



**3 ЧТО ПРИНЕСЛО ИЗМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ ОМС**



**4 КТО УПАКУЕТ ТОВАР**



**8 КАК ГАДЖЕТЫ ИЗМЕНИЛИ РЫНОК**

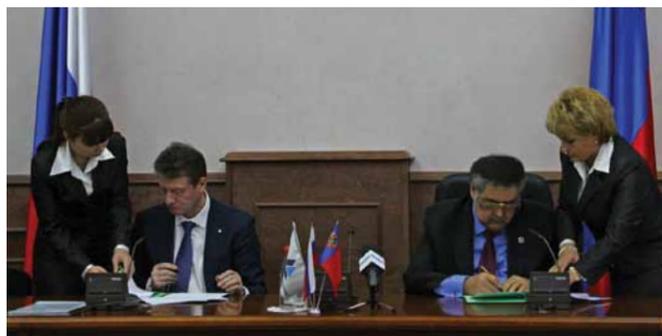
АКТУАЛЬНО

## МЕТАЛЛУРГИ ОХЛАДЕЛИ К «КУЗБАССРАЗРУЗГЛЮ»

О признаках кризиса в российской металлургии и в угольной отрасли сообщил журналистам на прошлой неделе глава ООО «УГМК-Холдинг» (ему переданы функции единоличного исполнительного органа ОАО УК «Кузбассразрезуголь») Андрей Козицын в Кемерове. По его словам, российские металлурги уронили цены на коксующийся уголь и снижают объёмы потребления этого сырья. Отгрузка самого «Кузбассразрезугля» идёт только на склад. Как выяснил «Авант-ПАРТНЕР», другие компании, добывающие коксующийся уголь, подобные проблемы коснулись в меньшей степени.

О проблемах с вывозом коксующегося угля, добываемого предприятиями «Кузбассразреугля» речь зашла в минувший четверг, когда Андрей Козицын и губернатор Аман Тулеев подписывали соглашение о социально-экономическом сотрудничестве между угольной компанией и обл администрации на 2012 год. Сначала губернатор коснулся дежурных практически вопросов, связанных с перевозкой топлива. В последнее время, по его словам, речь в Кузбассе идёт не просто о дефиците вагонов, но и о безопасности перевозок. Кузбасским угольщикам предоставляют некачественный подвижной состав, сделанный на Украине. И потребители вынуждены менять тележку полугагона, чтобы не создавать опасных ситуаций на железной дороге. Сразу в нескольких угольных компаний «Авант-ПАРТНЕР» подтвердили наличие такой проблемы, а также пояснили, что в начале февраля был допущен сбой в поставках вагонов, который не выровнялся в течение всего месяца. Как сообщалось, в Кузбассе за 19 дней февраля от заявленных грузоотправителями объёмов угля к погрузке недогруз

составил 17 329 вагонов, или 1,19 млн тонн. По данным службы корпоративных коммуникаций Западно-Сибирской железной дороги – филиала ОАО «РЖД», основные причины допущенно-



О проблемах с вывозом коксующегося угля, добываемого предприятиями «Кузбассразреугля» речь зашла, когда Андрей Козицын и губернатор Аман Тулеев подписывали соглашение о социально-экономическом сотрудничестве

го отставания – конвенционные запрещения, «отказные» грузоотправителей, несоответствие качества угля заключённым контрактам, неподготовленность предприятий к работе при низких температурах. Помимо этого, на объёмы вывоза продукции влияет и технология поступления собственных полувагонов: некото-

рые операторы в одностороннем порядке нарушают достигнутые ранее соглашения, адресуя порожние полувагоны на станции, не предусмотренные технологией. Хотя «критичной», как это было в прошлом году, ситуацию назвать нельзя, отметил один из собеседников издания.

Близкой же к критичным Андрей Козицын назвал другие обстоятельства: «Ситуация касается только коксующегося угля. Видимо в связи с тем, что происходит в Европе, у наших металлургов проблемы с реализацией. И они тихо, без СМИ, писем в

чекки нет»: Мы добычу не оставили, но работаем на склад. Контракты подписаны годовые. Они говорят, что выберут объём, но что нам делать сегодня?!». Губернатор в свою очередь уже обеспокоился проблемой, поручив подготовить соответствующую телеграмму вице-премьеру Игорю Сечину.

Опрошенные «Авант-ПАРТНЕРом» представители других угольных компаний подтвердили, что сейчас цены на коксующийся уголь снизились по сравнению с прошлым годом, однако уровень падения, по их оценкам, ниже – 10-20%. Но отмечают, что ожидают дальнейшего снижения. Кроме того, собеседники издания на условиях анонимности подтвердили, что некоторое снижение объёмов, которые запрашивают металлурги, наблюдается. Но, по общему признанию, самые серьёзные проблемы сегодня только у «Кузбассразреугля». И только потому, что компания не имеет экспортных контрактов на поставку коксующегося угля, но главное – владельца-потребителя топлива (в прошлом году предприятия компании «Кузбассразреуголь» при общем объёме добычи топлива в 47 млн тонн, добыли более 5 млн тонн угля коксующихся марок). Отчасти это подтвердил сам Андрей Козицын. «Мы сейчас занимаемся проработкой направления угля на экспорт. Если ситуация не начнет исправляться, то с апреля поедем на экспорт. Скорее всего, на Восток», – заявил он журналистам.

Александра Фомина

## КАКОГО ПОЛА ВАШ АВТОМОБИЛЬ?

Гендерный подход к продажам любого товара – известный маркетинговый приём. Автомобили здесь не исключение. Но, как удалось выяснить «Авант-ПАРТНЕРу», в Кузбассе такой подход выражен слабо. Дилеры не делают упор на это направление, хотя за покупками к ним приходят не только мужчины, но и женщины, которые предъявляют несколько иные требования к автомобилю, чем представители сильного пола.

### «ДОРОГОЙ, Я САМА».

Производители автомобилей широко используют инструменты гендерно-ориентированного маркетинга при разработке моделей, и позиционирования, создавая автомобили условно «женские», «мужские» и «унисекс». Однако на российских дорогах нередко можно увидеть как мужчину сидящего за рулём небольшой «машинки», так и девушку, управляющую брутальным внедорожником.

Директор автосалона Kia Motors Александр Батурин (Новокузнецк) утверждает, что сегодня гендерно-ориентированный маркетинг хоть и представлен в России, но не чётко выражен, так как не каждая женщина может легко позволить себе купить именно

женский автомобиль любого производителя. А в классе доступных авто гендерно-ориентированный маркетинг вообще может быть не приемлем. «Всё-таки, большое значение имеет уровень жизни, – констатирует он. – При этом работа продавца заключается в том, чтобы предложить клиенту именно тот автомобиль, который ищет покупатель. Полагаясь на определённые критерии, клиенту предлагают именно ту машину, которая ему наиболее подходит. Но, как правило, современный покупатель выбирает не за какие-то технические характеристики, а за стиль. Стиль может быть как «мужской», так и «женский».

По словам президента женского автоклуба Марины Кларисс



(Кемерово), на сегодняшний день складывается тенденция, когда женщины начинают приобретать автомобили самостоятельно, даже если у них есть мужья. Но пока ещё силен и традиционный подход к этому вопросу. Например, многие мужчины оставляют за собой право выбора автомобиля для своей дамы. «Зачастую мужчины приходят в автосалон без спутницы, но с её документами, – говорит руководитель отдела продаж автосалона «Mitsubishi» компании «Трансхимресурс» Артём Кузь-

мин (Кемерово). – В таких случаях машина приобретается в подарок. Её обвязывают ленточкой и отправляют на эвакуаторе к месту назначения».

Часто выбирать автомобиль приходят парами. В этом случае либо мужчина помогает женщине выбрать машину, либо приобретает автомобиль для всей семьи. Порой дело доходит до курьёзов. Казалось бы, покупку делает муж, но жене выбранный объект не нравится. Звучит фраза: «Я в неё не сяду», и поиски продолжают.

Однако сейчас всё больше женщин, ломая стереотипы о блондинках за рулем, интересуются при покупке автомобиля не только его внешним видом, но и техническими характеристиками. Многие принципиально берут машины не на «автомате», а на «механике». Чаще всего представительницы слабого пола приобретают автомобили с объёмом двигателя от 1,5 до 2 куб. метров. Но всё равно женщины есть женщины. По словам Марины Кларисс в первую очередь машина должна быть надёжной и комфортной. «Женщинам нравится ухаживать за машиной внутри салона, ей машина нужна для души. Мужчины чаще всего покупают автомобили, ориентируясь на свой статус».

### МОДЕЛЬНЫЙ РЯД

Если говорить о предпочтениях слабого пола, то здесь чаще всего фигурируют бренды Peugeot, Chevrolet, Kia, Infiniti, в определённый период была популярна Toyota RAV-4, но сейчас, по утверждению экспертов спрос на неё упал.

Окончание на стр. 12

ДЕЛОВЫЕ НОВОСТИ

**ВИЗЫ В ЕВРОПУ СТАНУТ ДОСТУПНЕЕ**

Уже осенью этого года получение въездных виз в Шенгенскую зону для жителей Кузбасса, как и всего Сибирского округа, станет доступнее. Это пообещал генеральный консул Германии в Новосибирске **Найтхарт Хёфер-Виссинг** на пресс-конференции в Кемерове в прошлый четверг. Сейчас проводится конкурс на организацию такого центра, итоги будут подведены в апреле. В Москве ожидается открытие такого визового центра Германии в августе, в Новосибирске – немного позднее. Так или иначе, по прогнозу генконсула, при организации поездки в Европу на следующий новый год можно будет воспользоваться услугами центра. Найтхарт Хёфер-Виссинг пояснил, что в отличие от государственных дипломатических представительств визовые центры будут коммерческими структурами, у них больше прав, в них необязательно будет приезжать лично, и можно будет пересылать документы. Что очень важно для Сибири с её огромными расстояниями и сложностями передвижения. По оценке генерального консула, в перспективе было бы полезно открыть такие визовые центры в каждом сибирском городе с международными аэропортом.

**СУЭК ОБОГАТИТСЯ ВДВОЕ**

ОАО «СУЭК-Кузбасс», кузбасское подразделение крупнейшей угольной компании России ОАО «СУЭК» в этом году рассчитывает удвоить свои богатейшие мощности в регионе. Как пояснил гендиректор СУЭК **Владимир Рашевский**, будучи в Кемерове 18 февраля после подписания соглашения о сотрудничестве компании с областной администрацией на 2012 год, новая фабрика мощностью 6 млн тонн будет построена в Ленинске-Кузнецком на шахте им. Кирова (действующая на шахте фабрика может перерабатывать 3,1 млн тонн угля в год). А ещё две ныне действующие фабрики на шахтах «Комсомолец» и «Польсаевская» (их суммарная мощность составляет 4 млн тонн угля в год) в ходе реконструкции увеличат совокупную мощность на 1,5 млн тонн. По словам Владимира Рашевского, «всё это в текущем и в последующих годах позволит увеличить объём угля, отправляемого на переработку до 14 млн тонн в год. Прежде всего, это уголь Ленинского рудника. А для шахт и разрезов киселёвского куста предприятий «СУЭК-Кузбасс», запланировано строительство обогатительной фабрики, мощностью не менее 10 млн тонн угля в год. Сейчас идёт предпроектная подготовка строительства предприятия, запуск которого планируется на 2015 г. (сейчас уголь этих предприятий не требует обогащения). Введение новых обогатительных мощностей позволит компании существенно снизить транспортные издержки и увеличить долю экспорта угля, пояснили в «СУЭК-Кузбасс».

**ЛИЦЕНЗИЯ НА ФЕДОТОВСКОЕ ЗОЛОТО ОСТАЛАСЬ У ПЕРВОПРИОБРЕТАТЕЛЯ**

Арбитражный суд Кемеровской области оставил без удовлетворения иск московского ООО «Геопоток» к управлению по недропользованию Кемеровской области (Кузбасснедра) на отказ в переоформлении лицензии на Федотовское золоторудное месторождение золота, в настоящее время принадлежащее московскому ООО «Нафта Металл». Как пояснила **Ирина Пах**, представитель управления в суде, возражения ведомства строились на том, что ещё в мае прошлого года комиссия Федерального агентства по недропользованию рекомендовала Кузбасснедра не переоформлять лицензию. Поэтому Кузбасснедра отказали «Геопоток», ссылаясь на то, что в заявке не было подтверждения полномочий генерального директора ООО «Нафта Металл» **Людмилы Бизяевой** по принятию решения о передаче лицензии, а также передачи имущества, необходимого для осуществления работ на участке, и того, что у претендента на лицензию нет необходимых технических средств для безопасного проведения работ, связанных с использованием недрами, и квалифицированных специалистов. Кроме того, сама заявка была подана по истечении 6 месяцев с даты принятия решения о переоформлении лицензии. Суд согласился с доводами Кузбасснедр. Федотовское золоторудное месторождение расположено в Тисульском районе, лицензия на него с оцениваемыми тогда запасами в 4,7 тонны была приобретена ООО «Нафта Металл», которое называли золотодобывающим активом нефтегазовой компании «Транс Нафта».

**«РЕМСТРОЙОРГ» ЗАНЯЛСЯ КИРПИЧОМ**

На прошлой неделе в Юрге после двухгодичного простоя возобновил производство местный кирпичный завод. Имущество простаивающего предприятия, прошедшее через банкротство, в прошлом году приобрело кемеровское ООО «Строительное управление РСТ» крупного строительного холдинга «Ремстройорг». Как следует из публикации в межотраслевой торговой системе «Фабрикант», торги по продаже имущества предприятия двумя лотами проводились в августе и сентябре прошлого года. В общей сложности ООО «Строительное управление РСТ» заплатило за имущество предприятия менее 8,5 млн рублей. По словам исполнительного директора завода **Дмитрия Гончарова**, менее чем за полгода были восстановлены производственные мощности, электролинии и электрооборудование, налажены поставки сырья. На этот этап работ было направлено более 6 млн рублей. Завод будет выпускать более 1,5 млн шт. кирпичей в месяц наиболее востребованных строителями марок М100, М125. По словам замдиректора по строительству **Антоня Сибиля**, «это очень хорошо поддержит стройку»: «В месяц Кузбасс потребляет порядка 15 млн штук кирпича. Процентом 30% мы вынуждены завозить из Томска и Красноярска – своих мощностей не хватает. Поэтому запуск производства в Юрге заметно снизит дефицит местного кирпича, что, естественно, актуально перед началом активного строительного сезона». Говоря же о дальнейших планах по развитию завода, мощности которого составляют 3 млн штук в месяц, Дмитрий Гончаров заявил, что многое будет зависеть не только от спроса на кирпич, но и от технологического состояния основной печи, которая работает на буром угле. В частности, будет изучаться возможность предприятия на другие виды топлива.



**«СИБИРСКАЯ ГЕНЕРИРУЮЩАЯ КОМПАНИЯ» ПРОДОЛЖАЕТ РЕОРГАНИЗАЦИЮ**

*Акционеры ОАО «Енисейская ТГК (ТГК-13)» и ОАО «Кузбассэнерго» (входят в группу компаний ООО «Сибирская генерирующая компания», СГК) на внеочередных собраниях 1 марта 2012 года рассмотрели и одобрили вопросы реорганизации компаний в форме выделения активов.*

В результате принятых решений, как сообщила служба по связям и коммуникациям СГК, из состава ОАО «Енисейская ТГК (ТГК-13)» выделяется восемь акционерных обществ – ОАО «Красноярская ТЭЦ-1», ОАО «Назаровская ГРЭС», ОАО «Красноярская теплоэнергетическая компания», а также ОАО «Красноярская ТЭЦ-4», ОАО «Красноярская электротепловая», ОАО «Канская ТЭЦ», ОАО «Южно-Енисейские тепловые сети» и ОАО «Дивногорские тепловые сети». Из состава ОАО «Кузбассэнерго» (ТГК-12) выделяется также восемь новых юридических лиц – ОАО «Кемеровская генерация», ОАО «Ново-Кемеровская ТЭЦ», ОАО «Барнаульская генерация», ОАО «Барнаульская ТЭЦ-3», ОАО «Кузнецкая ТЭЦ», ОАО «Кемеровская теплосетевая компания», ОАО «Барнаульская теплосетевая компания» и ОАО «Межрегиональная теплосетевая компания».

Передача имущества новым компаниям будет проведена по разделительному балансу на момент государственной регистрации выделенных обществ. В составе «Кузбассэнерго» остаются две ГРЭС (Беловская и Томь-Усинская). В «Барнаульскую генерацию» войдут Барнаульские ТЭЦ-1 и ТЭЦ-2, в

«Кемеровскую генерацию» – Кемеровская ГРЭС и Кемеровская ТЭЦ. В составе «Енисейской ТГК (ТГК-13)» остаются четыре ТЭЦ: Абаканская ТЭЦ, Красноярская ТЭЦ-3, Красноярская ТЭЦ-2 и Минусинская ТЭЦ. Красноярские тепловые сети войдут в «Красноярскую теплоэнергетическую компанию». Предполагается, что создание выделенных компаний будет завершено к 1 мая 2012 года. «Кузбассэнерго» и «Енисейская ТГК» будут использовать мощности новых акционерных обществ на условиях обратной аренды.

Таким образом, отмечается в сообщении службы по связям и коммуникациям СГК, реорганизация «Кузбассэнерго» и «Енисейской ТГК» не отразится на системе управления «Сибирской генерирующей компанией» в целом и её генерирующими активами, в частности. Неизменными останутся закрепленные за ТГК-12 и ТГК-13 функции, кадровая политика и объём социальных гарантий, и позиция на фондовом рынке. «Реорганизация структуры собственности должна повысить прозрачность и инвестиционную привлекательность бизнеса, расширить возможности по привлечению финансирования, в том числе и проектного. Кроме

*Егор Николаев*

того, реорганизация создает предпосылки для учета специфики регионов», – заявил генеральный директор «Сибирской генерирующей компании» **Сергей Митроносский**. «Мы полагаем, что капитализация «Кузбассэнерго» и выделенных из него компаний, остающихся в составе «Кузбассэнерго», не снизится», – отметил директор по юридическим вопросам и корпоративным активам «Сибирской генерирующей компании» **Алексей Бай**. Впервые возможность реорганизации энергоактивов начала обсуждаться несколько лет назад, в том числе в рамках создания оптимальной управленческой модели. Концепция реализуемой в настоящее время схемы реорганизации, появившая весной прошлого года – вскоре после выделения энергоактивов их состава ОАО «СУЭК». Таким образом, выделенные новые АО из состава «Кузбассэнерго» и «Енисейской ТГК», стало логическим продолжением стратегии, направленной на создание оптимальной управленческой модели и более прозрачной структуры собственности энергоактивов, входящих в группу компаний под управлением «Сибирской генерирующей компании».

**ПРОЕКТНЫЕ ИНСТИТУТЫ ПРОДАЛИ КАК ЗДАНИЕ**

*Приватизация двух проектных институтов – ОАО «Сибирский Промстройпроект» и ОАО «Сибпроектстальконструкция» – в Новокузнецке, вероятно всего, приведёт к превращению их здания в обычную коммерческую недвижимость. Останется ли в ней место для самих институтов неясно, т. к. покупатель свою позицию пока не обозначил. Впрочем, представители самих институтов уверены, что они сохранятся как работоспособные структуры, но в другой организационной форме.*

Приватизационные аукционы по продаже 100-процентных пакетов акций ОАО «Сибирский Промстройпроект» (Сибпромстройпроект, специализируется на проектировании комплексных и отдельных объектов промышленного и гражданского назначения) и ОАО «Сибпроектстальконструкция» (СибПСК, занимается архитектурно-строительным проектированием, экспертизой промышленной безопасности), находящихся в собственности Российской Федерации, проводило в начале февраля Федеральное агентство по управлению госимуществом (Росимущество). И 3 февраля, когда продавались бумаги СибПСК, и 7 февраля при продаже акций Сибпромстройпроекта победителем торгов был признан житель города Ангарск Иркутской области **Евгений Янчук**. Как следует из протоколов Росимущества, за 198 тыс. акций СибПСК (номинал – 0,1 рубля за 1 акцию, стартовая цена пакета – 21,93 млн рублей) цена победителя составила 32,93 млн рублей, за 7,5 тыс. акций Сибпромстройпроекта (номинал – 0,1 рубля, стартовая цена – 28,46 млн) – 86,46 млн рублей. В первом аукционе помимо победителя участвовало ещё шесть претендентов, во втором – семь.

Интерес покупателя к двум проектным институтам в Новокузнецке станет более понятным, если учесть, что они оба расположены в одном пятиэтажном здании по ул. Орджоникидзе, 18 в старом центре города. Как пояснил заместитель гендиректора ОАО «Сибпроектстальконструкция» **Виталий Стакин**, СибПСК занимает четвёртый и пятый этажи, на первых трёх расположился Сибпромстройпроект, ещё несколько помещений занимает один из государственных страховых фондов. По его оценке, оба института владеют примерно 95% всех площадей в здании.

Никто, ни гендиректор Сибпромстройпроекта **Татьяна Шелтунова** не смогли ничего сказать о планах покупателя акций в отношении институтов, поскольку он не сообщил о них. ОАО «Сибирский Промстройпроект», по данным его гендиректора, выставлялось на приватизационные торги уже пять раз, но желающих приобрести его не находилось. В этот раз на аукцион заявилося ООО «Сибирский Промстройпроект», проектная организация, созданная три года назад бывшими сотрудниками ОАО в связи с готовящейся приватизацией. И как раз в этом случае появились покупатели и даже конкуренция между ними.

*Антон Старожалов*

Татьяна Шелтунова сообщила, что ОАО «Сибирский Промстройпроект» пыталось найти на себя покупателя, но интереса со стороны крупных промышленных холдингов не обнаружилось. Аналогичным образом, по данным **Виталия Стакина**, складывалась ситуация и вокруг ОАО «Сибпроектстальконструкция». Директор Сибпромстройпроекта выразила надежду, что институт, пусть и в другой организационной форме, в виде уже ООО, куда перешли многие сотрудники ОАО, продолжит работу в качестве проектного института. Виталий Стакин подтвердил, что создана подобная альтернатива и у СибПСК.

**Матвей Лапин**, коммерческий директор агентства коммерческой недвижимости «Смарт», оценил площадь здания по ул. Орджоникидзе, 18 примерно в 6 тыс. кв. метров. В этом случае как недвижимость приобретение Евгения Янчука обошлось ему в 19-20 тыс. рублей за 1 кв. метр. По мнению **Матвея Лапина**, как коммерческая недвижимость оно является непростоим объектом. Чтобы сдать или продать его полностью, нужно найти довольно большую компанию в качестве покупателя или арендатора, а в Новокузнецке таких немного, продавать же частями хлопотно и долго. Само местоположение здания не очень привлекательно, поскольку в этом районе, по его оценке, невысокая пешеходная проходимость, а стоянка у здания едва вмещает с десяток автомобилей.

«Данное сотрудничество не только усиливает наше положение на кузбасском рынке предоставления навигационных услуг, но и резко ускорит развитие и

**МЕДИЦИНА ПО-НОВОМУ**



*В 2011 году, как известно, в России было внесено немало изменений в систему обязательного медицинского страхования (ОМС). В числе ключевых – граждане наконец-то реально получили право выбора лечебных учреждений и страховых организаций. Чиновники это похвально отметили, а врачи местного здравоохранения с новым законом ОМС. А страховщики – об усилении своего влияния на повышение уровня оказания медицинской помощи своим застрахованным.*

Как сообщила в конце февраля на пресс-конференции «Интерфакса» в Кемерове заместитель начальника управления здравоохранения Кемерово **Ольга Рытенкова**, сдвиги в кемеровской медицине за последний год действительно впечатляющие. Так, удалось существенно сократить очередь к узким специалистам: «К примеру, продолжительность ожидания консультации уролога сегодня составляет не более четырёх дней, офтальмолога – в среднем 3 дня, эндокринолога – 5. А ещё несколько лет назад эти сроки были на 10-12 дней дольше».

Как пояснила **Ольга Рытенкова**, во многом добиться таких результатов удалось благодаря реализации федеральной программы модернизации здравоохранения, которая вступила в силу также в 2011 году: «Эта программа предполагает несколько основных направлений – информатизацию, укрепление материально-технической базы и повышение доступности медицинской помощи. Так, на повышение зарплаты узких специалистов были направлены значительные суммы. Чтобы док-

тор мог получить эту надбавку, он должен выполнять нормативный объём посещений при высоком качестве медицинских услуг. То есть врач не получит надбавку, если на него будут жалобы, или среди его пациентов будут выявлены запущенные случаи каких-то заболеваний, прежде всего, онкологических. Одним словом, существует масса индикаторов, которые повлияют на его окончательную заработную плату. Ну и, конечно, на сокращение очереди стали оказывать влияние оснащение аппаратурой. За год только в муниципальных лечебных учреждениях Кемерово поступило свыше 130 единиц медицинского оборудования».

Немалую роль в повышении качества и доступности медицинских услуг играют и страховщики ОМС. Генеральный директор СМО «Сибирь» **Светлана Бабарыкина** (по данным самой компании, в ней застраховано порядка 90% жителей Кемеровской области) сообщила, что новый закон ОМС предоставил страховым компаниям новые функции, одна из них – дежурство страховых представителей в лечебных учреждениях. В случае, если в ходе

таких дежурств выявляются более длительные сроки ожидания приёма специалистов, чем это установлено нормативами территориальной программы ОМС, страховщики сообщают об этих фактах в управление здравоохранения.

Помимо дежурств в лечебных учреждениях, страховщики проводят анкетирование пациентов и экспертизу 100% случаев стационарного лечения, что, по мнению экспертов, позволяет реально взглянуть на процесс оказания медицинской помощи: с полученными результатами страховщики выходят на чиновников, давая им, таким образом, основу для принятия управленческих решений. Случаи нарушения прав застрахованных рассматриваются комиссионно, с привлечением представителей лечебного учреждения и страховой компании, представителей управления здравоохранения. Как результат, количество жалоб на низкую доступность медицинских услуг и высокий уровень платности только за последний год в Кемерове сократился в 4-5 раз.

**Светлана Бабарыкина** также отметила снижение обоснованных жалоб на качество медицинских услуг в 5 раз. На фоне этого люди стали чаще обращать внимание страховщиков на бытовые условия в больницах, на организацию лечения.

За прошедший год серьёзно изменился характер обращений людей в call-центр компании: «Люди чаще обращаются за разъяс-

нениями, – поделилась **Светлана Бабарыкина**. Обычно в прошлые годы мы сетовали на то, что люди получают платную медицинскую помощь, или неудовлетворены полученными услугами, а только затем обращаются к нам. А мы бы хотели изменить этот порядок – чтобы люди сначала обратились в страховую компанию за разъяснениями, ещё до получения медицинской помощи».

Впрочем, есть у страховщиков и другие задачи – развитие частных медцентров. Заместитель генерального директора по медицинскому страхованию группы компаний «АльфаСтрахование» **Андрей Рыжаков** (напомним, в июле 2011 года группа «АльфаСтрахование» приобрела 75% минус 1 акцию СМО «Сибирь») сообщил, что у компании имеется проект «Медицина АльфаСтрахования» по строительству частных многопрофильных медицинских центров «Альфа-Центр Здоровья» на территории России. **Андрей Рыжаков** подчёркивает, что данный проект рассчитан только на регионы: «Мы не строим клиники в Москве и Питере – там уровень предоставления частных медицинских услуг и так достаточно высокий». Кемерово, по словам московского гостя, также входит в планы «АльфыСтрахования» по строительству медицинских учреждений, но конкретные сроки реализации данного проекта станут известны не ранее 2013 года.

*Влада Локтева*

ЦЕНА ВОПРОСА

700 миллионов рублей направит холдинг «Сибирский деловой союз» (СДС) на строительство первого в Кемерове четырёхзвёздочного отеля. По словам президента СДС **Михаила Федеева**, строительство будет вестись совместно с французским оператором Assos. Гостиница Mercure, которая по предварительным оценкам будет иметь 155 номеров, сейчас проектируется. Место под строительство уже выбрано – рядом со спорткомплексом «Арена» в парке им. Веры Волошиной. Как сообщил **Михаил Федеев**, отель будет предназначен не только для спортсменов, приезжающих на соревнования, проходящих в «Арене», но и для всех желающих.

4 миллиарда 469 миллионов 504 тысячи 900 рублей дополнительных доходов получит бюджет Кемеровской области согласно введённым депутатами областного собрания изменениям в бюджет. Таким образом, доходы областного бюджета на текущий год увеличены до 84 млрд 600 млн 567,3 тыс. рублей. Рост произошёл только за счёт безвозмездных поступлений: из федерального бюджета – 3509,8 млн рублей, от государственной корпорации Фонда содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства – 659,7 млн рублей, прочие безвозмездные поступления составят 300 млн рублей. Расходы бюджета при этом увеличены на 4786,8 млн рублей до 92 млрд 86 млн 161,1 тыс. рублей. Дефицит бюджета увеличен на 317,3 млн рублей до 7 млрд 485 млн 593,8 тыс. рублей.

6 миллиардов 800 миллионов рублей составит в текущем году инвестпрограмма МПО «Кузбасс» (в 2011 г. – 4,6 млрд рублей). Большая часть предназначена для развития угольного подразделения объединения – «УК «Заречная». Гендиректор МПО **Виктор Шевцов** сообщил, что основные вложения будут направлены на строительство шахт «Карагайлинская» и «Сибирская». Первый уголь с поля некогда закрытой шахты «Карагайлинская» планируется добыть уже в этом году, а в рамках проекта по возобновлению добычи угля на поле закрытой шахты «Кузнецкая» (строительство шахты «Сибирская») в этом году планируется завершить проектирование и уже к лету начать горные работы. Если все работы будут вестись в плановом режиме, то к 2016 году компания планирует выйти на добычу 15 млн тонн угля в год. Это в полтора раза больше, чем запланировано на 2012 год.

16 миллиардов рублей инвестирует в развитие своих предприятий в текущем году ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» (КРУ, в прошлом году размер инвестпрограммы составил 14,2 млрд рублей). В частности, на техническое перевооружение и реконструкцию будет направлено 13,8 млрд рублей, на новое строительство – 2,2 млрд рублей. Одним из основных направлений вложения средств в 2012 году для компании станет расширение собственного парка железнодорожных полувагонов. Минимум 2,5 тысячи полувагонов КРУ планирует приобрести в этом году, направив на это более 5,7 млрд рублей. Таким образом, собственный парк компании увеличится более чем в 3 раза. При этом в КРУ отмечают, что программа по увеличению подвижного состава может быть расширена. Другая часть инвестиционной программы – приобретение новой техники, а также освоение нового горизонта на единственной в составе компании шахты «Байкалская».

ООО «АСК» - официальный дистрибутор топливных аккумуляторов «Халфрэд».

**ПРЕСС-РЕЛИЗ «АСК» И «РОССИЙСКИЕ КОСМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ» ЗАКЛЮЧИЛИ ПАРТНЕРСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ**

*Компания «Автоматизированные Системы Контроля» объявляет о подписании соглашения с ОАО «Российские космические системы».*

Предметом соглашения является внедрение спутниковых навигационных технологий с использованием системы ГЛОНАСС на территории Кемеровской области, повышения качества оказываемых услуг в сфере навигационной деятельности и конкурентоспособности навигационной аппаратуры потребителей.

«Данное сотрудничество не только усиливает наше положение на кузбасском рынке предоставления навигационных услуг, но и резко ускорит развитие и

на базе одной компании – ООО «Автоматизированные Системы Контроля». В начале 2012 года «АСК» продлило эксклюзивное сотрудничество с НИС «ГЛО-НАСС».

\*\*\*

Компания ООО «Автоматизированные Системы Контроля» лидер по внедрению комплексных систем мониторинга транспортных средств и оборота топлива на промышленных предприятиях Кемеровской области, является единственным

сертифицированным региональным партнером ОАО «Навигационно-Информационные Системы» (НИС-ГЛОНАСС) и соответствует всем требованиям, предъявляемым федеральным сетевым оператором в сфере навигационной деятельности, а также официальным партнером ОАО «Российские Космические Системы» на территории Кемеровской области.

ООО «АСК» - официальный дистрибутор топливных аккумуляторов «Халфрэд».

автоматизированные СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ | АСК  
г. Кемерово, ул. Карболитовская, д. 20  
Тел.: 8 (3842) 59-73-12, 45-45-91  
www.ask-qlonass.ru

# УПАКУЙТЕ МНЕ, ПОЖАЛУЙСТА

Упаковка по определению – это внешняя оболочка товара, выполняющая роль хранения, защиты, а так же рекламы и бренда компании, предлагающей свои товары. Любой товар (за редким исключением) встречает нас в первую очередь своей упаковкой, а потом уж всеми остальными свойствами. А абсолютным лидером по объемам всей выпускаемой в мире упаковки являются упаковочные материалы для продуктов. По статистическим данным пищевая промышленность потребляет (в разных странах) от 50 до 85% всей производимой упаковки. «Авант-ПАРТНЕР» решил выяснить, что же происходит сегодня на рынке упаковки в России и в Кузбассе.

## РЫНОК СКЛОННЫЙ К РОСТУ

Рынок производства и реализации упаковочных материалов в разные времена оставался достаточно стабильным. Конечно, недавние кризисные явления в экономике сдерживали его развитие, но, тем не менее, в некоторых его сегментах (особенно продовольственной упаковке) постоянно наблюдалась хоть небольшая, но прирост.

Российский рынок упаковки, впрочем, пока значительно отстает от Запада. Согласно последним маркетинговым исследованиям, ежегодный прирост составляет упаковки в Европе составляет 10 килограммов упаковки на человека, в России же – только на 2,5 килограмма. Несмотря на это Всемирная организация упаковщиков (WFO) относит российский упаковочный рынок к числу 10 крупнейших мировых.

В 2011 году отечественный рынок упаковки вырос на 11% по отношению к предыдущему году. Из упаковочных материалов наращивают лидерство полимеры, хотя и целлюлозные материалы для производства упаковки не собираются сдавать позиций – до сих пор до 70% упаковки для пищевых продуктов делается из картона и бумаги. Этому немало способствует расширение применения пакетов «Тетра Пак», хотя полиэтилен наступает на бумагу и здесь, особенно на молочном «фронте», заменяя большие объемы упаковки мягким полиэтиленом «Финипак». «Вюют» бумага с полимерами и в общепите, и если первый материал склеивает «голоса» на свою сторону

по причинам экологическим, то второй прибегает к ценовым аргументам. На результаты этой войны влияют и другие факторы. Так, недавно выяснилось, что московский молочный рынок, традиционно предпочитающий картонную упаковку, стал склоняться к



Игорь Тодораш: «В связи с низкими входными барьерами на рынке одноразовой посуды существует высокая конкуренция среди российских производителей»

полиэтиленовой. Причиной стало сформировавшееся в потребительской среде мнение о том, что в картонной таре молоко «консервированное», а в полиэтилене – «живое»... Существуют и другие региональные предпочтения той или иной тары и упаковки, зависящие от самых разных факторов. Кузбасскую модель рынка упаковки тоже можно рассматривать как весьма специфичную.

**КУЗБАСС УПАКОВОЧНЫЙ**  
Главная специфика регионального рынка состоит в том, что основные производители упаковки находятся за пределами Кузбасса. Вот как видит ситуацию на местном рынке Игорь Тодораш, генеральный директор ООО «РегионУпак»:

– Компания «РегионУпак» является единственным производителем одноразовой посуды и тары из полипропилена в Кемеровской области. Среди производителей Сибирского Федерального округа основными конкурентами на рынке Кузбасса являются ООО «Фосис» из Новосибирска, ООО «Моис» из Барнаула, кроме того, имеются несколько компаний с небольшой долей рынка. Среди крупных федеральных игроков на рынке Кузбасса свою нишу заняли ЗАО «Интек», ООО «Хухтамаки СНГ» и ООО «Упакс-Юнит». Основными покупателями продукции «РегионУпак» являются крупнооптовые компании по всей России, торговые сети Кемеровской области и производственные предприятия Кузбасса.

В связи с низкими входными барьерами на рынке одноразовой посуды существует высокая конкуренция среди российских производителей. Также свою долю рынка имеют импортеры из Китая, Ирана, Украины, которые за счет дешевой сырьевой базы выходят на рынок с более дешевой продукцией. Для сохранения и расширения своей доли рынка компаниям приходится снижать цены на продукцию, что ведет к снижению рентабельности производства.

Представители оптовых упаковочных торговых фирм называют и других крупных производителей, имеющих влияние на региональных рынках. Это «Упаковка и сервис», «СоюзПак» из Москвы, «АДМ» из Санкт-Петербурга. По словам генерального директора ООО «ГРАУ» Евгения Гривы, все они представляют собой крупные федеральные игроки рынка с хорошо развитой дилерской сетью по всей стране. Но, поскольку им трудно напрямую выходить на конкретные заказчиков, а тем

более формировать для них индивидуальные приемлемые программы лояльности, то и работу свою в регионах эти производители строят на договорных отношениях с местными оптовиками.

В свою очередь эти оптовые компании разворачивают свои локальные сети, формируя систему бесперебойного обеспечения упаковкой, тарой, посудой продовольственную торговлю сетью.



Евгений Грива: «Чтобы выдержать максимальный уровень конкуренции, надо владеть своим делом не просто хорошо, а отлично»

## О МЕСТНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ

Оптовика, играющие главную «диспетчерскую» роль в отношениях между производителями и потребителями упаковки, лучше всего знают потребности рынка: по ассортименту, качественным и стоимостным показателям. Как рассказала «Авант-ПАРТНЕР» Виктория Буркова, коммерческий директор ООО «Торговая компания «Минипак» самая востребованная упаковка сегодня – полипропиленовая: «Она наиболее дешевая. Пользуется спросом и упаковка из вспененных материалов, но это уже более дорогой сегмент. Но она необходима для охлаждения или, наоборот, горячих пищевых продуктов. А если говорить непосредственно о кузбасском рынке,

то здесь следует отметить ярко выраженную тенденцию в потребительской среде (имеются в виду предприятия-заказчики упаковки) на удешевление упаковки. Поэтому самой популярной у нас стала полипропиленовая упаковка. К числу наших соседей из Алтая, хочу заметить, что там и производители и потребители ориентированы на более дорогую, но удобную и красивую упаковку из натуральных экологически чистых материалов. Наши основные местные партнеры, производящие тару для пищевых продуктов и одноразовую посуду, выпускают качественный и востребованный на рынке товар. Но, если говорить о самых больших объемах упаковки в самом широком ассортименте, то они поступают на предприятия пищевой промышленности и торговли Кузбасса из соседних регионов: Новосибирска, Томска, Омска, Барнаула. Там хорошее качество и богатый ассортимент. К сожалению, в Кемеровской области встречаются мелкие производители упаковки, которые производят свою продукцию из неустойчивого вторсырья.

Уважающих себя поставщиков упаковки всегда обязан бороться за ее качество. А значит, во-первых, покупать проверенного производителя, имеющего безопасный сертифицированный товар, соответствующий его назначению, отвечающий необходимым характеристикам и адекватный ценовой группе товаров, для которых эта упаковка будет использоваться. И, во-вторых, бороться с нелегальными производителями и распространителями контрафактной упаковки».

Уважающих себя поставщиков упаковки всегда обязан бороться за ее качество. А значит, во-первых, покупать проверенного производителя, имеющего безопасный сертифицированный товар, соответствующий его назначению, отвечающий необходимым характеристикам и адекватный ценовой группе товаров, для которых эта упаковка будет использоваться. И, во-вторых, бороться с нелегальными производителями и распространителями контрафактной упаковки».

## КОМУ ПОРУЧИТЬ УПАКОВКУ ТОВАРА

На заре предпринимательства в условиях слаборазвитой инфраструктуры сопровождения в сфере производства пищевых продуктов и торговли некоторые производители пробовали самостоятельно производить нужную им упаковку и даже закупали для этого специальное оборудование. Евгений Грива утверждает, что всё это давно в прошлом.

Окончание на стр. 6

# «СТАРТ» ДАН

В середине февраля в Кемерове прошёл первый крупный форум, организованный недавно рождённым Кемеровским отделением Ассоциации молодых предпринимателей (КО АМП) России и европейским оператором Tele2, – «Точка роста 2012. Стратегия. Развитие. Мотивация». По признанию предпринимателей-участников, которых было более 150, именно здесь они получили конкретные знания, услышали экспертные мнения по самым актуальным вопросам ведения бизнеса.

Наталья Торик, председатель предпринимателей КО АМП России, пояснила, что организация бизнес-форума – пример западной технологии – технологичное построение социальных сетей: «Есть лидеры проектов, которые пользуются своими социальными связями для того, чтобы сделать мероприятие. Это взаимный интерес. Очень много интересных и полезных вещей произошло с помощью усилий многих людей. Конечно, это большие человеческие усилия, и практически отсутствие бюджетов, финансовых потоков и т.п. По нашим подсчётам в оргкомитете было более 30 предпринимателей и институтов развития, но наши основные соорганизаторы – городская администрация, областная администрация и компания Tele2. Очень ценен профессионализм людей, которые выступают спикерами. Они быстро откликнулись на участие в проекте».

Контент мероприятия, отмечает Наталья Торик, был разработан на основе результатов опроса молодых предпринимателей: посредством специальных опросников выяснялись актуальные проблемы, желаемые «зоны роста».

Организаторам форума, по мнению участников, удалось создать эффективную коммуникативную площадку для дискуссий и обмена позитивным опытом. Для того чтобы общение было ещё и интересным, были выбраны разные формы подачи информации – интерактивы, тренинги, «круглые» столы и мастер-классы. Спикерами на форуме выступили Андрей Мудрый, консультант, тренер, эксперт по управлению продажами (г. Москва), Александр Базанов, основатель компании «Бизнес-Культура» (г. Нижний Новгород), Владимир Вайнер, креативный директор Центра рекламных исследований «Grand Prix», Илья Валчуков, президент и основатель Корпорации кадровых агентств «Business Connection» (Москва).

Среди экспертов форума была и профессиональная команда Tele2, которая поделилась с молодыми предпринимателями опытом работы в европейской компании. Александр Блохин, руководитель направления интернет-коммуникаций Tele2 Россия, рассказал о способах продвижения компании через социальные сети, а точнее о двух проектах Tele2, получивших



большой маркетинговый и имиджевый успех, большое количество публикаций в СМИ, увеличение продаж и интерес пользователей социальных сетей. Денис Чухров, руководитель отдела продаж на массовом рынке Tele2 Кемерово, провёл двухчасовой тренинг и научил молодых предпринимателей выявлять потребности конкурентов во время деловых переговоров. Дмитрий Козлов, директор по операционной работе с персоналом Tele2 Россия, рассказал предпринимателям о новых инструментах рекрутинга.

Как подчеркнул Валерий Игнатев, региональный управляющий директор Tele2 Кемерово, участие в подобных мероприятиях для компании становится традицией: у Tele2 уже есть опыт совместной работы с Ассоциацией предпринимателей России в Краснодаре и во Владивостоле. «Мы – коммерческая организация. У нас есть серьёзная задача – мы заинтересованы в развитии малого и среднего бизнеса. Потому что именно в этом бизнесе мы видим свою целевую аудиторию в корпоративном сегменте. В 2010 году Tele2 провёл региональный проект «Business Challenge»,

в котором участвовали абсолютные новички в бизнесе. Мы попытались дать им какую-то базу, чтобы они могли успешно стартовать. Кстати, несколько участников «Business Challenge» сегодня участвуют в форуме «Точка роста» в качестве успешно развивающихся предпринимателей. В 2011 году мы провели управленческий курс «Management Challenge Tele2». Сам форум позволил поделиться нашим подходом к ведению бизнеса. Для всех участников форума, я уверен, он стал отличной площадкой для получения новых знаний, общения и обмена опытом».

Форум «Точка роста» оценили и представители власти. Дмитрий Алференко, заместитель начальника департамента молодёжной политики и спорта Кемеровской области отметил, что стратегические задачи по развитию молодёжного предпринимательства областные власти решали в 2011 году, когда был запущен проект «Ты – предприниматель». Одним из результатов этого проекта было инициация создания Кемеровского регионального отделения ассоциации молодых предпринимателей: «Мы думаем, что только этим

форумом дело не ограничится. Будут ещё мероприятия с участием бизнес-партнёров, ведущих экспертов».

Сергей Григорьев, начальник отдела молодёжной политики управления культуры, спорта и молодёжной политики администрации города Кемерово, член КО АМП России добавил, что «для участников подобного мероприятия – это возможность найти партнёров, получить новые знания, может быть, найти дополнительные ресурсы на реализацию своих идей, замыслов. В том числе и для города, и для региона это очень значимо. Новые успешные бизнесы – это новые рабочие места, новые налоги, новые продукты и услуги для населения. Мероприятие уже «прошло обкатку» на городском форуме «Город нового поколения» в рамках управленческого курса «Management Challenge Tele2». Частно-государственное партнёрство, о котором так много говорится, может появиться на основе подобных мероприятий. Вот такой командой мы проводим уже не первое мероприятие, поэтому я уверен в успехе».

Влада Серова

# СЕМЬ СПОСОБОВ НАЙТИ НУЖНОГО КАНДИДАТА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

## БЛИЦОПРОС

«Авант-ПАРТНЕР» попросил участников форума, посетивших семинар по технологии поиска сотрудников через социальные сети поделиться впечатлениями.

**Александр Суворкин, генеральный директор «Тойота Центр Кемерово»:**

– Я всегда люблю узнавать что-то новое, поэтому я и пришел на мероприятие – нашёл для себя новую интересную тему. Получаю в форуме, я узнал для себя много интересной и полезной информации и обязательно попытаюсь применить ее на практике. Особенно мне запомнилось то, что, когда эксперт на семинаре рассказывал о шагах к достижению успеха, он приводил примеры из собственной жизни. Благодаря этому появлялся еще больший интерес к этой методике, и появлялось желание поскорее использовать этот метод привлечения персонала.

**Олеся Захарова, менеджер по подбору персонала:**

– Моя работа заключается в подборе персонала в достаточно крупную компанию, поэтому я и пришла сюда. Я слышала, что сотрудников можно искать не только традиционными методами, но и через социальные сети, и мне хотелось бы узнать, как это нужно правильно делать. Учитывая то, что наш город небольшой, и что наша компания сейчас расширяется, появляются всевозможные филиалы, мы начинаем пополнять штат, поэтому я хочу узнать, насколько эффективно искать персонал через социальные сети, а затем применить данный метод на практике.

**Дмитрий Козлов, директор по операционной работе с персоналом Tele2 Россия:**

– Я считаю, что способ привлекать сотрудников через социальные сети очень интересным, и могу полностью согласиться с тем, что при правильном использовании этого метода, он может принести большую пользу. Потому что хоть и не всегда через социальные сети можно завязать знакомства или найти нужный контакт, но это – если понимать для чего вы это делаете. Если понимать какой будет результат и сколько времени для этого потребуется, то вы действительно достигните успеха. Но хочется заметить, что если вы действуйте головой скажите, что поиск через социальные сети очень эффективный, а все остальные способы не работают, то здесь вы проиграете.

**1. Размещаем объявление.**  
Самое простое, когда вы в своем статусе даете объявление. Объявление должно быть креативным, тогда клиент придет к вам сам.

**2. Просим рекомендацию.**  
Точно так же в статусе вы что-то пишете, но вместо объявления просите людей вам что-то подсказать, кого-то порекомендовать. То есть вы просите ваших друзей в социальных сетях подсказать вам какого-то профессионала.

**3. Ищем в профессиональных группах.**  
Нужно вступать в различные группы в социальных сетях и налаживать контакты уже через эти группы. Вам нужно состоять в группах, которые связаны именно с той отраслью, в которой вы работаете. Чтобы найти эти группы, есть много разных способов. Например, можно найти в поисковике, или посмотреть в каких группах состоят ваши знакомые, которые занимаются той же деятельностью что и вы.

Сначала просто начинайте общаться с участниками группы, ставьте «лайки», давать комментарии в чужих постах. Когда коммуникация уже налажится, то вы можете написать в группе: «Может быть, кто-нибудь знает менеджера по продажам?» или «Есть у нас в группе менеджеры по продажам?».

Самое важное в социальных сетях – это создать доверие к себе. Нужно чтобы вас воспринимали как профессионала, чтобы с вами общались и хотели общаться.

**4. Ищу контакты Иван Ивановича.**  
Когда вам нужен какой-то узкий специалист, и вы знаете, что его зовут Иван Иванович, но вы не знаете как на него выйти и его нет в социальных сетях, задайте в статусе этот вопрос. Или среди ваших друзей, или среди друзей ваших друзей найдется тот, кто знает этого человека или его контакты, либо подскажут того, кто его знает. Но такой способ нельзя использовать часто.

**5. Нужен совет по супер-перемега оборудованию... срочно!**  
Иногда бывает, что профессиональные хетхантеры выходят на своих кандидатов под определенными легендами. Вы создаете себе легенду, публикуете её, и ваши друзья как-то реагируют на неё. Например, пишете в статусе: «Мой друг олигарх запускает новую итальянскую линию одежды. Нужна консультация итальянца, понимающего в этой теме».

Когда вам с этим человеком устроили встречу, вам нужно эту легенду правильно обработать. Например, сказать, что у вас изменилась ситуация: олигарх отменил свой заказ, но совершенно случайно у вас есть похожая вакансия, но уже на постоянной основе. Затем предлагаете ему сделать встречу с этим человеком, и все заканчивается хорошо.

**6. Мой друг модератор.**  
Существуют люди, которые ведут группы, администрируют или их просто назначают, чтобы они удаляли всякий спам. Это очень ценные люди, но очень злые, потому что ими все недовольны. Их никто никогда не хвалит. Если у кого-то есть знакомый модератор, то просто сделайте этому человеку комплимент, и он станет вашим другом.

**7. А погоды нынче стоят великолепные!**  
Это о том, что если вы в группе не видите какую-либо интересную дискуссию, то создавайте её сами. Социальные сети – это игра на длинную дистанцию, поэтому сначала нужно выстраивать коммуникацию, а потом уже искать нужную для себя информацию.

Из мастер-класса Илгизы Валчуковой «Новые технологии рекрутинга»

**упаковочные материалы**

**изделия из пластмассы**

**канцелярия**

**хозяйственные товары**

**одноразовая посуда**

**производство пакетов с поглотителем**

**садово-огородный инвентарь**

**парниковая пленка**

**работа под заказ**

**Доставка по городу и региону**

**Оптовый центр:**  
ул. Тайшетская, 2, тел./факс: (384-2) 57-04-95; 57-90-13; 57-07-10; 57-02-66

**Мелко-оптовые розничные магазины:**  
ул. Спортивная, 28, тел.: 72-07-67  
ул. Ю. Двужильного, рынок «Привоз» ячейка №9

**Скидки накопительные и постоянные**

**GRAU**

# УПАКУЙТЕ МНЕ, ПОЖАЛУЙСТА

**Окончание. Начало на стр. 4**  
— На самом деле когда-то некоторые предприятия, например крупные производители хлеба, имели собственные подразделения по выпуску упаковки. Но потом они исчезли, что совершенно естественно. Ведь чтобы выдержать максимальный уровень конкуренции, надо владеть своим делом не просто хорошо, а отлично. А для этого необходима узкая специализация.

С другой стороны, узкая специализация многих производителей упаковки не позволяет крупным потребителям ориентироваться на кого-то одного. Но и самим заниматься её производством также невыгодно. К примеру, упаковка СТМ (собственная торговая марка) крупные предприятия заказывают у основных производителей — с нанесением на неё своего логотипа и соответствующих обозначений. В частности, крупнейший кузбасский ритейлер «Система Регион-Март» давно работает с крупными поставщиками упаковки, говорит руководитель отдела по связям с общественностью компании **Зинаида Жук**: «Магазины нашей компании расположены на территории нескольких областей Сибири. Уже одно только это исключает возможность пользоваться услугами местных производителей — у каждого своя специфика, ограниченный ассортимент и, как правило, ограниченные объёмы выпуска, а по отдельным позициям упаковки производители вообще не находятся. Кроме того, у большинства местных производителей проблемы с логистикой, и порой обеспечить полные и своевременные поставки они просто не в силах. В полной мере всё то, что нам необходимо производится в европейской части страны. Сегодня непосредственное выполнение большинства наших заказов по поставкам упаковки возложено на две отпавные кузбасские компании, которые частично сами производят некоторые виды упаковки. Главными критериями при отборе поставщиков упаковки для нашей компании являются широта ассортимента продукции, работа по дисконтным ценам, финансовая стабильность партнёра и точное соблюдение условий и графиков поставок. Следует отметить, что проведение такой политики на протяжении ряда лет позволило сделать выбор в пользу самых надёжных поставщиков, сведя рекламации к минимуму».

**К ВОПРОСУ О ВЫГОДЕ**  
Считается, что средняя рентабельность предприятия, торгующего упаковкой, находится на уровне 15%. Естественно, различные договорные отношения с теми или иными партнёрами дают совершенно разные результаты. Евгений Грива достаточно прагматичен в подходе к оценке потенциальной клиентуры своей компании: «В деловых отношениях с партнёрами всё должно быть сбалансировано. Крупный ритейлер привлекает своими объёмами. Но здесь часто встречается проблема, ведь определяя в договоре сроки расчёта за поставки, мы фактически кредитим своих клиентов. И большие объёмы — при задержке оплаты — могут принести убытки. С этой стороны контакты с малыми предприятиями менее рискованны и на практике как-то более человечны. Но тут большая роль ложится на грамотную логистику. По отдельным группам товаров мы можем выйти на рентабельность не превышающую 3-5%, а в некоторых случаях вообще работаем «в ноль», чтобы только выполнить обязательства перед партнёром. В любом случае главным мерилом должна быть итоговая эффективность результатов выбранной договорной и торговой политики».

А Виктория Буркова уверена, что для поставщика важен каждый клиент: «Говорить о том, какой сектор потребителей упаковки для нас наиболее интересен — пиццерии, сети ритейла, индивидуальные торговые точки, предприятия общепита — не имеет смысла. Так же бессмысленно ставить вопрос о том, «кто главнее» на рынке: производитель, продавец или покупатель. Условия работы разные, но для продавца каждый партнёр интересен по-своему, а на первый план всегда выходят вопросы эффективности работы».

Для справки: по данным, полученным в компании «Система РегионМарт», доля упаковки в общей стоимости товара составляет в магазинах «Чибис», «Спутник» и «Поляна» от 1 до 4%. Розничная же стоимость упаковочных пакетов, бывших до кризиса в универсамах и супермаркетах бесплатными, теперь всем известна. И переводить их «обратно» — в разряд бесплатной упаковки их никто не собирает.

Сергей Волков

**МПТ ПЛАСТИК**  
производственная компания

Изделия из полиэтилена на современном импортном оборудовании:

термоусадочная пленка ширина 1100 мм.      руковьяная пленка

Тип сырья ПНД и ПВД. Работаем под заказ  
**8-903-941-06-61**  
ул. Терешковой, 39 к. 6; pasha.budanaev@yandex.ru

# ВЫБЕРЕМ

## ПРЕДСТАВЛЯЕМ НОМИНАНТОВ «АВАНТПЕРСОНЫ»

«Авант-ПАРТНЕР» попросил ответить топ-менеджеров и предпринимателей, входящих в шорт-лист, на вопросы:

1. Какие события в экономике страны, региона, отрасли, компании за последнее время были для Вас наиболее значимыми?
2. Кого бы Вы отметили из руководителей кузбасского бизнеса, предпринимателей? Почему?
3. Какими качествами, на Ваш взгляд, должен обладать современный руководитель, чтобы добиваться успеха?

В прошлом номере «Авант-ПАРТНЕР» (№3 от 21.02.12) на вопросы отвечали: **Андрей Торик**, президент группы компаний Стройкомплект, **Сергей Муравьев**, генеральный директор ОАО «Кузбасский технопарк», **Андрей Бобров**, территориальный директор по СФО ОАО «СОГАЗ», **Вадим Севастьянов**, директор Кузбасского регионального отделения Сибирского филиала ОАО «МегаФон».

**Юрий Шейбак, исполнительный директор ОАО «Кузбассэнерго»**



Родился 21 марта 1953 г. в г. Боготное Новосибирской области. В 1975 г. окончил Новосибирский электротехнический институт по специальности «электрические станции». В этом же году пришел работать на ТЭЦ-3 г. Новосибирска в качестве инженера электроработной группы. В ОАО «Кузбассэнерго» — с 1981 г. Начинал с должности инженера электроработной группы Ново-Кемеровской ТЭЦ, пройдя путь до заместителя главного инженера этой электростанции. В 2003 г. назначен на должность заместителя технического директора по эксплуатации и перспективному развитию ОАО «Кузбассэнерго». С 2006 по 2007 г.г. — заместитель по маркетингу и сбыту, с 2007 по 2009 г.г. — заместитель генерального директора по маркетингу и сбыту — директор по работе на рынках ОАО «Кузбассэнерго». С мая 2009г. — исполняющий директор ОАО «Кузбассэнерго».

1. Первое, что хотелось бы отметить и, естественно, касающееся нашей отрасли — это выборы в Госдуму, выборы президента страны, они оказали серьёзное влияние на внешнюю среду, в которой идет тарифообразование на тепло и электроэнергию, и вместе с этим на работу всей отрасли, в том числе, и нашей компании. Что касается «Кузбассэнерго», то для нашей компании самым значимым событием стало начало работ по модернизации и строительству новых мощностей. По ней мы уже освоили более 7 млрд рублей, заказали значительную часть оборудования, и даже изготовили некоторые агрегаты — 1 генератор для Томь-Усинской ГРЭС и турбину для Барнаульской ТЭЦ-2, которая уже прошла стендовые испытания в заводских условиях.

2. В бизнес-среде Кузбасса я мог бы отметить в первую очередь тех руководителей, с которыми мы пересекаемся в повседневной работе, — это Игорь Юрьевич Прокудина, глава «Кузбасской топливной компании» и Игорь Викторович Москаленко, руководитель компании «Кузбассразрезуголь». По

моему мнению, эти два руководителя проявили себя наиболее ярко в последнее время. Для Прокудина, хочу подчеркнуть, характерна также разносторонность его бизнес-интересов, помимо угольной отрасли, у него есть ещё интересы в других сферах деятельности, например, в горнолыжном туризме.

Отмечу также Евгения Тюменцева, заместителя гендиректора ОАО «МРСК Сибири» — директора «Кузбассэнерго» — РЭС. В энергетике особенно сложно добиваться успеха, т.к. приходится учитывать не только бизнес-интересы, но и социальную ответственность. Ему удаётся это делать.

3. Если говорить о качествах, которыми должен обладать руководитель компании, то это в первую очередь умение быть настоящим лидером, не только ставить задачи, но и добиваться их решения, а также определенная харизма для внешней среды. В Кузбассе нельзя не обращать внимание на мнение внешней среды, нужно определённым образом позиционировать себя в ней, взаимодействовать с органами госвласти.

**Сергей Апарин, генеральный директор ДСК «Стройдоржспорт»**



Родился 5 декабря 1968 г. Образование: Новосибирский государственный университет (1998г.), по специальности экономист по бухгалтерскому учету и аудиту; Академия народного хозяйства при Правительстве РФ (МВА) (2006). С 1991 года директор ДСК «Стройдоржспорт». Депутат Совета народных депутатов Кемеровской области.

1. В России — вступление в ВТО. В регионе — Кузбасс стал регионом-донором. В отрасли — запуск в эксплуатацию участка 24 км дороги 1-й категории Кемерово-Ленинск-Новокузнецк. В компании — запуск в эксплуатацию ERP «SAP» (система управления ресурсами предприятия).

2. Федяев Михаил Юрьевич — пример планирования, производства и развития бизнес-процессов.

3. Руководитель должен обладать симбиозом различных качеств: компетентным, желанием, трудолюбием, упорством и возможностями.

**Сергей Колесник, совладелец группы розничных компаний «Система РегионМарт»**



Родился 15 ноября 1968 года. В 1991 году окончил Кемеровский государственный университет, исторический факультет. Карьерный путь: 1991-1992 — учитель истории; 1993 — директор ЗАО «Система Чибис»; 2008 — председатель Совета директоров компаний «Система Чибис» и «РегионМарт»; настоящее время — учредитель ООО «Система Чибис», акционер ЗАО «РегионМарт». Сегодня группа компаний «Система РегионМарт» насчитывает более 180 магазинов в 6 регионах СФО. Реализованные проекты: парк культуры и отдыха «Парк Чудес», фитнес-центр «Максимус», ночной клуб «Сабада», бизнес по управлению недвижимостью ООО «Кузбасс Капитал Инвест». Женат, трое детей. Кандидат в мастера спорта по настольному теннису. Награжден медалями «За служение Кузбассу», «За бизнес во имя социализации», «входит в ТОП-10 самых эффективных генеральных директоров Кемеровской области».

1. К важным событиям, влияющим на экономику страны, отнес бы рост цен на нефть. И если цены по-прежнему будут удерживаться на высоком уровне, то и в стране, и в Кузбассе будут возможности для роста и развития.

Что касается событий в отрасли, то для нас, как для ритейлера, важным событием стал выход на региональный рынок новых игроков. В Кузбассе выросла конкуренция, рынок торговли продолжает развиваться, крупные сети по-прежнему стремятся к лидерству, конкурентная борьба становится жестче.

2. Из кузбасских предпринимателей хотелось бы отметить Игоря Юрьевича Прокудина. Руководитель, который сумел создать стоимость своей компании и вывести её на IPO. Таких управленцев в Кузбассе не много, это очень высокая менеджерская компетенция.

Отметил бы Михаила Юрьевича Федяева — руководитель, которому удалось провести несколько крупных приобретений. Компания «засветилась» в разных отраслях

# САМЫХ ДОСТОЙНЫХ!

2012 год — год десятилетия Группы изданий «Авант». Сегодня группа изданий включает в себя — Областной экономический еженедельник «Авант-ПАРТНЕР», Целевой альманах «Авант-ПАРТНЕР Рейтинги», Бизнес-портал Кузбасса.

В честь своего десятилетия редакция группы изданий запускает новый проект — ежегодную премию «АвантПерсона». Выбор Лауреатов премии проходит по следующим этапам: опрос читателей и партнеров «Аванта», составление редакцией шорт-листа, на основании этого опроса, голосование на сайте Бизнес-портала Кузбасса и оценка экспертной комиссии. В этом году лауреатов будут выбирать по номинациям: **Топ-менеджер, Предприниматель, Компания.** По результатам первого этапа, в ходе которого было опрошено и проанке-

тировано более 100 представителей кузбасского бизнеса (из них 29,9% — собственники компаний, 26,2% — руководители высшего звена), были составлены три шорт-листа по каждой из номинаций.

Для окончательного выбора победителей, списки номинантов опубликованы на сайте Бизнес-портала Кузбасса для Интернет-голосования и разосланы Экспертному совету премии, в который входят представители законодательной и исполнительной власти Кузбасса, общественных и некоммерческих организаций бизнеса Кузбасса и СМИ.

Сегодня мы представляем некоторых из наших номинантов. С полными списками можно ознакомиться и проголосовать за самых достойных на сайте [www.avant-partner.ru](http://www.avant-partner.ru).



**Василий Бочкарев, директор ФК «Интеллект-Капитал», председатель АМПП в КО**

Родился 6 декабря 1980г. в г. Кемерово. В 1997 г. окончил кемеровскую естественно-научную гимназию № 62. С 1997 по 2002 гг. учился в Кемеровском Государственном Университете на экономическом факультете, по окончании которого получил диплом с отличием и специальность «Экономика и управление на предприятии». Кандидат экономических наук. С 2008 года является членом ГАК и ГЭК на экономическом факультете Кемеровского государственного университета. С 05.01.1998 по 31.07.1999 г. работал экономистом в финансовом отделе КОО «Азот». С августа месяца 1999 г. по август месяц 2002 г. являлся президентом «Федерации Пейнтбольного Спорта Кузбасса». С 2002 г. — директор Финансовой Компании «Интеллект-Капитал». На сегодняшний день является соучредителем: ООО «УК «ИНТЕЛЛЕКТ-КАПИТАЛ», ООО «ИНТЕЛЛЕКТ-КАПИТАЛ «НЕДВИЖИМОСТЬ», АНО УО «ИНТЕЛЛЕКТ-КАПИТАЛ», ООО «ИНТЕЛЛЕКТ-КАПИТАЛ», ООО «ПЛАЗА», ООО «КАРТОФЕЛЬНЫЙ ПАПА», ООО «Олимпик Плаза», ООО «Мир развлечений».

1. Кризис для многих стал воистинным уроком. И сейчас, по внутреннему ощущению, все реше-

ния в бизнесе становятся более взвешенными. Можно сказать, что бизнес стал более зрелым, более взрослым. И, конечно же, прошлый год отметился оживлением рынка после кризисного спада.

Для меня значимым событием прошлого года стало начало работы Ассоциации молодых предпринимателей Кемеровской области. Организация успешно стартовала — за 3 месяца работы количество её членов — уже около 70.

2. Из кузбасских руководителей заслуживает особого уважения Прокудин Игорь Юрьевич — хороший пример того, как с нуля создана компания (не на основе приватизации) стала одним из лидеров отрасли, выведена на IPO, контролируется у нас на МБЕ. Опыт создания бизнеса и вывод его на рынок — это тот путь, который заслуживает уважения. К сожалению таких примеров мало, но они есть. И данный случай — это как раз такой.

Но мне бы хотелось сказать, что все, кто занимается предпринимательством, в моих глазах, заслуживают уважения. И очень хочется, чтобы так было и в глазах общественности. Чтобы образ предпринимателя был более авторитетным. Ведь это те люди, которые берут ответственность не только за себя, но и за тех людей, которые у них работают, да и за развитие нашей экономики и общества в целом.

3. А качества, которыми должен обладать хороший руководитель — это наличие идей, желание и упорство, чтобы их осуществить, а также внимание к мелочам, из которых и состоит работа, а, в конечном счете — жизнь.

**Николай Нелепин, генеральный директор ХК «СибМедиа»**



1978 года рождения, получил образование в Кемеровском Государственном Университете по специальности «Экономика и управление на предприятии».

1. Мне бы хотелось сказать, что все, кто занимается предпринимательством, в моих глазах, заслуживают уважения. И очень хочется, чтобы так было и в глазах общественности. Чтобы образ предпринимателя был более авторитетным. Ведь это те люди, которые берут ответственность не только за себя, но и за тех людей, которые у них работают, да и за развитие нашей экономики и общества в целом.

2. Из кузбасских руководителей заслуживает особого уважения Прокудин Игорь Юрьевич — хороший пример того, как с нуля создана компания (не на основе приватизации) стала одним из лидеров отрасли, выведена на IPO, контролируется у нас на МБЕ. Опыт создания бизнеса и вывод его на рынок — это тот путь, который заслуживает уважения. К сожалению таких примеров мало, но они есть. И данный случай — это как раз такой.

3. А качества, которыми должен обладать хороший руководитель — это наличие идей, желание и упорство, чтобы их осуществить, а также внимание к мелочам, из которых и состоит работа, а, в конечном счете — жизнь.

1. Из наиболее значимых событий для нашей компании я бы отметил вывод на рынок нового предприятия, входящего в наш холдинг. А именно, начала свою активную работу ООО «Компания Чистый Город» — первая в Кузбассе коммерческая служба по вывозу твердых бытовых отходов. В минувшем году наш успех был стремительным, что лишь подтвердило нашу правоту в выборе сферы корпоративных услуг в качестве одной из приоритетных для нашего дальнейшего развития.

2. В Кузбассе много хороших и профессиональных руководителей в самых разных сферах и отраслях. Но многим мне повезло быть знакомым лично, и вместе работать, реализовывать различные проекты. И, пожалуй, не возьмусь отмечать кого-то из моих партнеров, т.к. список получится весьма длинный, и в то же время не хочется никого обойти вниманием.

Поэтому я отмечу всего одного руководителя, и даже не столько с позиции партнера, сколько с позиции клиента. Хочу отметить Вадима Сидорова. Мы все почти ежедневно пользуемся услугами, которые предлагаются различными его предприятиями. Считаю, что о профессионализме руководителя можно, прежде всего, судить по уровню обслуживания клиентов, который предоставляют его сотрудники. Уверен, что в этом отношении Вадим и его команда могут служить примером и для меня лично, и для всего бизнес-сообщества нашего региона в целом.

3. Прежде всего, руководитель должен уметь собрать бесспорную команду и сплотить её вокруг

достижения амбициозных целей и для решения интересных задач. Подобрать людей — самое главное!

**Евгений Мордовин, генеральный директор ООО «Проград»**



Родился 24 марта 1974 года в г. Узловая Тульской области. Имеет два высших образования. В 1996 году окончил Кемеровский государственный университет по специальности экономист.

В 2006 году окончил Кемеровский государственный университет по специальности юрист. В 2011 году окончил Академию народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации по программе Master of Business Administration (MBA). Более 11 лет работает в структуре ОАО «УК «Кузбассразрезуголь». С 2007 года возглавляет ООО «Проград», которое выступает инвестором-застройщиком жилого микрорайона «Серебряный» на Радуге. Имеет почетную грамоту Министерства топлива и энергетики, отмечен знаком заслуги перед городом Кемерово и награжден медалью за особый вклад в развитие Кузбасса III степени.

1. Мне кажется, что самый главный итог прошедшего года — это стабильность в отрасли и стабильность работы компании. Что для строительной отрасли, после кризисных потрясений 2008-2009гг., немало важно.

2. Сегодня ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» это лидер в добыче, переработке и экспорте угля в России и Кузбассе. Но это не только крупнейшая в России компания по добыче высококачественного угля открытым способом, но и целый холдинг, включающий в себя ж/д перевозки, передачу электроэнергии, ремонт горного оборудования, производство взрывчатых веществ, ведение взрывных работ, строительство. В этом году компания планирует рекордные инвестиции в разви-

тие — 16 млрд рублей. Хотелось бы отметить руководителя ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» Игоря Викторовича Москаленко.

Конечно, Федяев Михаил Юрьевич. ХК СДС — очень мощная компания, динамичная, четко реализующая стратегию развития, причём по всем направлениям. По наращиванию добычи угля — заявленные планы добычи, в этом году — 30 млн тонн, а в следующих — 50 млн, позволят СДС-Углю стать угольной компанией №1 в Кузбассе, а начиналось всё совсем недавно с одного разреза — «Черниговский». Быстрое развитие вагонного направления. Наращивание объёмов строительства: качественного и недорогого жилья, социальных объектов, спортивных комплексов. А покупка в прошлом году основных активов ОАО «СИБУР-Минудобрений», в которые входит Кемеровский «Азот», производящий аммиачную селитру, использующуюся для ведения взрывных работ на разрезе, и 50% которой покупают именно угольные предприятия, говорит о серьёзном стратегическом решении. Кроме того, очень интересные проекты поддержки волебального клуба «Кузбасс» и открытие центра дзюдо.

Нельзя не отметить Прокудина Игоря Юрьевича, генерального директора «Кузбасской топливной компании». Угольная компания созданная практически с нуля, сегодня — крупнейший производитель энергетического угля в Западной Сибири. Построено две богатейшие фабрики. На предприятиях компании используется передовая техника. И ещё многое другое, что позволяет видеть КТК прогрессивной и современной компании в своей отрасли. Кроме того, приобретение «Каскадом» (входит в группу компаний «Каскад», контролируемая Игорем Прокудиным — прим. редакции) во второй половине прошлого года нескольких крупных объектов туристической инфраструктуры в Шерегеше, позволяет говорить о предпринимаемых им усилиях по развитию этого туристического места в Кузбассе. И надеяться на реальные сдвиги, которые принесёт эта сделка.

3. Современный руководитель должен предвидеть развитие событий, видеть будущее. При этом ставить достижимые и понятные цели, формировать команду для достижения этих целей, делегировать ответственность и полномочия. Только в этом случае возможен успех.

# ТЕЛЕКОМ-МАГАЗИНЫ

Телекоммуникационные компании уже несколько лет назад стали трансформироваться во многофункциональные и разнонаправленные предприятия, основными услугами которых остаются услуги связи, но к ним добавляется ещё многое и многое другое. Теперь они ещё и ритейлеры, причём торгуют не только смежными продуктами, имеющими отношение к связи, такими как телефоны, планшетики, мобильное ПО, но и многими другими. Фотоаппаратами, электронными фоторамками, навигаторами, системами видеонаблюдения и электронными книгами, и даже – банковскими продуктами. Отсюда остаётся всего полшага до «завтрака у Тиффани».

Подобный подход, конечно, отражает реалии развития такого сегмента потребительского рынка как торговли электронными устройствами. А он движется всё сильнее в сторону компактных устройств, по умолчанию, предлагающих их мобильность, переносимость, а затем и включённость в ту или иную систему связи. И размеры этого рынка уже превысили рынок стационарных устройств. Не так давно американская аналитическая компания Canalys сообщила, что мировые продажи «умных телефонов», т. е. смартфонов, превысили в количественном отношении продажи персональных компьютеров, причём, всех вместе, включая и мобильные, такие как планшеты, нетбуки и ноутбуки (на долю настольных ПК, по данным компании, приходится не более четверти компьютерных продаж). Вице-президент и главный аналитик Canalys Крис

Джонс отмечает, что в прошлом году упал спрос на нетбуки и замедлился спрос на настольные ПК и ноутбуки, как прямой результат растущего интереса к планшетникам. При этом рост такого интереса практически не оказал никакого влияния на продажи смартфонов, рынки которых были стабильно растущими по всем миру. Превышение смартфонами продаж персональных компьютеров Крис Джонс назвал новой отправной точкой, ведь еще несколько лет назад «умные телефоны» были сугубо нишевыми продуктами. Объяснение такому росту он дал простое – за счёт значительного снижения цен, сделавшего этот продукт доступнее, и выросшего «аппетита» потребителей к мобильному доступу в глобальную паутину, к потреблению интернет-контента и различных приложений и сервисов на мобильных устройствах.

По оценке, которую приводит со ссылкой на аналитиков отрасли, газета «Ведомости», в России похожая тенденция, и в этом году продажи смартфонов превысят реализацию ПК, в прошлом году в стране было продано около 7,7 млн смартфонов (в 2 раза больше, чем годом ранее) и 12,2 млн ПК (на 9% больше, чем в 2010 году). Логично потребителям понять не сложно, зачем приобретать громоздкое, или (в случае с ноутбук) довольно тяжёлое устройство, которое будет использоваться в основном для просмотра видео, прослушивания музыки и для общения в социальных сетях, когда всем этим можно заниматься на более дешёвом устройстве, помещающемся в карман. Тем более, что большинство, если едва не все современные мобильные устройства и так являются компьютерами.

За таким трендом следуют не только производители, но и телекоммуникационные компании, уже коли и так им пришлось стать ещё и ритейлерами. Говоря о проникновении смартфонов и всевозможных мобильных гаджетов, директор Кемеровского филиала ОАО «Вымпелком» Николай Каплин подчёркивает, что владельцы таких устройств являются основным драйвером роста потребления дополнительных сервисов мобильной связи, в частности, мобильного Интернета. Он ссы-

лается на исследования «Анализ социального и экономического влияния мобильной связи: взгляд на Россию», проведённого компанией «Коминфо Консалтинг», по данным которого владельцы смартфонов в 3 раза больше ходят в Интернет и пользуются специальными сервисами. Хотя конкретно в Сибири уровень проникновения смартфонов пока самый низкий по стране (по данным указанного исследования), зато наблюдается резкий рост их продаж в сравнении с аналогичными периодами прошлых лет. Так в августе 2011 года доля продаж смартфонов увеличилась в 2 раза по отношению к августу 2010 года. «Безусловно, мы видим, что потребности наших абонентов изменились, в разы возросла требовательность: пользователь хочет оставаться на связи, и иметь доступ к своим друзьям и интересующему его контенту всегда и везде, а ещё лучше иметь такую возможность на ладони», – отмечает Николай Каплин. Поэтому «Би Лайн» как оператор реагирует на эти потребности запуском тарифов для пользователей 3G-интернета (как для пользователей USB-модемов, так и для тех, кто выходит в Интернет с мобильного телефона и др. мобильных устройств). В свою очередь дополнительными стимулами роста потребления мобильного Интернета, по его оценке, становится развитие индустрии приложений, как контентных (информация, игры, видео, музыка, социальные сети и т.д.), так и приложений для бизнеса (логистика, финансы, управление и т.д.), появление в сети «магазинов приложений» и удешевление мобильной связи третьего поколения.

Алексей Огородничук, специалист по обслуживанию корпоративных клиентов Кузбасского регионального отделения Сибирского филиала ОАО «МегаФон», отмечает, что спрос на мобильные устройства и гаджеты определяется самыми разными причинами. Есть потребители, которые буквально сходят с ума от новинок, или за продуктами определённого производителя, такие сразу же приходят за покупкой новейшей модели, не смотря на цену. Хотя в целом в Кемерове не так много «гламурных» потребителей, которые бы обращали внимание в первую очередь на красоту устройства, его модность и другие внешние характеристики. Едва ли не самым важным показателем для потребителей, по

оценке Алексея Огородничука, является, конечно, цена. Потом при сравнении сходных по стоимости изделий, сравнивают технические характеристики – быстродействие, скорость передачи данных, наличие того или иного функционала. К примеру, между планшетниками Acer A500 и Acer A501 нет никакой разницы, кроме одной функции, у первого нет 3G модуля, но есть Wi-Fi, у второго есть и Wi-Fi, и выход во внешнюю сеть 3G. Соответственно, потребитель, которому не нужен мобильный интернет, но он регулярно пользуется услугами бесплатной связи Wi-Fi в кафе, у себя дома и на работе, выберет Acer A500, а другому больше подойдет вторая модель. Учитывают потребители, конечно, и марку изделия.

Интересно, что и в том случае, когда мобильный оператор работает в стандарте связи второго поколения, расширение ассортимента фирменных салонов рассматривается как важный маркетинговый ход для смены существующего имиджа компании. К примеру, компания Tele2 уже давно и уверенно заняла на рынке нишу дискаунтера. Исходя из этого, формировался и ассортимент фирменных салонов – только самое необходимое. Но уже в конце марта в Кузбассе ожидается открытие первых салонов в новом формате «мобильного супермаркета», где, как поясняет коммерческий директор Tele2 Кемерово Алексей Сидоров, компания, сохраняя позицию дискаунтера, делает ставку на европейское качество. В таких салонах (в других странах присутствия Tele2 они уже работают) будет представлено значительно больше и телефонов, и других электронных устройств.

Так или иначе, линия на расширение списка товаров и услуг, которые предлагает телекоммуникационные компании, будет продолжена. Очевидно, что это требует и/или хочет потребитель, в отдельных случаях он не против появления в продаже новых товаров и услуг. А, кроме того, операторы видят в таком подходе дополнительные выгоды, всё равно, уровень проникновения мобильной связи превысил 100%, и дальше вряд ли будет расти. Значит, нужно бороться за потребителя, который идёт в сеть, а это можно делать предложением сопутствующих товаров и услуг.

Едва ли не самым важным показателем для потребителей, по мнению Алексея Огородничука, является, конечно, цена. Потом при сравнении сходных по стоимости изделий, сравнивают технические характеристики – быстродействие, скорость передачи данных, наличие того или иного функционала. К примеру, между планшетниками Acer A500 и Acer A501 нет никакой разницы, кроме одной функции, у первого нет 3G модуля, но есть Wi-Fi, у второго есть и Wi-Fi, и выход во внешнюю сеть 3G. Соответственно, потребитель, которому не нужен мобильный интернет, но он регулярно пользуется услугами бесплатной связи Wi-Fi в кафе, у себя дома и на работе, выберет Acer A500, а другому больше подойдет вторая модель. Учитывают потребители, конечно, и марку изделия.

Интересно, что и в том случае, когда мобильный оператор работает в стандарте связи второго поколения, расширение ассортимента фирменных салонов рассматривается как важный маркетинговый ход для смены существующего имиджа компании. К примеру, компания Tele2 уже давно и уверенно заняла на рынке нишу дискаунтера. Исходя из этого, формировался и ассортимент фирменных салонов – только самое необходимое. Но уже в конце марта в Кузбассе ожидается открытие первых салонов в новом формате «мобильного супермаркета», где, как поясняет коммерческий директор Tele2 Кемерово Алексей Сидоров, компания, сохраняя позицию дискаунтера, делает ставку на европейское качество. В таких салонах (в других странах присутствия Tele2 они уже работают) будет представлено значительно больше и телефонов, и других электронных устройств.

# ПЛОЩАДКА ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ



В конце февраля Центр маркетинга территорий провёл Класс техник мозгового штурма для предпринимателей, занятых в инновационных сферах деятельности на тему «Развитие рынка информационных технологий». Собрание оценили существующую структуру ИТ рынка и обсудили варианты развития информационного рынка в Кузбассе к 2030 году. Это мероприятие прошло в рамках регионального форсайта «Инновационный Кузбасс 2030». При использовании данного формата, как правило, решаются исследовательские задачи форсайта – сбор мнений о проблеме и путях её решения.

Во время мозгового штурма собравшиеся были разделены на 4 команды, соответствующие сегментам рынка: потребители, разработчики, организаторы, ресурсы. И, как и в жизни, здесь сразу же возникли противоречия между разработчиками и потребителями. С точки зрения разработчиков, на местном рынке «нет квалифицированных потребителей», которые бы понимали свои потребности и могли чётко сформулировать их разработчикам. С точки зрения потребителей, подобные претензии к ним – необоснованны, так как для того и нужны профессионалы, чтобы переводить простые запросы на профессиональный язык. Эту проблему зафиксировал Матвей Янин, директор кемеровского АН «Смарт»: «Рынок остро нуждается в ИТ-менеджерах и ИТ-предпринимателях». То есть не в тех, кто собственно занимается разработками, а в тех, кто может понять какую проблему потребителя эти разработки могут решить, и грамотно это донести. Подобную мысль высказал и Антон Силинин, директор университетского научно-инновационного комплекса КемГУ, предположив, что компаниям-разработчикам нужно просто усилить маркетинговую составляющую своего бизнеса.

Соответственно разговор плавно вырвался на недостаток ресурсов, в том числе – кадровых. Как заметил Максим Колпаков, директор «А42»: «На рынке есть две проблемы: первая – выращивание кадров, вторая – их удержание». Первая проблема касается большого отрыва вузовского образования от реалий рынка. И так как изменить что-либо в этом направлении на данном этапе нет никакой возможности, то, например Антон Силинин предложил больше устраивать мероприятий, где бы можно было знакомить студентов с продуктами производства заранее, а не тогда, когда они устроятся на работу». Кроме того, по мнению собравшихся, такие мероприятия зададут некоторую коммуникативную среду, в рамках которой можно было бы снимать многие противоречия, которые возникают сегодня между всеми участниками рынка.

Вторая же проблема связана именно с развитием местного рынка, на котором, по мнению большинства разработчиков, многие просто не могут реализоваться ни с профессиональной, ни с материальной стороны. По словам Максима Колпакова: «Сейчас проще продавать большим городам, так как в Кемерове это сделать очень тяжело». И в каком направлении будет двигаться местный информационный рынок пока под большим вопросом.

Виктория Мордвинова



# СТАНИСЛАВ КОЗЫРЕВ: «Я СЧИТАЮ СЕБЯ УДАЧЛИВЫМ БИЗНЕСМЕНОМ!»

В «Авант-ПАРТНЕРЕ» многие годы существует рубрика «Лица бизнеса», в которой мы рассказываем о предпринимателях и бизнесменах достигших определённых вершин. Понятно, что совсем молодым, тем, кому ещё нет и 30-ти, очень редко становятся гостями этой рубрики. Мы решили исправить эту досадную оплошность, ведь поддержка и внимание чаще всего требуется именно в начале пути. Представляем рубрику, посвящённую только молодым, тем, кто начал работать уже в новом веке – поколению XXI.

Знакомьтесь – предприниматель Станислав КОЗЫРЕВ. Станиславу всего 27 лет, но к своим годам он уже многого добился в жизни. Не считая того, что Стас имеет два бизнеса и планирует открыть третий, он ещё ведёт активную общественную жизнь, является «Менеджером-лидером-2011», участником проекта «Ты – предприниматель», в котором занял призовое место и получил грант, а так же выпускником Президентской программы подготовки управленческих кадров.



– Станислав, расскажите, чем вы занимаетесь?

– Я индивидуальный предприниматель. У меня есть собственный спортивный магазин «Бордиор», и центр проката спортивного инвентаря «База» в Комсомольском парке.

– Многие люди задумываются об открытии собственного бизнеса, но чаще всего их останавливает страх неопределённости, нестабильности, высокие риски и т.д. Легко ли вам далось решение стать предпринимателем?

– Нет, не легко, конечно же. У меня, наверное, просто не было другого выбора, кроме как стать предпринимателем. В первую очередь, мне захотелось работать на себя. Раньше я работал программистом на большом предприятии, но я не хотел быть винтиком в большой машине. Мне захотелось быть самостоятельным, реализовывать себя, свои идеи, интересы и амбиции. Хотел, чтобы у меня было своё дело, поэтому я и пришел к мысли открыть собственное дело.

– Но почему именно – спортивный магазин?

– Я очень люблю кататься на сноуборде и, к началу бизнеса, я катался уже лет 5. Однажды, мы с друзьями заметили, что в Кемерове совсем нет спортивных магазинов, где можно купить сноуборд. Так как нам в голову и пришла идея открыть первый в Кемерове магазин сноубордов. Для того чтобы открыть его, мне пришлось продать машину, также я накопил денег, пока работал программистом, немного занял у знакомых, влез в кредиты – без этого никак. В итоге старт проекта обошелся на чуть меньше, чем в полмиллиона рублей. А для открытия своего второго бизнеса – центра проката, я привлёк инвесторов, и они мне помогли денежными средствами.

– Как думаете, начать свое дело сейчас легче, чем в то время, когда начинали вы?

– Безусловно, сейчас это сделать легче. Сейчас существует много программ по поддержке начинающих предпринимателей. Я был недавно в центре поддержки малого бизнеса, узнал, что там безработным начинающим предпринимателям дают 60 тысяч для старта своего бизнеса. Причём система очень простая. Регистрируешься не надо – все делается за вас. Просто приходишь, говоришь, ты хочешь стать предпринимателем, и все документы готовят за вас. Сейчас всё достаточно легко – только бери и действуй.

– Не секрет, что высокие продажи во многом зависят от продавцов, их мастерства продаж, уровня обученности. Как вы обучаете своих продавцов? Как подбираете сотрудников?

– В основном у меня работают студенты, потому что они молодые, с активной жизненной позицией. Мы предоставляем рабочим оклад, премию, а так же у нас есть премия с процента от продаж – вот такая мотивация. Про-

На самом деле, раньше такого не было. Сейчас все стало стабильней и приятней. Раньше всё было дико – огромная очередь в налоговую, которую нужно было выстоять ни один час. Но, несмотря на эти сложности, я, знаете ли, считаю себя удачливым бизнесменом. Допустим, когда я задумал магазин сноубордов, у нас в городе ни одного такого магазина не было. Только спустя полгода, после открытия «Бордиора», я начал замечать, что в городе начинают открываться другие магазины.

– В основном к нам приходит молодежь – активные люди, занимающиеся спортом. Но бывает, приходит и люди в возрасте. Например, летом к нам пришел мужчина в возрасте, ему было лет 60, наверное, – он купил ролики.

– Существует ли сезонность в вашем бизнесе? Как вы решаете проблему низких сезонов?

– Конечно, существует. В нашем магазине основной товар – сноуборды, а летом приходится ориентироваться на скейты, ролики, молодежную одежду.

– Что вы можете сказать о конкуренции в этом бизнесе?

– Конкуренция – она во благо всему. Я считаю, предпринимателям, которые постоянно совершенствуются, пытаются узнать что-то новое, сделать лучшие условия для покупателей – конкуренция идет только на пользу. Существует много недобросовестных предпринимателей, которые, так скажем, плохо следят за своим бизнесом. Со временем у таких предпринимателей начинает снижаться уровень продаж, тогда они начинают снижать цены на товар и, в конце концов, закрываются. Как говорится, конкуренция – двигатель рынка.

– Как вы видите для себя перспективу дальнейшего развития вашего бизнеса?

– Я пока еще не думал, какой будет моя жизнь через 10 лет. Пока могу сказать, что сейчас я планирую проект создания сноупарка. На самом деле – это большой и дорогой проект и, в ближайших 5 лет, если удастся его запустить, я планирую развивать его.

– Какие советы вы могли бы дать начинающим предпринимателям, только планирующим открывать свой бизнес?

– Не бойтесь трудностей, никогда не сдавайтесь и много работайте. Подготовила Виктория Мордвинова

# ВСЕ ПРО «1С»

РУБРИКУ ВЕДЕТ: ВЕДУЩИЙ СПЕЦИАЛИСТ «ВНЕДРЕНЧЕСКОГО ЦЕНТРА «ИСТЛАЙН» СВЕТЛАНА ВЛАДИМИРОВНА ПЛЕШКОВА

ИНТЕГРАЦИЯ ИТС ПРОФ И «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8»

В прошлых статьях мы подробно рассказывали о профессиональной информационной системе ИТС ПРОФ, созданной специально для пользователей «1С:Предприятия», в которой представлены рекомендации по налогообложению хозяйственных операций, пошаговые инструкции по их отражению в программе, инструкции по составлению бухгалтерской, налоговой отчетности и отчетности по страховым взносам в «1С:Предприятии», а также новости, комментарии и консультации специалистов во вопросам бухгалтерского, налогового и кадрового учета.



Счастливые обладатели ИТС ПРОФ на время действия подписки получают доступ к сайту <http://www.its.1c.ru/>, к тому же начиная с версии 2.0.19.2 «1С:Бухгалтерия 8» и 2.5.39 «1С:Зарплата и управление персоналом 8» пользователям предоставлена возможность быстрого перехода непосредственно из программы на сайт its.1c.ru. Переход к ресурсу осуществляется с Рабочего стола программы, на каждой закладке которого предлагается тематическая подборка материалов.

Рассмотрим работу данного механизма: на каждой закладке Панели функций встроены блок «Статьи на сайте ИТС» с тематической подборкой статей и строкой поиска. В тематической подборке предлагаются популярные статьи по теме. При переходе по ссылке открывается соответствующая статья (или раздел рубриката) на сайте ИТС ПРОФ.

Таким образом, на рабочем столе пользователя Панели функций появился мощный инструмент информационно-технологической поддержки ИТС ПРОФ, который всегда под рукой. Рассмотрим следующий пример. Допустим, бухгалтер работает на участке «Зарплата» и у него возникли затруднения с расчетом пособий социального характера. Как быть? Теперь не нужно открывать сайт ИТС в отдельном окне браузера и искать необходимую статью – ссылка на статью находится в тематической подборке на закладке «Зарплата» Панели функций Шелкнув по ссылке, пользователь переходит в справочник «Кадры и оплата труда» ИТС ПРОФ, в окне которого открыта соответствующая ветка рубриката. Далее можно выбрать необходимую статью (например, «Пособие по временной нетрудоспособности») и откроется соответствующая статья. В статье присутствуют закладки,

на каждой из которых описан практический пошаговый пример для соответствующей конфигурации. Если в тематической подборке нет необходимой информации (ссылки на статью), то можно в строке поиска ввести ключевое слово для выполнения контекстного поиска на сайте ИТС (its.1c.ru) и нажать кнопку «Найти». При этом открывается список найденных статей на сайте, с помощью которого можно перейти к соответствующей статье.

Надеемся, что данная информация облегчит нелегкий труд бухгалтера и поможет своевременно решить возникшие вопросы! Интересующие Вас вопросы можно задать по телефону 87-07-27 или e-mail: [pleshkova@istline.ne](mailto:pleshkova@istline.ne)



Рукавишников, 21, оф.104  
тел: (3842) 36-67-05, 36-89-48  
т/ф: (3842) 36-91-77  
dialog42@sovintel.ru

Описатель

- Ризографы
- Полиграфическое оборудование
- Сервисное обслуживание
- Расходные материалы

KONICA MINOLTA

RISO



**Анжелика Рогожкина, управляющий Кемеровским отделением №8615 ОАО «Сбербанк России»**



**Окончила Кемеровский техникум механизации учёта в 1988 году и Кемеровский государственный университет (экономический факультет, специальность «Финансы и кредит»). Начала свою деятельность в Сбербанке в 1990 году учеником контролёра в Кировском отделении Сбербанка г. Кемерово. С декабря 2008 года – управляющий. Мужем, двое детей – сын и дочь**

1. Прошедший 2011 год мы бы назвали годом выхода из кризиса промышленных предприятий. Промышленность, являющаяся основой нашей экономики, стала оживать и развиваться, появились новые проекты. Эти тенденции были заметны и на российском, и на региональном уровнях. В августе мы начали финансировать второй крупнейший проект Группы «Юкос». Наряду со строительством Шахты Бутовская, – финансируем затраты по строительству шахты ООО «Шахта им. С.Д. Тихова». Общий объём инвестиций в данный проект составляет 23,6 млрд рублей, из которых 15 млрд рублей составят кредиты банков, в т. ч. 13 млрд рублей – десятилетние кредитные ресурсы ОАО «Сбербанк России». Развитие угольной промышленности – одна из главных задач Кузбасса, на долю которого приходится около 57% угледобычи в стране – по итогам 2011 года этот показатель составил более 192 млн тонн. Такого объёма чёрного золота в Кемеровской области ещё не добывали за один год. И как жить горняцкому краю и гордиться такими успехами нашего региона, а как руководитель кредитно-финансового учреждения всегда уделять так много внимания такому важному проекту?

Ещё одним важным событием прошлого года в Кузбассе я считаю открытие движения по первому в Сибири скоростному автобану. В районе проложенной дороги расположен основной промышленный потенциал области, именно поэтому я выделяю это событие как особо важное. Хотя и нам, обычным пассажирам и автолюбителям, преодолеть теперь это расстояние стало гораздо более приятно по новой трассе, нежели раньше, проезжая по многочисленным деревьям.



По результатам опроса «Авант-ПАРТНЕРа», который проводится с 2007 года, «События и люди-2011» (подробнее на стр. 6-7), было названо более 70 самых заметных топ-менеджеров и предпринимателей Кузбасса. Традиционно неплохое количество голосов, в этот список не попадают, сказывается всё-таки специфика нашего региона. В этом году мы решили исправить эту несправедливость и назвать самых упоминаемых персон женщин-управленцев. Накануне 8 марта мы им задали те же вопросы, что и мужчинам из списка ТОП (см. стр. 6), и оказалось, что в управлении практически нет гендерных различий. Милые дамы с обаятельной улыбкой и стальным характером, они такие разные, но покоряют вершины бизнеса теми же качествами, что и мужчины.

К важным событиям этого года я бы отнесла открытие в Кемерове важнейшего объекта Кузбасского технопарка – бизнес-инкубатора. Я надеюсь, что в его стенах действительно будут разработаны и внедрены в жизнь инновационные идеи для развития Кузбасса.

Не могу не остановиться ещё на одном важном, на мой взгляд, событии – введении в Кузбассе новой меры социальной поддержки многодетных семей – регионального материнского капитала. Получить который могут кузбасские семьи, в которых третий или последующий ребенок родился после 1 января 2011 года. Поддержка семей – важная часть социальной политики в нашем регионе. На мой взгляд, такие меры совершенно оправданы.

Что касается главных событий в Кемеровском отделении Сбербанка, то здесь, безусловно, важнейшим я считаю победу Кемеровского ОСБ среди других отделений Сибирского банка по итоговым показателям 2011 года. Самое приятное, что лучшими мы становимся второй год подряд. Надеюсь, что и этот год будет для нас столь же удачным.

2. Не хотелось бы называть фамилии, предприятия, кого-то выделять. Я думаю, это не совсем правильно. Я бы в целом обозначила, что выделяю для себя руководителей, которые способны управлять своим бизнесом, делать его успешным, процветающим, современным, удовлетворяющим потребности своих клиентов. Всегда с большим уважением отношусь к бизнесменам, способным рисковать, предложить нестандартное решение, найти что-то эксклюзивное и инновационное в предлагаемых услугах. В условиях конкуренции, в которых мы живём сегодня, совсем не просто выделиться, и тех, кому это удаётся, я искренне уважаю. А выделять их незачем – они сами очень ярко выделяются на фоне конкурентов. Я, перефразируя известную поговорку о том, что рыба гниёт с головы, могу точно сказать, что и всё новое, креативное начинается там же – в голове руководителя.

3. Быть руководителем в современном мире непросто, но очень интересно. Самая главная ценность управленца, да и, наверное, любого человека, – это время. Поэтому важно распределить его так, чтобы выполнить все задачи. Для меня важно быть настойчивой в принятии решений и обеспечивать чёткую координацию действий сотрудников, верно распределять функции и делегировать полномочия. Руководитель должен быть внимателен к изменениям, происходящим во внешнем мире и в его команде, – такая позиция была у Якова Моффе (управляющий фабрики «Большевик»), на такой позиции стою сегодня и я в своей управленческой деятельности.

Безусловно, любой руководитель должен обладать такими качествами, как упорство, работоспособность, стремление к достижению результата – именно эти черты лидера помогают ему двигаться вперед. Ряд первых позиций в бизнесе по территориальному банку – это итог кропотливого труда и желания достигать амбициозных целей.

Не могу не отметить также «человеческие» качества любого управленца – открытость в общении, доброжелательность, готовность пойти навстречу, выслушать мнения и обсудить проблемы. В нашем коллективе достаточно часто проводятся так называемые стратегические сессии с руководителями, создаются проектные группы – всё это тактические приемы,

помогающие решить проблемы бизнеса, выбрать правильное решение, посмотреть на какие-то решения со стороны.

Ещё одним важным моментом в работе руководителя является саморазвитие и способность создавать условия для развития сотрудников. Выстраивать отношения и вдохновлять сотрудников – вот рычаги управления, которые сегодня дают результаты.

**Ольга Гайнетдинова, региональный директор ОО «Кемеровский» Сибирского филиала ОАО «Промсвязьбанк»**



**В 2005 году возглавила Кемеровский филиал ОАО «Промсвязьбанк», преобразованного 19 ноября 2011 г. в Операционный офис «Кемеровский». Общий банковский стаж – более 30 лет. По итогам 2011 года награждена Дипломом Администрации Кемеровской области, Кузбасской торгово-промышленной палаты и издания «Финансовый консультант» за победу в областном конкурсе кредитно-финансовых организаций в номинации «Личный вклад в развитие финансового рынка Кузбасса».**

1. Событие в бизнесе – это ведь чаще всего результат каких-то процессов, завершение какой-то фазы развития. Для банка, как и для всей банковской системы, 2011 год был сложным, но интересным. Однако, несмотря на все сложности, Промсвязьбанку удалось выполнить основные задачи: расширить ресурсную базу, увеличить маржинальность кредитных продуктов, а также сохранить лидирующие позиции на рынке. И как результат – получение чистой прибыли за 2011 г. в размере 5,1 млрд рублей (по предварительным данным РСБУ). Наш филиал смог добиться существенного прогресса в розничном кредитовании, по итогам работы в 2011 году он стал победителем среди других подразделений банка в номинациях: «Лидер сервиса», «Лучший по привлечению срочных средств клиентов-физических лиц», «За развитие Private Banking».

Мы по-прежнему являемся лидерами рынка кредитования малого и среднего бизнеса в Кузбассе. В декабре 2011 г. наш кредитный портфель МСБ достиг 1 млрд рублей, а наша команда была признана лучшей командой МСБ по региональной сети Промсвязьбанка.

В 2011 году в Промсвязьбанке была утверждена программа развития сети, которая предусматривает рост числа новых точек продаж до конца 2013 года больше, чем на треть. Событиями её реализации в Кузбассе являлось открытие летом 2011 года двух офисов: в Ленинске-Кузнецком и ещё одного в Новокузнецке.

19 ноября Кемеровский филиал перешёл в статус операционного офиса Сибирского филиала. К слову сказать, процесс изменения формата банковских точек продаж реальное приближение к европейским стандартам. Суть его – централизация процесса сопровождения: функции бэк-офиса в максимальном объёме передаются сервисным филиалам, а на местах персонал сосредотачивается на работе с клиентами.

2. Наше время предъявляет к руководителям особые жёсткие требования. Если Вы не можете эффективно управлять в постоянно изменяющейся среде и решать связанные с этим проблемы и задачи бизнеса, если вы не обладаете нужными личностными и профессиональными компетенциями менеджера – Вы не будете конкурентоспособны и можете потерять бизнес. Поэтому, на мой взгляд, большинство руководителей, нашедших пути выхода для своих организаций во время до-, пост- и самого кризиса, достойны быть в отмечаемом списке.

3. Очень многим. Упомяну лишь некоторые. Руководитель должен быть нацеленным на результат. Он должен уметь общаться и оказывать влияние на людей, уметь налаживать стратегические взаимоотношения, уметь распределять и делегировать полномочия. Должен обладать способностью к адаптации и деловой проницательностью, способностью находить и развивать таланты в своей организации. Наконец, немаловажно – он должен быть позитивно настроенным и энергичным человеком.

**Наталья Торик, директор «Центра Маркетинг Территорий – Кузбасс», Председатель президиума Кемеровского отделения Ассоциации молодых предпринимателей России**



**31 год, за 7 лет создала и развила первый в Сибири маркетинговый центр полного цикла «АС-маркетинг», после чего успешно продала его как бизнес-проект. Сейчас**

# ЖЕНЩИНЫ В БИЗНЕСЕ

развивает в Кузбассе новое для России направление маркетинга территорий и инноваций, совмещающая коммерческую деятельность с социальной проектом поддержки молодых предпринимателей региона.

1. Самое значимое событие года для меня – продажа бизнеса. Нелепо было расстаться с проектом, который 7 лет занимал всю жизнь и все мысли. Но, как предприниматель, считаю это удачной сделкой и следующим шагом в профессиональной карьере.

2. Мой пример для подражания – родной брат. На моих глазах произошла история профессионального успеха человека, которую в Европе и Америке определяют как Selfmade. Уважаю и искренне восхищаюсь Андреем не только как любимым братом, но и как предпринимателем, чей бизнес растёт и развивается, при этом являясь социально ответственным и трендоориентированным.

3. Мой принцип – «Бизнес должен быть быстрым». И это работает. Важна скорость принятия решений, внедрения новых технологий и реагирования на изменения на рынке. Но гендерные отличия были, есть и будут. Бог создал нас разными, и в этом и есть прелесть жизни. На мой взгляд, женщина во многих ситуациях ответственней и лучше умеет распределять приоритеты. Нам приходится кроме работы ВСЕГДА держать в голове заботу о семье и доме. Отсюда собранность и ответственность за всё, что ты делаешь.

**Елена Слободчикова, управляющая кофеинами Traveler's Coffee**



**Окончила КемГУ факультет РГФ, затем экономический факультет КемТИППА, после окончания университета работала в международной гуманитарной организации «Врачи без границ» (MSF) переводчиком, затем там же получила должность, связанную с управлением и снабжением; после завершения миссии MSF в Кемеровской области несколько лет работала на руководящих должностях в торговле, последние 5 лет управляет популярнейшими кемеровскими кофеинами Traveler's Coffee.**

1. Самые яркие экономические события мира, которыми запомнились мне 2011 год – это европейский долговый кризис, охвативший Грецию, Ирландию, Португалию и другие страны Европы. Самое значимое событие для российской экономики и политики – долгожданное и выстраданное вступление нашей страны в ВТО. Ну и конечно, покупка Азота холдингом СДС рядом с открытием «Арены» – очень значимые события для нашего региона.

В отрасли, в которой тружусь я, в масштабе страны произошло то, что экономический кризис пошел на спад и рестораторы вздохнули поспокойнее, предприятия которых выжили, конечно. А в Кемерове появились федеральные ресторанные бренды – Иль Патю и Планета Суши. Кемеровские бизнесмены купили франшизу у Росинтера – оператора крупнейшей в России сети ресторанов.

2. Кроме как имя Михаила Федяева и в голову-то ничего не приходит... Очень уж значимой была его фигура в экономике нашего региона на протяжении последних лет.

3. Широта и нестандартность взглядов на всё – начиная с выбора сферы деятельности, заканчивая выбором шурупа для механизма машины, созданной им; постоянный анализ своей деятельности, работы своих сотрудников; непрекращающееся желание улучшить, модернизировать, быть первым. И воплощение этого желания в жизнь; способность сплотить команду единомышленников, коллектив, внушить людям доверие и вдохновить их на достижение наилучшего результата; способность заглянуть в будущее и быть пионером в чём-то; и конечно, высокая работоспособность и КПД.

**Наталья Двойнишникова, генеральный директор ООО «Газпром межрегионгаз Кемерово»**



**Возглавила ООО «Газпром межрегионгаз Кемерово» в декабре 2006 года. До этого времени, с 1998 года она занимала в компании различные посты от начальника финансового отдела до заместителя генерального директора по экономике и финансам.**

1. В этом году наша компания будет отмечать 15-летие работы на рынке Кемеровской области. Мы пришли в Кузбасс как филиал федеральной структуры – ООО «Межрегионгаз» (в 2010 году переименовано в «Газпром межрегионгаз»), реализующей газ на внутреннем рынке страны, созданном в 1996 году Советом директоров «Газпрома».

В 2007 году мы включились в «Программу газификации регионов РФ», благодаря которой Кузбасс стал избавляться от имиджа «навсегда угольного края». С начала работ по газификации, число пользователей газа среди населения выросло на четверть. В последние годы мы отмечаем тенденцию перевода на газ угольных котельных, благодаря чему улучшилась экологическая ситуация в регионе. Мы успешно пережили экономический кризис, когда предприятия сворачивали объёмы производства и вынужденно сокращали потребление топлива. Уже в 2010 году мы вышли на докризисные объёмы съёма газа. А в 2011 году – превысили уровень прошлого года на 8%. Всё это позволяет нашей компании стабильно возглавлять рейтинг газовых компаний, реализующих до



5 млрд куб.м газа в год. И мы считаем это огромными итогами пятнадцатилетней работы на рынке Кузбасса.

2. Я не стала бы выделять кого-либо из предпринимателей или промышленников отдельно. Все, кто занимают в реальном секторе экономики скромную нишу или весьма широкую, знакомы с общими проблемами производства. Сказать, что кто-то развивается более успешно, кто-то менее успешно – не сказать ничего, потому как любой успех или неуспех требуют анализа. Что за прорывом вперед – мастерство руководителя, сильная команда, правильная рыночная стратегия или административный ресурс и фаворитизм? Посторонний наблюдатель не всегда может этот анализ сделать верно. Могу сказать, что производство в России пока живёт трудно, тем приятнее отмечать чьи-то усилия, направленные на преодоление сложностей. Мы видим по темпам отбора газа – кто сегодня продолжает оставаться в стагнации, а кто выкарабкался из кризиса и потихоньку набирает обороты. Газовая отрасль – это своеобразный градусник промышленности. Стоит щека, нечем их загрузить – падает потребление газа. Пошло дело на лад, «задышал большой» – повысились темпы отбора газа. Поэтому мы об удачах коллег судим по поставкам газа.

3. Современный руководитель должен быть личностью. Кресло само по себе не делает руководителя авторитетным. Авторитет нужно заслужить опытом работы и личным профессионализмом. На мой взгляд, руководитель мало чего стоит без команды, которую, с одной стороны строит он, с другой стороны, она формирует лидера. Успех приходит к руководителю, если его уважают в коллективе, если его мнение ценно и весомо, если руководитель инициативен сам и умеет ценить инициативу сотрудников, если он терпелив, стрессоустойчив и относится к людям с пониманием.

Пользуясь случаем, поздравляю всех женщин с праздником Весны! Как хорошо, что праздник утратил со временем свой политический смысл, и является сегодня лишь поводом для самых искренних слов! Пусть молодость и красота будут Вашими вечными спутниками! Желаю Вам быть по-весеннему привлекательными, жизнерадостными, цветущими, любимыми и желанными! Мир, добро и счастье Вашему дому!

**Анастасия Танаюк, главный редактор телеканала «Мой город»**

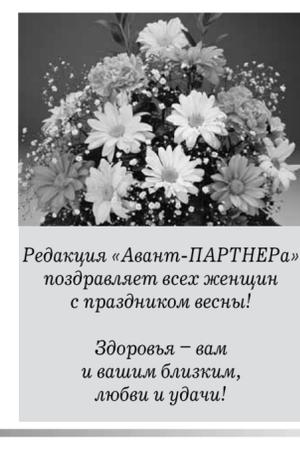
С 2005 года – ведущая, а с 2009 – координатор «Других новостей» Губернского телевизионного и радиовещательного канала «Кузбасс» ГПКО ГТРК «Кузбасс». За время работы на ГТРК «Кузбасс» была награждена медалью ордена «За профессионализм и деловую репутацию 3 степени» постановлением президиума Совета по общественным наградам России. Стала «Лучшей ведущей информационных программ 2006» областного конкурса «ТВ-престиж» АКО. С января 2010 – главный редактор первого городского телеканала «Мой город». За прошедший год телеканал неоднократно становился победителем различных конкурсов – в том числе «Весна-кузбасская премия «ТВ-Престиж-2010» в номинации «Лучшая телепрограмма о молодежи», «За творческий поиск», конкурс «Отражение», организованной ГУ МВД России по г. Кемерово в номинации «Лучшая телекомпания» и т.д.

1. Мне кажется, что одним из весомых критериев экономического развития региона, его благополучия может служить развитие в регионе спорта. Прошлый год был отмечен яркими спортивными событиями или событиями, так или иначе, связанными со спортом. Были открыты спортивные комплексы – «Арена» и «Кузбасс» – площадки, которые могут принимать соревнования любого уровня. Для нашего региона – это выход на мировой уровень. Это под-



2. Безусловно – это Михаил Юрьевич Федяев. Именно его огромная заслуга, как управленца в том, что СДС развивается по всем направлениям и по каждому из них работают управленцы высочайшей квалификации со своей командой профессионалов, которая и позволяет поддерживать эту динамику. И он, как первое лицо компании, направляет и поддерживает все инициативы. Его искромётная энергия является стимулом для каждого члена команды.

3. Руководитель должен «смотреть широко», видеть всю картину и дальние горизонты. У него должно быть не шаблонное мышление, а позволяющее принимать нестандартные решения. Но самое главное – он должен уметь собирать и мотивировать команду, способную давать долговременный результат. А чтобы это действительно случилось, в команде должны быть разные люди, с разными навыками, но профессионалы своего дела. Объединить таких людей и направить их – главная задача управленца.



**Редакция «Авант-ПАРТНЕРа» поздравляет всех женщин с праздником весны!**

**Здоровья – вам и вашим близким, любви и удачи!**

**БЛИЦОПРОС**

Накануне праздника 8 марта «Авант-ПАРТНЕР» спросил у автомобилистов, какие критерии к автомобилю при его покупке предъявляет женщина?

Лариса Береснева, начальник управления по связям с общественностью ОАО «Кузбассразрезуголь»:

При выборе автомобиля большое значение придаю его дизайну. Он символизирует характер машины, сразу видно подходит он мне или нет. Цвет – под настроение. Для меня машина – это отдохнувшая, место для релаксации, поэтому важен «автомат». До недавнего времени у меня была Opel Astra, но продала и купила кросвер Nissan Juke. Выбираю сама, но сначала советовалась со знающими людьми, смотрела отзывы в Интернете. В результате, в автосалон пришла, точно зная, что я хочу. С менеджером разговаривала только о комплектации. Перед покупкой проверила автомобиль на тест-драйв.

Елена Латышенко, президент муниципального некоммерческого фонда поддержки малого предпринимательства г. Кемерово:

Для меня при выборе автомобиля очень важны надежность, комфорт, просторный салон. Технические характеристики на втором месте. Предпочитаю коробку «автомат», хотя раньше любила «механику». Но механическая коробка передач больше для удовольствия, а не для езды в городских условиях. Сейчас у меня Toyota Camri. Предпочитаю эту марку за удачное сочетание надежности и комфорта. Купил мне её муж. Что касается размеров, то не понимаю, почему все считают, что женщины необходимо запрячь в «коробочку». Я бы разделила в таком случае не по гендерному, а по возрастному принципу. Маленькие машины, например, больше подходят молодым людям, студентам. В зрелом возрасте нужны машины серьёзные.

Ирина Санарова, начальник отдела дополнительных образовательных услуг и профориентации Кемеровского технологического института пищевой промышленности:

Я лично ориентируюсь на технические и динамические характеристики автомобиля (объём двигателя, количество лошадиных сил, расход топлива, наличие автоматической коробки передач и прочее). Интересуют также дополнительные опции (круиз-контроль, память регулировки сидений, парктроники, CD-чейнджер). Второй вопрос – это цена машины, насколько она соответствует моим возможностям и оправдывает свои качества. И, конечно же, на моё решение при выборе автомобиля сильно влияет её дизайн, самого кузова, салона, для меня очень важно, как выглядит машина в целом и соответствует ли она трендам. Например, в прошлом году мои подруги пересели на белые городские кроссоверы. Я тоже приняла решение сменить и автомобиль, и цвет, но, к сожалению, дилеры, хотя и предоставляют в полном объёме всю цветовую гамму, есть ограничения по срокам доставки немасовых цветов. Если серебристый или чёрный, белый или синий цвета можно приобрести почти сразу, то другие приходится ждать почти обычного. Сейчас я в ожидании Honda Civic 9-го поколения. С нетерпением жду презентации у дилера, если не понравится, возможно, переключусь на Mazda 6. И кардинально смену палитру – сейчас у меня чёрный – эффектный цвет, конечно, но очень неприглядный. Поэтому буду ориентироваться на жемчужно-белый или серебристый металл. По размерам машины предпочитаю не большие и не маленькие. На кроссоверах плохо чувствую габариты, маленькие машины – уже не серьёзно. Поэтому предпочитаю средние, седаны для комфортного и безопасного вождения. Покупка машины в салоне – приятные хлопоты и я, как требовательный и вредный клиент жду высокого сервиса от дилера. Меня стимулирует к покупке не только сама машина, но и способность дилеров быстро решать организационные вопросы, их профессиональные знания об автомобилях, а так же душевный подход к своей работе.



Окончание. Начало на стр. 1

По наблюдениям Александра Батурина, из модельного ряда Kia девушки предпочитают в основном Kia Picanto (70% покупателей), Kia Cerato пользуется спросом 50 на 50 как у мужчин, так и у женщин, а вот Kia Sorento можно считать субуго мужским автомобилем, 90% покупателей таких машин – мужчины.

У Mitsubishi, как впрочем и других японских производителей, нет чёткого разделения автомобилей по половому признаку, – говорит Артём Кузьмин, – но автомобили этой марки востребованы как мужчинами, так и женщинами. Например, Mitsubishi ASX покупают в основном мужчины, но и женщины тоже. Наиболее популярны среди женщин и молодежи Mitsubishi Outlander, в основном из-за его ценовой доступности. А вот Mitsubishi Pajero Sport берут больше мужчины зрелого возраста, с высоким достатком.

**РАЗМЕР ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ**  
Эксперты отмечают, сейчас вопреки всем представлениям о том, что женский автомобиль должен быть небольшим, многие женщины приобретают агрессивные «мужские» автомобили больших размеров. Да, сначала, только получив права, садятся за руль таких классических «женских» марок как Nissan March, Hyundai Getz, зачастую уже бывших в употреблении. Но, как только начинают уверенно чувствовать себя за рулем, меняют автомобиль на новый, более дорогой и объёмный.

«Женщины в большинстве своём не любят маленькие автомобили, – убеждена Марина Кларисс – Если посмотреть по городу Кемерово, то выбирают они в большинстве случаев хорошие объёмные «паркетники». Относиться к этому можно по-разному. Моё личное мнение, что женщина и машина должны быть в гармонии. Признайте, что худенькая, миниатюрная девушка нелепо смотрится за рулем большого внедорожника. Такой дисбаланс вызывает улыбку. Совсем другое дело, когда женщина крупная, представительная, как и её авто».

Почему же слабый пол так тянет на большие машины? «По мнению психологов, если человек выбирает большой автомобиль, значит, он либо нарочито подчёркивает свою значимость, либо стремится к личностному расширению, – объясняет руководитель отдела продаж автосалона Hyundai ООО «Трансхимресурс» Арина Логвиненко (Кемерово). – Чаше это указывает на возмещение каких-то неудовлетворенных потребностей или несбыточных желаний и надежд. А иногда бывает наоборот – человек, вовсе не ограниченный в своих средствах и возможностях, приобретает

почему-то маленькие машины. Психологи говорят, что на маленьких автомобилях, скорее всего, ездят люди с заниженной самооценкой». Но это с точки зрения психологии. Есть и практическое объяснение такому «феномену». Автомобиль с высокой посадкой даёт возможность не только «возвышаться» над другими участниками дорожного движения, но ещё и обогреть дорогу, – говорит Марина Кларисс. – Кроме того, многие женщины ездят в тужлах на каблуках. В такой обуви удобнее садиться в высокую машину. Не стоит ещё забывать, что в отличие от мужчин, женщины чаще что-то перевозят, ведь они совершают покупки. Во многих семьях есть дети, которых надо отвезти в школу, детский сад. И здесь, опять, видны преимущества габаритных машин».

**НА ВКУС И ЦВЕТ**

По данным сайта priceupdater.com, около 60% опрошенных мужчин заявили, что для них наиболее важен цвет автомобиля, тогда как среди женщин такой же ответ дали всего 35%. При этом лидирует в списке самых популярных цветов автомобилей во всём мире уже несколько лет подряд серебристый «металлик». Согласно данным PPG Industries (ведущая компания в области производства автомобильных красок), доля серебристых или серых автомобилей в мире составляет уже 30% и, вопреки заявлениям о том, что популярности серебристого цвета пошла на убыль, тенденций к снижению не имеет.

По словам Арины Логвиненко, автомобильные знания у людей нового века отошли на второй план, и тенденция выбора автомобилей по цвету, особенно в крупных городах и мегаполисах, сегодня проявляется очень отчетливо.

«Выбор цвета автомобиля – это сугубо индивидуальное дело каждого человека, и каждый человек делает этот выбор, опираясь на свои личные цветовые предпочтения, ассоциации, а также веяния моды, – говорит она. – Выбор цвета автомобиля может быть основан на сочетании его с основным оттенком гардероба хозяйки (больше относится к женщинам) или же с характером водителя, который желает выделиться или наоборот стать неприметной мышкой. Однако учёные выяснили, что цвет может оказывать огромное влияние на восприятие автомобиля окружающими людьми. Часто покупают машины, ориентируясь не на своё социальное положение, а на внешне состояние. Это касается, прежде всего, тех, кто не отказывает себе в желаемом и приобретает автомобиль по своему собственному вкусу».

При этом не стоит забывать, что каждая цветовая гамма име-

ет свое значение с точки зрения психологии, она как бы говорит о внутреннем мире владельца автомобиля. Например, красный цвет обозначает страстное желание заявить о себе. Чёрный – цвет статуса, престижа, власти. Нельзя забывать и о практичности. Автомобили светлых тонов меньше нагреваются в жару, серый цвет менее маркий и так далее.

В конечном итоге каждый человек выбирает цвет автомобиля, отталкиваясь от:

- 1) дохода и статуса;
- 2) темперамента и характера;
- 3) практичности цвета и его безопасности на дороге;
- 4) доступности какого-либо цвета.

Анализируя выбор цвета клиентами кузбасских автосалонов можно сделать выводы о том, что популярными цветами остаются серые, тёмные или «практичные» цвета. «Тёмные цвета больше привлекают мужчин (серый, чёрный), – утверждает Арина Логвиненко. – Разделился поровну у женщин и мужчин выбор в ярких цветах, однако их доля по отношению к тёмным цветам очень мала».

Отсюда возникает проблема. Ориентируясь на покупательский спрос, дилеры выставляют на площадках автомобили наиболее популярных цветов, то есть всё те же чёрные, белые и серые. Если же покупатель захочет, например, машину зеленого или кирпичного цвета, ему придётся ждать, и не один месяц. Зачастую именно это, как удалось выяснить «Авант-ПАРТНЕРу», является

причиной того, что многие кузбассовцы, в том числе и женщины, покупают автомобили в других регионах. То есть в том же Красноярске или Новосибирске не только ниже цена, но и выбор больше.

Исходя из сегодняшних реалий, очевидно, что женщины, если не вытеснили, то уж подвинули мужчин на дороге точно. И далее эта тенденция будет только нарастать. Казалось бы, в таких условиях гендерный маркетинг должен только развиваться, но эксперты считают иначе. «В будущем гендерный подход останется при выборе авто, однако, его роль будет уменьшаться, – утверждает Арина Логвиненко. – Уже сейчас некоторые дизайнеры, обеспокоенные ныннешним наступлением «серости», возлагают особые надежды на появление так называемых красок-«хамелеонов», которые будут менять оттенки в зависимости от освещения и угла зрения. Появление подобных красителей стало возможным благодаря новым пигментам на основе кристаллов окиси алюминия – именно они заставляют автомобиль искриться и переливаться красками, подобно голографическому изображению. Таким образом, когда появится возможность поставлять такие цвета на конвейер, то гендерный подход будет терять свою роль в выборе цвета будущего автомобиля, однако, чёрный цвет навсегда останется на автомобильном рынке популярным, предпочитаемым, статусным».

Влад Максимов

# КАКОГО ПОЛА ВАШ АВТОМОБИЛЬ?

## ЕСЛИ БЫ ЛЮБИМЫЙ ЧЕЛОВЕК РАБОТАЛ С ВАМИ В ОДНОМ ОФИСЕ, НА ЧТО БЫ ВЫ РЕШИЛИСЬ РАДИ НЕГО?

40% опрошенных признались, что готовы ради любви работать больше и лучше – таким образом они хотели бы заслужить уважение в глазах второй половины. 29% согласны приходить раньше и уходить позже с работы, чтобы у них было больше совместно проведенных часов. Выучить принципиально новую область знания могли бы 25% работников, а 18% влюбленных решились бы на сексуальные приключения в любых уголках родного офиса. На совсем уж радикальные поступки, такие как прикрытие должностного преступления (7%), кражу, махинации (2%) или обман коллеги (1%), готовы менее 10% опрошенных. На такие жертвы, как увольнение или отказ от любимой должности, решаются 10% и 3% работников соответственно.

Интересно, что каждый пятый ради любви на работе не стал бы чем-то жертвовать или что-то предпринимать. При этом в своей жизни лишь 16% женщин и 15% мужчин совершали безумства на работе.



Опрос проходил с 1 по 7 февраля 2012 г. среди 133 работников компаний, зарегистрированных на сайте hh.ru в Кемерово

Для того, чтобы быстро принимать управленческие решения и при этом допускать минимум ошибок – нужно быть хорошо информированным.

### ПОДПИШИТЕСЬ НА «АВАНТ-ПАРТНЕР» И ВЫ ВСЕГДА БУДЕТЕ В КУРСЕ:

- что происходит на вашем рынке и смежных отраслях;
- какие изменения произошли в законодательных и нормативных актах, влияющих на ваш бизнес;
- кто руководит интересующими вас компаниями, и кто влияет на принятие решений в них;
- как увеличить эффективность бизнеса, какие для этого есть управленческие инструменты.

В любом отделении почты России по каталогу Российской Прессы: 12203 – «Авант-ПАРТНЕР»; 12206 – «Авант-ПАРТНЕР Рейтинг». В агентстве ООО «Урал-Пресс Кузбасс», тел. (3842) 58-73-70. Телефон редакции 8 (3842) 585-616 www.avant-partner.ru

Главный редактор Галина Красильникова. Зам. гл. ред. Игорь Лавренко.

Газета «Областной экономический еженедельник «Авант-ПАРТНЕР» учреждена ООО «Издательский Дом «Деловой Кузбасс». Издатель – ООО «Издательский Дом «Деловой Кузбасс». Зарегистрирована в Сибирском окружном межрегиональном территориальном управлении. Свидетельство о регистрации № ПИ 12-1924 от 25.06.2003 г.

# СВЕРХЧЕЛОВЕЧИШКО

Стукнуло сто лет со дня рождения советского писателя Всеволода Кочетова. Всеволод Анисимович родился в Новгороде, окончил сельскохозяйственный техникум, был агрономом, потом журналистом, в войну служил корреспондентом в газетах Ленинградского фронта. В 1952 году издал роман «Журбины» о пролетарском семействе, где три поколения трудятся на судовой верфи (экранизация – «Большая семья», 1954).

В 1955-59 был главным редактором «Литературной газеты», в 1961-73 – главным редактором журнала «Октябрь». Перу Кочетова принадлежат также «Антиоттепельные» романы «Братья Ершовы» (1958) и «Секретарь обкома» (1961), «Антиинтеллигентский» роман «Чего же ты хочешь?» (1969); название последнего явно имеет в виду классические «Что делать?» и «Кто виноват?». Роман этот и сам стал объектом пародий критика Зинovie Паперного и прозаика Сергея Смирнова – правда, не слишком остроумных. 4 ноября 1973 года Кочетов покончил самоубийством, застрелившись из охотничьего ружья. Я бы награжден двумя орденами Ленина. Похоронен на Новодевичьем кладбище. В Великом Новоросе имеется памятник Кочетову, почему-то на улице Ломоносова – разве на том основании, что оба были самородки.

Евгений Попов пишет: «Трагедия Всеволода Кочетова, простого человека, вознесённого на советский литературный Олимп, заключалась в том, что он был на редкость настоящим советским писателем. Кочетов все воспринимал слишком всерьёз – то странное время, когда уже подмывали своим ревизионистским оком Никита Хрущев, когда медленно наливался, как прыг, багровый брежневский «зрелый социализм»... Роман «Чего же ты хочешь?» некогда был бестселлером... Над ним дружно потешались служилые конформисты, мечтающие о «возврате к ленинским нормам» и «социализме с человеческим лицом», его любили цитировать на пьяных богемных диссидентских... Это сочинение смутно даже большевиков, ибо верный, но недалекий их слуга подложил им изрядную свинью, просто-душно высказав «с последней прямой» всё, что он думает о мире, окружающем его и СССР... Насельники империи одурманены мощной западной пропагандой, художники, сменявшие Серп и Молот на безыдейного голубя Пикассо, рисуют абстрактные картины, писатели пишут всяческую мерзость, киношники снимают за народные денежки пустоту, значительная часть молодежи плевать хотела на светлые коммунистические идеалы». А впрочем, Попов считает Кочетова предтечей русского концептуализма и по-своему восхищается его сочинениями. Есть понятие «кэмп», придуманное Сьюзен Зонтаг: настолько ужасно, что даже хорошо. В общем, высшая, на мой взгляд, совершенная форма китча.

Михаил Золотонос полагает, что Кочетов был просто пламенный сталинист и рупор КГБ, этим и интересен. «Первые советский язык у убедительности получил разрешение назвать в открытой печати «Новое русское слово», «Трани», «Посев», «Русское слово»... Приводились фрагменты из листовки «Интеллигенция России» (1967): «Россия разорена, инакомыслие в ней подавляется, идеи не осуществлены, коммунизм себя изжил». Все об этом знали, но читать такое даже в гебешных кавычках было забавно, не случайно роман стал бестселлером, в библиотеках за ним выстроились очереди. Читать его интересно и сейчас, ибоopus Кочетова показывает, что андроповский орган весьма точно представлял, откуда исходят главные опасности для режима. Так как он насылок уточнил, то смерть ему принесут не бомбы, а СЛОВО, разоблачение... Сейчас уже вполне ясно, что в 1987 году КГБ начал перестройку, то есть демонтаж режима, именно по той программе, которую в 1969 году он полагал смертельной».

Денис Драгунский считает всё творчество Кочетова полемикой с сочинениями Михаила Булгакова. «Журбины» – это ответ на «Турбины», неслыханный писатель Булгаков в «Чего же ты хочешь?» – тень самого Булгакова. В Шулакову Кочетов, наверное, очень завидовал. Шулаки ли – тот лично общался со Сталиным. Политбюро неоднократно заседало по поводу «Дней Турбиных», а сам спектакль великий

вождь смотрел, говорят, полтора десятка раз». И вообще, «если бы Всеволод Кочетов написал роман «Мастер и Маргарита», советская интеллигенция приняла бы его в штыки... Во-первых, это пасквиль на демократическое движение. Диссидент Иешуа Га-Ноцри – доверчивый слабак, а чисток Понтий Пилат – человек сильный и честный. Ему симпатичен наивный Иешуа, но политическая ситуация не позволяет расслабиться... Во-вторых, это карикатурное изображение людей творческих профессий. Все эти Берлиозы и Латушкие, Лиходеевы и Вареухи вызывают брезгливый смехок у читателя, далекое от литературы и театра... Налицо попытка посорить интеллигенцию и народ. В-третьих, и это самое главное, в романе прославлен и воспрет Сталин. Во всем обаянии всевидящего зла». Кочетовский роман подражает даже по структуре. «Булгаковский стае Воланда, залетевшей в Москву, у Кочетова соответствует заезжая группа идеологических диверсантов во главе с исаидием ада Уве Клайбергом. Есть там и свой Коровьев, и Азазелло, и даже своя Гелла». Оба романа распадаются на два слоя, «роман как таковой, серьёзный и «художественный», и роман-фельетон, агрессивный, режонесный, полный намеков и узнаваемых фигур». И смерть Кочетова была не менее трагичной, чем булгаковская: «Онкологический диагноз плюс старинный русский недуг, и самое главное – оплеуха от родной партии... Не надо, товарищ Кочетов, преувеличивать, и упрощать тоже не надо – таков был общий тон рецензий в партийной прессе». Был и ещё один эпизод, который, по мнению Драгунского, доконал советского писателя. «Кочетов избрал, среди прочих ревизионистов, писателя-славянофила Владимира Солоухина, под именем Саввы Богородицкого. Этот Савва был омерзитель: называл царей-кровоопий по имени-отчеству, утешал колхозников у себя на даче и жал чество, так что воняло вокруг... Солоухин не стесал и однажды позвонил Кочетову прямо в дверь. Тот открыл. У здорового Солоухина была в руке тяжелая трость. Кочетов убежал и заперся в спальне. Солоухин переколотил тростью весь старинный фарфор, который стоял на стеклянных полках в гостиной, и ушёл. Дело было утром. Кочетов вызвал машину и тут же помчался в ЦК КПСС. Но товарищи из ЦК брезгливо спросили: «А почему, собственно, вы не обратились в милицию, товарищ Кочетов?» Это было даже хуже, чем разгромная статья в «Комсомолке». Это был конец».

Зачем мы так подробно занимаемся Кочетовым? Хотя бы затем, что писцовские нравы за сорок лет, прошедших после его смерти, ничуть не переменились. Возьмите любой номер журнала «Огни Кузбасса» – в половине сочинений вы обнаружите ровно тот же обличительный пафос, только с заменой партийности на православно-самодержавно-народность. В Великом Новгороде тоже собираются возобновить Кочетовские чтения – в Кузбассе давно и регулярно проводятся чтения Федоровские, имя Василия Федорова носит областная библиотека. Между тем Федоров очень напоминал Кочетова – и простодушием, и назидательностью, и незамысловатым юмором, и завешенной позицией: западников обличал, но к славянофилам не примкнул... В Мариинске чуть память писателя Чихликина, имеется его дом-музей; этот, правда, связан с славянофильством, но писал столь же смешные описки... В Кемерово на улице Весенней висит мемориальная доска: здесь жил Александр Волошин, автор романа «Земля Кузнецкая». Сравните это сочинение и «Журбины»: как будто одной рукой писано. И фигура Волошина тоже по-своему трагическая: сначала был обласкан советской властью, потом имел неприятности по партийной линии... В общем, других классиков у нас для вас нет.

Юрий Юдин

АДРЕС РЕДАКЦИИ, УЧРЕДИТЕЛЯ И ИЗДАТЕЛЯ: 650991, г. Кемерово, ул. Красноармейская, 136. Телефон/факс (384-2) 585-616. Адрес электронной почты главного редактора editor@avant-partner.ru; электронная 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 газет 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 3,5 п.л. Печать офсетная. Тираж 4500 экз. Распространение: подписка, VIP-расылка – 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.

**РЕКЛАМА В РЕГИОНАХ**

6500 изданий

9500 конструкций

7700 промоуэтов

1300 телеканалов

1000 радиостанций

Реклама Онлайн

(383) 227-64-64 (495) 737-54-64

www.reklama-online.ru

**ВЫБЕРИ СВОЙ ГОРОД**

# ЖИЛИ-БЫЛИ

*Лев Лосев умер 6 мая 2009 года. Уже после смерти друзья-соратники издали книгу его мемуарной прозы «Меандр», не законченную автором при жизни, потому частично реконструированную. Название играет двумя смыслами греческого слова *Maïandros*: причудливые петли реки и геометрический узор.*

Друг Иосифа Бродского, более того, биограф поэта и сам поэт открывает воспоминания вполне ожидаемым разделом «Про Иосифа», включая в него то, что не вошло в известную жэзэловскую книгу и то, что в отдельных фактах вообще-то вошло. Друзья Иосифа Бродского постарались обстоятельно отписаться «по теме». Не исключение и Лев Лосев, мемуары которого о поэте-нобелиате можно было бы озаглавить: «Я и Иосиф». Их автор вольно или невольно пытается определить в написанном, какое место занимает в этой формуле «я». Вот это обнажается до «косточек», а всё остальное — только до «мякоти».

Лосев стоит, как на фундаменте, на мысли — гениями рождаются. У него Бродский — безусловный гений. Совсем не случайно мемуарист выстраивает ранжир слов — гениальный, великий, большой. Читатели вправе выбирать любое из этих прилагательных по своему вкусу и оценке. Впрочем, один из «оставшихся» здесь друзей Бродского (большинство, как и мемуарист, «уехало») Евгений Рейн не так давно прорычал своим густым голосом в ЦДЛ: «Читатель — это г...» Наверное, выпил крепко перед

тем, как взгромоздился за трибуну. Или действительно так считает?..

Лосев рассуждает об эмиграции — почему, зачем уезжают? Исповедуясь, он практически отвергает трепетность чувства к родной стране. Совсем не случайно у него так ни единого раза и не прозвучало за всю книгу слова «Родина». Его заворожила, как он пишет, «новизна». Сегодня, по большому счёту, хлебай, при желании, эту новизну полной ложкой до отрыжки. Но уехать?.. Бродского-то выгнали, оторвали насильно от почвы... Здесь же, поначалу на ПМЖ заявлялся Израиль, а собирался выезжать только в США...

По большому счёту, Лосеву не откажешь в пронизательности и глубине рассуждений. Вот, например, он говорит о гиперграфии (многочислении, мании писания, которая по привычке именуется графоманией) у Бродского: «... Гиперграфией «страдали» все одержимые творчеством литераторы — Бальзак, Диккенс, Толстой (а также похожий на Бальзака молодой друг Дима Быков). О Достоевском и говорить не приходится, вышеописанный синдром в специальной литературе даже иногда называется «синдромом До-



стоевского». Гиперграфия совсем не обязательное условие поэтического таланта, но иногда сопутствует ему». Потому-то у Иосифа «среди тысяч поэтических строк» «мелькают прекрасные стихи, но много и невыразительного, излишне многословного, возникшего потому, что руку с пером несло по бумаге», отмечает Лосев.

Второй и третий разделы «Меандра» — воспоминания о значимом для жизни их автора, вызванные, как он записал, «потребностью рассказать свою жизнь самому себе». Он, например, припомнил собственную юношескую борьбу с постылой властью (диссидентом Лосев, как и Бродский, никогда не был): мочились прилюдно на улицах Ленинграда, и это означало «Долой советскую власть!». Да-а-а... Отчего-то «мочеиспускание как выражение нонконформизма и протеста» волнует и некото-

# ПОЭТЫ

рых иных бывших ленинградцев (Петербург, по утверждению мемуариста, «классический город средиземноморского цивилизационного наследия»), о чём можно прочесть в книге Лосева, но не будем на этом заикливаться.

Обильны яркие воспоминания, часто с резкими личными характеристиками, о литературном окружении, как сейчас говорят, «литтусовке». «Талантливый, много знающий, с великолепным воображением, иногда невыносимый, всегда интересный, смешной Рейн. При нём, для контраста, медленный и мямлящий, как зять Мижуев, Бобышев». «...Напорешься на чтение Наймана — скука смертная». Найману вообще достается на орехи. Он обвиняется в мелочности, во лжи и иных некрасивых грехах. Видимо, вдарив по своему бывшему другу-собутыльнику, к тому же сильно мемуарничающему не на пользу бывших приятелей, можно зеркально облагородить себя со товарищи. Даже такое говорится о клятом Наймане: «...Заботливый пожилой еврей». Заметьте, это пишет тоже заботливый пожилой еврей. Вообще-то, получается в итоге так, что оба стоят друг друга. Так и просится знаменитое: «Чума на оба ваших дома». Закроем тему, приведем ещё одну лосевскую цитату о Наймане: «Голя вздувает себя до размеров равного Ахматовой собеседника, а чтобы это было не так уж очевидно, чуть-чуть опускает Ахматову».

А вот так мемуарист характеризует Ахмадулину: «...Высокопарность, которая так захлестнула с годами поэтессу».

О предшественниках, в том числе и водящих знакомство с Лосевым, он тоже режет свою собственную правду-матку. Сельвинский у него «неумен». Гениальная строчка «Его зарыли в шар земной» для Лосева «ходульная». Твардовский «сляпал» Василия Теркина». Достается и Юрию Тынянову, и Роберту Рождественскому, если не по творческой части, то за нравственный релятивизм, да и Юрий Олеше тонко так подсыпает

«перчику с табачком» по поводу его бывшей супруги. А потом и «Рейн, самый живой и талантливый», двусмысленно подвязывается к хотению «не духовного, а грубо материального».

И только Пастернак, с которым, несмотря ни на что, удалось встретиться в молодости — счастье, свет в окошке, даже «солнце» поэзии. И, естественно, Бродский тоже.

Закрывает книгу страшноватая повесть «Москвы от Лосеффа». Здесь автор возвращается в столицу уже России (уезжал из СССР), чтобы сойтись в жёстком клинче за собственность умершего отца и живой, деградирующей на глазах, мачехи, — за московскую квартиру. Помните, у классика, «квартирный вопрос их испортил». Лосев терпит поражение от «новых» людей «новой» России, которых почему-то поддерживает «новая» власть и «новая» тогда ещё милиция. Скользком влетает в жилищный сюжет известный певец и композитор Александр Градский, получивший своё в рассерженных эпитетах негодующего мемуариста. Ну, это уже, наверное, от обиды и природной саркастичности.

В кратком предисловии Сергея Гандлевского написано: «Память Лосева на редкость бескорыстна и добросовестна и внушает очень большое доверие». А вот ещё одна полярная точка зрения: «Лосев искренне и нежно любил Бродского, но его личности не понимал и не принимал». Опять из того же критика: «...В Лосеве всегда был силен осмотнительный обыватель, не то верящий, не то ориентирующий на общепринятые ценности и правила поведения». Отметим, что, как и все мемуары, «Меандр» сильно субъективен, что никогда не считалось недостатком воспоминаний литераторов.

Закончим ударной цитатой из Льва Лосева: «Нет специального литературного таланта — есть талант жить, который порой проявляется в литературе».

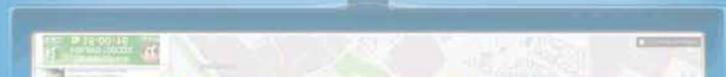
Согласен с этой мыслью на сто процентов.

Валерий Плющев



**4geo.ru**

ГИС НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ



карта справочник новости погода 3d-панорамы афиша

Пожалуй, самый интересный справочник...  
Скачай БЕСПЛАТНО [www.4geo.ru](http://www.4geo.ru)

Попову за нас не стыдно.



**СЕРЕБРЯНЫЙ  
ДОЖДЬ**  
КЕМЕРОВО



А.С. Попов (16 марта 1859) — русский физик и электротехник, профессор  
7 мая 1895 года впервые сделал научный доклад об изобретенном им методе использования  
излученных электромагнитных волн для передачи электрических сигналов.

