ПЕРВОЕ АВТО

ГЛАВНАЯ ТЕМА

ОБЛАСТНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК

БУДЬ В КУРСЕ!

АВАНТ ПАРТНЕР

№ 26(331)

ВТОРНИК
23 ОКТЯБРЯ 2012

www.avant-partner.ru

2 ЗАЧЕМ ИННОВАТОРУ МЕНТОР

5 ПОЧЕМУ РЕКОНСТРУКЦИЯ «АВРОРЫ» НЕЗАКОННА

9 СНИЗИТСЯ ЛИ СПРОС НА КАСКО

Уважаемые коллеги! Дорогие друзья!
Сердечно поздравляем вас
с профессиональным праздником -
Днём автомобилиста!

Вас поздравляем мы сегодня
Желаем ни гвоздя, ни жезла,
Дорога будет в радость только,
Широкой, ровною, и светлой!

КУЗБАСС БЕЛАЗ СЕРВИС

Кузбасс-Белаз-Сервис, ООО,
совместное предприятие

факс (3842) 75 48 06
телефон (3842) 75 38 41
факс (3842) 75 49 39
www.belazkemerovo.ru
servis@belazkemerovo.ru

АКТУАЛЬНО

О ТУРИЗМЕ СТРАТЕГИЧЕСКИ

Стратегии развития туризма в Кемеровской области до 2025 года может быть принята в середине ноября на заседании коллегии администрации области. Об этом было заявлено 16 октября в Кемерове в ходе первого заседания комитета по предпринимательству в туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности при Кузбасской торгово-промышленной палате

Как сказал **Дмитрий Алференко**, заместитель начальника областного департамента молодёжной политики и спорта, стратегия должна будет решить несколько основных задач, в числе которых совершенствование нормативно-правового регулирования, повышение качества и конкурентоспособности туристических услуг, повышение общего уровня безопасности туристской отрасли.

Разработанная стратегия позволит области, в частности, участвовать в федеральной целевой программе по развитию внутреннего туризма. Пока этому препятствует отсутствие разработанных инвестпроектов.

Одним из механизмов реализации стратегии будет создание новой специализированной организации, которая будет заниматься управлением информационными потоками в области реализации программ поддержки туризма, рекламно-информационным имиджевым продвижением Кемеровской области на федеральном уровне как региона, благоприятного для развития горнолыжного, спортивного, делового и культурно-исторического туризма. Рабочее название предполагаемой организации – «Агентство развития туризма Кемеровской области».

По словам Дмитрия Алференко, «если мы все планы выполним, то к 2025 году на 50% увеличатся туристские потоки, а также увеличатся объёмы налоговых поступлений от всех видов туризма и сопутствующих отраслей минимум на 3 млрд рублей».

Среди предполагаемых разработчиками стратегии способов поддержки туристической отрасли называлось создание новых зон экономического благоприятствования развитию туризма, вероятно, в Мариинском, Промышленновском, Междуреченском муниципальных образованиях.

Об успехах ныне действующей зоны в Таштагольском районе присутствующим рассказал **Николай Овчинников**, начальник отдела туризма администрации Таштагольского муниципального района. По его словам, инвесторы уже вложили в развитие экономической зоны «Горная Шория» более 7 млрд рублей. Растущее количество туристов требует строительства новых объектов, и также более высокой пропускной способности гостиниц и развлекательных центров. Уже введено в эксплуатацию 117 объектов, а в строительстве в настоящее время находятся 14 объектов, 6 из которых планируется сдать в предстоящий зимний сезон. В ответ на замечание одного из руководителей турфирм, что из-за постоянного строительства Шерегеш напоминает стройплощадку, Николай Овчинников пообещал, что эти проблемы будут устранены в ходе реализации программы по благоустройству.

Также на заседании комитета прозвучало несколько инициатив от предпринимателей, работающих в сфере туриндустрии, самым интересным из которых стало предложение Николая Кириченко, директора ООО «Золотая Русь» (г. Кемерово). Он предложил создать рабочую группу при комитете по защите турагентств. По его словам, зачастую у потребителей создается негативное впечатление о турагентствах из-за необъективного освещения в СМИ различных форс-мажорных обстоятельств, к которым турагентства часто не имеют отношения.

Тимур Сагдиев

Туризм в Кузбассе является одной из динамично развивающихся отраслей. Если в 2002 году в Кемеровской области отдохнуло 150 тыс. человек, то в 2011 году число туристов возросло уже в 6,4 раза и составило порядка 900 тыс. человек, в т.ч. 58 тыс. иностранцев. Налоговые поступления от субъектов предпринимательства, обеспечивающих инфраструктуру туризма, в бюджеты всех уровней за 2011 год составили 997,3 млн рублей, что на 54,9 млн рублей больше по сравнению с 2010 годом. Согласно данным Кемеровостата, объём платных услуг населению от туристских, гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг в 2011 году составил 2,8 млрд рублей (что почти на 260 млн рублей больше, чем в 2010 году).

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ «РТК-ЛИЗИНГ»

Группа компаний «РТК-ЛИЗИНГ» основана в 1996 году. Работает в сегменте крупного и среднего бизнеса. По объему лизингового портфеля входит в число десяти ведущих лизинговых компаний России. География деятельности ГК «РТК-ЛИЗИНГ» охватывает 7 Федеральных округов России и страны СНГ.

«РТК-ЛИЗИНГ» осуществляет деятельность во всех отраслях рынка. Основными направлениями являются лизинг ж/д вагонов, энергетических комплексов, оборудования, авто- и спецтехники для всех отраслей промышленности.

Компания «РТК-ЛИЗИНГ» открыта для сотрудничества с предприятиями иных отраслей: машиностроительной, нефтяной, пищевой, медицинской, химической, строительной, дорожно-строительной, грузоперевозок.

ГК «РТК-ЛИЗИНГ» индивидуально подходит к каждому клиенту и предлагает наиболее подходящие партнеру условия сотрудничества:
- выгодные ставки удорожания;
- авансовый платеж от 15%;
- любые виды передаваемого в лизинг имущества;
- срок лизинга – от 2 до 7 лет;
- гибкий график лизинговых платежей (ежемесячный, ежеквартальный, убывающий, равномерный, сезонный).

РТК-ЛИЗИНГ
ГРУППА КОМПАНИЙ

Адрес Кемеровского филиала:
г. Кемерово, ул. 50 лет Октября, 12 «А», офисы 309, 314
Телефон: +7 (3842) 58-57-46; +7 (923) 536-01-10;
+7 (923) 527-02-20; +7 (923) 505-03-30
Факс: +7 (3842) 58-57-46 E-mail: kmr@rtcleasing.ru

КУЗБАСС МАЯК
ЖИЗНЬ ПРОДОЛЖАЕТСЯ!
Кемерово – 102,3 Новокузнецк – 103 (FM)

АНОНС

Партнер конференции – ПРОМСВЯЗЬБАНК.

III КУЗБАССКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«МЕСТО РАБОТЫ – МАЛЫЙ БИЗНЕС»
В рамках молодёжного проекта «Ты – предприниматель», при поддержке Департамента промышленности, торговли и предпринимательства Кемеровской области.
Подробнее о мероприятии на сайте www.avant-partner.ru

ДЕЛОВЫЕ НОВОСТИ

«СОСНОВЫЙ БОР» НЕ ПРОДАЛСЯ С ПЕРВОЙ ПОПЫТКИ

Фонд имущества Кемеровской области объявил повторный аукцион по продаже имущества бывшего санатория «Сосновый бор» в деревне Журавлево Кемеровского района (15 км от Кемерова). Выставленный на аукцион 29 октября по стартовой цене 150 млн рублей объект продать уже не удастся. Как пояснили в фонде, к моменту завершения приёма заявок 15 октября поступила только одна, чего недостаточно для проведения аукциона. Повторные торги назначены на 28 ноября, но уже со сниженной до 100 млн рублей стартовой ценой. Приём заявок осуществляется до 13 ноября. Напомним, что в составе продаваемого единым лотом имущества 26 различных объектов, включающих земельный участок (3,9 тыс. кв. метров), спальный корпус (3,8 тыс. кв. метров), спортком-плекс (1,3 тыс. кв метров), лечебный корпус (1,15 тыс. кв. метров), грязелечебницу (0,5 тыс. кв. метров), коттедж, два гаража, водопроводные сети, канализацию и др. В сообще-нии фонда указано также, что «санаторий «Сосновый бор» расположен в живописной местности в 15 км от Кемерово, и красота леса и окрестных мест оказывает благотворное влияние на общее самочувствие проживающих».

ГЕНДИРЕКТОР КТК ПЕРЕИЗБРАН...

Акционеры ОАО «Кузбасская топливная компания» (КТК) на внеочередном собрании 16 октября переизбрали **Игоря Прокудина** (контролирует более 50% акций КТК) генеральным директором компании на очередной пятилетний срок. Как пояснили в пресс-службе КТК, переизбрание вызвано окончанием срока действия предыдущего контракта. Акционеры внесли также изменения в устав и положение о совете директоров КТК, связанные с введением заочной формы голосования на заседаниях совета директоров общества.

... А БЕЛОВСКОГО ЦИНКОВОГО ЗАВОДА ЖДЁТ НАЗНАЧЕНИЯ

Георгий Антонов, бывший конкурсный управляющий ОАО «Беловский цинковый завод» (БЦЗ), направил в арбитражный суд Кемеровской области заявление с просьбой назначить его гендиректором БЦЗ. Как пояснил он, это связано с тем, что в июне нынешнего года суд прекратил продолжавшееся с декабря 2000 конкурсное производство на БЦЗ по ходатайству конкурсного управляющего в связи с отсутствием средств на процедуру банкротства. И в тот момент суд возложил на Георгия Антонова только обязанности руководителя предприятия и работы по восстановлению реестра акционеров завода, но не назначил гендиректором. А это мешает во взаимодействии с некоторыми органами власти. Прекращение конкурсного производства на БЦЗ пыталась оспорить Федеральная налоговая служба, однако, апелля-ционная, и кассационная жалоба налоговиков были отклонены. Георгий Антонов сообщил также, что арбитражный суд Западно-Сибирского округа удовлетворил его кассационную жалобу и признал законными торги по продаже второй части отходов производства завода (420 тыс. клинкера были проданы кемеровскому ООО «Рециклинг» в августе 2011 года). Эту продажу оспорила ФНС, что давало ей основание не соглашаться на прекращение конкурс-ного производства. БЦЗ не работает уже много лет, но в собственности, хотя и не оформлен-ной до конца, остаются земельный участки в Белово и в Ленинск-Кузнецком районе. ООО «Рециклинг», финансируемое одним из инвестфондов Санкт-Петербурга, планировало наладить переработку клинкера с извлечением драгметаллов.

«КУЗНЕЦКИЙ ЦЕМЗАВОД» И «АНЖЕРСКОЕ ШАХТОУПРАВЛЕНИЕ» ПЫТАЮТСЯ ОБАНКРОТИТЬ

В арбитражном суде Кемеровской области приняты к рассмотрению заявления о бан-кротстве новокузнецкого ООО «Производственная компания «Кузнецкий цементный за-вод» и ОАО «Анжерское шахтоуправление» (Анжеро-Судженск). В первом случае такое требование сделало новосибирское ООО «Цирцея», занимающееся автоперевозками. В июне этого года оно добилось в суде признания задолженности ПК «Кузнецкий цемза-вод» в 150,6 тыс. рублей за проведенные автоперевозки. Во втором случае два кредитора обратились в суд о банкротстве последнего действующего угледобывающего предпри-ятия Анжеро-Судженска. Заявление ленинск-кузнецкого ООО «Сибгидросервис» (за-долженность шахтоуправления перед ним 3,2 млн рублей) принято к рассмотрению, а вот заявление кемеровского ЗАО «Вистек-Кузбасс» о вступлении в дело о банкротстве (долг «Анжерского» – 5,9 млн рублей) оставлено пока без движения.

ЗАСТАБИЛИЗИРОВАЛОСЬ?

Цены на уголь на мировых рынках в ожидании зимы и некоторого роста в металлургии, похоже, приостановили своё падение, а такой индикатор как Baltic index, отражающий соотношение спроса и предложения на фрахт судов для перевозки руды и угля, даже вырос, как раз из-за увеличения спроса на транспорт угля и железной руды. Агентство Рейтерс сообщает, что Baltic index, основной показатель стоимости морского фрахта, отражающий ставки для сухогрузов, растет на увеличивающемся спросе на контракты по перевозке угля и железной руды. Общий индекс при этом вырос на 3,2%, индекс для судов размера «capesize» (150 тыс. тонн грузоподъемностью для перевозки руды и угля) увеличился на 3,27%, а индекс для судов размера panamax (60-70 тыс. тонн, используются обычно для перевозки угля и зерна) поднялся на 7,53%. в последнем случае рост вызван увеличением объемов китайских и индийских контрактов на фрахт энергетического угля. Впрочем, пока рано говорить о появлении тенденции роста угольных цен. Как сообщает специализированный сайт Chinamining, правительство КНР прибегло к специальным мерам контроля в угольной отрасли в связи с падением цен и спроса, обратившись к руководству крупнейших угольных регионов о сдерживании годового роста ниже 4%. Таким образом, правительство пытается удержать общий объем добычи ниже уровня в 3,65 млрд тонн, сообщил Ву Ин, заместитель директора Национальной энергетической администрации на Международном китайском форуме по угольной промышленности. По его данным, быстрый рост добычи угля в КНР наблюдался в начале года, но затем потребление замедлилось, а запасы угля выросли, что привело к крупнейшему падению цен в последние три месяца. Из-за падения спроса и увеличения выработки электро-энергии на ГЭС цены на уголь в Китае с мая по август снизились на 20% с 787 юаней (123 доллара) за тонну до 626 юаней (97,8 долларов). Они немного подросли в сентябре, но из-за замедления экономического роста в Китае и накопленных больших запасов (85 млн тонн угля) вновь могут снизиться, опасаются отраслевые аналитики.

Интернет-версия газеты на сайте
www.avant-partner.ru

ИННОВАЦИИ ПО-АМЕРИКАНСКИ

В Кемерове продолжают искать способы коммерциализации инновационных проектов. На прошлой неделе в Кузбасском технопарке в течение трёх дней кузбасских молодых учёных-разработчиков учил организации бизнеса американец Кендрик Уайт, учредитель и управляющий партнёр МАРЧМОНТ Капитал Партнерс. При этом г-н Уайт активно продвигал идею создания фонда предпосевных инвестиций и акселератора – структуры, которая занялась бы менторством над инновационными проектами.

Господин Уайт работает в России почти 20 лет. И по его признанию, прошёл вместе со страной путь от приватизации до инноваций. Он считает, что это «здорово», что сейчас в России все говорят об инновациях: «Пять лет назад это был Томск, Новосибирск, Зеленоград, Москва, Санкт-Петербург. Сейчас я вижу другие регионы, которые создают свою инфраструктуру, технопарки и пр.».

С 2007 года Кендрик Уайт проводит встречи с инноваторами в регионах. В Сибири, в частности, в Томске и в Новосибирске он бывал неоднократно. Формат этих встреч он привёз и в Кемерово с подачи своего российского генерального партнёра его компании НП «Ассоциация технопарков в сфере высоких технологий»

Сегодня у России, считает г-н Уайт есть огромный инновационный потенциал. Прежде всего, его составляют разработки фундаментальной науки. Однако, исходя из своего опыта работы, он считает основной проблемой на пути внедрение инноваций в жизнь отсутствие хорошо выстроенных институтов, способных связать науку и бизнес: «Есть очень высокий уровень фундаментальной науки. Но мост между ней и бизнесом очень слабый».

Решить эту проблему, по крайней мере, на этапе становления стартапов г-н Уайт предлагает путём созданием фонда предпосевных и посевных инвестиций. «Я сам лично бизнес-ангел, инвестор. Но как бизнес-ангел я могу заниматься одним-двумя проектами. По-моему, необходим фонд подготовки инновационных проектов на самом раннем этапе их развития», – отметил Кендрик Уайт.

Виталий Виноградов, заместитель гендиректора инновационного центра Высшей школы экономики (ВШЭ), который тоже участвовал в обучении кузбасских инноваторов, также согласен с идеей г-на Уайта: «В России самой большой проблемой венчурного инвестирования является отсутствие или слишком малое предложение предпосевного и посевного характера. ВШЭ пытается решить эту проблему совместно с Российской венчурной компанией. С созданием нашего фонда, мы надеемся, внесем лепту в закрытие этого пробела. Речь идёт об организация венчурного инвестиционного фонда для инвестирования в проекты от 1,5 до 15 млн рублей. При этом фонд будет пионером в своем роде. Это будет первый пример работы в рамках юрисдикции РФ».

Впрочем, оба эксперта отметили, что финансирование – это не единственная проблема. Инноваторы, полагает Виталий Виноградов нуждаются в менторстве. Сам он предложил кузбасским инноваторам модель бизнес-акселератора. «Если совсем грубо, это виртуальный бизнес-инкубатор. Это не предоставление офиса, а помощь в развитии и в небольшом финансировании, в нахождении инвестиций, в защите прав интеллектуальной собственности, решении юридических вопросов. И это всегда нечто большее, чем консалтинг. Это менторство. Хотя сейчас это слово не очень позитивно воспринимается. Назовём всё иначе. Это своего рода сэнсэй».

Гендиректор Кузбасского технопарка **Сергей Муравьёв** на эти предложения ответил, что технопарк заинтересован в сотрудничестве с подобными фондами и компаниями. «В идеале мне хотелось бы, чтобы функции менторства, инкубирования, акселератора были сосредоточено в кузбасском технопарке. По крайней мере, на первоначальной стадии. Пока в регионе не создана инновационная среда. И мы готовы стать партнёром центра и фонда. Пока формальные договоренности не закреплены», – сообщил он. **Елена Козлова**, председатель комитета по вопросам предпринимательства, инноваций и имущественных отношений кемеровского облсовета, на встрече гостей с инноваторами заявила, что хорошо, если бы работа по созданию таких фондов стимулировала бы процесс рождения венчурного фонда в регионе.

Со своими предложениями г-да Уайт и Виноградов, похоже, попали в цель. По словам **Александра Бервено**, директора ООО «Сорбенты Кузбасса», ему было интересно познакомиться с моделью акселератора, который сейчас организуется: «Я знаю ряд акселераторов, которые в России уже работают. Есть контакты с Америкой. Хочу понять, в чём есть плюсы». **Антон Силинин**, начальник управления инвестиционной деятельности Кемеровского госуниверситета был на встрече с двумя целями: «Мы занимаемся выстраиванием инновационной инфраструктуры в КемГУ. С формами работы акселераторов я лично не очень знаком, поэтому нужно было выяснить. И помимо этого мы защищали три проекта. Это прибор для повышения эффективности операций на раке гортани. Проект, связанный с термолюминесцентными детекторами (определение дозы ионизирующего излучения) и третий – портативный газоанализатор. Хотелось бы получить обратную связь от венчурных инвесторов».

Александра Фомина

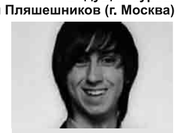
ДИНКОМ учебно-деловой центр
RETAIL TRAINING GROUP
УДЦ «Динком» и «Retail Training Group» г. Москва приглашает Вас и специалистов Вашей компании посетить:

«Профессиональный курс управления магазином»

Даты проведения:
14-15 ноября 2012 года

Ведущий курса:
Алексей Пляшешников (г. Москва)

Ключевые вопросы курса:
- Каким должен быть магазин сегодня, чтобы добиваться успеха.
- Что мешает директору магазина продавать? 3 главных якоря.
- Сколько сотрудников нужно в нашем магазине?
- Делегирование сотрудникам «управленческих» процедур.
- Правила и принципы эффективного контроля.
- Правила предоставления обратной связи сотрудникам.
- Какие показатели и когда планировать.
- Целевые мотивационные мероприятия для повышения продаж.



Консультант. С 2000 года работает в розничной торговле. За плечами руководящие позиции в таких компаниях как McDonalds, Спорт Мастер, Лента, Swatch, Levis, Stockmann. Будучи директором магазина, непосредственно принимал участие в постановке основных бизнес-процессов управления магазином.

Каждый участник тренинга получит:
- Раздаточный материал объемом более 200 страниц
- Сертификат
- Возможность обменяться опытом с коллегами

Тел. (3842)75-25-50 Звоните! **www.dinkom.ru**

НОВОЕ – НЕ ЗНАЧИТ КАЧЕСТВЕННОЕ

Политика наращивания объёмов строительства жилья в последнее десятилетие принесла вполне ощутимые результаты. По оценке генерального директора агентства недвижимости «Панацея» Натальи Корчугановой, на сегодняшний день порядка 25-30% вторичного жилья в Кемерове приходится на дома, возведённые в 2000-х годах. Тем не менее, радоваться пока рано – качество жилья остаётся одной из наиболее злободневных проблем, и институт саморегулирования в строительной отрасли, вопреки возложенным на него задачам, эту проблему не решает.

Как сообщил на заседании «круглого» стола «Перспективы развития рынка недвижимости в Кузбассе: осень – 2012», состоявшемся на прошлой неделе в рамках Кузбасского форума недвижимости и ипотеки, начальник отдела методического и информационно-аналитического обеспечения областной инспекции строительного надзора **Евгений Дудаков**, низкое качество строительства – проблема комплексная, и объясняется целым рядом факторов, в том числе низкой квалификацией инженерно-технических работников, негативным влиянием количества вводимого жилья на его качество, низким уровнем строительного контроля и желанием застройщиков сэкономить на строительных материалах и квалификации персонала.

По словам эксперта, некачественное строительство есть во всех городах области и у всех строительных компаний без исключения. Правда, конкретных участников строительного процесса, конкретные объекты и претензии, предъявленные к ним, Евгений Дудаков в рамках мероприятия назвать оказался не готов. В общих же чертах недостатки чаще всего выявляются в вентилируемых фасадах. Также распространено промерзание ограждающих конструкций, протекание кровель, недочёты в отделке и работе вентиляции.

Институт саморегулирования, на который была возложена задача по контролю за качеством строительства, вытеснению с рынка организаций, строящих некачественные объекты и компенсации ущерба, нанесённого в результате эксплуатации дефектных домов, с этой задачей не справляется. По словам Евгения Дудакова, действующее законодательство обязывает Стройнадзор извещать саморегулируемые организации (СРО) о планируемых надзорных мероприятиях в отношении их членов, но случаи, когда бы представители СРО присутствовали на этих проверках, были единичные. О том, чтобы СРО приняли какие-либо меры в отношении своих членов, допустивших нарушения строительных норм, речи вообще не идёт.

Проблема гораздо глубже, чем кажется. Согласно действующему законодательству строительная инспекция надзирает сегодня не за всеми объектами капитального строительства. К примеру, малоэтажное строительство, которое в объёмах ввода жилья традиционно занимает в Кемеровской области не менее 50%, вообще за рамками надзора – какие-либо нормативно-правовые основания для регулирования в этой сфере сегодня отсутствуют. Поэтому и оснований для применения карательных мер в отношении нарушителей строительных норм при строительстве объектов этажностью до трёх этажей у инспекции нет. «К нам регулярно поступают жалобы от граждан, но реагировать на них мы не можем, – добавил Евгений Дудаков. – Нередко этот брак исправляется за счёт областного бюджета, приводит к незапланированным бюджетным расходам».

В то же время есть надежда на изменение ситуации. По словам Евгения Дудакова, госорганы вышли с инициативой о внесении в областной закон об архитектурной деятельности дополнительных полномочий. В настоящее время законопроект находится в стадии согласования.

Ксения Сидорова

ЦЕНА ВОПРОСА

62 миллиона 400 тысяч рублей должны заплатить шахты «Комсомолец» и «Красноярская» (ОАО «СУЭК-Кузбасс») в бюджет Ленинска-Кузнецкого по решению суда в качестве возмещения причинённого экологии вреда. Как говорится в сообщении областной прокуратуры, Кемеровская межрайонная природоохранная прокуратура в ходе проверки соблю-дения водоохранного законодательства установила, что с 2009 года по первый квартал 2011 года шахты сливали сточные воды в ручей и реку Иня и не соблюдали нормативы допустимого сброса загрязняющих ве-ществ. Из-за этого была превышена концентрация нитритов, нитратов, сульфатов, железа и сухого остатка. Ленинск-Кузнецкий городской суд в апреле 2012 года отказал в удовлетворении требований прокуратуры. Прокурор принёс апелляционное представление, и судебная коллегия Кемеровского областного суда согласилась с его доводами.

24 миллиарда рублей составляет общий размер кредитных линий, от-крытых Сбербанком России для ОАО «Южный Кузбасс» (ОАО «Мечел»). Как говорится в сообщении «Мечела», всего открыто четыре кредитные линии сроком на 5 лет с периодом льготного кредитования в 3 года. По двум кредитным линиям средства предоставляются в форме бивалютно-го договора со встроенным деривативным инструментом, что позволяет снизить процентную ставку по привлекаемым средствам. Поручителями по кредиту выступили ОАО «ХК Якутуголь», ОАО «Мечел-Майнинг» и ОАО «Мечел». «Полученный кредит будет использован исключительно для рефинансирования краткосрочного долга группы», – отметил стар-ший вице-президент по финансам ОАО «Мечел» **Станислав Площенко.**

74 миллиарда 700 миллионов рублей перечислено в консолидирован-ный бюджет Кемеровской области за январь-сентябрь 2012 года, что на 16,5 млрд рублей, или на 18,1% меньше, чем за тот же период 2011 года, сообщает управление Федеральной налоговой службы по Кемеровской области. В частности, в федеральный бюджет мобилизовано 12,1 млрд рублей налогов и неналоговых платежей, что на 44,2% меньше уровня поступлений января-сентября 2011 года. Так, налог на добавленную сто-имость составил 5,1 млрд рублей. (снижение на 9,4 млрд руб.) Снижение поступлений обусловлено тем, что за указанный период возмещено НДС из федерального бюджета на сумму 19 млрд руб., что в 1,7 раза больше, чем в январе-сентябре 2011 года. Поступления налога на прибыль орга-низаций в федеральный бюджет в январе-сентябре 2012 года составили 2,2 млрд рублей (снижение на 37,5%). Налогов, сборов и регулярных платежей за пользование природными ресурсами за январь-сентябрь 2012 года в федеральный бюджет поступило 1,8 млрд рублей (снизились на 23,6% в связи с изменением законодательства). Поступление налогов и неналоговых платежей в областной бюджет в январе-сентябре 2012 года обеспечено в размере 47,5 млрд рублей, что 15,8% меньше, чем за аналогичный период 2011 года. В том числе по налогу на прибыль плате-жи по сравнению с аналогичным периодом прошлого года снизились на 9,6 млрд рублей или на 33,8% и составили 18,8 млрд рублей. В местные бюджеты поступило 15,1 млрд рублей, что на 15,3% больше, чем анало-гичный период 2011 года.

ЕВГЕНИЙ ОБЛОВ: УКРЕПЛЯЕМ ПОЗИЦИИ

Год назад в кемеровском филиале банка ВТБ сменилось руководство – новым управляющим стал Евгений Облов. О том, что за это время удалось достичь филиалу, каковы основные финансовые итоги и планы на будущее, Евгений Облов рассказал на прошлой неделе журналистам.

Кредитный портфель филиала на 1 октября 2012 года составил 10,9 млрд рублей. Из них 9,3 млрд рублей – кредиты, предоставленные клиентам крупного бизнеса, 1,6 млрд рублей – клиентам среднего бизнеса. По словам Евгения Облова, период кадровых перестановок и формирования команды не сказался негативно на клиентской базе филиала: удалось сохранить порядка 90% клиентов.

В настоящее время филиал делает ставку на диверсификацию клиентской базы, развивая сотрудничество не только с предприятиями угольной отрасли как базовой отрасли региона, но с предприятиями пищевой промышленности, торговли, энергетическими компаниями и др.

Уже сегодня у руководства филиала есть все основания полагать, что к концу года кредитный портфель составит порядка 14 млрд рублей: в стадии выдачи уже находятся кредиты на общую сумму 3 млрд рублей.

Во многом наращиванию объёмов выданных кредитов способствует увеличение полномочий филиала – если год назад филиал мог самостоятельно принимать решения о кредитовании клиентов в пределах 300 млн рублей, то теперь этот лимит достиг 800 млн рублей. С трёх до пяти лет увеличились и сроки кредитования. Как пояснил Евгений Облов, такой рост доверия Головной организации к филиалу, является следствием выполнения плановых количественных и качественных показателей прироста портфеля.

Объём привлечённых средств на 1 октября текущего года составил 3,4 млрд рублей. Как пояснил Евгений Облов, «данный финансовый показатель традиционно является колеблющейся величиной, ведь даже крупные депозиты могут быть очень кратковременными: денежные средства часто размещаются всего на несколько дней. В текущем году наш портфель привлеченных средств уверенно сохраняет высокие объемы, на некоторые отчётные даты он достигал 8 млрд рублей».

По мнению Евгения Облова, сегодняшние успехи – лишь начало: «За последний год в филиале произошли серьёзные кадровые перестановки по ключевым позициям. Как показывает мой опыт работы в разных банках, в первый год происходит формирование команды, дошлифовка процессов, чтобы в последующие годы, не отвлекаясь, набирать обороты и показывать намного более быструю динамику. Полномочия нашего филиала позволяют нам на месте решать всё большее количество вопросов. Так, прошедший год показал, что всего за неделю мы можем выдать гарантию, за 2,5 недели – довольно крупный кредит. Мы делаем ставку на рост оперативности в удовлетворении потребностей наших клиентов».

Филиал ОАО Банк ВТБ в г. Кемерово
ул. Н. Островского, 12
тел. (3842) 36-81-64

Дополнительный офис в г. Новокузнецке
ул. Тольятти, 44, тел. (3843) 76-31-80

Материал подготовлен ОАО Банк ВТБ. Генеральная лицензия Банка России № 1000

БЛИЦОПРОС

Последние события в комитете по управлению муниципальным имуществом Кемерове – сообщение о взятке и последовавшая за этим отставка председателя комитета – широко обсуждались в деловой среде. Сейчас решается вопрос о новом руководстве комитета, «Авант-ПАРТНЕР», не в вдаваясь в детали произошедшего, спросил у представителя бизнеса, чего им сегодня не хватает во взаимоотношениях с КУМИ.

Евгений Грива, генеральный директор группы компаний «ГРАУ»:

– С КУМИ у нас последний раз возникали взаимоотношения достаточно давно – в 2004-2005 годах. В то время наша компания арендовала помещение, состоящее в муниципальной собственности, площадью 500 кв. м для использования его под магазин, каждый год договор «пересогласовывали». Проблемы, естественно, возникали, и, в первую очередь, они касались величины арендной платы, так как цены на неё систематически повышались. Правда, путём переговоров практически всегда нам удавалось согласовывать стоимость аренды ниже первоначально предложенной.

Я думаю, что подобные ситуации во взаимоотношениях предпринимателей с органами по управлению имуществом могут возникать достаточно часто, но, тем не менее, они решаемы. Просто надо уметь отстаивать собственную позицию, если ты уверен в её правоте, надо без сомнений и лени добиваться решения вопросов, которые кажутся проблемными. Во всяком случае, мы всегда поступали именно так.

Продолжение на стр. 5, 9

ГАРАНТИИ НЕ ГАРАНТИРУЮТ

В очередной раз расчёт на то, что получение государственных гарантий Кемеровской области защищает от рисков и потерь не оправдался в случае с ОАО «Росагролизинг». Арбитражный суд отказал компании в признании незаконным распоряжения, которое аннулировало госгарантии по лизинговым договорам. Между тем, от этого судебного решения прямо зависит исход разбирательства по трём другим искам «Росагролизинга» к администрации региона, на общую сумму почти 70 млн рублей.

Распоряжение коллегии администрации Кемеровской области от 20 марта 2012 года №231-р «Об аннулировании гарантий», как следует из материалов арбитражного суда, отменило семь гарантий Кемеровской области, выданных в декабре 2007 года. К этому времени сотрудничество Кузбасса с ОАО «Росагролизинг» шло около шести лет, и в марте 2006 года губернатор региона **Аман Тулеев** и тогдашний гендиректор «Росагролизинга» **Елена Скрынник** подписали большое соглашение о поставках в Кузбасс в 2006-2007 гг. 784 единиц сельхозтехники и оборудования для животноводства. После подписания соглашения Аман Тулеев заявил, что результатом сотрудничества с «Росагролизингом» станет «техническая и технологическая революция» в сфере зерноводства и животноводства в Кузбассе.

Основной довод ОАО «Росагролизинг» по иску о незаконности распоряжения №231-р сводился к тому, что аннулирование государственных гарантий может быть произведено только в соответствие со ст. 300 Бюджетного кодекса РФ, в случае несоблюдения установленного порядка выдачи государственных гарантий. А поскольку такого несоблюдения не было, нельзя было и аннулировать гарантии, сделал вывод истец.

Однако, суд согласился не с иском, а доводами ответчика, что при выдаче госгарантий по договорам лизинга, заключенных между ОАО «Росагролизинг» и ООО Областная лизинговая компания «Сельхозтехника» (госпредприятие Кемеровской области) в 2005-2006 гг. был нарушен порядок заключения договоров. В частности, приобретённая по договорам техника осталась в залоге у «Росагролизинга», а должна была находиться у «Сельхозтехники», в самих договорах не был указан их предмет и его оценка, а в некоторых договорах стоимость предоставленной техники была ниже указанной залоговой стоимости. Эти недостатки договоров суд расценил достаточными для признания договоров ничтожными и для отклонения иска «Росагролизинга». Суд также согласился с ответчиком, что при выдаче самих гарантий были допущены нарушения со стороны совета народных депутатов Кузбасса, который в своём постановлении о выдаче гарантий не указал «конкретные способы обеспечения санкционируемых гарантийных обязательств Кемеровской области».

Другим нарушением стало то, что при принятии областного бюджета на 2008 год и следующие годы сумма предоставленных гарантий превышала верхний предел, предусмотренный на погашение указанных госгарантий.

Впрочем, все эти нарушения относятся к 2007 году, а спорное распоряжение появилось в тот момент, когда на рассмотрении кемеровского арбитража находилось три иска ОАО «Росагролизинг» на 44,37 млн, 17,46 млн и 7,05 млн рублей. В связи со спором вокруг аннулирования госгарантий разбирательством по этим искам приостановлено, а теперь могут быть и вовсе отклонены со ссылкой на отмену гарантий (в случае вступления в силу решения об отклонении иска о незаконности распоряжения №231-р). И это уже не первый случай, когда инвестор в Кузбассе теряет такую, казалось бы, надёжную поддержку как гарантии государства в лице Кемеровской области. Ранее, как следует из материалов арбитражного суда, аналогичные споры вели, пытаясь получить средства хотя бы по госгарантиям, банк ВТБ 24 (в ноябре 2006 года получил гарантии по кредиту в 150 млн рублей выданному на строительство Осинниковского винзавода) и Сибинбанк (в июле и сентябре 2008 года получил гарантии по трём кредитам ООО «Крестьянское хозяйство Фролова»). И в этих спорах инвесторы также проиграли, не сумев добиться признания незаконным отмены госгарантий.

Антон Старожилов

ДАЛЕКО СИЖУ, ГЛУБОКО ГЛЯЖУ

На шахте «Байкаимская» (входит в ОАО «УК «Кузбассразрезуголь») внедрена система подземного видеонаблюдения, позволяющая в режиме реального времени контролировать производственный процесс практически с любой точки земного шара. На реализацию проекта руководство «Кузбассразрезугля» выделило почти 9 млн рублей.

Благодаря системе подземного видеонаблюдения, горные диспетчеры могут не только визуально контролировать рабочий процесс, но и при необходимости оперативно корректировать его

С самого момента запуска шахты «Байкаимская» здесь отводится особое внимание обеспечению безопасности шахтёрского труда. Во избежание нештатных ситуаций смонтировано большое количество соответствующих систем. Например, изначально здесь была установлена система аварийного оповещения «СУБР-1П», по которой каждый работник, где бы он не находился, может получить информацию от горного диспетчера о возникновении аварии. Также на предприятии установлен современный мощный вентилятор главного проветривания, который значительно повысил качество проветривания горных выработок и соответственно безопасность ведения работ.

Теперь добавилась система подземного видеонаблюдения польского производства. Пока в шахте установлено 16 видеокамер, которые расположены в потенциально опасных местах лавы № 4 – подготовительных забоях, очистном забое на верхнем и нижнем сопряжении, а также ленточных пересыпах. С их помощью контролируется доставка горной массы из лавы на поверхность.

Само оборудование представляет из себя камеры Sony с широкоугольным объективом и конвертер преобразования видеосигнала из аналогового в цифровой. Получаемая информация передается в диспетчерскую по оптоволоконному кабелю, в котором нет электроэнергии, и соответственно, он абсолютно безопасен для работы под землей. Вообще все оборудование системы видеонаблюдения, установленное в шахте, сертифицировано для работы в подземных условиях и имеет исполнение РВ (категория рудничного взрывозащищенного оборудования первого уровня, то есть максимально безопасно для использования во взрывоопасных средах).

«Теперь в режиме реального времени мы можем наблюдать за работой оборудования, действиями machinistов, – говорит главный механик шахты Байкаимская» **Александр Бобров**. – Фактически с помощью системы видеонаблюдения мы контролируем большую часть технологического процесса, что позволяет нам повысить безопасность ведения горных работ».

Как рассказала оператор пульта управления конвейера Pioma 1200 **Марина Лежнина**, до установки видеокамер ей приходилось контролировать оборудование только с помощью электронной системы, которая срабатывает в экстренных случаях. Сейчас же она имеет возможность постоянно наблюдать за процессом и в случае необходимости вовремя остановить конвейер, чтобы, например, убрать с ленты негабаритный кусок угля. Таким образом, если ранее простой конвейера из-за нештатных ситуаций достигал порой 40 минут, то теперь он сократился в разы.

«Система многопользовательская, – отмечает заместитель главного механика по автоматизации связи и систем аэрогазового контроля **Алексей Ушаков**, – и позволяет каждому ее пользователю просмотреть необходимую только ему информацию. Причем делать это можно из любой точки страны и даже земного шара, с помощью любого медийного устройства, имеющего доступ в интернет».

Результат от внедрения системы оценили и горные диспетчеры, которые напрямую контролируют и отвечают за безопасность шахтеров. «Такое новшество существенно помогает в моей повседневной работе, – рассказывает горный диспетчер **Наталья Красильникова**. – Я работала на многих горнодобывающих предприятиях нашей области, и подобных систем прежде не встречала. Видеонаблюдение в забое очень помогает: здесь все как на ладони. Более того, мы можем работать буквально на опережение – предупреждать возможные нештатные ситуации».

По словам Алексея Ушакова, следующим этапом развития системы видеонаблюдения станет контроль за движением дизельного транспорта по горным выработкам. «На данный момент мы контролируем только транспортный процесс по выдаче угля, – говорит он. – В следующем году планируем смонтировать систему радиосвязи с дизелевозами и установить видеоконтроль за погрузкой и разгрузкой транспорта по пути движения. Это позволит значительно повысить оперативность работы».

Влад Максимов

Справка

Шахта «Байкаимская» была открыта в 2008 году. Это первая в России шахта, построенная на борту угольного разреза, и единственное предприятие по подземной добыче в УК «Кузбассразрезуголь». Производственная мощность предприятия 2,5 млн тонн угля марки Д в год.

Лава № 4 сдана в эксплуатацию в июне 2012 года. Запасы её выёмочного участка с вынимаемой мощностью пласта 4,8 метров составляют более 2,4 млн. тонн угля. Планируется, что эти запасы будут отработаны в течение года. В лаве смонтирован современный механизированный очистной комплекс, позволяющий отрабатывать угольные пласты мощностью до 5 м.

«АВРОРУ» ВОЗВРАЩАЮТ В ПОЛУРАЗРУШЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Администрация Кемерова требует от компании «Аквамаркет» прекратить реконструкцию давно брошенного здания кинотеатра «Аврора» и вернуть его в прежнее состояние, которое иначе как полуразрушенным назвать нельзя. Собственник с требованиями, заявленными в судебном иске администрации, не соглашается, поскольку считает, что никакой реконструкции не ведёт, а только готовит согласование проекта. В соответствие с ним на месте советского времени постройки должен появиться крупный торговый центр с кинотеатром.

На заседании кемеровского арбитража в прошлый вторник представитель городской администрации **Максим Машковский** сообщил, что исковые требования муниципалитета – прекратить реконструкцию и за свой счёт привести здание в первоначальное состояние – основаны на положениях Градостроительного кодекса. Они запрещает вести строительство и реконструкцию без согласования проекта, и наделяют органы местного самоуправления правом регулирования в сфере градостроительства. В доказательство исковой позиции он представил пояснения управления архитектуры и градостроительства городской администрации, что проводимые «Аквамаркетом» работы по реконструкции «Авроры», нарушают различные нормативы, а также решения судов общей юрисдикции. Одним из них у «Аквамаркета» изымался примыкающей к бывшему кинотеатру участок земли, самовольно занятый в ходе строительных работ, другим действия компании по реконструкции признавались незаконными.

Максим Машковский заявил, что иск подан в интересах всех горожан, а после заседания пояснил, что в иск не было включено требования обязать «Аквамаркет» согласовать проект реконструкции, т.к. подобные решения, как показывает практика, не выполняются, поэтому в соответствие с положением Градостроительного кодекса было оставлено требование вернуть «Авроре» первоначальное состояние, т. е. фактически брошенного полуразрушенного здания.

Представитель ООО «Аквамаркет» **Юлия Сергеева** предложила отклонить иск, поскольку администрация не привела доказательств того, что реконструкция вообще имеет место, а приведенные в качестве доказательств документы являются бумагами самой администрации или её подразделения (управления архитектуры и градостроительства), в то время как нужна строительная экспертиза. Она пояснила, что компания вела работы по подготовке к реализации проекта, чтобы понять в каком состоянии находится здание и какую можно производить перестройку, но всё это было весной нынешнего года, а сейчас никаких работ на «Авроре» не ведет, персонал и техника с площадки выведены. Все ссылки истца на проводимую реконструкцию она отнесла к прошлому, которые не имеют отношения к настоящему. По её данным, ООО «Аквамаркет» проводит сейчас согласование проекта, и только после этого приступит к реконструкции.

Спор продолжится на этой неделе.

Антон Старожилов

Кинотеатр «Аврора», находившийся тогда в муниципальной собственности, прекратил свою деятельность из-за убытков ещё в 90-х гг. прошлого столетия. Затем его здание с участком были проданы, и до прошлого года им владело ООО «Аврора», аффилированное с одной из кемеровских игорных компаний. В прошлом году здание площадью 3,3 тыс. кв. метров на участке в 5,5 тыс. кв. метров приобрело ООО «Аквамаркет» (входит в «Аквагрупп», работает в сфере продовольственного ритейла и общественного питания), у владельца которого Константина Яковлева есть вложения в кинопрокатный бизнес. Новый собственник объявил о планах реконструировать «Аврору» в торгово-развлекательный центр с киноцентром в формате IMAX.

БЛИЦОПРОС

Продолжение. Начало на стр. 4

Сергей Прокопьев, исполнительный директор ООО «КузбассКапиталИнвест»:

– Я не вижу никаких проблем во взаимоотношениях бизнеса и КУМИ. Вообще никаких. Все нормально работает. Все вопросы решаются, как исходя из интересов сторон, так и исходя из требований закона. Если не брать ситуацию, которая недавно произошла.

Всё потому, что объём и значение муниципального имущества в обороте бизнеса стал настолько мизерным, что, с моей точки зрения не о чем говорить. Из года в год сфера деятельности комитета сужается. И сейчас ситуация иная, чем ещё лет пять назад. Вот, если бы КУМИ обладал полномочиями по распоряжению земельными участками Кемерова, тогда был бы другой разговор.

Есть, конечно, имущество, которое находится в ведении бюджетных учреждений, жизнеобеспечивающих предприятий, но мы не говорим об этом, поскольку это нечто иное. В этом направлении у КУМИ много работы, но это не частный бизнес.

Естественно, что со временем приватизационные процессы, арендные отношения потеряют свою актуальность.

Непосредственно для нашего бизнеса КУМИ вообще не является значимой инстанцией. Объекты, которые были бы нам интересны, уже реализованы, а землёй КУМИ не распоряжается. Мы столичный город, и земельные вопросы относятся к компетенции областного комитета по управлению госимуществом. Вот эти вопросы более чем актуальны для бизнеса.

Окончание на стр. 9

АЛЬФА-БАНК В КУЗБАССЕ РАСТЁТ БЫСТРЕЕ РЫНКА

На фоне тревожных тенденций в региональной экономике (рост производства отсутствует, цены на основные виды продукции падают) финансовый сектор демонстрирует пока неплохие результаты. Растут объёмы корпоративного и розничного кредитования, увеличиваются средства клиентов на банковских счетах, а сами банки планируют дальнейший рост.

ЛИДЕР

Одним из лидеров такого роста выступает операционный офис «Кемеровский» Альфа-Банка. За 9 месяцев текущего года он увеличил корпоративный портфель в 1,5 раза, до 40 млрд рублей (план на 2013 год – 45 млрд руб), средства юридических лиц – в 4,4 раза, до 6,2 млрд рублей (план – 6,7 млрд), в том числе, депозитный портфель по корпоративному бизнесу составил более 4,96 млрд рублей на 1 сентября, остатки на счетах до востребования – 1,24 млрд рублей. При этом число обслуживаемых юридических лиц с 760 до 865 (план на 2013 год – 1100), из которых около 30 являются крупными компаниями. Как сообщил на пресс-конференции в Кемерове управляющий ОО **Валерий Кубасов**, такой значительный прирост (по сравнению с ростом всего банковского рынка в этом секторе на 20-22%) был обеспечен в первую очередь притоком крупных клиентов из числа угольных компаний, таких как ОАО «УК «Кузбассразрезуголь», ОАО «УК «СДС-Уголь», ОАО «Кузбасская топливная компания», ЗАО «Стройсервис». А это стало возможным благодаря «определённым кадровым перестановкам и расширением штата в опероффисе, а также изменениям в подходах банка в реализации кредитной политики». В Альфа-Банке поменялась система оценки рисков, «появилось чёткое разделение на отраслевые сегменты».

Как пояснил **Артём Михов**, зам управляющего ОО «Кемеровский» по отраслевому и корпоративному сектору, каждый отраслевой сегмент был тщательно проанализирован, выявлены потребности компаний, работающих в них, и реагируя на эти потребности, банк разработал и сделал «более точные предложения более правильных продуктов». По его оценке, в 2011-2012 гг. угольщики принялись «догонять» инвестиционные проекты, отложенные из-за кризиса 2008-2009 гг., и Альфа-Банк со своими подготовленными отраслевыми программами кредитования оказался кстати. Но для этого была проведена большая аналитическая и подготовительная работа, расширен штат сотрудников. Именно это и позволило ОО «Кемеровский» расширить как оборотное, так и инвестиционное кредитование кузбасских предприятий. Немаловажную роль сыграла оперативность и гибкость в подходах к клиентам. «Однажды, к нам обратилась компания, которая уже более трёх месяцев вела переговоры с одним из банков, пытаясь провести очень сложную сделку. Она обратилась к нам с просьбой провести ее всего за две недели, и мы сделали», – объяснил действенность такого подхода Валерий Кубасов.

По оценке управляющего ОО «Кемеровский», ухудшение рыночной конъюнктуры рынка сбыта основных видов продукции из Кузбасса ведёт к изменению в поведении заёмщиков Альфа-Банка: «они не сокращают заимствования, но просят продлить сроки выплаты кредитов, не отказываются полностью от задуманных инвестиционных проектов, но откладывают их реализацию». Зато на этом фоне сохраняющийся высокий уровень занятости способствует росту потребительского кредитования». Кредитный портфель в розничном сегменте вырос у ОО «Кемеровский» за 9 месяцев на 1,3 млрд рублей, до 3,3 млрд. А вот проблем для банковского сектора от вступления России во Всемирную торговую организацию в Альфа-Банке не ожидают. «Фактически мы уже давно работаем в условиях, когда финансовый рынок открыт для иностранных компаний, зарубежные по капиталу банки, работающие в России, пользуются даже поддержкой Центробанка, так что ничего нового для нас нет», – пояснил Валерий Кубасов.

Позитивный настрой в ОО «Кемеровский» на ближайшее будущее и соответствующие планы на следующий год основываются не только на общих оценках, но и анализе состояния дел клиентов банка. Как сообщил Артём Михов, в конце лета банк провёл стрессТесты клиентов «Кемеровского», в рамках которых оценил финансовое состояние этих компаний в случае падения цен на их продукцию и сокращения производства большее, чем это было в период кризиса 2008-2009 гг. Все клиенты тестирование прошли успешно, что позволяет рассчитывать на успех не только самого банка, но и значительной части экономики Кузбасса.

Егор Николаев

НП «СПК»: ЧЕТЫРЕ ГОДА В РАЗВИТИИ

Созданное в 2008 году Некоммерческое партнёрство «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса» (НП «СПК») сегодня отмечает свое четырёхлетие. Об уникальности и роли НП «СПК» в плане интеграции и кооперации предприятий весьма широкого профессионального направления говорят сегодня его участники и партнёры.

Вячеслав Горлач, директор НП «СПК» :

– В четвёртую годовщину образования нашего делового сообщества можно сказать главное – мы в развитии! За это время, от идеи создания саморегулируемой организации строителей малого и среднего бизнеса мы получили мощный региональный центр СРО масштаба Сибирского федерального округа – СРО НП МНОС «СИБИРЬ». НП «СПК» стало социальной площадкой для двухсот организаций строительного комплекса Кемеровской области. Помимо строительных организаций, участниками нашего делового сообщества являются производители строительных материалов, проектировщики, дизайнеры, разработчики нового технологического оборудования и даже рекламно-информационные компании. И практика такого объединения показывает его реальную пользу. С одной стороны, это – профессиональный деловой клуб, с другой – аналог крупного строительного треста, обладающего высокими возможностями, гибкостью и максимальным использованием ресурсов каждой отдельной компании. Примером успешного делового сотрудничества и кооперации могут служить десятки объектов в социальной сфере, гражданском и промышленном строительстве.

За эти годы развиты хорошие связи с общественными организациями Кузбасса и другими регионами Сибирского федерального округа, есть надёжные партнёры и в европейской части России. Уже около двух лет работает, созданный нами «Центр инновационных технологий в строительстве» НП «СПК», и уже около года мы ведём активную работу с «Кузбасским технопарком». В ближайшей перспективе мы ожидаем ряд инновационных «пилотных проектов» в области строительства из числа наших организаций, создается большой коллективный проект в области экологического индивидуального домостроения в Сибири.

Наши ряды сегодня продолжают расти, к членству в партнёрстве стремится много целеустремлённых, активных и ответственных за общее будущее предпринимателей. Работа с ними становится всё более интересной и плодотворной. В канун годовщины нашей организации я хочу поздравить всех наших коллег и пожелать им самой крепкой уверенности в достижении поставленных целей, постоянного самосовершенствования и больших удач!

Станислав Черданцев, исполнительный директор Кемеровского областного отделения Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России»:

– Мы сотрудничаем с НП «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса» с 12 августа 2010 года. Главным поводом для первого контакта и дальнейших связей стало для нас понимание того, что в регионе появилась новая организация, объединяющая предпринимателей строительного сектора по отраслевому принципу. «ОПОРА России» приветствует появление профессиональных объединений субъектов малого и среднего предпринимательства, определяющих круг бизнесменов, которые развивают определённую отрасль. Наше сотрудничество строится на основе совместного выявления и проработки вопросов, значимых для сферы малого и среднего бизнеса в строительстве и требующих решения на региональном и даже федеральном уровне. «ОПОРА России» обеспечивает правовую защиту участникам партнёрства, участвует в организации и проведении отраслевых семинаров, привлекает кандидатов от НП «СПК» в состав грантовых комиссий.

В итоге получается эффективное сотрудничество, во многом обусловленное нашим взаимопроникновением, поскольку многие члены партнёрства также являются и членами «ОПОРЫ России». В отношениях наших общественных организаций присутствует гармония, хорошие партнёрские и дружеские настроения. Мы будем продолжать развивать их, и желаем больших успехов в их нужной и полезной деятельности всем членам НП «СПК»!

Владимир Островский, президент СРО НП МНОС «СИБИРЬ»:

– Мы рады взаимодействию и сотрудничеству с НП «СПК». В конце 2009 года при формировании НП МНОС «СИБИРЬ» активно поддержали идею создания нашего СРО шестнадцать кузбасских организаций. Сегодня в наших рядах уже 70 строительных предприятий из Кемеровской области, создано официальное представительство СРО в городе Кемерово.

На протяжении всего времени сотрудничества СРО НП МНОС «СИБИРЬ» откликается на инициативы НП «СПК», приглашает на совместные мероприятия, рассматриваются вопросы и предложения, направленные на совместное развитие. НП «СПК» продолжает давать рекомендации новым малым предприятиям о вступлении в СРО НП МНОС «СИБИРЬ».

Дальнейшее активное сотрудничество намечается в рамках нового проекта – Центра стратегического развития строительного комплекса Сибирского федерального округа, – которое происходит по инициативе СРО НП МНОС «СИБИРЬ» в Сибирском Федеральном округе, и здесь видится наша активная совместная работа.

В канун четвертой годовщины НП «СПК», желаем партнёрству дальнейшего развития, как в численности, так и в качестве его участников, что будет способствовать укреплению региональных связей, желаем свершения намеченных планов и процветания!

Игорь Белых, исполнительный директор Кузбасского союза работодателей, Региональное отделение Российского союза промышленников и предпринимателей:

– Наш Кузбасский союз работодателей ещё четыре года назад выступил одним из основателей этого интересного начинания – Некоммерческого партнёрства «Строительные предприятия Кузбасса». На этапе создания партнёрства мы оказывали методическую помощь и необходимые организационные услуги в этом процессе. Хорошо помню, что первоначально членами НП «СПК» выразили желание стать 20 строительных организаций. Теперь их уже 189! Это может говорить только о том, что и сама идея, и выбранные направления развития оказались верными.

В НП «СПК» есть интересная особенность – в объединении представлены компании, выполняющие самые разные виды работ. Следовательно, есть возможность сравнивать и определять, кто в чём наиболее силён, у кого выше качество. Каждый располагает определёнными ресурсами, имеет собственный уникальный опыт, кадры, владеет технологиями. Всё это позволяет строить совместную работу, объединяя усилия по принципу наибольшей эффективности. Кроме того, небольшие предприятия склонны к инновациям, а объединение помогает их распространять и внедрять, создавая синергетический эффект.

За весь период существования НП «СПК» смогло добиться многого. И наш союз помогал им в становлении и развитии, привлекал к участию в крупных международных экономических и инновационных форумах в Иркутске, Красноярске, Томске, а также участию в съездах РСПП. Думаю, время позволит нам находить всё более интересные и полезные формы сотрудничества.

Пётр Стариков, генеральный директор ООО «СибРезервМонтаж» и ООО «Завод комплектации трубопроводов»:

– Оба мои предприятия, стали участниками партнёрства с момента его образования осенью 2008 года. К этому привело ощущение потребности диалога с коллегами: необходимость в совместном обсуждении проблем и решения их в рамках профессионального сообщества.

Надо сказать, что в своём выборе я не ошибся, за четыре года работы НП «СПК» мы вместе сумели создать прекрасный актив партнёрства, который умело подходит ко всему: от внедрения новаторских идей до их внедрения в реальную практику. В результате совместной деятельности нам уже не приходится поодиночке стучаться в одни и те же административные двери, напротив, теперь мы способны комплексно формировать свои задачи в самом широком диапазоне, и эффективно реализовывать всё задуманное на практике.

Я вижу, насколько за это время вырос авторитет и вес партнёрства. Одновременно вырос и каждый из нас. Сегодня в Кузбассе идёт процесс формирования нового цивилизованного строительного рынка, и я уверен, что НП «СПК» является его авангардом.

Сергей Фролов, директор ООО «Ар-Пластик-Кемерово»:

– Наша компания вступила в НП «СПК» совсем недавно. Мотивировало то, что в партнёрстве сформирован широкий круг представителей самых разных строительных специальностей. Это позволяет находить нужные контакты, получать новую информацию, обмениваться впечатления и опытом. Деловые встречи, конференции, рабочие совещания, в которых мы уже приняли участие, показали реальный смысл участия в подобном объёдинении. Уверен, членство в НП «СПК» на перспективу послужит развитию нашего предприятия.

Владимир Трусов, руководитель «Центра инновационных технологий в строительстве» НП «СПК», доктор технических наук, член-корр. РАЕН:

– Если проследить за вектором развития нашего объединения – НП «СПК», и самого «Центра инновационных технологий в строительстве» – как его структурного подразделения – то можно выделить, как минимум, четыре разных, но взаимодополняющих друг друга, направления. В качестве первого из них я бы выделил услуги строительным предприятиям малого и среднего бизнеса в рамках предоставления доступа к современной базе инновационных технологий в строительстве.

Вторым направлением можно считать новый уровень возможностей членов партнёрства по выходу на конкретную реализацию проектов и технологий строительства в малоэтажном домостроении. Третье, непосредственно связанное с моей деятельностью в партнёрстве, это создание в Сибирском регионе системы экологического индивидуального домостроения в Сибири. Оно не замыкается только на Кемеровской области, поскольку включает в себя развитие продуктивных и практических связей с коллегами из Томской, Новосибирской областей, Алтайского, Красноярского края.

И, наконец, четвёртое – очень важное направление развития. Сегодня мы становимся свидетелями и участниками того, как вокруг малоэтажного домостроения собирается научный потенциал Сибири. Пока что подобной отрасли науки здесь не существовало. Но я уверен, что именно при активном участии членов партнерства НП «СПК» она получит своё становление и развитие. Уже в ноябре строители Кузбасса соберут на своей площадке своих коллег из соседних регионов для обсуждения совместной стратегии действий. Организатором форума выступит НП «СПК» как один из лидеров в развитии направления малоэтажного строительства в Сибири и Кузбассе.

Подготовил Сергей Волков

СПК НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО СТРОИТЕЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА КУЗБАССА www.npspk.ru

АЛЬФА-БАНК: МАЛЫЙ БИЗНЕС ВЫБИРАЕТ

Малый бизнес всерьез задумывается о переводе зарплаты «на пластик» – это факт. К этому подталкивают и желание повысить эффективность своих бизнес-процессов и надвигающаяся обязательность перехода на безналичную выплату зарплаты. Но выбор банка, в котором было бы удобно и выгодно вести зарплатный проект, – задача не из лёгких. С одной стороны, банки пока избирательны в выборе клиентов, желающих перевести выплату заработной платы работников на банковские карты. Наиболее привлекательными с их точки зрения являются компании, где работает не менее 50, а ещё лучше не менее 100 человек. Однако этим требованиям соответствуют не все работодатели – потенциальные зарплатные клиенты. С другой стороны, нередка ситуация, когда банк готов работать с мелкими компаниями, но, к примеру, не имеет развитой банкоматной сетки как в отдельно взятом городе, так и в стране в целом.

Светлана Головня, директор по розничному бизнесу ОО «Кемеровский» Альфа-Банка:
«Альфа-Банк готов начать работать по зарплатному проекту даже с «микрокомпанией» со штатом сотрудников от 10 человек»

Альфа-Банк, по словам **Светланы Головни**, директора по розничному бизнесу ОО «Кемеровский», готов начать работать по зарплатному проекту даже с «микрокомпанией» со штатом сотрудников от 10 человек. Причём, уровень зарплатного обслуживания небольшой компании не уступает качеству услуг для крупных клиентов.

Александр Суворкин, генеральный директор ООО «Бизнес Кар Кузбасс»:

– Прежде чем выбрать банк в качестве партнёра, я всегда взвешиваю все за и против, и не только в интересах своей компании, но и в интересах своих сотрудников. При первоначальной встрече сотрудники банка очень много рассказывали о возможности управления своими счетами быстро и мгновенно, находясь в любой точке мира. И мы решили попробовать оценить тот сервис, который нам предлагали.

Сотрудничество с Альфа-Банком началось сравнительно недавно. Но, несмотря на это, за столь короткий период времени не только я, но и мои коллеги смогли оценить все преимущества и сервис, который выше всяких похвал.

Я просто не могу не рассказать Вам о случае, который поверг меня в настоящий, не побоюсь сказать этого слова, «ПЕРВОКЛАССНЫЙ» шок. История произошла примерно 2 месяца назад, когда мой сын, находясь в Ирландии, позвонил мне и попросил перечислить ему деньги. И в этот момент я по-настоящему понял, что такое современный мобильный банкинг. Я, находясь за городом, с помощью своего мобильного телефона в течение 10 секунд перечислил ему необходимую сумму денег. И уже через 3 минуты мне позвонил изумленный сын со словами «ТАК БЫСТРО»? «Альфа-Мобайл» – это услуга, которая улучшает качество жизни клиентов и ускоряет процесс обслуживания при помощи современных технологий, это не только новый канал обслуживания, но и стиль жизни активного и современного человека, который всегда ценит свое время.

Помимо мобильного банка у Альфы превосходный интернет-банк, который по праву призван лучшим интернет-банком в течение последних 5-и лет. Интерфейс системы «Альфа-Клик» не перегружен, понятен и ориентирован на массового потребителя банковских услуг.

Одной из особенностей Альфа-Банка в отличие от других банков состоит в том, что он не только опережает потребности клиента, но и предвосхищает их ожидания.

В заключении хочу сказать, что Альфа очень клиентоориентированный банк, быть клиентом Альфы – одно удовольствие!

ОТКРЫТЬ ЗАРПЛАТНЫЙ ПРОЕКТ ПРОСТО

На практике это означает те же оперативные сроки запуска, услуги сопровождения при оформлении, когда сотрудник банка приедёт на предприятие для подготовки всех необходимых документов, а также предоставит квалифицированную консультацию по всем вопросам, связанным с открытием и внедрением зарплатного проекта.

Далее, упрощённая система документооборота и удалённое управление зарплатным проектом в режиме онлайн с любого компьютера, ведь система банк-клиент Альфа-Банка не требует установки специализированной программы на рабочий компьютер. Всё, что потребуется – это доступ в Интернет с любого мобильного устройства.

А если в ходе работы возникнут дополнительные трудности, какие-то непредвиденные ситуации, проблемы, то все можно оперативно решить через своего персонального менеджера, который закреплён за каждой компанией для сопровождения зарплатного проекта и оперативного решения текущих вопросов. Кстати, эти услуги в первую очередь востребованы компаниями малого бизнеса, которые не обладают большими ресурсами на поддерживающие операции и не содержат большой штат бухгалтеров. В результате, при внедрении зарплатного проекта компания повышает общую эффективность работы.

СОЦИАЛЬНАЯ СТОРОНА ВОПРОСА

А то, что зарплатные проекты могут стать одним из действенных мотивационных инструментов кадровой политики компании, малому бизнесу даже важнее, так как у него зачастую нет возможности на большие социальные проекты для сотрудников. Ведь, держатели зарплатных карт Альфа-Банка пользуются всеми привилегиями корпоративных клиентов, для которых действуют специальные, льготные условия обслуживания. А это и выпуск дополнительных карт, и бонусы и привилегии в рамках десятков партнёрских программ, которые ведёт Альфа-Банк, и преимущества бесплатного круглосуточного Интернет-банка «Альфа-Клик», и, конечно же, льготное кредитование.

Благодаря услуге кредитования без отрыва от работы, бухгалтерия предприятия освобождается от рутинной работы по выдаче справок о доходах, а у сотрудников появляется возможность получить кредит на льготных условиях. Немаловажно, что функционал банкоматов Альфа-Банка позволяет не только оплачивать счета, снимать или вносить наличные, но и получить предодобренный персональный или потребительский кредит, оформить кредитную карту или страховые услуги.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ БИЗНЕСА

Зарплатный проект Альфа-Банка, предоставляет руководству компании возможность гибко распоряжаться финансовыми ресурсами (а гибкость – одно из основных преимуществ компаний малого бизнеса). Пакетные предложения по расчётно-кассовому обслуживанию, сформированные для клиентов с различным уровнем финансовой активности, позволят малым компаниям оптимально управлять своими финансами. Например, для небольших, но финансово активных компаний должен быть интересен пакет услуг «Все включено», в котором за фиксированную стоимость вы получаете неограниченный доступ к основным банковским операциям для проведения расчётов, включая обслуживание по зарплатному проекту.

Словом, нужно только правильно сформулировать для себя потребности вашей компании, чтобы выбрать из того многообразия услуг, бонусов и сервисов, которые предоставляет Альфа-Банк. И здесь сотрудники банка всегда помогут, проконсультируют, а при необходимости приедут на предприятие для встречи с коллективом компании, чтобы ответить на все интересующие их вопросы.

Подробнее узнать о зарплатных проектах вы можете на сайте www.alfabank.ru и по телефону 8 (3842) 777-034.

Ольга Старовойтова, финансовый директор ЗАО «Компания Сибторг»:

– Наше сотрудничество с Альфа-Банком по зарплатному проекту длится уже 4 года. Лично для меня репутация любого банка складывается из двух составляющих. Первое – это надёжность. Второе – профессионализм. И обоим этим требованиям отвечает Альфа-Банк.

Одной из приятных неожиданностей явилось то, что тот сервис и обслуживание которое мы получаем в своем родном городе Кемерово, я могу также получить абсолютно в любом месте присутствия Альфа-Банка не только внутри своего региона, но и всей страны в целом. Для меня, как для человека, который часто бывает в командировках очень важно быть уверенной в том, что «мой» банк в случае необходимости меня не подведет.

Для моих сотрудников Альфа-Банк выделил менеджера, который по одному звонку может подъехать персонально к каждому и разрешить сложившуюся ситуацию, будь то оформление кредита, либо простая консультация. Помимо, первоклассного сервиса, который предоставляют его сотрудники, всем этим я могу пользоваться, не отходя от рабочего места с помощью интернета. Интернет-Банк у Альфы очень прост и удобен в использовании. Я за 5 минут могу провести все регулярные платежи: оплатить интернет, телевидение, пополнить сотовую связь, оплатить кредиты.

Также в банке существует огромное разнообразие кредитных карт, при использовании которых вы получаете дополнительные привилегии. Более того, могу с уверенностью утверждать, что кредитная карта Альфа-Банка – одна из лучших «кредиток» в России. Лично я, пользуюсь кредитной картой MasterCard Aeroflot. И даже сама того не замечая, используя данную карту как средство безналичного расчета коплю мили. Таким образом, улетая в отпуск, Альфа-Банк и Аэрофлот дарит мне бесплатный авиабилет.

Могу отметить больше, что не только наша компания пользуются услугами Альфа-Банка, но и ряд наших партнёров по рекомендациям тоже перешли на обслуживание по зарплатному проекту в Альфу и не только об этом не жалеют, но и даже иногда слышу слова благодарности за «Надежного партнера». Альфа-Банк ценит своих клиентов.

МОЛОДОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ РОССИИ-2012 В КУЗБАССЕ

17 октября в Кемерове подвели итоги регионального этапа конкурса «Молодой предприниматель России – 2012». Конкурс проходит в рамках программы вовлечения молодёжи в предпринимательскую деятельность и оказания поддержки наиболее талантливым бизнесменам в молодежной среде.

Как отметила в своём выступлении начальник управления предпринимательства департамента промышленности, торговли и предпринимательства Кемеровской области **Наталья Кудрявцева**, этот проект даёт молодым предпринимателям возможность не только показать себя, но и получить стабильное и эффективное развитие.

Всего в конкурсе участвовали более 100 кузбасских молодых бизнесменов, 15 стали финалистами, но лишь пятеро из них – лидеры в пяти номинациях – будут в конце года представлять Кузбасс на федеральном этапе конкурса.

Лидерами номинаций стали **Михаил Христосенко**, основатель «Студии Михаила Христосенко» (номинация «Вклад в развитие молодежного предпринимательства»); **Ефим Мураторов**, соучредитель компании «АЕРОН» (номинация «Успешный старт»); **Александр Изгарышев**, руководитель ООО «МКС» (номинация «Инновационный бизнес»); **Марианна Приходько**, которая готовится открыть филиал своего частного детского сада (номинация «Социально-ответственный бизнес») и **Полина Дашковская**, студентка биологического факультета КемГУ, которая открыла в своём родном городе Мариинске центр народной медицины «Здраво» (номинация «Студенческий бизнес»).

Все победители получили денежные призы в размере 50 тыс. рублей. В ноябре пятёрка лучших молодых бизнесменов из Кузбасса примет участие во Всероссийском этапе конкурса «Молодой предприниматель России - 2012», который пройдёт в Москве. Остальным десяти участникам, занявшим 2-е и 3-и места в каждой номинации, вручены дипломы и подарки от спонсоров.

Виктория Мордвинова

БЛИЦОПРОС

Что дает проект «Молодой предприниматель России – 2012» для страны, Кузбасса, молодёжи?

Наталья Кудрявцева,
начальник управления предпринимательства департамента промышленности, торговли и предпринимательства Кемеровской области:

– Конкурс «Молодой предприниматель России – 2012» даёт молодым предпринимателям возможность не только показать себя, но и получить стабильное и эффективное развитие. В этом конкурсе участвуют люди с твёрдым пониманием того, чего они хотят добиться в жизни, со своими идеями. Все конкурсанты умные, настойчивые и целеустремленные. На проекте я познакомилась с множеством молодых ребят, большая часть из которых направлена на решение основных стратегических задач нашего региона. В этом я их полностью поддерживаю и считаю, что предприниматели – это золотой фонд нашей нации, и мы делаем всё возможное, чтобы сохранить и преумножить его. Развитие молодежного предпринимательства должно способствовать не только подготовке высококвалифицированных кадров, но и скорейшему переходу страны на инновационный путь развития.

Дмитрий Герасимов,
заместитель руководителя проекта «Ты – предприниматель!» Федерального агентства по делам молодежи:

– Конкурс «Молодой предприниматель России – 2012» проходит уже в 60 регионах. Более 1000 предпринимателей принимают участие в нем. Жюри, конечно, судит строго. У меня и у самого иногда возникает вопрос, почему победителями становятся именно эти, а не другие предприниматели? Но здесь важно не само признание, не призы, хотя это тоже показатель ваших заслуг – здесь важны коммуникации. Победителей в конце года мы приглашаем в Москву на мероприятие, где соберутся более 900 предпринимателей со всех регионов. Всем остальным, кто в этом году не поедет в столицу, хочу пожелать, чтобы они брали от конкурса по максимуму: общение, обмен контактов, получение новых знаний. Я знаю, что основная цель молодых предпринимателей – чем-то помочь своему городу, своему региону и уважаю их за это. Конкурс заканчивается, но для молодых предпринимателей он только начинается.

Артур Чепкасов,
начальник департамента образования и науки Кемеровской области:

– «Молодой предприниматель России – 2012» – это очень нужный и полезный конкурс. Хотелось бы поздравить победителей конкурса и тех, кто сегодня не победил – у них ещё все впереди. Я считаю, что начинать свой бизнес нужно именно в молодости, когда у тебя есть много сил и идей, студенческие годы – самый пик для начала собственного дела. Когда мне было 20 лет, мои сверстники начинали заниматься предпринимательством – тогда это было первое поколение предпринимателей России. Сейчас они стали успешными бизнесменами, от которых зависит наш сегодняшний день. А завтрашний день зависит от молодых предпринимателей, в том числе от тех, которые принимают участие в конкурсе «Молодой предприниматель России – 2012». Я искренне надеюсь, что мы плодотворно будем сотрудничать с новым поколением предпринимателей Кузбасса.

Полина Дашковская,
победитель регионального этапа конкурса:

– От участия в конкурсе у меня остались самые тёплые впечатления. Мне очень понравилась компетентная комиссия. Считаю, что конкурс помог мне развиться, продвинуться вперед, получить новые знания и создать новые бизнес идеи! Я с детства мечтала открыть собственный бизнес. Не представляю себя в офисе, на «сидячей» стационарной работе. Мне интересно общаться с людьми, быть им полезной и при этом зарабатывать деньги. Так и появилось ООО «Здраво»: была хорошая идея, условия для её реализации и люди, которые оказали поддержку – родители и отдел по работе с предпринимателями администрации Мариинского района. От конкурса я ждала помощи по всем направлениям: информационной, консультативной, материальной, ведь я наделась на победу! Мои ожидания от конкурса оправдались сполна: я не только открыла свой бизнес, но и познакомилась с множеством интересных людей, узнала кучу полезной информации, поняла некоторые тонкости предпринимательского дела. Я очень рада, что смогла принять участие в нём!

Михаил Христосенко,
победитель регионального этапа конкурса:

– В конкурсе я решил принять участие, потому что я принимаю участие почти в любой активности, которая проходит в городе. Мне интересно всё, что связано с развитием предпринимательства. К тому же, в прошлом году я занял второе место в этом конкурсе, и мне хотелось всё же победить. Ожидал я, помимо самого конкурса, плотного знакомства и общения с другими участниками, их проектами. Этого, к сожалению, было мало. Зато хочу отметить отличную организацию процесса конкурса – всё было очень чётко и слажено. Впечатлений было много. Приятно было понимать, что почти 100 человек решили участвовать в конкурсе. Это много и хорошо, что молодые предприниматели тянутся участвовать в подобных проектах. Это продвигает культуру предпринимательства в массы. И очень приятно было видеть среди финалистов почти все незнакомые лица. Обычно на таких мероприятиях «тусуются» одни и те же. В этот раз я познакомился с новыми людьми и это приятно!

КАСКО ПОТЕСНИТСЯ

Судя по сообщениям руководства Министерства финансов РФ в федеральных СМИ, увеличение лимитов выплат по имущественным рискам ОСАГО до 400 рублей можно ожидать уже в 2013 году. Пока неясно, насколько в связи с этим вырастут тарифы по автогражданке, зато с уверенностью можно предположить, что и на рынке КАСКО эти изменения не останутся незамеченными.

Прошлый год был весьма успешен для добровольного автострахования. Страховая премия по этому виду достигла докризисных объёмов, и в 2012 году тенденция роста продолжилась. Страховщики связывают это с ростом банковского кредитования – до сих пор большая часть заключенных по каско договоров приходится на залоговые автомобили. Но доля в полном смысле добровольного страхования также велика и продолжает набирать обороты. Причины очевидны – рост автопарка в целом, увеличение доли дорогих автомобилей (Кемеровская область уже перестала быть регионом подержаных японских иномарок), рост аварийности на дорогах, ухудшение статистики по угонам. Но главное – объём выплаты по ОСАГО, как правило, не покрывает полной стоимости восстановления автомобиля после аварии. Напомним, лимит ответственности по ОСАГО составляет на сегодняшний день всего 120 тыс. рублей, а цены на запчасти и услуги по ремонту регулярно повышаются, к тому же выплаты по ОСАГО производятся с учётом износа. Именно поэтому, чтобы оградить себя в случае аварии от судебных тяжб со страховщиками, всё большее число автовладельцев предпочитают заключить договор КАСКО. Не случайно страховщики называют КАСКО одним из наиболее перспективных и динамичных видов страхования.

В то же время ситуация с выплатами остаётся неблагоприятной как по обязательному, так и по добровольному страхованию. Как заявил в сентябре глава ФСФР **Дмитрий Панкин**, рост страховых выплат в России отстаёт от роста премий. С 2010 по первое полугодие 2012 года соотношение страховых выплат к страховым премиям по всем видам страхования (включая ОСАГО и КАСКО) упало с 53 до 43%. К тому же КАСКО довольно дорого стоит. Обращение к демпингующим страховщикам, предлагающим тарифы ниже среднерыночных, вряд ли позволит приобрести выгодную страховку. Как показывает практика рынка, уровень выплат у таких компаний соответствует ценам на услуги, не говоря уже о том, что страховщики с такой тарифной политикой – явные кандидаты в банкроты.

Поправки в закон об ОСАГО, которые рынок ждёт уже не один год, могут заметно снизить спрос на КАСКО (разумеется, в тех случаях, когда речь не идёт о банковском залоге). Согласно проекту закона с поправками к ОСАГО, направленному Минфином РФ в правительство 15 октября, лимит ответственности по имущественным рискам будет увеличен до 400 тыс. рублей. При средней стоимости автомобиля в регионе 400-600 тыс. рублей данная сумма вполне может покрыть стоимость ремонта. Безальтернативный режим прямого возмещения ущерба, который также ожидается в числе поправок к закону, упростит страхователям получение компенсации. Напомним, сейчас клиент имеет выбор между обращением при наступлении страхового случая к своему страховщику или к компании, выдавшей полис виновнику ДТП. Альтернативность данной нормы закона приводит к тому, что некоторые страховщики предпочитают компенсировать клиентам мелкие убытки, а в более серьёзных случаях отправлять их за компенсацией ущерба в компанию виновника аварии.

Вопрос о том, насколько повысится стоимость полиса ОСАГО после внесения изменений поправок в закон, пока остаётся открытым. Страховое сообщество ожидает роста в размере порядка 30%, Минфин считает эти ожидания завышенными. Отметим, что, поскольку ОСАГО является массовым обязательным видом и приобретать полис вынуждены все страховщики, данный факт вполне может оказать своё сдерживающее влияние на рост тарифов.

К тому же изменения в закон предполагают частичную либерализацию базового тарифа – как сообщила на днях заместитель руководителя департамента финансовой политики Минфина РФ **Вера Балакирева**, правительством будут установлены верхняя и нижняя его границы.

Отметим, что рынок КАСКО также видоизменяется и адаптируется к изменению ситуации. К примеру, некоторые компании начинают предлагать страховки КАСКО, включающие в себя только риск угона (раньше таких продуктов на рынке не было). Данный полис позиционируется страховщиками как бюджетный вариант, который за небольшие деньги позволит защитить автовладельца.

Ксения Сидорова

БЛИЦОПРОС

Окончание. Начало на стр. 4, 5

Анжелика Круталевич, председатель совета кемеровского регионального отделения «Деловой России»:

– Конечно, КУМИ и его деятельность очень важны для города, ведь он дают доходы в бюджет, на которые строятся дороги, ремонтируются жилые дома и т. п. Однако, для города важен и бизнес, и его развитие, которое невозможно без недвижимости. Она – важнейший актив для бизнеса, особенно малого, главная составляющая его капитализации. Собственные здания и помещения позволяют бизнесу развиваться, брать кредиты, в которых недвижимое имущество выступает залогом, позволяет менять профиль бизнеса, если возникает необходимость. Наконец, просто не нужно переезжать с места на место. Это же полпожара каждый раз. Поэтому бизнесу нужны нормальные рабочие отношения с КУМИ. Сейчас же их нет, поскольку представителям делового сообщества города приходится сталкиваться с такими проблемами как непомерно высокие цены на продаваемые объекты недвижимости и сложности с льготной приватизацией. Во втором случае приходится судиться в арбитражном суде. Не буду утверждать, что правы обязательно одни, а не правы другие, но это отнимает очень много времени. А для бизнеса – это один из важнейших ресурсов. Может, необходимо создать в городе определённую площадку для диалога, некий общественный совет для прозрачного и эффективного взаимодействия между бизнесом и муниципалитетом по этому вопросу. В «Деловой России» мы можем это устроить. Тем более, что по президентскому указу, инвестиционную привлекательность России необходимо поднять в мировом рейтинге с нынешнего 117 места до 20 к 2017 года. Без улучшения на местном уровне это будет невозможно.

СИБ МЕДИА
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО
Отдел BTL и ПРОМО-РЕКЛАМЫ

Организация НОВОГОДНИХ корпоративов и промо-ТОРЖЕСТВ!

пр-т Кузнецкий, 97 39-04-04

БЛИЦОПРОС

Какой первый автомобиль был у вас и какую машину вы бы купили сейчас своему ребенку?

Станислав Нетц, директор автошколы «Автокласс»:

– Первым моим автомобилем был ВАЗ 21011 1976 года выпуска, мой ровесник. Приобрёл я его в 2000 году, когда ещё обучался вождению, и на момент сдачи экзамена он уже стоял у меня в гараже. Ребёнок у меня есть, но водительское удостоверение ему ещё рано получать. Если бы пришлось выбирать для такого случая, то я бы выбрал что-то из бренда Toyota, например, Toyota Corolla. Это сравнительно недорогая и надёжная, качественная машина, удобных для начинающего водителя габаритов.

Данил Кузнецов, директор НП СРО «Строители регионов»:

– Водительское удостоверение я получил сравнительно недавно, пять лет назад и сразу же приобрёл Chevrolet Aveo с автоматической коробкой передач. Выбрал эту машину просто потому, что понравилась. На мой взгляд, оптимальное соотношение цены и качества. Ребенок у меня ещё маленький, но если смотреть по сегодняшним меркам, то купил бы ему «немца», скорее всего Audi. В первую очередь обращаю внимание на безопасность машины, её надежность. Остальное – на втором плане.

У каждого водителя когда-то был свой первый автомобиль. Ещё каких-то 15-20 лет назад не приходилось особо ломать голову над тем, какую именно машину приобретать. У большинства первой «лошадкой» были классические «Жигули». Сегодня автомобильный рынок предлагает настолько большое разнообразие, что новичку тяжело самостоятельно что-то решить. «Авант-ПАРТНЕР» попытался выяснить, какие всё-таки автомобили предпочтительнее для «первого раза».

СОВЕТОВАТЬ СЛОЖНО, НО МОЖНО

Директор автосалона Киа Центр Новокузнецк **Александр Батурин** убеждён, что дать совет каким должен быть первый автомобиль уже при его покупке практически не возможно, так как это зависит от многих факторов. Например, от желания иметь «большой» или «маленький» автомобиль, с механической или автоматической коробкой передач, с полным, передним или задним приводом. В конце концов, красный, белый или черный. Не маловажна и цена, которую готов заплатить покупатель в этом случае. «Наша задача состоит в том, чтобы помочь покупателю свести разнообразие вариантов в один – наиболее подходящий», – говорит он.

В 2011 году, по данным Комитета автопроизводителей АЕВ, в России было продано 2 млн 653 тыс. 408 новых легковых и лёгких коммерческих автомобилей. Кемеровская область в 2011 году по данным «Автостата» стала лидером по продажам новых иномарок – их было продано 27 тысяч. А жители Кемерова, как сообщил аналитический центр компании «АльфаСтрахование» в 2011 году приобрели 19700 новых импортных и отечественных автомобилей.

Как утверждает директор Кемеровской автошколы «Автокласс» **Станислав Нетц**, в качестве первого лучше всего приобретать подержанный автомобиль 2-3-х годичной давности.

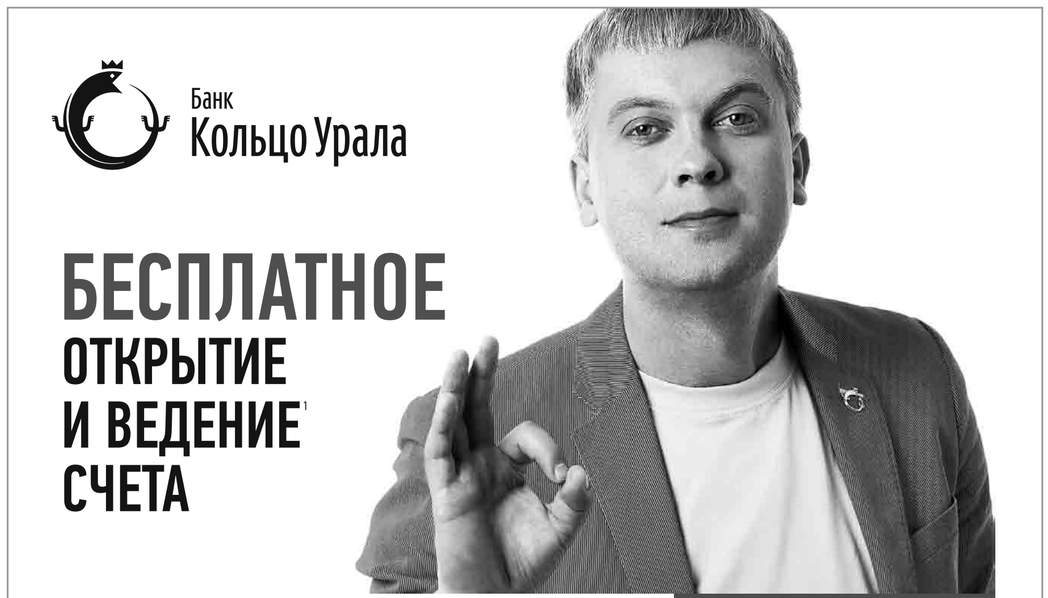
«Покупая автомобиль впервые, необходимо быть готовым к некоторым ситуациям на дороге, – говорит он. – Мы не можем научить всему. Поэтому часть опыта начинающий водитель получает самостоятельно. Начинает прогнозировать поведение других водителей на соседней полосе, выбирать соответствующий маршрут и скоростной режим. Всё это приходит с опытом. Поэтому необходимо быть готовым к тому, что где-то зацепил, поцарапал. Кроме того, я лично рекомендую в любом случае левый руль. Чтобы научиться правильно ездить, нужно садиться на правильный автомобиль. Что касается ценового диапазона, не думаю, что здесь есть большая разница. Все современные автомобили настолько адаптированы к сегодняшним условиям, напичканы электроникой, имеют системы пассивной безопасности, ABS, что в принципе дешевые автомобили не отличаются по комплектации от дорогих. Исполнение – разное».

НАДО «ЛАДУ»?

В автосалонах водители-новички – явление редкое, но не исключительное. Причём их выбор в данном плане зависит не столько от финансовых возможностей, сколько от мнения окружающих их людей. Те, кто горит желанием в обязательном порядке сесть за руль нового автомобиля, но средств имеют не достаточно много, идут за новой «Ладой». Сразу стоит отметить, что «классика», выпуск которой недавно прекратили, по мнению экспертов уже не актуальна даже в качестве первого авто, чтобы просто научиться нормально ездить и который, грубо говоря, «не жалко». При этом руководитель отдела продаж ООО «Автоцентр Дюк и К» **Евгений Блинков** отмечает, что говорить о «Ладе» исключительно как о первом автомобиле вообще, ни в коем случае нельзя. Покупательская активность населения зависит от уровня его доходов, и те же отечественные автомобили существуют сегодня в разных ценовых категориях. Кто-то покупает себе «Ладу» за 250 тыс. рублей, а кто-то и за 400-600 тыс. рублей.

«Чаще всего машины у нас покупают люди среднего и старшего возраста, уже имеющие навыки вождения, но бывают и новички, – говорит он. – Например, молодые люди чаще всего (примерно в 70% случаев) берут «Самары» стоимостью от 290 тыс. рублей. Их привлекает в первую очередь цена автомобиля, его технические характеристики и, немаловажная деталь для молодого человека, возможность самостоятельно поработать над машиной, тюнинговать её по своему вкусу. Остальные 30% – это покупатели с немного большими финансовыми возможностями. Они выбирают LADA PRIORA, которая стоит от 350 тыс. рублей. Автомобили Lada Granta тоже выбирают новички, но эти машины только начинают занимать нишу в данном сегменте».

Кстати, по словам Евгения Блинкова, если рассматривать этот вопрос с точки зрения гендерного подхода, то девушки из серии «Лада» чаще всего выбирают Kalina и Granta. Хотя их тоже не много, но в год несколько таких покупательниц бывает.



ПЕРВЫЙ АВТОВЫБОР

МИЛЕЕ 5 ДВЕРЕЙ?

Характерно, что многие выбирают сегодня хетчбеки, как среди сравнительно недорогих отечественных, так и среди импортных более дорогих автомобилей. Например, по словам Александра Батурина, марка Kia представлена на рынке практически всеми классами, начиная с малышки Kia Picanto до брутального внедорожника Kia Mohave, но последние годы, в том числе и среди новичков, набирает популярность автомобиль с 5-ти дверным кузовом Хэтчбек Kia Ceed.

«Он одинаково популярен как у мужчин, так и у девушек, благодаря современному внешнему виду, а также богатому оснащению, начиная от всевозможных систем активной безопасности, заканчивая светодиодными фарами и панорамной крышей», – говорит он.

За 9 месяцев текущего года в России было продано 2 млн 187 тыс. 797 новых легковых и лёгких коммерческих автомобилей, что на 14% больше, чем за аналогичный период 2011 года. Самой популярной маркой в России остается отечественная LADA, чья доля рынка составляет приблизительно 35%. Учитывая, что жители Кемеровской области за 8 месяцев 2012 года приобрели 6699 автомобилей LADA, то общие показатели продаж в Кемеровской области по оценкам за тот же период могут составлять около 19142 автомобилей.

А с брендом Мицубиши дела обстоят несколько иначе, но это, скорее, специфика бренда, в котором просто отсутствуют небольшие хэтчбеки. По словам руководителя отдела продаж автосалона «Мицубиши» (Кемерово) **Артема Кузьмина**, здесь в качестве первого автомобиля приобретается седан либо компактный кросовер. Последний привлекает высоким дорожным просветом. Ведь первостепенно разбивают бампера при парковке о бордюр, при ударе о камень за чертой города. В седане привлекает цена. В данном случае самый дешевый вариант – Mitsubishi Lancer.

ОСТОРОЖНО – КАСКО

«Конечно, большинство, по известным причинам, старается приобретать в качестве первого авто подержанную машину, – говорит Артем Кузьмин. – Но, если вы можете себе позволить купить новый автомобиль с автосалона, плюс оплатить страховку по КАСКО, потому что первую машину без КАСКО брать, практически выкинуть деньги на ветер, почему бы и нет».

На КАСКО стоит остановиться несколько подробней. Дело в том, что стоимость страховки для новичка в 2-2,5 раза дороже, чем для водителя со стажем. Например, при покупке Mitsubishi Lancer, средняя стоимость которого около 680 тыс. рублей, владельцу с 10-летним стажем КАСКО обойдется в 50 тыс. рублей. У кого стаж 5 лет – 60 тыс. рублей. А у кого нулевой стаж, от 100 до 150 тыс. рублей. Таким образом, получается 830 тысяч рублей. Довольно приличная сумма.

По оценкам Комитета автопроизводителей АЕВ, в целом по стране количество проданных автомобилей за 2011 год по сравнению с 2010 годом увеличилось на 39%. При этом авторынок Кемеровской области в 2011 году вырос по разным оценкам от 30 до 50%, и тенденций к снижению темпов роста рынка в 2012 году не ожидается

Итак, идти за первым автомобилем в автосалон или в Интернет на известные сайты, чтобы выбрать подержанный автомобиль, дело каждого, как впрочем, и многие характеристики машины. На вкус и цвет, как говорится, товарищей нет. Но, некоторых обязательных правил, пожалуй, придерживаться стоит. Первое, автомобиль должен быть надёжным и безопасным, желательно с левым рулем. Третье, он должен быть небольшим (максимум компактный кросовер). Четвёртое – соответствовать вашему стилю вождения и дорожным условиям эксплуатации. И пятое – у вас должно быть достаточно средств на его приобретение и последующий ремонт в случае возникновения внештатной ситуации.

Влад Максимов

БЛИЦОПРОС

Какой первый автомобиль был у вас и какую машину вы бы купили сейчас своему ребенку?

Сергей Учитель, адвокат, сопредседатель коллегии адвокатов «Регионсервис»:

– В 1995 году, когда мне исполнилось 18 лет, родители купили ВАЗ 2106. На этой машине я отъездил два года. Потом сменил её на «девятку». Мои дети совершеннолетия ещё не достигли, поэтому вопрос приобретения для них автомобиля пока не стоит. Но, если бы пришлось сейчас покупать для них машину, то я бы в обязательном порядке выбрал иномарку. Причём, по моему мнению, первой машиной в таком случае должен быть компактный недорогой автомобиль гольф-класса с автоматической коробкой передач. Обязательно должны быть подушки безопасности. Считаю, что на безопасности экономить не стоит ни в коем случае.

Александр Каретин, зам. генерального директора ОАО «Кузбасский технопарк»:

– Моим первым автомобилем были «Жигули» – «четвёрка», который купил в 1997 году. Мне и сейчас нравятся утилитарные машины с просторным салоном, в которых можно что-то перевезти. Своему ребенку посоветовал бы купить машину в автосалоне. Пусть не дорогую, скромную, но ни в коем случае не бывшую в употреблении. Сам прошёл через это и не понаслышке знаю недостатки «бэушной» техники. Поэтому убеждён, что начинать ездить надо на нормальной машине. Даже если поцарапаешь, это не смертельно. Также необходимо смотреть, для каких именно целей нужна машина. Например, для городской езды сейчас в автосалонах представлена широкая линейка малолитраж, таких как Renault Sandero, тот же Renault Logan. Очень хороша для таких случаев «не убиваемая» Daewoo Nexia. Это надёжная и простая в эксплуатации машина. Чем проще первая машина – тем лучше. И это обязательно должна быть «механика» – на «автомате» ездить не научишься.

Игорь Лысенко, генеральный директор холдинговой компании «Трансхимресурс»:

– Первый мой автомобиль был «Запорожец» и это было круто! Мне тогда было 17 лет, в день рождения (18 лет) получил права и началось… У сына, которому 10 лет, пока квадроцикл, вполне достаточно, чтобы освоить технику и почувствовать уверенность в себе. Я предпочёл бы, чтобы он сам не только бы выбирал, но и добился бы результатом своего труда. Да, столько денег он в свои молодые годы, наверное, не сможет заработать, но добиться признания обществом – вполне. Например, победить в каком-либо конкурсе, закончить школу с медалью и т.д. Как отец я бы посоветовал бы ему присмотреться к Mitsubishi Lancer, обладающего высокой управляемостью. Надёжный, стильный, это бренд, носящий имя легендарного спорткара

НЕТ ТАКОГО ВНЕДОРОЖНИКА, НЕТ ТАКОГО УНИВЕРСАЛА

241 тысяча автомобилей продается в России в месяц. При этом по данным аналитического агентства «Автостат», неуклонно растет популярность внедорожников. «Виноваты» в этом то ли российские дороги, то ли любовь к большим и мощным автомобилям, но по статистике Группы Ренессанс страхование в регионах на долю внедорожников приходится 47% всех автомобилей.

Счастливые обладатели внедорожников и универсалов готовы нести затраты не только на топливо и обслуживание своего «железного коня», но и на страхование. О том, как приобрести выгодное каско для внедорожника и при этом получить качественный сервис, рассказывает директор Кемеровского филиала Группы Ренессанс страхование Сергей Соколов.

По данным Минэкономразвития, в текущем году ожидается увеличение авторынка на 12,4%. В 2011 году производство легковых автомобилей возросло на 43,9% по сравнению с 2010 годом. Это в свою очередь обеспечило уверенный рост сегмента автострахования, который остается основным драйвером российского страхового рынка. При этом одна из основных тенденций рынка – переход от ценовой конкуренции к сервисной. Качество обслуживания клиентов и процесс урегулирования страховых случаев становятся определяющими при выборе страховой компании, не смотря на то, что цена полиса в таких компаниях средняя по рынку или даже чуть выше.

Как за последний год изменилась ценовая политика вашей компании по каско? С чем это связано?

С развитием рынка тарифы становятся все более сегментированными. Страховые компании обращают внимание на узкие категории автовладельцев и разрабатывают для них интересные предложения. Мы пересмотрели наши тарифы на каско для владельцев внедорожников и универсалов, потому что они – существенная часть наших клиентов, и большинство их них отличается ответственным отношением и к автомобилю и к поведению на дороге.

С 1 сентября наша компания снизила тарифы на 202 модели внедорожников и универсалов 2011-2012 годов выпуска. И теперь мы можем смело утверждать, что нет такого внедорожника и нет такого универсала, на который бы мы не снизили цену полиса каско.

Ощущается ли взаимосвязь между продажами продуктов по каско и наличием сервисных опций? Какие сервисные возможности предлагает ваша компания?

Мы отошли от практики предложения клиенту конкретных программ, в которых сложно разобраться и сделать правильный выбор. Наше решение – продукт-конструктор, т.е. набор базовых и дополнительных сервисных опций, из которых клиент выбирает именно то, что ему нужно, исходя из потребностей и бюджета. Ключевой тренд сегодня – это онлайн сервисы в обслуживании клиентов – при продаже и урегулировании. Уже сейчас мы имеем полностью автоматизированный процесс урегулирования убытков на базе платформы Siebel. Это решение позволяет нам предлагать клиентам современные и удобные сервисные опции, построенные на онлайн технологиях и электронном документообороте с клиентом и со СТОА. Зачем это нужно? Для удобства и экономии времени клиента в первую очередью – количество необходимых визитов в страховую компанию сведено к минимуму. Кроме того, автоматизированный процесс практически исключает «человеческий фактор» и гарантирует соблюдение сроков урегулирования убытков.

Кроме того, мы предоставляем своим клиентам возможность через личный кабинет на сайте самостоятельно в любое удобное время заявлять страховые случаи, отслеживать статус выплатного дела и задавать вопросы по урегулированию в режиме онлайн.

При этом, при угоне или при полной конструктивной гибели автомобиля выплата производится за вычетом износа. Как он рассчитывается?

Страховые компании по-разному рассчитывают амортизацию, но в среднем за первый год на износ списывают до 20% стоимости автомобиля. GAP (Guaranteed Asset Protection) – это страхование новых автомобилей от потери в стоимости в первый год эксплуатации. По этой программе может быть застрахована любая иномарка стоимостью не больше 2,5 млн. рублей. При угоне или полной гибели машины выплата по Формуле GAP покрывает разницу между выплатой по каско и той ценой, за которую автомобиль был куплен, но не больше 20% от нее. Цена полиса составляет 0,45% от стоимости автомобиля, но не может быть меньше 4,5 тысяч рублей. В зависимости от статистики угоняемости и частоты случаев полной гибели к некоторым маркам машин могут применяться повышающие коэффициенты. Например, при полной гибели или угоне через год после приобретения автомобиля Chevrolet Aveo 2012 года выпуска стоимостью 600 тысяч рублей выплата по Формуле GAP составит 60 000 рублей. Клиенту это дополнение к каско обойдется в 4500 рублей.

Ренессанс®
страхование

ООО «Группа Ренессанс страхование»
Кемерово, ул. Орджоникидзе, 2а
Тел.: (3842) 36-65-72
www.renins.com

Лицензия ФССН С №1284 77 от 13 февраля 2006 г.

ВИДЫ НА РЕКЛАМУ. ЗАКОННЫЕ

23 октября в России отмечается «День рекламиста». «Авант-ПАРТНЕР» поздравляет с праздником всех причастных к этому огромному рынку коллег! А поскольку наше издание видит себя в роли пропагандиста рынка цивилизованного, то сегодняшнюю публикацию мы решили посвятить взаимоотношениям рекламы с законом. Который, как свидетельствуют данные антимонопольных органов, соблюдают пока не все.

НА СВЯЗИ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Само понятие «реклама» (от латинского reclamare – выкрикивать) означает обезличенную оплачиваемую передачу через средства массовой информации сведений о товарах, услугах или идеях, предлагаемых установленными рекламодателями. На общем экономическом пространстве реклама призвана создавать устойчивые связи реальной экономики с обществом через потребителей товаров и услуг. Цели, которые может преследовать та или иная реклама, могут быть разными, но её главным традиционным предназначением является расширение потребительского спроса и, как результат – увеличение доходов рекламодателей

На сегодняшний день вся рекламная деятельность в России регулируется Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (в редакции от 28.07.2012 № 133-ФЗ, с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.09.2012г.). Из определения рекламы, содержащегося в ст. 3 Закона, следует, что для признания информации рекламной, она должна одновременно выполнять несколько условий: быть распространённой любым способом, в любой форме; быть адресованной неопределённому кругу лиц; быть направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

ЧАСТЬ КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА

Основная задача рекламного законодательства состоит в обеспечении принципов добросовестной конкуренции на российском рынке и защиты потребителей от ненадлежащей рекламы. Соответственно, основные требования, предъявляемые к рекламе, затрагивают её содержательную часть и касаются в первую очередь непосредственно рекламодателей. Контроль за соблюдением норм «Закона о рекламе» возложен на антимонопольные органы.

С вопросом о том, почему в отдельное направление регулирования конкуренции выделен рынок рекламы, мы обратились к заместителю руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы (УФАС) по Кемеровской области **Елене Клостер**.

– Безусловно, вопросы, связанные с конкуренцией, регулируются конкурентным законодательством, но не стоит забывать, что одной из составных частей конкурентного законодательства является и законодательство о рекламе. Именно поэтому все основные положения Закона «О рекламе» являются логическим развитием одного из основных принципов конкуренции – добросовестности поведения участников рынка.

Елена Клостер: «Все основные положения Закона «О рекламе» являются логическим развитием одного из основных принципов конкуренции – добросовестности поведения участников рынка»

В настоящее время, социально-экономическое развитие современной России трудно представить без рекламы и иных форм маркетинговых коммуникаций, которые пронизывают все сферы экономики и связывают её с обществом и потребителями товаров и услуг. Не менее значима роль рекламы в формировании единого экономического пространства страны, в развитии добросовестной конкуренции на товарных рынках. Опосредуя конкурентные отношения, маркетинговые коммуникации и реклама во многом определяют положение хозяйствующих субъектов на рынке.

О КРИТЕРИЯХ ЗАКОНА

В первую очередь, закон говорит, что реклама должна быть этичной, достоверной, добросовестной, не вводить потребителей в заблуждение или порочить конкурентов. Но «Закон о рекламе» не даёт определения недобросовестной и недостоверной рекламы, называя лишь их формы и состав.

Мы обратились за разъяснениями по применению норм закона в реальной практике к начальнику отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Кемеровского УФАС **Елене Каминской**.

– Определение действительного смысла, содержания рекламы рассматривается в каждом конкретном случае и принимается во внимание полный её текст с изображением. При этом антимонопольный орган руководствуется нормами действующего законодательства, толковыми словарями, а также рассматривает, исследует, анализирует представленные заявителем и хозяйствующими субъектами материалы.

«Недобросовестная реклама» выражается в использовании недобросовестных способов, направленных на то, чтобы опорочить конкурента, либо подать рекламу в таком оформлении, которое приводит к смешению представлений потребителей о рекламируемом товаре с другими товарами (имеющими хорошую, устойчивую репутацию).

Под «недостоверной рекламой» понимается присутствие в рекламе не соответствующих действительности сведений в отношении объектов рекламирования. Недостоверная реклама является ненадлежащей рекламой. Пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» запрещает сообщать недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Недопустимо использование в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№ 1» и тому подобных. Здесь действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, представив документальные доказательства. Это относится и к использованию в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию. Например, утверждение «№ 1» в отношении товара указывает на превосходство данного товара в сравнении с другими товарами, поскольку «№ 1» подразумевает, что рекламируемый товар является первым из числа других однородных товаров, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними во всех отношениях.

Константин Крекнин: «Случаи, когда клиент осознанно идёт на явное нарушение «Закона о рекламе» встречаются не так часто, скорее мы сталкиваемся с незнанием некоторых законодательных нюансов»

«Лучшие окна», «Огромный выбор! Лучшие цены!», «Всегда дешевле!» – вот типичные примеры рекламы определённых преимуществ товаров, которая практически всегда не соответствует действительности и вводит потребителя в заблуждение. А это повод привлечь рекламодателя к ответственности на основании статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Понятно, что инициатива в каждом отдельном рекламном проекте принадлежит рекламодателю. А вот насколько часто рекламодатель заказывает заведомо недостоверную или недобросовестную рекламу, и как на это может повлиять рекламораспространитель? **Константин Крекнин**, председатель гильдии рекламистов Кузбасса, видит ситуацию на рекламном рынке не самым худшим образом.

– Случаи, когда клиент осознанно идёт на явное нарушение «Закона о рекламе», не так часто встречаются. Скорее мы сталкиваемся с незнанием некоторых законодательных нюансов. Заведомо недостоверную рекламу на стадии заказа не так легко определить. Однако, знание законов (не только «Закона о рекламе»), наработанная практика, позволяют опытным рекламным агентствам в большинстве случаев утрясти ситуацию ещё до начала распространения. Самим рекламистам нарушать законы невыгодно – дорого, да и за нами сейчас смотрят в оба глаза. Кстати, со стороны Кемеровского УФАС я вижу внятные движения в направлении повышения правовой грамотности наших коллег. И, возможно, рекламодателей.

«ШЕДЕВРЫ» РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Нередки на нашем рекламном рынке нарушения закона, относящиеся к этике и корректности сравнений. Конкретный пример подобной рекламы был выявлен недавно в Новокузнецке. На рекламе было изображение девушки в нижнем белье, сидящей в неприличной позе на канистре с моторным маслом и текст следующего содержания: «масла для любой техники – магазин маслоff ммм…попробуешь?»

Эта реклама вторглась в мир этических и моральных норм, считают одни специалисты, потому неоднозначна. А вот кемеровский рекламист **Александр Сорокин** так комментирует подобную рекламу:

– Эротические элементы и пошловатые двусмысленности в рекламе используются издавна и повсеместно. Есть сотни (или, быть может, тысячи) вполне научных статей с исследованием этого явления. В одной из тех, что попадали мне на глаза, вообще всю рекламу, помнится, назвали «заговором Огилви и Фрейда». **Дэвид Огилви** – американский мэтр рекламистики, Зигмунд Фрейд – известно кто.

Подобные рекламные модули и баннеры не для всякого бренда хороши и уместны. Но во многих случаях – вполне работают. В частности, для моторного масла, поскольку целевая аудитория тут подходящая. Они привлекают повышенное внимание, в ряде случаев становятся предметом разговоров (или даже скандалов), то есть эффективно продвигают продукт, что от рекламы и требуется. Вмешательство ФАС только привлечёт к этой рекламе и к этой марке повышенное внимание, если владельцы бренда сумеют ситуацию умело использовать к своей выгоде.

Александр Сорокин считает, что меру «допустимой пошлости» вообще установить сложно, так как она меняется с годами и понимается различно разными группами населения

Тем не менее, антимонопольный орган счёл данную рекламу неприемлемой и оскорбительной (в части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

«В вышеуказанной рекламе общества совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя – поза девушки, степень её обнажённости и расположение на рекламном щите, привлекает внимание потребителей не к объекту рекламирования (магазин «маслоff», моторные масла), а к изображению полуобнаженной девушки в неприличной позе. При этом спорное рекламное изображение не содержит никаких сведений о характеристиках, качестве либо иных потребительских свойствах рекламируемых моторных масел… Кроме того, данная реклама доступна для всех без исключения категорий населения, и не учитывает такую группу потребителей рекламы, как лиц, не достигших совершеннолетнего возраста.

Также, в рекламе, наряду с изображением полуобнаженной девушки использован двусмысленный текст: «ммм….попробуешь?», который явно ассоциируется у потребителей рекламы с изображенной девушкой, а не с рекламой магазина или моторных масел, что оскорбляет чувства граждан, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, нравственности».

Меру «допустимой пошлости», как считает Александр Сорокин, вообще установить сложно. Она меняется с годами, понимается различно разными группами населения:

«Иногда рекламисты сознательно провоцируют скандал, вывешивая двусмысленную «дразнилку». Полагаю, этические оценки – вообще не задача ФАС. Если нашему УФАС не дают спокойно двигать рекламные «пошлости», я бы предложил создать при самих себе общественный совет по рекламе. И выносить на его обсуждение скользкие и спорные вопросы, где сложно опираться на формальную букву закона. Это ведь не только эротики касается. Есть этические проблемы с рекламой табака и алкоголя. С использованием в рекламе образов докторов и детей. С прегрешениями против норм русского языка и засильем иноязычных вывесок. С графической имитацией известных упаковок малоизвестными производителями. Общественный совет давал бы этические оценки и выносил рекомендации. Не обязательно делать затем эти рекомендации основой для репрессий. Обнародованное осуждение (или, может, иногда одобрение) – это уже влияние на качество рекламы и соответствие её общественным нормам.

ЦЕНА НЕДОБРОСОВЕСТНОСТИ

Согласно требованиям закона, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, может повлечь наложение административного штрафа на физических лиц – от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей, на должностных лиц – от четырёх тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Как видим, «Закон о рекламе» допускает возможность привлечения к ответственности каждого участника рекламного процесса. На наш вопрос о том, кто должен нести большую ответственность за несостоятельную рекламу – рекламодатель, рекламопроизводитель или рекламораспространитель, **Сергей Чернышёв**, старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы Кемеровского института РГТЭУ, дал ответ в пользу ответственности «солидарной»: «Свою меру ответственности должен нести каждый. А в первую очередь – рекламодатель. Поскольку именно он утверждает и «даёт жизнь» тому или иному рекламному продукту. Вторые и третьи должны нести ответственность за непрофессионализм в части знания законодательства, а также за то, что не предупредили, не проконсультировали, не убедили клиента-рекламодателя относительно нарушения Закона о рекламе».

Все проверки субъектов предпринимательства, являющихся рекламодателями, производятся в соответствии со статьей 35.1 ФЗ «О рекламе», а также в соответствии с утвержденным Кемеровским УФАС России, согласованным с прокуратурой Кемеровской области планом проведения проверок на год. В то же время подать заявление о нарушении законодательства о рекламе может каждый – и рядовой потребитель (физическое лицо), и юридическое лицо.

По словам Елены Клостер, регулирование рекламного рынка Кузбасса будет совершенствоваться. В ближайшей перспективе Кемеровское УФАС России планирует способствовать как минимум трём направлениям по упорядочению областного рекламного рынка. Ими станут развитие конкуренции на рынках услуг по распространению рекламы, развитию торгов для доступа к ограниченным ресурсам по распространению рекламы (наружной рекламы, телевидения), а также деятельность по снижению количества нарушений рекламного законодательства и формированию положительного имиджа рекламы в обществе. Кроме того, – словно бы по совету Александра Сорокина – недавно было принято решение о создании при Общественно- консультативном совете Кемеровского УФАС отдельной рабочей группы по обеспечению исполнения законодательства о рекламе. Одной из её задач станет экспертиза и оценка содержания спорной рекламы.

Сергей Волков

В 2011 году в УФАС по Кемеровской области было рассмотрено 94 заявления о нарушениях рекламного законодательства. В результате – возбуждено 124 дела по признакам нарушения Закона о рекламе и 153 дела об административных правонарушениях, выдано 101 постановление о наложении штрафов на общую сумму 1500 тыс. рублей.

За 6 месяцев 2012 года Кемеровским УФАС России было рассмотрено 22 дела, возбужденных в отношении хозяйствующих субъектов Кемерова, 18 – Новокузнецка, 7 – Анжеро-Судженска, других территорий. Выдано 30 постановлений о штрафах на сумму 804 тыс. рублей.

Учебный центр ПРОФИ приглашает Вас и специалистов Вашей компании принять участие в Авторском семинаре Сергея Спивака, г. Москва
Дата проведения: 2-3 ноября 2012 г.
по окончании тренинга выдается сертификат

АГЕНТСТВО Профи

«ИНТЕРНЕТ - РЕКЛАМА»

- *76% россиян в возрасте 25–44 лет уже пользуются Интернетом.*
- *По охвату интернет обогнал журналы и скоро обгонит газеты.*
- *20% пользователей совершают покупки в Интернете.*
- *Оборот интернет-торговли — 150 млрд.*
- *Интернет-пользователи смотрят телевизор на 2 часа меньше других людей*

А правильно ли вы тратите деньги на рекламу?

Пройдя семинар «Интернет-реклама» Вы получите ответы на следующие важные вопросы:
- Как правильно выбирать сайты, места и форматы
- Как не промахнуться мимо целевой аудитории — методы таргетирования
- Как работать на форумах и в блогах
- Как избежать типичных ошибок при проведении рекламных кампаний в Интернете
- Какие настройки повышают эффективность
- Что такое PR в Интернете
- Как делается креатив для баннера
- Что должно быть на баннере. Как повысить кликабельность баннера
- Какие нестандартные приемы рекламы существуют

Заявки на участие принимаются по телефону/факсу (3842) 57-44-96, 49-62-70, rezume@profy-kem.ru, www.profy-kem.ru

Сергей Спивак.
Бизнес-тренер.
В Интернете с 1995 года.
Более 6 лет проводит самые популярные семинары по интернет-рекламе, эффективности сайта, презентациям.

Региональная Кадровая Конференция
Кемерово 2012

14 ноября 2012г.
г. Кемерово

Четвёртая Региональная практическая кадровая конференция

«КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КУЗБАССА. HR-БРЕНД»

Основные вопросы конференции
Факторы привлекательности HR-бренда
Факторы вовлеченности специалистов
Факторы удержания специалистов

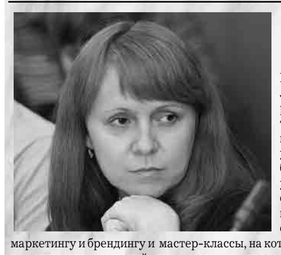
В программе конференции
3 тематические секции, доклады специалистов ведущих Кузбасских компаний, 3 мастер-класса, открытые диалоги со спикерами, встречи со СМИ, мероприятия «без галстука»

В программе Конференции доклады и мастер-классы HR специалистов ведущих Кузбасских компаний. Программы докладов и мастер-классов строятся по принципу «Профессионалы для Профессионалов» - выступают только практики (руководители, специалисты кадровых служб предприятий Кузбасса и приглашенные эксперты из других регионов). В рамках конференции выступят представители компаний: Страховая Компания «Росгосстрах», ООО «СУЭК», Студия «Квадрата», ОАО «СО ЕЭС» ОДУ Сибири, КГ «Здесь и сейчас», ОАО «ХК Сибирский цемент», ОАО «ЕВРАЗ ЗСМК», Компания «HeadHunter», Школа «Человек Слова»

Генеральный спонсор: РОСГОССТРАХ 1921
Организатор: Профи
HR-партнёр: hh.ru HeadHunter
Место проведения: КОНТИНЕНТ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС
Информационные партнёры: Авант Партнер, Российская газета, Деловой Кузбасс, РБК, мой город, Кузбасс, mask, Кузнецкий мост, 4geo.ru

Регистрация по телефонам: (3842) 49-62-70, 57-44-96, на сайте www.profy-kem.ru или по e-mail: mns@profy-kem.ru

МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ



Елена Скворцова, директор Центра иностранных языков «Лингва-терра»:

– Для участия в конференции HiBrand Сибири 2012 меня привлекла актуальная тема «Эффективные решения в бизнесе и маркетинге», так как у любого владельца бизнеса постоянно присутствует желание улучшить свою продукцию, доработать маркетинговые стратегии и узнать о новых брендинговых инструментах. Формат HiBrand – это прекрасный микс, сочетающий выступления лучших специалистов по маркетингу и брендингу и мастер-классы, на которых обсуждаются реальные кейсы как мировых компаний, так и местных, представители которых присутствуют на конференции. В рамках конференции обсуждались темы управления изменениями брендов и продуктов, разработки потребительских инсайтов, создания современных трендов в каналах коммуникации, а также использования современных веб-сервисов в принятии решений. Тема докладов каждого спикера была преамбулой к его же мастер-классу, и было действительно сложно выбирать между мастер-классами, так как они проходили на второй день в одно и то же время, так как хотелось поучаствовать во всех. Мне посчастливилось попасть на мастер-класс Бауржана Исаева, который работал бренд-менеджером в компании P&G. Потренировавшись на решении кейса об одном известном банке, нас разделили на 2 команды, и мы должны были разработать инсайт для любой компании присутствовавших представителей. Мне очень повезло, что для решения кейса была выбрана именно моя компания Центр иностранных языков «Лингва-терра». Используя уже изученную на конференции технику управления мозговым штурмом, а также владея рецептами приготовления потребительских инсайтов, мы совместно разработали рецепты сильного инсайта для продвижения бренда «Лингва-терра», которые я планирую внедрить в своей компании в ближайшем будущем.

Ольга Сигида, директор кемеровского филиала WiTe:

– HiBrand, на мой взгляд, особенно полезна не только маркетологам, но и руководителям, собственникам бизнеса, а так же сотрудникам отдела продаж, т.е. для слушателей разного уровня знаний в маркетинге. Маркетинговая грамотность сотрудников компаний, которые стремятся к лидерству на рынке, должна находиться на высоком уровне и этому способствуют подобные мероприятия. Для меня особенно значимой на конференции стала практическая часть второго дня. Жаль, что не удалось посетить все мастер-классы.. Но присутствие на конференции двух сотрудников от компании снимают эту проблему. Я получила синтез отличных идей, знаний, методов и возможностей отточить их здесь же на практике с пошаговым и детальным разбором ошибок. У меня была возможность с удовольствием работать на мастер-классах с потрясающей командой коллег профессионалов с различных рынков, различных кемеровских компаний. Они с невероятной щедростью делились временем, идеями и ресурсами. Ребята, проводившие конференцию, проявляли великолепное знание темы, всегда давали четкие ответы на вопросы, не было ничего лишнего для меня, был выдан большой объём актуального материала в короткие сроки. Благодарна, HiBrand за продуктивный день!

Анна Водоватова, начальник отдела маркетинга Good Line:

– Конференция была полезна с двух точек зрения: новые практические, что особенно важно, знания и нетворкинг. Концентрация интересных людей на квадратный метр зашкаливала. В такой творческой обстановке и компании есть шанс взглянуть под другим углом на ситуацию и рынок, сгенерировать идеи, уловить тренды. Сегодня разбирала блокнот с записями – куча работы впереди. Поеду ли ещё? Да, обязательно.

Спикеры на панельной дискуссии (слева направо): Бауржан Исаев, Ярослав Трофимов, Татьяна Закжевская, Роман Овчинников, Игорь Качалов

И, надо отметить, обсуждения эти проходили порой очень бурно. Чему немало способствовали спикеры, ставившие в своих докладах достаточно острые и противоречивые вопросы и выносившие на суд публики неоднозначные суждения.

Так **Андрей Пуртов**, основатель и генеральный директор брендинговой компании ArtGraphics.ru, управляющий партнёр агентства по развитию бизнеса «План и дело», продюсер HiBrand, в выступлении высказал свою точку зрения о том, что происходит сейчас в отрасли: «Как правило, большинство маркетинговых теорий представляют собой сегодня наукообразный бред или сильно устарели». А, говоря о неудачах вывода на рынок новых продуктов, заметил: «Для того чтобы зарабатывать деньги, компании нужно создавать и продавать продукты – вот и весь маркетинг. Проблема в том, что компаниями руководят управленцы, а не предприниматели». И маркетинг традиционно связан с «продвижением» (реклама, PR, брендинг, стимулирование сбыта и т.д.). Когда ничего уже нельзя сделать, в частности повлиять на характеристики продукта, тогда и приходит маркетолог, который «должен продавать». Именно «неучастие» маркетологов, маркетингового подхода к разработке и созданию продукта – одна из основных причин таких неудач. Особенно для компаний малого бизнеса: «Чем меньше у компании денег, тем она должна быть, быстрее, умнее и хитрее». И именно маркетинговый подход позволяет «постоянно думать о количестве критериев значимых для покупки и ориентироваться не на технические, а на потребительские качества». Вопрос: «А то ли мы продаём?», который поставил Андрей Пуртов стал буквально стержнем конференции, позволившим по-новому взглянуть на обыденные вещи.

В этом разрезе можно было рассматривать и потрясающий кейс, который представил **Бауржан Исаев**, бывший бренд-менеджер P&G Kazakhstan, по увеличению продаж памперсов на 20% (в то время, как рынок рос на 6%) в Казахстане. Взяв отправной точкой своего выступления слова **Стива Джобса**: «Во многих случаях, люди не знают, чего именно хотят, до тех пор, пока вы не покажите им это...», Бауржан рассказал «рецепт приготовления сильного инсайта». Что такое инсайт? По его словам, это «не столь очевидное наблюдение, исходящее из поведения целевого потребителя, которое вызывает эмоциональную реакцию в духе «вы действительно понимаете меня». Докопаться до глубинных мотивов поведения ваших клиентов – вот высший пилотаж, позволяющий достичь успеха. При этом, по словам Бауржана: «Простые инсайты можно находить, обычные инсайты можно выявлять, сильные инсайты только создаются. В ходе большой кропотливой работы и глубокого понимания бизнеса и потребителя». Что мы потом на мастер-классе совместно и попытались сделать.

Но настоящий «взрыв мозга» – это, безусловно, **Ярослав Трофимов**, директор inspire metamarketing, с докладом, тема которого вроде бы не предвещала ничего захватывающего – «Пространство знаний, брендов и продуктов». Сегодня любая попытка потребителя совершить рациональное действие или рационализировать эмоциональный поступок упирается в нехватку знаний – того, что обладает проверенной информацией (ответами на вопросы), позволяющей решать поставленную задачу. Информации много, а знаний – того, что реально помогает людям рационально организовывать свою деятельность или находить объяснения поступкам не хватает.

30 лет назад бренды и продукты ориентировались на массовое сознание. Всё было хорошо и просто. В эпоху информационного дефицита управление информационными потоками позволяло манипулировать поведением людей. Сегодня информационного дефицита нет. Но информация живет «симуляцией знаний». И здесь не важно, истинна она или нет, важна лишь скорость её появления и непрерывность трансляции. Причём негативная информация распространяется быстрее и проще. При этом, по утверждению Ярослава, вакуум в пространстве знаний заполняется потребительским опытом. А так как барьеры потребления возникают тогда, когда у потребителя недостаточно знаний и принять решение сложно, то «играя на знаниевом поле» именно сейчас, можно опередить конкурентов. Что он попытался продемонстрировать на мастер-классе «Как победить конкурентов, манипулируя пространством знаний». Достаточно простые техники позволяют обнаружить коммуникационные разрывы, которые и нужно вам заполнять, чтобы «достучаться» до потребителя.

Ещё одно утверждение Ярослава, идущее несколько в разрез с тем, что «всем давно известно»: «брендированная информация никак не связана с потребительским поведением», но как ни странно нашедшее подтверждение в выступлении **Романа Овчинникова**, основателя и президента Individ,

www.kemka.ru E-mail: personal@kemka.ru

КЕМЕРОВСКОЕ КАДРОВОЕ АГЕНТСТВО

Кемерово ул Ноградская 3 оф 54 тел (3842) 34-94-24 36-16-56 факс 36-42-21 сот 8-923-490-04-44

Обеспечим динамичное процветание Вашей компании путем подбора лучших специалистов!

ВАШ ВЫБОР – НАШИ КАДРЫ!

Реклама

НОВЫЕ РЕШЕНИЯ В БИЗНЕСЕ И МАРКЕТИНГЕ

В начале октября два дня подряд несколько десятков представителей бизнеса из Новосибирска, Кемерова, Томска, Барнаула – предпринимателей, управленцев и маркетологов – обсуждали «Эффективные решения в бизнесе и маркетинге» на конференции «HiBrand. Сибирь 2012»

«Использовании современных веб-сервисов в принятии решений». Роман, как человек, руководивший за свою профессиональную жизнь реализацией более 1000 интернет-проектов для 320 компаний, заявил, что с его точки зрения, «промо сайты брендов не работают». Сегодня, когда выбор максимален, когда мнения могут формироваться на неподконтрольных вам сайтах, когда есть удобные инструменты агрегации, когда, по большому счёту, всё можно купить за копейки и не важен производитель, работает только то, что даёт возможность потребителям сделать осознанный быстрый выбор и совершить покупку максимально удобно. Поэтому совет Романа – режьте всю информацию, которая к этому не относится. Делайте и давайте только максимально удобные для посетителей вашего сайта инструменты. Всё остальное – только мифы и ваши амбиции.

Кстати, тот подход к решению бизнес-задач, который продемонстрировали и Бауржан Исаев, и Ярослав Трофимов, и Роман Овчинников, вызвал у аудитории законный вопрос, что всё это играет на руку и конкурентам, ведь компания тратит свои ресурсы на рост всего рынка – «Как быть с этим?». На что эксперты невозмутимо ответили, что всегда при росте рынка, неизбежно теряется доля. А Ярослав Трофимов добавил: «Если соизмерить количество ресурсов, затрачиваемых на передел и на увеличение рынка, то чаще выходит увеличить дешевле, чем переделить».

В общем, эта конференция, наверняка заставила многих присутствующих взглянуть на собственные бизнес-задачи по-новому. И, возможно, подтолкнула к некоторым нетривиальным решениям, чего сегодня так не хватает многим компаниям. Ведь, как заметил Андрей Пуртов: «Когда становится очевидным, что этим нужно заниматься, часто уже бывает поздно».

Галина Красильникова

МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ

Мария Решто, генеральный директор Маркетингового центра «АС-маркетинг»:

– Делиться впечатлениями о прошедшей 8 и 9 октября в Новосибирске международной конференции HiBrand Сибирь 2012 нам приятнее, чем её участникам. Мы с удовольствием откликнулись на предложение продюсера конференции Андрея Пуртова стать её соорганизаторами и собрать делегацию самых активных кемеровских «любителей» маркетинга и брендинга. И организаторы, и спикеры HiBrand Сибирь полностью оправдали ожидания кемеровского бизнес-десанта!

Очевидным плюсом конференции для кемеровчан стала возможность принять участие в мероприятии федерального уровня здесь, в Сибири. Не нужно лететь в Москву, тратить дополнительное время и деньги. Также особо необходимо отметить формат конференции. Именно двухдневный формат позволяет достичь максимальной концентрации информации, превращенной в знание и умение. В первый день спикеры дают теорию и максимально загружают участников вопросами, которые находят свое решение в рамках практических мастер-классов, проводимых во второй день на параллельных площадках.

Миссия Маркетингового центра «АС-маркетинг» – разрабатывать и внедрять стандарты отрасли, способствуя росту и развитию бизнеса Сибирского региона. Именно поэтому мы всегда будем проводить и поддерживать проведение передовых обучающих мероприятий.

ЗАГАДКА ХЕМИНГУЭЯ

Читателей автобиографического романа «Праздник, который всегда с тобой» Эрнеста Хемингуэя не оставит равнодушной книга «Парижская жена» («The Paris wife»), написанная американской писательницей Полой Маклейн от лица его первой жены Хэдли Ричардсон.

У одного из самых знаменитых писателей второй четверти XX века было четыре брака (любовниц трудно посчитать, хотя некоторые биографы пытаются этим заняться). Хэдли была первым человеком, с которым у писателя, обладавшего очень непростым характером, состоялась не только физическая, но и глубокая духовная близость. Хэдли почти на девять лет старше своего мужа, которому при женитьбе шёл 22-й год, она стала матерью его первого сына Джона Хэдли Никанора. Их совместные годы – самое важное для писателя время профессионального становления. Хемингуэй до смерти хранил её письма, позвонил при написании «Праздника...», в котором Хэдли была выведена, наряду с Парижем, главной героиней.

Четвёртая жена Мэри обошлась без душевных писательских мук по поводу угасания первого брака – не допустила эти частички написанного к печатному станку, в изданной посмертной автобиографической книге Хемингуэя. Эти размышления восстановили сын писателя и внук в новом варианте «Праздника, который всегда с тобой», вышедшего совсем недавно и по-новому переведенного у нас.

Маклейн с истинно женской чувствительностью рассказывает от имени своей героини, каким знала и наблюдала Хемингуэя его первая любимая женщина. С головой у Хэдли было, конечно, очень непросто с детства. И объяснимо отчего: отец застрелился в своей комнате, когда вся семья находилась в доме. А до того, как разнес свой череп пулей, попивал по-тихому – прятал выпивку в комнате, носил фляжку со спиртным с собой: чистый беспримесный алкоголизм, хотя и не буйный. Сверх этого страдал игроманией в тяжелой форме, просадив кучу своих денег и казённых финансов. Старшая сестра Хэдли сильно пострадала на пожаре – умерла в больнице. Да и будущая жена писателя, маленькой девочкой выпав из окна, чуть не стала инвалидом, родная мать на ней уже и «крест» поставила. Ранняя смерть матушки для неокрепшей юной душевной сферы тоже не добавляла оптимизма.

В 29 лет знакомство с Эрнестом. «Сгорая от соблазнов юности», – сказано в «Парижской жене» Ничего себе юность в её возрасте, когда «человек старше тридцати считался стариком». Однако, любовь, как известно, зла... Уже с декабря 1921 года они живут совместной жизнью в Париже. «Излечиться от Парижа нельзя», – сказано в самом начале романа. «Город был грязный и великолепный одновременно, в нем кишели крысы, цвели каштаны и лились стихи». «...От счастья вдвоем кружилась голова». В таких романтических выражениях определяется с самого начала парижская жизнь.

Писательница, выступая в образе супруги, иногда скатывается до слащавости женского романа: понимаю, насколько для любительниц подобного чтива – благоухание на сердце. Однако меня, прежде всего, держали страницы встреч с парижской публикой – тусовки по-нынешнему, оценки семейных друзей и подруг, и, конечно, описания любимого супруга. Как известно, Хемингуэй был жестоким человеком, особенно с теми, кто его любил. Кроме всего прочего, сказывалась не очень хорошая наследственность писателя, Маклейн этих фактов не упоминает, но отец писателя, как и отец его жены, тоже покончил с собой в 1928 году, когда Эрнесту исполнилось 29. Стрелялся из старинного пистолета времен Гражданской войны. Из пистолета убил себя брат Лестер, сестра Урсула отравилась медикаментами, да и мать была домашним деспотом. Не случайно сын порвал все отношения с родственниками в начале 1930-х. Вот какой факт приводится от имени Хэдли в нашей книге: писатель издал первую тоненькую книжечку и отправил домой в Америку десяток экземпляров. Восемь – вернулось обратно с припиской, которая оскорбительна по содержанию. Можете представить родственников, сделавших кислую мину при получении первой книги, которая для любого пишущего – особенная.

Маклейн аккуратно подсвечивает образ первой жены, но вносит и отдельные штришки, резко его снижающие. То, что Хэдли нигде не работала – это, видимо, было в порядке вещей, даже у ищеиствующей богемы. Но ведь и готовить не умела, а точнее, не хотела, была приходящая кухарка, которой платили, примерно столько, сколько за съемное жилье.

А ещё у писателя была записная книжка, в которую он вносил денежные поступления и расходы. Был блокнот для учета корреспонденции. Ещё один для творческих идей и сведений. И совсем убивает то, что муж вёл книжку с датами месячных у жены, следил, чтобы не случилась незапланированная беременность. Чем же занималась любимая Хэдли? Наигрывала на пианино.

В романе писательская жена говорит кандидатке в любовницы писателя, которая чуть позже стала полноправной любовницей: «Эрнест не выносит, когда другие мужчины делают что-то лучше, чем он». В этом, как понимается, стремление к лидерству, мачизм писателя.

А потом, как часто бывает, начался ад: жизнь втроем – две женщины на одного мужчину и даже под одним одеялом. Как выдержала и не съехала с катушек Хэдли от подобной шведской семьи – нравы-то ещё не «чехали» вниз в первой трети века, это началось массово с 60-х, уже после смерти писателя.

Впрочем, примерно в это же время Хемингуэй заносит в книжку возможные способы самоубийства. В состоянии счастья думает о смерти?..

Агонизирующий брак описан ярко, в красках и с сексуальными подробностями. Жена пыталась вывернуть себя наизнанку, при этом сохранить цельность – обреченное дело.

...Ранним июльским утром 1961 года писатель, стоя в полосе света, оперся на зрачки стола и нажал сразу два спусковых крючка. Хэдли умерла в 1979 году, пережив мужа почти на двадцать лет. Простила ли она своего Эрнеста – ответ унесен в могилу. Но были же замечательные и счастливые дни и годы в их жизни, романтические, когда нельзя было соскучиться, когда любовь затапливала, словно океан, годы самоотверженности и конечного предательства, о которых мы узнаем в занимательно написанной книге «Парижская жена».

Впрочем, встречаются на страницах и смысловые неточности. Вот только одна из таковых: Маклейн описывает как во время корриды «...первый всадник вонзил остро заточенную бандерилью в холку быка...» Знатоком смертельного состязания человека с быком не являюсь, хотя воочию наблюдал корридные схватки в Мадриде, и знаю, что всадники-пикадоры, сражаются с яростью животного, держа в руке длинную пику. А бандерильи с цветными лентами – коротенькие пики – в холку обреченного быка вонзают специальные участники действа, называемые бандерильеро. Хемингуэй все эти тонкости, конечно, знал доподлинно, Маклейн, как женщина и американка, ошибается.

...А «хемингуэевская загадка» и после этого романа все равно остается.

Валерий Плющев

Главный редактор Галина Красильникова.
Зам. гл. ред. Игорь Лавренков.
Газета «Областной экономический еженедельник «Авант-ПАРТНЕР» учреждена ООО «Издательский Дом «Деловой Кузбасс».
Издатель – ООО «Издательский Дом «Деловой Кузбасс». Зарегистрирована Сибирским окружным межрегиональным территориальным управлением.
Свидетельство о регистрации № ПИ 12-1924 от 25.06.2003 г.

АДРЕС РЕДАКЦИИ, УЧРЕДИТЕЛЯ И ИЗДАТЕЛЯ: 650991, г. Кемерово, ул. Красноармейская, 136. Телефон/факс (384-2) 585-616. Адрес электонной почты главного редактора editor@avant-partner.ru; электроная версия издания в сети Интернет www.avant-partner.ru;
Мнение редакции не всегда совпадает с мнением авторов. При перепечатке журналистских материалов прямая ссылка на «Авант-ПАРТНЕР» обязательна. Использование оригинал-макетов и элементов дизайна газеты без ведома редакции запрещено. Материалы в рубриках ЛИДЕР, СОБЫТИЯ, НОВОСТИ КОМПАНИЙ, ПРЕСС-РЕЛИЗ выходят на правах рекламы. Время подписания номера в печать по графику в 09.00. Сдан в печать в 09.00. Объем 4 п.л. Печать офсетная. Тираж 4500 экз. Распространение: подписка, VIP-рассылка – бесплатно. В розницу – цена договорная. Газета набрана и сверстана на компьютерном комплексе Издательского Дома «Деловой Кузбасс». Газета отпечатана в ООО «Азия-принт», 650004, г. Кемерово, ул. Сибирская, 35а.

«Бочке» 15 лет: здесь все свои

В каждом городе есть десятки ресторанов. Но можно ли среди них найти место, где все будет напоминать о детстве: каникулы в деревне, бабушкина еда, простые блюда и домашняя обстановка? Именно об этом размышлял и этим руководствовался ***Александр Лобанов****, создавая свой ресторан «Провинция» (в народе его называют «Бочка»). Он считает, что именно вкус детства остается с нами навсегда!*

– Александр, с чего все начиналось?

– В Кемерове не было достойного места, чтобы собраться с близкими, – и не только покушать, но и просто для общения. Рестораны советского типа отличались плохой кухней, неопрятными официантами. Мои друзья и коллеги все время находились в поисках места для приятного времяпровождения. В итоге я решил сделать клуб только для своих. Это было здание потребсоюза – мне предложили его взять, если я сумею сделать полную реконструкцию. Была проделана огромная работа, и желание открыть маленький бар плавно превратилось в желание сделать закрытый клуб.

– Как Вы подбирали персонал?

– Коллектив работает со дня основания. Шеф-повар, администратор – все знают предпочтения клиентов, могут даже покормить без денег. Потому что доверяют. Официанты у нас – только парни, и при этом без опыта работы в советских ресторанах. По-моему, проще и лучше взять и обучить «нулевого» человека. Теперь официанты имеют многолетний опыт рабты в нашем ресторане.

– Меню тоже сами составляли?

– И составлял, и пробовал сам. Друзья подарили кулинарную книгу Елены Молоховец, выпущенную в 1917 году, и мы брали рецепты оттуда. Это была настольная книга для наших поваров. Мы собирали коллектив, который готовит качественно, по рецептуре. Создать легко, а вот поддерживать на протяжении 15 лет – это сложнее, как и в любом деле! Однако клиенты постоянные, и в этом плюс. Если разойдутся все члены клуба, то смысла не будет: сами приготовили – сами и поели (смеется).

Артем Сычев, директор филиала «Росгосстрах» в г. Кемерово:

«За что я люблю ресторан «Бочка»? За возможность скрыться от городской суеты в будний день, за вкусную и простую еду, за ощущение покоя и уюта. Здесь всегда встречают как дорогого долгожданного гостя. Приятная домашняя обстановка располагает к душевным разговорам, а блюда традиционной русской кухни навевают воспоминания о детстве. Ну а самое любимое блюдо – это почки кролика под сметанным соусом с лисичками».

– Откуда взялось название «Провинция»?

– Идея была такая: все продукты у нас должны быть собственного производства, вроде как из провинции. А когда уже поставили бочку на входе, люди стали называть ресторан «Бочка» – и прижилось.

Ресторанчик был на двадцать человек, вход – только для своих. Спустя время мы разработали устав, по которому желающий мог вступить в клуб, заплатив членский взнос, но для этого обязательно были нужны рекомендации двух членов клуба. Кстати, многие живут уже в других городах, но когда бывают в Кемерове, обязательно приходят к нам.

– Сейчас-то Ваш ресторан не такой закрытый...

– Сейчас у нас уже более демократичные требования к членам. Так что могут приходить и другие люди по карте гостя.

Изначально не было цели заработать денег, и потому я не удивился, что первая пятилетка стала убыточной. Но я понимал, что рано или поздно мы выйдем «на ноль». А сейчас, конечно, есть прибыль.

– Есть ли какие-то традиции в Вашем ресторане?

– Самая главная традиция – это клубность. И конечно, русские блюда, а так же доверительное отношение к клиентам. Персонал знает членов клуба в лицо и по имени. Заметьте: в гардеробе нет гардеробщика, номерков тоже нет, то есть каждый посетитель – словно гость в нашем доме. Друзьям, которые приходят в гости, не дают ведь номерки на одежду?..

Кроме того, я считаю, что музыкант Артем Туркичев – это тоже наша «традиция». Он великолепно играет на рояле! Его присутствие в компании – обязательная часть.

Лариса Суханова, член клуба «Ротари»:

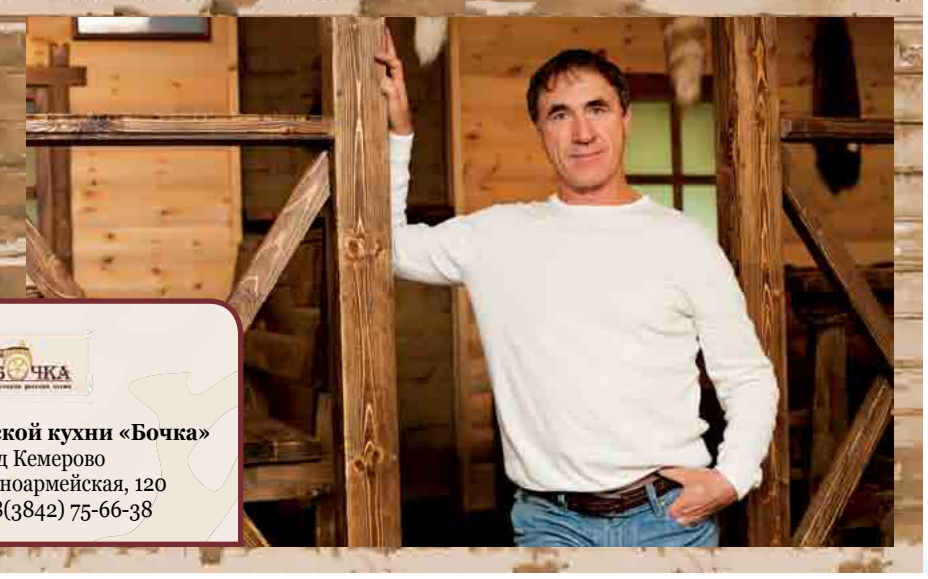
Я хочу сказать, что ресторан «Бочка» может сразу и многое поведать о хозяине, Александре Лобанове. Александру удалось создать ресторан, который имеет душу, который обволакивает, дарит ощущение тепла, дома, уюта и защищенности. Мне нравится, что это закрытый ресторан, где нет случайных людей, здесь все знают друг друга, это как вторая семья. Каждое блюдо приготовлено по традиционным русским рецептам. Маленькие пирожки с таежной клюквой, картошка по-крестьянски, запеченная в мундире с салом, переносят меня в беззаботное детство. Я бы пожелала поддерживать очаг той печи, которая горит в сердце этого хлебосольного дома еще долгие-долгие годы»

– За 15 лет произошли ли изменения в клубе?

– Как и в любом деле, все идет, все меняется. Мы ввели в меню новые позиции. Вся продукция – собственного производства: куры, кролики, гуси, утки. На базе ресторана создали охотничий клуб «Правильная охота», в его составе сейчас 21 человек. Это люди, которые охотятся правильно, то есть без варварства, и во время охоты мы обязательно общаемся. Кроме того, есть клуб «ветеранов комсомола» - предпринимателей: собираемся, общаемся, обсуждаем разные добрые дела: помощь детдому и прочее. Хотелось бы отметить и клуб «Ротари», которому уже 11 лет. Я был первым президентом этого клуба. Клуб работает, много полезных дел сделали как для детдомов, больниц, школ, так и просто для людей, которые в этом нуждаются. Коммерческой выгоды у членов клуба нет, это просто помощь и безвозмездная отдача.

– С чем у Вас ассоциируется Ваш ресторан?

– Сам я родом из маленького села Культурное Яйского района, которого уже даже нет на карте, поэтому многое в ресторане – это воспоминания из детства. Например, печь – точная копия той, на которой я спал в детстве, и так же внизу были куры. Колодец – это тоже яркое воспоминание. За день мне нужно было привозить две бочки воды из колодца. Даже доски для интерьера сюда привез из деревни, в которой я вырос! Вот так рождался ресторан, и теперь все это поддерживается, как воплощение дома детства. Здесь чужих нет, здесь – все свои.



Ресторан русской кухни «Бочка»
город Кемерово
улица Красноармейская, 120
телефон 8(3842) 75-66-38

2904242017551