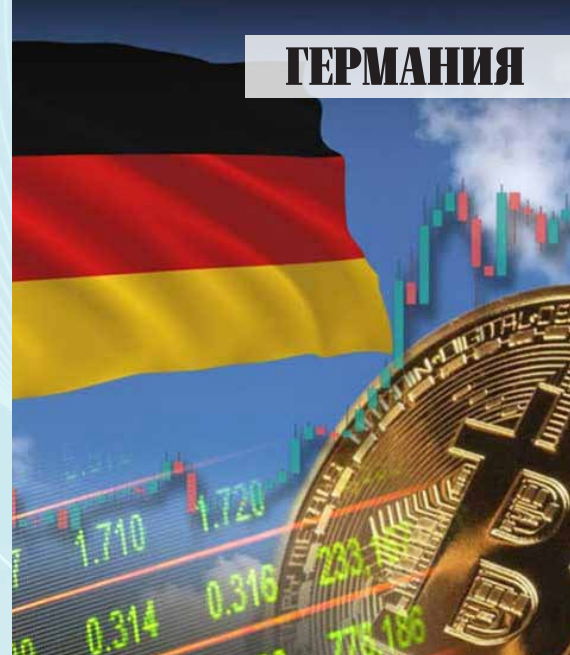
ны принимаются на уровне провинций и территорий и не носят федерального характера, однако все они довольно схожи во всех регионах страны.

Благодаря точным и прозрачным формулировкам законодательных положений и требований к раскрытию информации для компаний криптоиндустрии эта сфера постоянно развивается. Сотни канадских компаний занимаются разработкой децентрализованных приложений (DApps), делятся экспертными знаниями и предоставляют услуги, ориентированные на создание Web3.

С целью стимулирования и развития предпринимательства канадский регулятор ценных бумаг (CSA) предлагает компаниям, занимающимся криптобизнесом, пройти регистрацию, после которой эти стартапы могут тестировать свои продукты и услуги на канадском рынке, и на определенное время получить некоторые льготы при осуществлении своей деятельности.

”

Несмотря на то что канадское законодательство в отношении криптовалют стремится централизовать децентрализованную технологию, что может отпугивать возможные стартапы сферы, правительство признает потенциальные преимущества криптоиндустрии и предпринимает конкретные шаги по внедрению технологии в стране. При этом может потребоваться некоторое время, чтобы найти баланс между строгим контролем и поощрением инноваций.



Германия

В 2022 году Германия поднялась на первое место в рейтинге самых дружелюбных к криптовалютам стран, составленном Coincub. Также второй год подряд ее признают лучшей страной для стартапов в Европе. В Берлине обосновались многочисленные блокчейн-стартапы.

За счет применения политики нулевого налогообложения долгосрочного прироста капитала от криптовалют Германия позволяет своей долгосрочной внутренней сберегательной индустрии использовать криптоинвестиции, а стартап здесь может воспользоваться инициативами по финансированию, в т.ч. спонсированием исследований и денежными грантами, программы стимулирования найма, которые поощряют компании



увеличивать свою рабочую силу. Также можно рассчитывать на низкий уровень доминирования на рынке со стороны монополий и крупных корпораций и широкий доступ к венчурным фондам.

”

В целом Германия может похвастаться надежной инфраструктурой, открытой, прогрессивной деловой культурой, низкими барьерами для входа на большинство рынков и в значительной степени благоприятной нормативно-правовой средой. Поэтому ее можно назвать благоприятной для стартапов.

ШВЕЙЦАРИЯ

Швейцария

Швейцария известна как одна из самых дружественных к криптовалюте стран, и в последние годы она стала одним из ведущих мест в мире для блокчейн-компаний. Криптовалюты и биржи здесь являются законными.

Впервые вопрос о регулировании криптовалюты был поднят руководством страны в 2013 году. В 2017 году были созданы

первые правовые площадки для развития криптовалютных стартапов, что существенно облегчило их работу.

Поскольку швейцарское законодательство весьма прогрессивное, криптобизнес здесь довольно популярен. В отдельных регионах уже с 2017 года появилась возможность рассчитаться криптовалютой за коммунальные и другие услуги.

Для укрепления технологии криптовалюты в стране создано государственно-частное партнерство – «Швейцарская федерация блокчейнов». Правительством разработаны и выпущены руководящие принципы ICO и документы FINMA. В отдельных кантонах установлены низкие ставки налогов. Crypto Valley в кантоне Цуг имеет популярные и инновационные блокчейн-площадки, создающие благоприятную среду для бизнеса. Также существует возможность освобождения от налога на дивиденды.

”

Нельзя сказать, что Швейцария является одним из дешевых вариантов для создания нового бизнеса, но, поскольку правительство страны активно поддерживает криптовалютную отрасль, здесь есть ряд значительных преимуществ для криптостартапов по сравнению с другими странами. В первую очередь стартапы привлекают правовая определенность, инфраструктуры мирового класса и все более сильная экосистема долины. В целом Швейцария входит в число наиболее подходящих вариантов для регистрации криптокомпании или криптобиржи.

СИНГАПУР



Сингапур

Сингапур представляет собой инновационное государство, которое открыто поддерживает криптовалюты и блокчейн-проекты. Здесь создан гостеприимный ландшафт для стартапов, в частности в секторе финансовых технологий, что делает его наравне со Швейцарией популярной юрисдикцией для криптовалютных компаний.

С развитием интернета и улучшением связи Сингапур и Web 3.0 идут рука об руку. Инициативы правительства в сочетании с прямыми иностранными инвестициями помогают развивать уже процветающую систему стартапов. Ожидается, что Web3 активно воспользуется этими возможностями, поскольку это во многих аспектах бизнеса, финансов и технологий позволит раскрыть значительный потенциал отрасли. Уже действует программа инкубатора Moonshot Fellowship, которая нацелена на ускорение создания стартапов в Сингапуре путем запуска 10 новых стартапов ежеквартально с размером инвестиций на уровне 200 тыс. долл. США.

Инновационная деятельность более чем приветствуется государством и регуляторами. Для финтех-проектов в Сингапуре



создана специальная регуляторная песочница (FinTech Regulatory Sandbox), которая позволяет стартапам на протяжении полугода осуществлять деятельность без каких-либо специальных лицензий.

В целом в Сингапуре разработано множество схем помощи и финансирования, которые нашли поддержку у правительства страны (например, финансирование долговых обязательств, гранты наличными или налоговые льготы).

”

В вопросах, связанных с деятельностью криптовалютных и блокчейн-компаний законодательство Сингапура является очень гибким. Режим песочницы (FinTech Regulatory Sandbox) позволяет даже небольшим стартапам довольно быстро получить доступ к банковской системе и проведению транзакций в тестовом режиме. Налоговая нагрузка на сингапурскую компанию ниже, чем в некоторых других странах, при этом имеется возможность снижения расходов за счет предусмотренных законодательством льгот. Огромным положительным моментом можно назвать позитивное отношение государственных органов к блокчейн-бизнесу и доступность регуляторов, с которыми реально пообщаться без посредников для решения возникающих проблем.



Эстония

Здесь криптовалюта не признана законным платежным средством. При этом Эстония представляет собой страну, открытую для новых технологий (включая искусственный интеллект, финансовые технологии, беспилотные транспортные средства, Web 3.0).

Власти страны устанавливают правила, которые поддерживают развитие стартап-сектора и внедрение инновационных решений. Государство нередко участвует в софинансировании стартапов, что увеличивает в глазах потенциальных инвесторов надежность бизнеса.

Кроме этого, в государстве созданы специальные Фонды развития и инкубаторы, представляющие начинающим стартап-проектам услуги наставников и финансовую помощь. Также действует государственная про



грамма Startup Estonia, целью которой является развитие экосистемы стартапов в Эстонии и содействие появлению новых стартапов и международных историй успеха.

”

Не секрет, что в Эстонии создана одна из наиболее эффективных систем поддержки развития предпринимательства. Правительством страны запущены различные технологические инициативы, призванные поддержать инновационный бизнес, подтолкнуть его развитие, упростить ключевые бизнес-процессы и требования. Благодаря этому, а также за счет быстро развивающегося комьюнити из акселераторов, инкубаторов, венчурных фондов и прочих институтов развития Эстония видится достаточно привлекательной юрисдикцией даже для самых амбициозных проектов.

Япония

В настоящее время Япония имеет самый прогрессивный в мире климат регулирования криптовалют и признает цифровые валюты в качестве законной собственности. Для развития криптовалютного рынка и упрощения процесса листинга в стране создан «зеленый список» проверенных криптовалют.

В стране действует довольно гибкое налогообложение доходов от операций с криптовалютой. Так, налогом на доход облагается связанная с криптовалютой прибыль на сумму от 200 тыс. иен в год, для отдельных групп граждан налог применяют при получении ими прибыли свыше 330 тыс. иен в год.

По количеству стартапов, связанных с блокчейн-технологиями, Япония входит в пятерку лидеров Азиатско-Тихоокеанского региона. Правительство оказывает поддержку стартапам несколькими способами. Например, широко применяется стратегия «За пределами ограничений, раскрытие нашего потенциала», которая включает в себя такие элементы, как:

- поощрение в японских университетах обучения предпринимательству;

- создание передовых программ сотрудничества с лучшими мировыми акселераторами по расширению возможностей местных акселераторов;

- создание города стартапов, который специально предназначен для стимулирования и поддержки новых компаний;

- промежуточное финансирование для технологических стартапов;

- совершенствование процесса госзакупок для стартапов.

Для содействия созданию и росту стартапов создан консорциум Startup Eco-system Tokyo. Также японское правительство для стимулирования роста лучших стартапов создало организацию J-Startup. Активно участвует в этой деятельности Токийский университет, который с 2004 года помогает стартапам, стремящимся коммерциализировать университетские исследования.

В Министерстве экономики, торговли и промышленности (METI) Японии создан даже специальный департамент по вопросам Web 3.0, который занимается формированием деловой среды для проектов, связанных со сферой Web 3.0.

ЯПОНИЯ



”

Японию можно назвать одним из ключевых государств в развитии цифровых монет. Сегодня она остается благоприятной средой для криптовалют. Судя по всему, страна продолжит вкладывать деньги в цифровую трансформацию и будет масштабировать использование сервисов Web 3.0.



США

США

В США криптовалюта становится довольно распространенным активом. Согласно исследованию TripleA в стране свыше 45 млн криптопользователей, что составляет почти 15% взрослого населения страны. Отметим, что здесь установлено около 23 тыс. криптоматов, т.е. свыше 85% от их общего количества в мире.

До начала 2022 года криптовалюта в США не была признана в качестве законного платежного средства. Среди первых, кто начал принимать ее в качестве оплаты за товары, стали автомобильная компания Tesla (в основном за аксессуары и мерч) и модный дом Gucci. Отношение властей США к криптовалютам и цифровым финансовым активам всегда было весьма настороженным, поэтому за этими частными инициативами последовали новые контролирующие законы.

В целом законодательное регулирование этого направле-

ния зависит от штата. Согласно данным SmartAsset за 2022 год первое место среди самых дружелюбных к криптовалюте занимает Калифорния. Это объясняется в первую очередь высокой доступностью рабочих мест в криптоиндустрии и довольно лояльным к криптовалютам законодательством штата. Местные органы власти не облагают налогом технологию блокчейна.

Одни из наиболее благоприятных правил для криптовалюты действуют в Вайоминге. В штате одобрено свыше 20 законов, которые облегчают осуществление деятельности компаний криптобизнеса. Среди них можно назвать освобождение криптовалюты от классических правил

система, удовлетворяющая потребности криптоиндустрии. Здесь можно найти классические банки, которые работают с криптокомпаниями, биржи и страховые компании, которые управляют рисками, связанными с криптой.

Криптовалюты существенно изменили привычный порядок вещей, и сегодня «оторвать» их от мировой экономики уже не представляется возможным. В данном материале перечислены некоторые страны из тех, что сегодня открыты к инновациям в финансовой сфере. Однако ситуация быстро меняется, и вполне вероятно, что в ближайшем времени этот список существенно расширится.

Алеся Хлебович

”

В США криптовалюта юридически считается собственностью. Налогообложение зависит от срока инвестирования, размера прибыли или убытка, который получил пользователь. В целом, в США криптовалюты находятся в центре внимания как федерального правительства, так и правительства штатов. Несмотря на существование в отдельных штатах различных мер поощрения и поддержки криптовалютных предприятий, власти США демонстрируют необходимость в законодательном регулировании данного направления для борьбы с преступной деятельностью. Учитывая интенсивное развитие криптоиндустрии, ее перспективы и риски, США стремятся достичь равновесия между поддержкой развития криптостартапов и противодействием преступной деятельности с использованием криптовалют.

обработки денег и освобождение транзакций в криптовалюте от налогов. Также здесь был открыт первый в США криптобанк Kraken Financial.

Криптовалютные полномочия серьезно отстаивают власти Флориды. Они выдвинули инициативу принимать в счет определенных государственных налогов криптографические платежи.

Для Web3-стартапов одним из особых преимуществ США является развитая финансовая эко-





Рынок онлайн-продаж постоянно растет. Его оборот ежегодно увеличивается на 30-50%. Такому росту способствуют много факторов: выход ритейлеров и производителей в онлайн, стремительное развитие сервисов доставки и маркетплейсов. По мнению экспертов, пандемия ускорила рост онлайн-продаж во всех сегментах на пять лет. Покупатели оценили преимущества такого шоппинга и даже после отмены ограничений продолжили осуществлять покупки в интернете, особенно на маркетплейсах. А как продавцам выйти на эти площадки, какие особенности законодательства и маркетплейсов нужно учитывать, чтобы получить рост продаж на OZON и Wildberries? Мы задали эти вопросы **Наталье ЯЦКЕВИЧ**, директору компании Global Sales.

Маркетплейсы: реалии площадок, стратегии выхода и рост продаж

Global Sales – первый сертифицированный технологический партнер OZON в Беларуси. Компания с 2021 года специализируется на работе с маркетплейсами и помогает бизнесам и предпринимателям масштабировать бизнес, зарабатывать на маркетплейсах OZON и Wildberries под ключ.

– Исследования показывают, что самыми популярными категориями онлайн-продаж являются электроника и техника, товары для дома и ремонта, одежда и обувь – около 60% спроса. А как обстоят дела на маркетплейсах? Поделитесь с нами интересной статистикой.

– Недавно Wildberries подвел итоги девяти месяцев 2022 года. В ТОП продаж площадки вышли следующие категории, которые показали самый большой рост по сравнению с прошлым годом (рис.1).

Категории товаров, которые продавались в самых больших объемах, также показали существенный рост (рис. 2).

OZON предоставил интересную статистику за первые шесть месяцев 2022 года, сравнив показатели с прошлым годом (рис. 3).

Наблюдается серьезная трансформация рынка. Если в целом говорить о маркетплейсах,



Наталья ЯЦКЕВИЧ,
директор компании Global Sales



Рис. 1 **ТОП категорий**

- +259%** Умный дом и безопасность
- +187%** Строительные материалы
- +181%** Фото- и видеотехника
- +178%** Садовая техника
- +175%** Спортивный инвентарь

за 9 мес., 2022



Рис. 2 **Наибольшие объемы продаж**

- +70%** Одежда, обувь, аксессуары
- +136%** Товары для дома и дачи
- +59%** Детские товары
- +93%** Бытовая техника и электроника
- +94%** Косметика и парфюмерия

за 9 мес., 2022



Рис. 3 **Статистика по сравнению с 2021**

- +40%** Общая стоимость товаров
- +25%** Число заказов
- +30%** Число продавцов
- +20%** Ассортимент

за 6 мес., 2022



ХИТЫ ПРОДАЖ

Рис. 4

- ОДЕЖДА, ОБУВЬ, АКСЕССУАРЫ
- БЫТОВАЯ И ЭЛЕКТРОННАЯ ТЕХНИКА
- ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА
- КОСМЕТИКА И СРЕДСТВА ДЛЯ УХОДА
- ТОВАРЫ ДЛЯ ДАЧИ, САДА И ОГОРОДА
- СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ
- ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ

рынок демонстрирует бурный рост. В 2021 году совместный оборот двух площадок составил 19 млрд долл. А за девять месяцев 2022 года и в период ноябрьских распродаж только один Wildberries уже заработал почти 20 млрд долл., и это не финальные результаты года!

– **Что эта статистика значит для конкретных предпринимателей? И существует ли «идеальный» товар?**

– «Идеальность» продаваемого товара определяют качество его продвижения и спрос на эту продукцию. К нам приходят клиенты как со своими товарами, так и с вопросом «Что лучше начать продавать?» Во втором случае, безусловно, важно изучение такой статистики.

На что стоит обратить внимание при выборе товара:

- **Используйте сервисы аналитики маркетплейсов.** Как Ozon, так и Wildberries имеют сервисы внутренней аналитики, доступные прямо из кабинета продавца. Там можно посмотреть, что покупатели ищут чаще всего, какие товары сейчас дефицитные. Именно такие сервисы помогают правильно подобрать товар и быстро найти своих покупателей.
- **Выбирайте не только популярный, но и высокомаржинальный товар.** Иначе комиссия маркетплейсов, которая может достигать 45%, просто съест вашу прибыль.
- **Выбирайте «невозвратные» товары или товары с большим процентом выкупа.** Ведь часто



потребители заказывают несколько похожих вещей, а выкупают только одну. Товар может несколько раз возвращаться на склад, что со временем ухудшает его внешний вид. При этом продавцу приходится платить комиссию как за доставку покупателю, так и за возврат продукции на склад.

Одна из популярных категорий – товары повседневного спроса (FMCG) (рис. 4).

– А как начинающему индивидуальному предпринимателю или уже хорошо стоящему на ногах офлайн-бизнесу правильно зайти на маркетплейс? И что делать производителю при планировании выхода на онлайн-рынок?

– Форма собственности и масштабы бизнеса не играют большой роли. Сам процесс технически выглядит одинаково для всех продавцов:

- выбрать подходящий товар;
- рассчитать юнит-экономику;
- сделать качественные фото и видео товара;
- разобраться в работе площадки;
- сделать продающие карточки товаров;
- поставить релевантные цены;
- участвовать в акциях;
- запустить рекламные кампании;
- выстроить клиентский сервис;
- выстроить постоянный анализ результатов и корректировку стратегии во времени для обеспечения постоянного роста продаж.

Разница в том, насколько качественно выполняется каждый из этих шагов и кто именно это делает. На рынке существуют **несколько стратегий**:

1. **Самостоятельный запуск.** Предприниматель учится у других, разбирается в работе площадок и делает все сам. Такой подход потребует много времени и знаний и, учитывая возможные риски, не факт, что позволит сэкономить.

2. **Запуск с помощью профессиональных консультантов.** Это предприниматели или компании, которые помогают зарегистрировать и подключить

кабинет на маркетплейсах. Такая стратегия позволяет избежать ошибок на старте, но не гарантирует прибыли. Ведь консультанты не берут на себя ответственность за ваши продажи.

3. **Запуск через технологического партнера Global Sales.** Если вы работаете с нами, то получаете полное сопровождение на маркетплейсах: от расчета юнит-экономики и создания крутой витрины до рекламного продвижения и ежемесячной отчетности. Наша главная цель – обеспечить максимальный рост ваших продаж, а не просто подключить компанию к маркетплейсам.

4. **Создание собственного подразделения.** В этом случае компания набирает в штат экспертов: копирайтеров, маркетологов, фотографов, дизайнеров, менеджеров маркетплейсов, логистов, персонал для упаковки товара, управления складом – запускает, по сути, новый отдельный бизнес.

– **Расскажите подробнее, кто такие технологические партнеры, как получить такой статус и что он дает.**

– Технологические партнеры – это компании, которые являются сертифицированными экспертами по работе на маркетплейсах. Они имеют штат сотрудников с необходимыми компетенциями, помогают предпринимателям запускать работу на OZON и Wildberries и наращивать продажи.





Например, на OZON необходимо раз в полгода подтверждать статус технологического партнера через экзамен и анализ различных показателей, включающих динамику роста продаж, удовлетворенность продавцов. Такой подход гарантирует вы-

сокий уровень квалификации и качество знаний технологических партнеров.

Global Sales стал первым техпартнером OZON в Беларуси и уже трижды подтвердил свой статус.

– Много ли таких компаний на рынке?

– В Беларуси этот рынок только начал развиваться. Компания Global Sales, оказывая эти услуги с 2021 года, стала первым официальным технологическим партнером в Беларуси. Видим, что появились еще несколько компаний. Это нас вдохновляет, т.к. открывает новые возможности развития для белорусских продавцов.

Безусловно, разные компании фокусируются на разных задачах. Кто-то специализируется только на обучении – как зарегистрироваться и работать на маркетплейсе, кто-то – на подключении к площадкам, открытии кабинета и создании первых карточек.

Мы видим и решаем задачу глобальнее. Ведь главная цель бизнеса – рост продаж на маркетплейсах, а не просто регистрация кабинета. А для этого необходима ежедневная кропотливая работа целой команды, в которую помимо менеджера входят дизайнеры, копирайтеры, SEO-специалисты и маркетологи. Поэтому мы целенаправленно работаем над стратегией развития постоянных продаж наших клиентов.

– Индивидуальные предприниматели, крупные бизнесы и производители могут увеличить свой доход с помощью маркетплейсов. А что вы думаете по поводу участия банков?

– На мой взгляд, маркетплейсы – очень интересная площадка для банков с высокой потенциальностью партнерств. Маркетплейсы, по сути, – отдельная отрасль с тысячами растущих продавцов и миллионами покупателей. Технологичность, высокочастотность, масштаб создают предпосылки для новых бизнес-моделей сотрудничества на стыке финансов, технологий и онлайн-торговли.

На российском рынке уже есть ряд подобных примеров. Там банки активно включились в тему маркетплейсов. Они не только разрабатывают специальные клиентские пакеты, но и консультируют по выходу на площадки, запускают совместные проекты с технологическими партнерами.

В Беларуси это направление в самом начале своего развития. Мы наблюдаем интерес банков к запуску таких проектов и уже обсуждаем несколько предложений такого сотрудничества. При качественной реализации это будет полезной коллаборацией как для продавцов, так и для банка.

– Актуальный вопрос: какие особенности законодательства стоит учитывать предпринимателям и крупным компаниям при выходе на маркетплейсы?

– Продавцам стоит придерживаться законодательных актов в сфере торговли, рекламы и налогообложения, а также внимательно следить за соответствием постановлению №713.

Для выхода на маркетплейсы продавцы подписывают договор с каждой из площадок. Wildberries и OZON адаптировали документы под белорусское законодательство. Но, безусловно, есть много нюансов. Например, OZON прописал в договоре возможность одностороннего подписания актов приема-передачи оказанных услуг, а у Wildberries такой опции нет. В итоге, белорусские продавцы могут относить посреднические услуги OZON на затраты без необходимости уплаты по ним НДС.

При возникновении вопросов лучше уточнить их через запрос в налоговую по месту регистрации юрлица.

– Были ли в вашей практике удачные и неудачные кейсы выхода продавца на рынок маркетплейсов? Поделитесь!

– В этом бизнесе много нюансов, поэтому кейсов огромное количество. Поделюсь некоторыми.

Гарантированное наличие товара на складе

Мы с одним из наших клиентов запустили продажи на Wildberries. Стратегия сработала, пошли первые заказы. Но очень быстро оказалось, что продаж больше, чем продукции на складе у клиента... А у маркетплейса очень строгие правила – на все дается только 36 часов. Если продавец не успевает доставить товар, площадка увеличивает свою комиссию, а при отказе от доставки выписывает штраф. В итоге продажи пришлось временно остановить.

С какого товара начать?

А вот успешных кейсов у нас очень много. Поделюсь одним из последних.

К нам обратился клиент, у которого есть несколько офлайн-магазинов. Его запрос звучал так: «Хочу выйти на Wildberries с нуля, но не знаю, с чего начать».

Мы предложили решение:

- ✓ выбрали нишу и товар;
- ✓ рассчитали юнит-экономику;
- ✓ оформили товарные карточки;
- ✓ сопровождали продажи.

Результат: количество заказов в 8 раз превысило показатели конкурентов и продолжает расти. Сейчас наращиваем продажи по другим товарным позициям.

Как показывают наш опыт и растущая прибыль клиентов, заработать на маркетплейсах могут как



предприниматели, так и крупный бизнес. Это не дело случая, а продуманная стратегия, упорство и кропотливая работа профессионалов.

Если раньше предпринимателям приходилось самостоятельно изучать все нюансы различных площадок, отслеживать изменения и строить стратегию продвижения на маркетплейсах, то сейчас специализированные компании -эксперты готовы взять все это на себя, обеспечив отличные результаты и качественный сервис.

Марина Роман



Фотосессия для клиента Global Sales (автор @valentinka.romanenko)

Мошенничество и разного вида аферы среди криптообменников



Вячеслав СЕНИН,
директор провайдера
электронных платежей
Assist Belarus

Криптовалюта становится все более популярной во всем мире. Сегодня ее, как и любую другую валюту, можно продавать и покупать. И именно поэтому мошенники осваивают и это направление и создают все более виртуозные схемы жульничества. О видах и техниках афер подробно нам рассказал эксперт рынка и директор провайдера электронных платежей Assist Belarus Вячеслав СЕНИН.



Как и любую валюту, крипту можно продать и купить. И сделать это просто – «обратиться» в криптообменник. Единственный важный момент, который стоит помнить, – такие обменные пункты бывают как законные, так и теневые. Если в первом случае сервисы действуют на основании закона и регулируются государством, то вторые используют запрещенные методы.

Виды мошенничества, с которыми можно столкнуться:

➤ **лишение денег.** Это самая распространенная проблема, с которой часто встречаются пользователи незаконных обменников. Зачастую при желании при-

“

В отличие от легальных обменников, где для реализации криптовалюты или законных платежных средств необходимо предъявить номер карты, пройти верификацию номера телефона, указать электронную почту и документ, удостоверяющий личность, в мошеннических пунктах обмена личность подтверждать совсем необязательно. И, как результат, это влечет за собой своеобразный анонимный подход к действиям.

”

обрести криптовалюту потребители вносят данные своих банковских карт и переводят мошенникам денежные средства, при этом ожидают пополнение криптокошелька. Однако нелегальные сервисы не выполняют своих обязательств, да еще и сохра-

няют все персональные данные жертвы;

➤ **присвоение аферных средств.**

При использовании нелегальных сервисных площадок часто можно отправить или получить деньги со специальных карт, принадлежащих не самому сервису, а постороннему потребителю карты, который использует фиатные деньги по своему усмотрению.



И покупатель, используя данный сервис, может быть задействован в мошеннических схемах против своей воли. А следствием является содействие в преступнических махинациях;

➤ **нелегальная криптовалюта.** Если мы говорим о денежных средствах, регламентируемых государством, то данные банкноты подвержены порче, маркировке и прочим изменениям. И для замены нужной банкноты или монеты ее можно сдать или поменять в банках государства. То же самое можно проделать и с цифровой валютой. Каждая крипта может быть отслежена крупными биржами,

и про каждую «монету» можно актуализировать сведения, в каких операциях она была задействована.

Поэтому нелегальные сервисы по обмену криптоденег не могут гарантировать чистоту каждой полученной монеты. А по статистическим данным практически половина всех цифровых денег участвовала в незаконных операциях. Поэтому дальнейшее использование виртуальных денег может быть невозможным;

➤ **фишинг или незаконные средства кражи данных.** Распространенная схема мошенничества во всем виртуальном мире. Такую схему встретить можно не только в криптосфере, но и в любых бизнесах, имеющих сайты в интернете. Часто пользователь может не усмотреть лишний символ или букву знаменитого существующего домена и перейти на мошеннический сайт. А дальше ввести свои персональные данные и данные банковской карточки. Этим действием жертва передает добровольно свою персональную информа-

цию и не может никаким образом влиять на ее использование третьими лицами. Поэтому особое внимание стоит уделить подозрительным ссылкам и правильному написанию домена в виртуальной сети.

И все же виртуальные деньги можно легально покупать и продавать, если использовать законные криптообменные пункты. Главное – правильно его выбрать.

Во-первых, он имеет доступные данные о юридическом лице, УНП и прочие реквизиты. Контакты, указанные на сайте, актуальны и достоверны. Во-вторых, все сервисы, действующие на законном основании, имеют отзывы, доступны на сайтах-агрегаторах, при этом не находятся в черных списках. В-третьих, оплата происходит на самой площадке, а не с помощью реквизитов, высланных отдельно.

Предупреждение: виртуальные деньги не являются фиатом. Приобретение токенов не гарантирует полное их сохранение, а также сохранность государственной денежной единицы у пользователя.

Марина Матюшина



15 бизнес-идей для каждого

Открыть свой бизнес непросто. Еще сложнее его развивать и удерживать рынок. Иногда владельцам бизнеса приходится осваивать новые ниши рынка, чтобы получать доход, а не работать в убыток. На первый взгляд может показаться, что все направления уже переполнены конкурентами. Тем временем мы поинтересовались у экспертов издания FinTech Times о релевантных бизнес-идеях «здесь и сейчас», которые можно реализовать и которые могут быть востребованы. Главный критерий, который предлагался для идеи, – актуальность для рынка Беларуси. Вот что у нас получилось. Бизнес-идеи мы составляли вместе с руководителем разноразмерных бизнес-проектов **Ольгой ЕРМАЧЕНКО**.



Идея № 1. Производство пакетированной натертой замороженной моркови

Рынок продуктов питания насыщен разными товарами, ведь это ежедневная и первостепенная потребность покупателей. Сегодня можно найти даже готовые продукты в вакуумной упаковке, например, отварные картофель, свеклу, а вот пакетированную замороженную морковь продавцы пока не предлагают. Несмотря на простоту идеи, такой товар имеет все шансы быть востребованным. Ведь готовые пакетики натертой и замороженной моркови могут сэкономить время хозяек. И нужна морковь практически ежедневно. Производить пакетики моркови лучше разной массы – по 50, 100, 200, 300 г, чтобы хозяйки могли их использовать при приготовлении разных блюд.

«Например, в Испании в продаже натертыми продаются не только морковь, но и сыры разных видов. Конечно же, сыры не замораживают, как морковь, но все же смысл такого бизнеса в том, чтобы облегчить труд хозяек. Из этой же позиции продаются и мелконарезанная петрушка, колбаса и все виды различных овощей», – говорит Ольга.

Идея № 2. Магазин единорогов

Родители маленьких леди знают, как важно создать сказочный мир вокруг своего ребенка. Как же тут можно обойтись без милых игрушек – единорогов? Можно взять на вооружение идею для бизнеса – открыть тематический магазин единорогов и аксессуаров этих сказочных персонажей. Посещение такого магазина станет приятным семейным событием. Маленькие принцессы со своими родителями смогут выбрать не только единорогов, но и все необходимое для любимого сказочного персонажа. А в целях экономии времени покупателей и уменьшения средств на вход в бизнес можно открыть интернет-магазин единорогов.



Идея №3. Услуга аренды офиса на час

На рынке недвижимости достаточно предложений по аренде квартир, офисов, домов. Услуга почасовой аренды офисов появилась не так давно, но становится все более популярной. Ведь не каждая компания располагает помещением с изысканным офисным интерьером. В этом случае аренда офиса на час – идеальный вариант. Можно снять офис для деловой встречи с партнерами, для организации обучающего семинара или мастер-класса. Индивидуальные предприниматели могут арендовать офис для проведения профессиональной консультации, а соискатель вакансии может воспользоваться арендой офиса для комфортного размещения при участии в дистанционном собеседовании. Такой вариант может стать дополнительным бизнесом для компаний, у которых есть стильные помещения для презентаций и встреч.



Идея № 4. Обустройство мини-саун на балконе

Вы можете представить себе сауну на балконе? Совсем недавно этот вопрос вызвал бы только недоумение, но такой вариант релаксации уже доступен для городских жителей. Балкон или лоджию можно оборудовать мини-сауной и наслаждаться расслабляющим отдыхом, не выходя из квартиры. Рациональное использование площади балкона и экономия времени вызывают повышенный интерес владельцев квартир и домов к новой услуге, но предложений пока немного. Гораздо чаще можно найти советы по самостоятельному обустройству домашней сауны. Для монтажа мини-сауны необходимы минимум 2 человека и строительные материалы. Это идеальный бизнес для индивидуального предпринимателя с наемным работником.



Идея № 5.

Постепенный выкуп машиномест с последующей перепродажей или сдачей в аренду

Вложение в недвижимость позволяет сохранить сбережения и получать пассивный доход при сдаче в аренду. Белорусы давно освоили покупку квартир, домов для этих целей, а вот вложение денег в приобретение машиномест еще не получило широкое распространение. Можно совершить выгодную покупку машиноместа около нового жилого комплекса и затем сдавать в аренду или перепродать.



Идея № 6.

Игрушки с дополненной реальностью

Информационные технологии проникают во все сферы жизни. Даже обычные игрушки оживают, если их оснастить дополненной реальностью. Например, игрушка для малышей «Зоопарк». Если навести камеру телефона с установленным приложением на фигурку животного, можно просмотреть интерактивную историю про этого питомца на экране телефона. Родители с удовольствием покупают умные игрушки с дополненной реальностью для детей, поэтому интернет-магазин таких товаров будет пользоваться популярностью.

Идея № 7.

Сервис (маркетплейс), предлагающий услуги коучей (тренеров) для физических лиц

Благодаря активному переходу в онлайн во время пандемии дистанционные консультации, тренинги, вебинары стали пользоваться большой популярностью. Можно не только сэкономить время, но и получить консультацию специалиста, проживающего в другом городе, стране, регионе. Сейчас никого не удивишь даже онлайн-занятиями фитнесом или пением. Такая доступность онлайн-занятий/консультаций активизирует людей всех возрастов. Хороший вариант бизнеса – организовать сайт по продаже услуг и собрать на нем предложения различных коучей, тренеров. Для пользователей будет удобно иметь одну точку доступа для поиска разных обучающих и консультационных услуг, а организатор этой площадки сможет иметь постоянный доход от продажи услуг.



Идея № 8. Агрегатор маркетинговых идей

Маркетинг на аутсорсинге? Почему бы и нет! Есть вариант – взять в штат организации маркетолога, а можно покупать и использовать готовые маркетинговые идеи. Компании стараются сократить операционные расходы, поэтому приобретение готовой маркетинговой концепции может быть привлекательным предложением для бизнеса. Вот и очередная идея собственного бизнеса – агрегатор маркетинговых идей. Важно обладать достаточным уровнем знаний маркетинга, иметь портфолио работ, чтобы организовать сайт по продаже концепций по продвижению товаров, услуг, бизнеса. Пользователи услуг получают значительную экономию времени и расходов на отдельного штатного маркетолога. А еще маркетологи с широким профессиональным опытом смогут создавать свою «витринную» страничку на таких сайтах и получать заказы от любых бизнесов. Само собой, создатель сайта будет получать свои комиссионные при любых видах сделок.



Идея № 9.

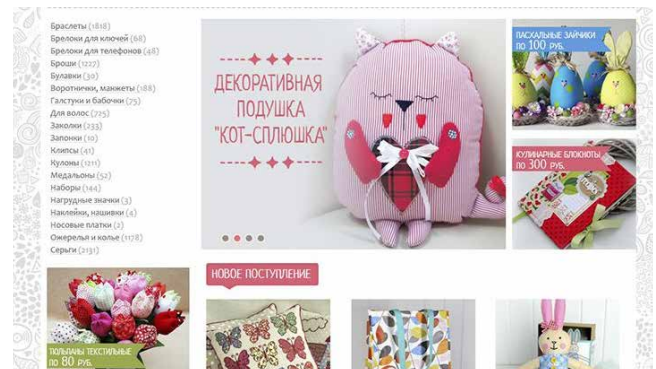
Сток-магазин брендовой одежды онлайн

Стоковые магазины торгуют брендовой одеждой из старых коллекций. Они привлекают посетителей доступной ценой и качеством товара. Покупатели стоков хотят быть одеты в брендовую одежду, и им все равно, из какой коллекции. Конкуренция в этом сегменте небольшая, ведь в одном магазине нет одной и той же вещи всех размеров. Поэтому покупателю приходится ходить по нескольким магазинам в поисках нужного размера понравившейся вещи. Главное конкурентное оружие стоков-магазинов – скидки и ценовая политика. Организация стокового магазина в онлайн-формате позволяет снизить операционные затраты на ведение бизнеса и с выгодой торговать купленными по сниженной цене старыми коллекциями брендовой одежды.

Идея № 10.

Онлайн-магазин подарков секонд хенд

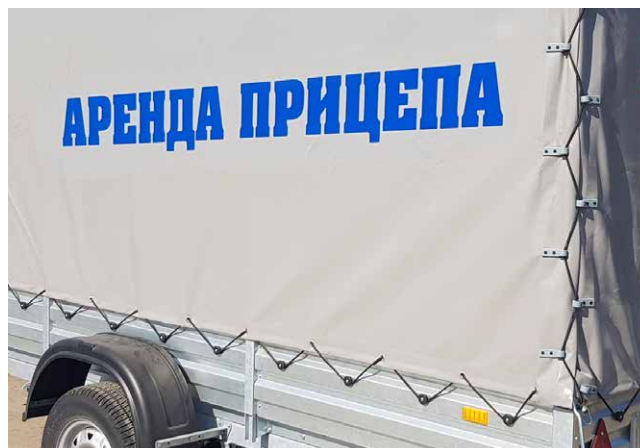
Каждому человеку хотя бы один раз в жизни дарили подарок, который оказывался неприменимым в жизни. И выбросить жалко, и использовать негде. Если организовать тематический онлайн-сервис по продаже ненужных подарков, то владельцы полученных в дар вещей приобретают возможность продавать их на интернет-площадке. При этом каждый покупатель знает, что вещь абсолютно новая, ведь цель такого магазина – продавать новые невостребованные подарки.



Идея № 11.

Сайт по аренде грузовиков, прицепов и иной тяжелой техники

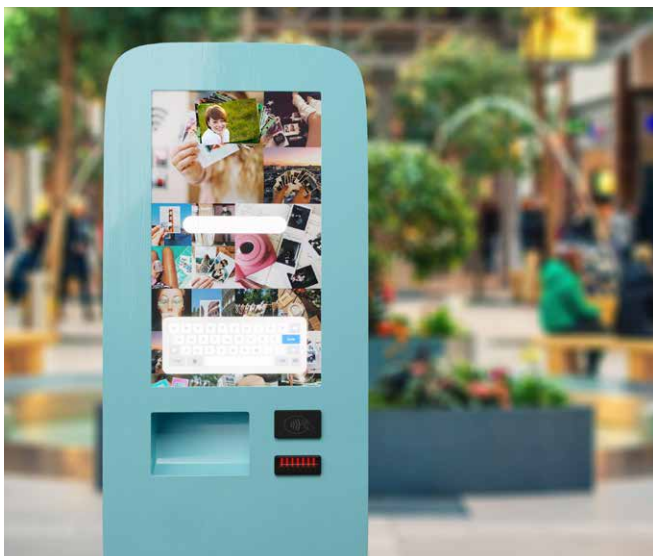
Когда люди переезжают, продают-покупают крупногабаритные вещи, они неизбежно сталкиваются с необходимостью услуг перевозчиков. Бывают ситуации, когда помощь водителя и грузчиков не нужна, а своего грузовика нет. В этом случае может быть полезна услуга по аренде крупногабаритной техники, которую лучше всего предлагать на сайте. Разумеется, такой бизнес могут организовать транспортная компания или владелец грузовика. В этом сегменте нет большого количества предложений, как у перевозчиков.



Идея № 12.

Будка-автомат для печати постеров с приветствиями

Мы стараемся наполнить жизнь положительными эмоциями. Любое ваше путешествие может стать приятнее, если у выхода из поезда или в аэропорту вас будут встречать с забавной надписью-приветствием. А вот такие надписи (постеры) можно печатать прямо на вокзале в специальных будках-автоматах. Ведь кофе-автоматы давно присутствуют на рынке, почему бы не поставить такие же, но только для печати постеров? Бизнес по печати постеров поможет приоткрыть двери в мир эмоций, приятных воспоминаний, дружеских приветствий. Люди не экономят на эмоциях. И постеры с дружеским посылом – это действительно очень нужные в нашей жизни мелочи.



Идея № 13.

«Детский сад» для домашних растений

При планировании поездок и отпусков любители домашних растений сталкиваются с проблемой ухода за своим «живым» хозяйством. К счастью, им могут помочь другие любители растений, которые готовы организовать площадь для временного нахождения растений и ухода за ними. Эта ниша почти не освоена, поэтому владельцы частных домов и пригородных хозяйств могут начать успешный бизнес. Уход за растениями во время отпуска может так понравиться, что к вам обратятся не только в летний сезон.



Идея № 14.

Лагерь для получения навыков выживания в лесной местности и в любых природных условиях

Родители подростков с удовольствием поддерживают инициативу летних лагерей с проживанием в сельской местности, в лесу. Такие предложения становятся все более популярными. Самое важное, что ожидают родители от подобных лагерей и мероприятий, – получение детьми знаний и навыков, как вести себя вне города, в экстремальных условиях, как не растеряться в необычной ситуации. Действительно, это очень важные умения, которые пока практически не преподаются в школах. Для организации такого бизнеса нужны личные умения и знания, а самое главное – любовь к детям. В летнее время можно организовать лагерь, в остальные сезоны – клуб с регулярными мероприятиями по выходным. Отличный вариант того, как совмещать приятное с полезным!



Идея № 15.

Клуб по киберспорту

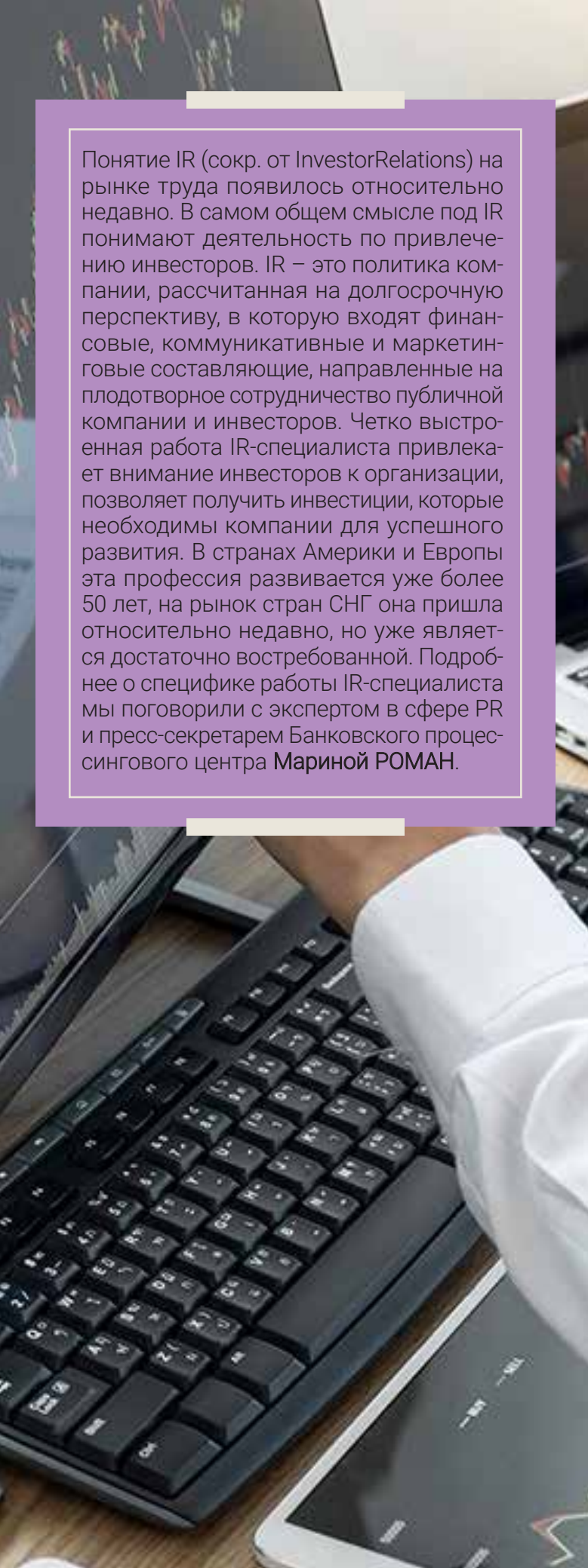
Киберспорт – это командное или индивидуальное соревнование на основе компьютерных видеоигр. Создание площадки для участия в турнирах, клубных соревнованиях объединяет геймеров на основе общего увлечения, помогает ставить цели, достигать побед, чувствовать общность интересов. Это отличная идея для бизнеса для тех, кто знает новые направления компьютерных игр, понимает цели и задачи геймеров, умеет сплачивать людей общими интересами. В клубах можно проводить и тематические вечеринки, предлагая использовать костюмированный принцип входа.

Ольга Максименко



Марина РОМАН,
пресс-секретарь
Банковского
процессингового центра

**IR-специалист – менеджер,
который привлекает инвестиции**



Понятие IR (сокр. от InvestorRelations) на рынке труда появилось относительно недавно. В самом общем смысле под IR понимают деятельность по привлечению инвесторов. IR – это политика компании, рассчитанная на долгосрочную перспективу, в которую входят финансовые, коммуникативные и маркетинговые составляющие, направленные на плодотворное сотрудничество публичной компании и инвесторов. Четко выстроенная работа IR-специалиста привлекает внимание инвесторов к организации, позволяет получить инвестиции, которые необходимы компании для успешного развития. В странах Америки и Европы эта профессия развивается уже более 50 лет, на рынок стран СНГ она пришла относительно недавно, но уже является достаточно востребованной. Подробнее о специфике работы IR-специалиста мы поговорили с экспертом в сфере PR и пресс-секретарем Банковского процессингового центра Мариной РОМАН.

Если говорить простым словами, то IR – это специалист, который ищет денежные средства для развития бизнеса, для этого он шаг за шагом выстраивает взаимоотношения с различными специалистами инвестиционного рынка. В этом и заключается основная работа IR-менеджера: установление связей с инвесторами, финансистами, проведение с ними переговоров и формирование различных финансовых документов. Хорошие IR-специалисты вырастают из PR-менеджеров, ибо основной задачей любого пиарщика всегда остаются коммуникации и, конечно же, связи – правильные социальные связи с людьми различных профессий и статусов.

IR-специалист – это специалист, который является в своем роде связующим звеном между рынком финансов и руководством компании. Ему необходимо, с одной стороны, своевременно реагировать на изменения в инвестиционном сообществе и докладывать об этих изменениях топ-менеджерам компании, а с другой – он должен информировать участников инвестиционного рынка о том, что происходит в компании и в каком направлении она планирует развиваться в дальнейшем.

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ОБЯЗАННОСТИ IR-СПЕЦИАЛИСТА

Основная задача IR-специалиста заключается в том, чтобы четко и грамотно представить инвестиционную стратегию компании различным участникам инвестиционного сообщества, заинтересовать их во вложении своих активов в компанию.

Основная цель IR-специалиста заключается в создании положительной репутации компании, в поиске, формировании и сохранении контактов с инвесторами.

Необходимо понимать, что специфика деятельности конкретного IR-специалиста будет отличаться в разных компаниях из-за особенностей их функционирования, однако суть работы остается неизменной.

К основным *обязанностям* IR-специалиста относят:

- создание крепких связей между потенциальными инвесторами и руководством компании;
- расширение акционерской базы путем поиска новых акционеров;
- сбор откликов на предложения от специалистов инвестиционного сообщества, чтобы компания смогла скорректировать направление своей деятельности и развития согласно требованиям финансового рынка;
- отслеживание и рассмотрение состава инвесторов и кредиторов, а также ситуации, происходящей у них для предотвращения пердела собственности;

- оптимизация и улучшение методов и способов привлечения новых инвестиций;
- предоставление информации о компании, которая требует обязательного раскрытия: написание пресс-релизов об итогах деятельности компании, подготовка необходимой отчетности компании, а также ее презентация.

Зачастую к обязанностям IR относится предоставление руководству информации о решениях финансовых аналитиков о состоянии инвестиционной сферы, об индикаторах оборота ценных бумаг и колебании их курсов. Это не значит, что IR-специалист делает это самостоятельно. Скорее наоборот – данную информацию он запрашивает у иных специалистов: профильных. От того, является ли специалист действительно профессионалом, зависят важнейшие показатели деятельности компании, количество привлекаемых инвестиций, условия их привлечения, а также финансовая привлекательность организации.

ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К IR-СПЕЦИАЛИСТАМ

К IR-специалистам предъявляются очень серьезные требования, ведь от их работы зависит, насколько эффективно будут выстраиваться инвестиционные взаимоотношения, особенно в долгосрочной перспективе. Кандидат на должность должен в обязательном порядке иметь высшее образование в финансовой, коммуникационной, маркетинговой или юридической области, а лучше в нескольких сферах (желательно еще получить и профессиональную подготовку по связям с инвесторами). Также кандидату необходимо владеть иностранным языком на уровне Advanced и выше. Обязательным является английский язык, полезным будет также знание китайского, немецкого либо другого дополнительного иностранного языка. Нелишним будет и наличие степени MBA в финансовой или банковской области, в области управления капиталом, активами и инвестициями, в области правоповедения и иных подобных областях. Это лишь базовые требования, без которых путь в IR закрыт, но стоит понимать, что у каждой компании свои специфические требования, которые зависят от особенностей ее работы.

Усердная работа, деловое чутье, интуиция, рациональность, развитое аналитическое мышление, высокая стрессоустойчивость – это, пожалуй, черты характера, без которых IR-специалисту не обойтись. Кроме того, они должны быть пунктуальными, эффективно воздействовать на оппонентов и быть преданными своему делу. Второстепенное воздействие имеют умение грамотно говорить и быть уверенным и мотивированным. Также для IR-специалиста большим плюсом будет опыт работы на рынке финансов в должности бизнес-аналитика или в подобной должности в инвестиционной сфере. Не обойтись и без таких качеств, как общительность и умение быстро находить контакт с людьми, поскольку общение с людьми в IR занимает большую часть времени.



ВЫДЕЛИМ ТРИ ГЛАВНЫХ ДЕЛОВЫХ КАЧЕСТВА ДЛЯ IR-СПЕЦИАЛИСТА.

Высокая результативность труда и некая двойственность: специалисту предстоит работать с большим информационным потоком, анализировать и структурировать информацию, т.е. неплохо разбираться в последних технических новинках, чтобы облегчить себе работу. Одновременно с этим специалисту необходимо быть общительным и не бояться выступать на публике, ведь ежедневно могут проводиться несколько различных встреч – онлайн и офлайн. Напряженность и насыщенность в этой профессии нереально высокие.

Высококвалифицированный специалист. Человеку, который претендует работать в IR-сфере, необходимо полностью погрузиться в профессию, уметь решать самые разнообразные проблемы, четко понимать, как подготовить отчетность, уметь грамотно раскрыть информацию с минимальными потерями для компании.

Талант в сопереживании и отзывчивости. Специалист должен владеть чувством эмпатии, поскольку в работе важно уметь наладить контакт с собеседником, с коллегами, с руководителем, с инвесторами и иными заинтересованными лицами.

А если человек не умеет находить и поддерживать контакты с людьми, если он не чувствует себя и собеседника, не умеет фильтровать информацию и правильно ее преподносить, то на успех в профессии ему, конечно, рассчитывать не приходится.

В КАКИХ КОМПАНИЯХ ВОСТРЕБОВАНЫ IR-СЛУЖБЫ И IR-СПЕЦИАЛИСТЫ?

Если в компании есть сотрудники, в функциональные обязанности которых входит общение с инвестиционными фондами, рейтинговыми агент-

ствами, банками, а также предоставление всей необходимой информации потенциальным инвесторам, то такого специалиста вполне можно рекомендовать на должность IR-специалиста – при условии, конечно, если он соответствует всем предъявляемым требованиям. Если же компания решила пригласить внешнего специалиста на должность IR-специалиста, то рекомендуется обращать внимание на кандидатов, соответствующих всем требованиям, которые озвучивались чуть выше, и прислушиваться к собственным ощущениям, которые вызывает кандидат.

Как правило, IR-специалисты являются востребованными в тех организациях, которые набирают обороты, развиваются, становятся публичными. На таком этапе развития компаниям необходимы поиск и привлечение инвестиций. Поручить работу с инвесторами отдельному подразделению или специалисту имеет смысл в том случае, когда компания становится публичной, т.е. ее акции могут без ограничений обращаться на фондовом рынке.

Потенциальным инвесторам очень важно, чтобы человек, с которым они ведут переговоры, четко понимал ценности своей компании, они хотят видеть перед собой квалифицированного специалиста, чтобы быть уверенными в достоверности предоставляемой информации, – в идеале, конечно, руководителя компании. Однако у руководителей очень плотный график, и они не всегда могут присутствовать на встречах лично, им необходимо перепоручить часть своих обязанностей, поэтому зачастую IR-служба находится в прямом подчинении у руководителя компании. Иногда IR-служба подчиняется финансовому директору, поскольку, как правило, инвесторов интересует именно информация, которая содержится в финансовой от-



четности. Оба варианта являются оправданными и имеют место быть.

Наиболее востребованной IR-специальность является в крупных организациях, работающих одновременно в нескольких направлениях, и они активно привлекают инвесторов. Да и для того, чтобы ввести единицу IR, у компании должна быть высокая прибыль, поскольку оплата труда у таких специалистов является гораздо выше средней. Высокие зарплаты обусловлены сложностью работы, ведь далеко не каждая попытка привлечь инвестора заканчивается успешно, и IR-специалист прекрасно это понимает и перед любой встречей с инвестором проделывает огромную аналитическую и ответственную работу, начиная от подготовки информации и заканчивая собственно переговорами. Все это требует материальных затрат, и специалисту важно успешно закрыть сделку, иначе он не оправдает надежд, которые на него возлагает руководство.

СУЩЕСТВУЮТ РАЗЛИЧНЫЕ МОДЕЛИ IR В КОМПАНИЯХ И ДИАПАЗОН КОМПЕТЕНЦИЙ.

Модель событийного взаимодействия. Модель подходит для компаний, которые в течение года работают в одинаковом ритме, а перед проведением годовых итоговых собраний, собрания акционеров и прочих оживляются. Перед такими собраниями, как правило, назначаются различные мероприятия, подготавливается отчетность, анализируется деятельность компании. В таких компаниях специалисты по связям с инвесторами входят в структуру PR.



Модель точечного взаимодействия. Модель состоит из двух подпунктов: плановая и авральная модели работы. Плановая работа активизируется перед эмиссией ценных бумаг или реструктуризацией компании. Авральная работа подключается уже после того, когда событие свершилось и по его результатам необходимо принимать определенные действия. Эта модель взаимодействия требует меньше затрат, ведь уже известно, с чем именно приходится работать, однако результат такой работы быстро обезличивается.

Модель постоянного взаимодействия. Модель сочетает в себе две предыдущие и предполагает, что инвестиционная деятельность ведется непрерывно, IR-специалисты постоянно поддерживают контакты с уже имеющимися инвесторами одновременно с поиском новых.

У IR-специалистов интересная и занимательная работа, они имеют достойный уровень заработной платы, анализируют много информации и общаются с самыми разными людьми, однако одновременно с этим она достаточно сложная и ответственная и связана с определенной недосказанностью. Руководители компаний порой не разрешают разглашать информацию о компании либо предоставляют недостаточную информацию. И IR-специалист оказывается в достаточно непростой ситуации: чтобы привлечь инвесторов, необходима наиболее полная информация о компании, но, когда эта информация не предоставляется руководством, специалисты в свою очередь не могут в должной мере предоставить свою, хотя руководители требуют этого. Также определенными трудностями представляет то, что IR не может влиять на процессы компании, и зачастую им остается лишь рисовать красивую картинку, которая должна привлечь инвесторов.

Юлия Немчик



Елена СЕКАЧ

По результатам некоторых исследований слишком строгий дресс-код на рабочем месте уходит в прошлое. Сегодня правила хорошо выглядеть строятся из желания самовыражения в рамках предложенных ценностей компании. Крой в одежде, ценности компании и ценности сотрудника – именно это определяет современность и свободу в дресс-коде. О том, как правильно составить капсульный и базовый гардероб, который можно будет легко носить на работу, мы спросили у профессионального стилиста **Елены СЕКАЧ**.

A woman with long blonde hair, wearing a light-colored plaid blazer and a necklace with a circular pendant, is holding a white handbag. The image is semi-transparent, serving as a background for the text.

“

Елена СЕКАЧ,
профессиональный стилист

**ВСЕГО ЛИШЬ
ДВЕ СЕКУНДЫ,
ЧТОБЫ СЧИТАТЬ ОБРАЗ,
КОТОРЫЙ ЗАДАСТ
ПРАВИЛЬНЫЙ СТАРТ
ВАШИМ ПЕРЕГОВОРАМ...**

Дипломированный фэшн и персональный стилист международного уровня. В багаже Елены – школа Ирины Ильинской, Европейская академия имиджа, обучение у Анны Глазковой и менторство у американского фэшн-стилиста Анны Руз. Елена Секач – основатель собственной компании в Америке и школы стиля Fashion Kick, обучение в которой прошли более 2000 учениц.

Карта клиентов простирается на 28 стран. Сотни разобранных гардеробов, карт стиля и шопингов – все это в профессиональном опыте спикера.

Елена регулярно стилизует съемки и публикуется в модных журналах Америки, Канады и Европы как фэшн-стилист. Увлекается психологией, изучала ее наряду с педагогикой в медицинском университете.

Корпоративная одежда для сотрудников – это набор вещей, выполненных в едином стиле. Основное их назначение – подчеркивать статус компании и помочь клиентам понять, что перед ними один из сотрудников организации. Любая корпоративная одежда отвечает ценностям компании и самих сотрудников.

При создании общего корпоративного стиля необходимо помнить и разделять между собой униформу и просто стиль в одежде. И при, скажем, выборе униформы важно помнить про тот факт, что лучше использовать износостойкие ткани и качественную фурнитуру, так как это требует практически ежедневной стирки и глажки.

Стиль в одежде обязательно будет отвечать каким-либо внутренним ценностям компании для того, чтобы влиять на правильные представления у клиентов при каждом контакте с брендом. Случается, что формируемый образ может сильно откликаться, если соприкасается с нашим детским опытом, и тогда эффект будет сильнее.

Чтобы разобраться в том, как на нас влияет паттерн из детства о внешнем виде, приведу очень простой пример. Многие люди с отметкой возраста 40+ могут испытывать неприятные воспоминания о детских стоматологах. Поэтому, чтобы расположить к себе клиента, частные медицинские центры используют менее строгий вид униформы и экспериментируют с веселыми и интересными вариантами головного убора. Согласитесь: при визите в такой медцентр веселенький и легкий принт шапочки у врача может расслабить клиента и тем самым расположить его прямо с порога.

Еще есть определенные стереотипы или шаблонное мышление потенциального клиента. Например, отправляясь к врачу, мы ожидаем увидеть человека в белом халате, а в банке будет странно увидеть девушку-консультанта в вечернем платье и на шпильках. Хотя, конечно же, это может быть хорошей разовой акцией с ВАУ-эффектом. Исходя из этого мы должны учитывать потребности своей целевой аудитории. Любая цель в бизнесе – продавать некий товар или услугу своему клиенту. Вот в этом случае важно учитывать эти определенные стереотипы представления о том, как выглядит работник в глазах целевой аудитории.



«Например, мне как стилисту нравится возможность своего индивидуального проявления и самовыражения. Это очень здорово. Из такой свободы тоже можно формировать корпоративный стиль, основываясь на ценностях компании и целевой аудитории. И при всем этом я уверена, что работники должны выглядеть прилично и опрятно. Образ складывается из деталей, и это не только одежда. Это и прическа, и минимальный уход за собой в целом. В свободном самовыражении важно понимать, что никто не должен оскорблять или смущать других людей своим внешним видом. Необходимо руководствоваться здравым смыслом. Например, да, моя жизненная философия – свобода самовыражения, а накопленный опыт смягчает некоторые позиции, но в офисе работник все-таки должен выглядеть эстетично. И тут речь в первую очередь в целом про ухоженность, а не стиль в одежде, – подчеркивает эксперт. – Среди моих клиентов часто встречаются и IT-специалисты. Сегодня каждый из них прекрасно понимает, что грязные волосы и засаленная майка – это уже моветон. Они хотят выглядеть стильно и проявлять себя через свой внешний вид с приятным послевкусием после общения, а не оставлять шокирующий осадочек. Или вот еще пример из моей практики. Периодически я провожу очный мастер-класс по преображению, где моя задача – показать, как может измениться любая девушка независимо от возраста, размера одежды и так далее за счет правильно подобранной одежды. Я узнаю параметры героинь и подбираю им абсолютно новые образы, которые они увидят только на мероприятии. На мастер-класс они приходят в привычной им одежде, мы делаем фото «до» и в «прямом эфире» наблюдаем преображение. Конечно, такие изменения вызывают у всех приятный шок. Героини начинают светиться от счастья. А однажды я таким отличным примером преображения поделилась в своем блоге. Неожиданно от подписчиков я получила частично негативный фидбэк с таким подтекстом: «Все круто, но девушка не сможет сама обеспечить себе такой уровень одежды». Далее я стала разбираться, почему люди так стали думать. В результате разбора такой обратной связи выяснилось, что первый образ внешнего вида участницы считывался как низкобюджетный, и девушка не сможет сама себе обеспечить созданный нашей командой образ, т.к. это другой уровень и стоимость гардероба намного выше. При этом вещи для образов «после» были среднего ценового сегмента (масс-маркет), и участница в своей профессии легко могла себе позволить даже более дорогие вещи. По профессии она – пластический хирург, но ее отличные внешние данные терялись на фоне отсутствия стиля в персональном гардеробе. Хотя это никак не влияло на количество клиентов. Уверена, что вопрос решали униформа врача и ухоженность внешности, но мои подписчики этого не могли увидеть, т.к. участница на фото в «до» была не в белом халате врача, а в обычной одежде, которая ее никак не проявляла, а, наоборот, прятала. Опять же в образе отсутствовали и другие элементы, которые всегда при их наличии подчеркивают достоинства человека и проявляют их с выгодной стороны», – комментирует Елена Секач.



При формировании корпоративного стиля необходимо помнить, что каждому работнику свойственно проявлять себя индивидуально, а это значит, что должны быть свобода выбора и минимальное количество рамок. Сегодня мы все еще часто в компаниях, особенно банках, встречаем настолько строгий дресс-код, что человеку психологически трудно с этим справляться. Например, существует требование даже летом носить колготки. Стоит ли говорить о том, что строгий дресс-код – это уже устаревший «формат отношений» между вашими сотрудниками, вами и вашими клиентами. И если возвращаться к колготкам, то тут важна только одна деталь – колготки не должны быть заметны при любом из вариантов строгости дресс-кода.

При выборе колготок нужно учитывать несколько правил:

- Чем тоньше колготки, тем более они незаметны.
- Эффекта, что у бледнолицей славянки из-под юбки торчат загорелые капроновые ноги, быть не должно. Думайте об этом вот в каком контексте: если бы вас фотографировали в полный рост, мог ли зритель на снимке увидеть разницу между цветом ваших ног и лица, а также рук? Если такая разница очевидна, у вас наверняка проблемы с подбором правильного цвета.
- Если вы носите колготки в офисе и у вас нет сознательной цели сделать ноги полнее, выбор однозначен – колготки должны быть матовыми. Блестящие хорошо смотрятся в кадре, но редко удачно в реальной жизни.

Всегда следует помнить, что аксессуары – это тоже часть стиля и гардероба. При выборе аксессуаров ориентируйтесь на несколько общих правил, которые стоит соблюдать, надевая ювелирные изделия или бижутерию в офис. Главное правило офиса – умеренность. И тут речь даже не про корпоративный стиль, это рекомендация в целом. Поэтому в образе должно присутствовать не более трех аксессуаров, к ним же относят и обручальное кольцо. Для консервативных образов лучше выбирать только один металл – золото, серебро или бижутерию. В офис или на обед с клиентом, даже если он очень статусный, не рекомендуется надевать украшения с бриллиантами или иными дорогими драгоценными камнями – они созданы для вечерних выходов. Одним из возможных аксессуаров являются часы. Они могут быть дорогими, но лучше, если будут выглядеть простыми и быть в спокойном цвете. Яркие, со стразами или иными украшениями часы лучше оставить для вечерних выходов или праздничных прогулок в городе.

Если у вас более строгий дресс-код в офисе, украшения в этническом стиле, подвески со знаками зодиака или буквами недопустимы. Украшения для офиса должны быть лаконичными, простыми. Слишком яркие, кричащие вещи – дурной тон, они на работе неуместны. Для строгого дресс-кода в качестве аксессуаров можно выбрать неброскую заколку для волос, оригинальную брошь, которая подчеркнет вкус и сделает образ женственным. Ремень – еще один аксессуар, который допустим даже в строгом офисном стиле. Он не должен быть кричащего цвета или с массивной пряжкой. Лучше выбрать ремешок пастельных оттенков, ко-

торый будет красиво, спокойно выделяться на общем фоне вашего персонального стиля. Главное правило при выборе аксессуаров – они должны смотреться просто, но дорого. Лучше купить одну дорогую, но стильную вещь, чем много, но неуместных.

Помните: главное правило аксессуаров – лучше меньше, но лучше. Не стоит надевать сразу все – часы, кольца, платок, ремень, заколку. Стиль – это умение использовать минимум вещей.

БАЗОВЫЙ ГАРДЕРОБ, или КАК СОЗДАВАТЬ КАПСУЛУ НА ПРИМЕРЕ БАЗОВОГО ГАРДЕРОБА

Базовый и капсульный гардероб – это прекрасный микс между рамками рабочего дресс-кода и индивидуальным самовыражением каждого сотрудника.



Большинство из нас мечтают иметь работающий гардероб, в котором каждую вещь мы носим и знаем, с чем сочетать, в котором всегда есть что надеть для любого случая и при этом есть выбор из нескольких разноплановых комплектов. Один из способов построить «гардероб мечты» – использовать капсульный подход. При таком подходе весь гардероб состоит из вещей-капсул, сочетающихся друг с другом по стилю.



Капсула – это определенный набор вещей, включая обувь, сумки и другие аксессуары, которые мы можем использовать для различных жизненных ситуаций. Например, капсула для работы в офисе, для отпуска, для занятий спортом, для прогулок с детьми в парке или на детской площадке, для встреч с подругами или свиданий, капсула для дома и т.д. Капсульный подход применим в любом гардеробе: женском, мужском или детском. Правило составления капсульного гардероба: ВСЕ вещи в капсуле сочетаются друг с другом по стилю, цвету, принтам (рисунков на ткани).

КАК СОСТАВИТЬ КАПСУЛЬНЫЙ ГАРДЕРОБ?

Во-первых, необходимо определить ВСЕ ситуации, в которых вам приходится оказываться в течение жизни: работа, посиделки с подружками в кафе, прогулки с семьей на свежем воздухе, фитнес, праздничные мероприятия, отпуск и т.д.

Количество вещей в капсуле зависит от того, какую долю занимает эта сфера в вашей жизни. Для работы в офисе это могут быть двадцать вещей, а для выходов в кафе и кино будет достаточно восьми.

В капсулу включаются как базовые (универсальные, простые по крою, цвету, фасону), так и акцентные вещи (интересные, необычного кроя, ярких цветов). При этом базовых вещей должно быть больше, т.к. их проще сочетать друг с другом и акцентными вещами.

Вещи в капсулах могут пересекаться. Например, простую базовую рубашку или джемпер

мы можем носить как в офисе, так и использовать для прогулок или походов в кафе.

В капсуле «верхов» (блузки, рубашки, жакеты, свитера, водолазки и т.д.) больше, чем «низов» (брюки, юбки, джинсы и т.д.). Оптимальное соотношение – 3:1. Это связано с тем, что в первую очередь наш собеседник запоминает, что надето в верхней части тела. Если мы будем ходить на работу три дня подряд в одной и той же рубашке и менять только «низы», окружающие будут думать, что мы ходим третий день в одном и том же. А если мы будем ходить три дня подряд в одной и той же юбке, меняя при этом «верх», это будет восприниматься окружающими как разные комплекты.

Все «верха» и «низы» из капсулы должны быть разноплановыми. Это позволит составить наибольшее количество непохожих друг на друга комплектов.

СПИСОК ВЕЩЕЙ ДЛЯ КАПСУЛЬНОГО ГАРДЕРОБА

Одежда	Обувь	Аксессуары
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Рубашка прямого кроя (белая, голубая) ▪ Гольф или джемпер ▪ Свитер ▪ Блейзер (черный) ▪ Брюки ▪ Юбка миди ▪ Джинсы прямые или скини ▪ Платье из плотного трикотажа полуприлегающее или свободное ▪ Пуховик (бежевый, черный) для зимнего гардероба или тренч для весенне-летнего ▪ Пальто шерстяное или кашемировое 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Лоферы или оксфорды ▪ Лодочки ▪ Кроссовки или кеды (белые, черные) для демисезонного периода ▪ Ботинки (челси) или высокие сапоги для зимнего гардероба 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ремень (натуральная кожа) ▪ Кросс боди бэг среднего размера ▪ Шоппер ▪ Шарф однотонный ▪ Шапка, кепка или шляпа (берет, фетровая шляпа, шапка бини)



БАЗОВЫЙ ГАРДЕРОБ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Модные вещи стоят дорого и быстро теряют свою актуальность. Базовый гардероб – это одно из самых гениальных решений в мире стиля при выборе одежды. Базовый гардероб человека состоит из набора классических (и, как правило, совсем недорогих) вещей, которые сочетаются как друг с другом, так и с любой одеждой. Отличный вариант для человека любой профессии. Как говорится, «и в пир и в мир».

Базовый гардероб прежде всего должен быть психологически удобным. Таким, чтобы вы могли, почти не глядя, скомбинировать одежду и обувь и получить стильный и комфортный образ. Именно базовый гардероб можно использовать для того, чтобы обозначить корпоративный стиль в одежде независимо от занимаемой должности.

Если вы спортсменка или молодая мама, совмещающая частично работу и воспитание ре-

бенка, вряд ли вашими базовыми вещами станут узкая юбка-карандаш и туфли на шпильках. Если вы деловой человек, вовсе не факт, что вам будет комфортно даже в самых модных драных джинсах и кедах.

Вещи должны быть такими, чтобы вы могли надеть их прямо сейчас. Вещи должны быть подходящего вам фасона, а не модного. Покупайте то, что лучше всего смотрится на вашей фигуре: нужное подчеркивает, а ненужное скрывает. Добавить наряду модную изюминку вы всегда сможете с помощью аксессуаров.

Вещи должны быть из качественных материалов. Базовый гардероб – это то, что прослужит вам как минимум несколько сезонов. Поэтому обращайте внимание на то, что каждая новая вещь должна сочетаться как минимум с тремя старыми. Если вы сходу не можете представить эти сочетания, от покупки лучше отказаться.

Аксессуары в гардеробе – такой же элемент корпоративного

стиля. Это могут быть шейные платки, бейсболки, яркие фирменные часы или любая другая заметная деталь.



Базовый гардероб – это отличное решение современного корпоративного дресс-кода даже для

очень строгого, которые практикуются в банках. Руководитель, внедривший униформу, обязан следить за современными решениями и обновлять гардероб своих подчиненных, который требует использования униформы. Чтобы как можно дольше использовать униформу, необходимо не только выбирать качественные износостойкие ткани, но и помнить о том, что со временем что-то может устареть, если опираться не на классику базового гардероба, а на моду. Классика базового гардероба всегда будет иметь более долгий срок службы. Разбавлять можно аксессуарами в фирменном цвете бизнеса. Например, брошь, платок или даже просто элементы и атрибутика канцелярских товаров.

СПИСОК ВЕЩЕЙ БАЗОВОГО ГАРДЕРОБА, КОТОРЫЕ МОГУТ СТАТЬ ОСНОВНОЙ ДЛЯ КОРПОРАТИВНОГО ДРЕСС-КОДА

1 Классическая белая рубашка или блуза
Вряд ли какая-то другая вещь сможет соперничать с ней по степени универсальности. Белая рубашка подойдет к любому низу: хоть к расслабленному джинсовому, хоть к строгейшему деловому. У белого есть много оттенков: алебастровый, молочный, кремовый, жемчужный. Не надо концентрироваться на белоснежном. Подбирайте рубашку под цвет зубной эмали и (опционально) белков глаз. Одежда не должна быть значительно белее, иначе визуальнo она сделает вашу улыбку желтой, а глаза – невнятными.

2 Белая футболка с коротким рукавом
Такие футболки быстро пачкаются, поэтому хорошо, если в шкафу у вас будет свежая замена.

Что касается выбора цвета, здесь действует та же рекомендация, что и в случае рубашки: он должен подходить к цвету зубов и белков глаз.

3 Водолазка
Классическая водолазка – альтернатива футболке в прохладный день. Выбирайте натуральные дышащие материалы и нейтральные цвета. Важно, чтобы она не была в обтяжку. Плотная сидящая модель, во-первых, может слишком подчеркнуть не самые аппетитные особенности ваших плеч и талии. Во-вторых, под ней не останется места для воздуха, а значит, в прохладные дни водолазка не сможет вас согреть.

4 Джинсы

Выбирайте любую модель, в которой чувствуете себя комфортно. Но учтите: базовые джинсы должны иметь максимально простой крой без ярко выраженных потертостей, украшений и аксессуаров. Идеальные цвета – классический индиго и голубой, а также любые темные оттенки синего.

5 Классические брюки

Идеально – черные или темно-серые. Они позволят создать строгий внешний вид, даже если вы выберете расслабленный верх. Брюки имеют обыкновение растягиваться на коленях и ягодицах. Чтобы это случилось нескоро, выбирайте качественные материалы с как можно меньшим содержанием эластана.

6 Черное платье

Маленькое черное платье давно стало мемом и даже приелось, однако это не отменяет его универсальности. Эта модель подойдет и для офиса, и для коктейльной вечеринки. Маленькое не значит ультракороткое. Оптимальная длина такого наряда – примерно до колена. Чуть выше или ниже – выбирайте исходя из особенностей вашей фигуры и личных предпочтений.

7 Кардиган

Идеально для расслабленных прохладных дней. Впрочем, и в самые напряженные приятно завернуться во что-то мягкое и теплое.

8 Свитер из кашемира

Еще один важный элемент гардероба для прохладного сезона. Выбирайте крой релакс и нейтральные цвета. Минус вещей из качественного кашемира – высокая стоимость. Но в данном случае лучше не экономить: на моделях из дешевых материалов быстро образуются катышки, и они теряют вид.

9 Пиджак

Важная особенность базового пиджака – мягкие струящиеся ткани и нестрогая форма. Лишь в этом случае он будет хорошо сочетаться и с джинсами, и с юбкой, и с маленьким черным платьем. Снова напоминаем: в базе не должно быть никаких излишеств вроде крупных позолоченных пуговиц, вышивки или ярких аксессуаров. А вот с цветами можно поиграть. Наиболее универсальные варианты – черный, темно-синий, графит, бежевый. Однако крас-

ный, зеленый, желтый тоже допустимы – но при одном условии: если эти цвета вам идут.

10 Легкое пальто или тренч

Верхний слой добавляет наряду стиль и глубину. Идеальным выбором тут станут облегченное пальто или плащ. Выбирайте модели нейтральных цветов (бежевый, горчичный, светло-коричневый, серый, нави) и классических очертаний (без оборок и дополнительных сложных элементов). Оптимальная длина – чуть выше колена. При покупке проследите, чтобы пальто или тренч хорошо сидели в плечах. Это важный момент для создания по-настоящему стильного образа.

11 Спортивная куртка

Сегодня это уже неотъемлемая часть базового гардероба. И тут речь идет не о куртке, в которой нужно идти заниматься спортом, а такой, которая сочетает в себе оригинальные карманы, имеет свободный крой, может напоминать пиджак, но не в представлении костюма, а гораздо более свободного кроя.

12 Юбка

Здесь нет никаких ограничений, за исключением «слишком прозрачный», «слишком короткий», «слишком вызывающий цвет и принт». Другими словами, если чувствуете, что юбка где-то «слишком», в базовый гардероб ее включать нельзя.

Марина Роман

