

Тема номера:  
**НОВЫЕ РЫНКИ**

Совместный проект журналов «Дело НС» и Entrepreneur

Как предпринимателю из малого города  
закрепиться на пермском рынке? ...38

На чем спотыкаются компании из Перми,  
расширяя бизнес в Верхнекамье? ...44

НОЯБРЬ

2011 (70)

# ДЕЛО

**НС**

## ИНФРАСТРУКТУРА

**20** Как уменьшить плату  
за технологическое  
присоединение  
к электросетям?

## ПРАЗДНИК

**66** Как устроить  
корпоративную вечеринку,  
которая принесет пользу  
компании?

Ольга НЕКРАСОВА:

**«БЕРЕЗНИКОВСКИЕ ТУРИСТЫ  
ИСКУШЁННЕЕ ПЕРМЯКОВ»**

стр. 32



# Новая Toyota Camry

## Истинные ценности внушают уважение



Реклама

Toyota Camry нового поколения изменит Ваши представления о том, каким должен быть современный бизнес-седан. Идеальные пропорции кузова отражают мощь и элегантность автомобиля. Новая 6-ступенчатая коробка передач и бензиновый двигатель 2,5 литра, а также усовершенствованный бензиновый двигатель 3,5 литра — гарантия превосходных динамических характеристик. Toyota Camry — роскошный автомобиль, покоряющий с первого взгляда.



Автоцентр Березники  
г. Березники ул. Березниковская, 77  
тел.: (3424) 23-78-77 [www.toyota59.ru](http://www.toyota59.ru)

**Toyota**  
**Управляй**  
**Мечтой**



# Тема номера: **НОВЫЕ РЫНКИ**



## **38 СТРАТЕГИЯ: В ПЕРМЬ**

Люди готовы рисковать жизнью, чтобы отстаивать свою собственность. При этом безропотно отдают кому угодно право определять собственное будущее.



## **44 СТРАТЕГИЯ: ИЗ ПЕРМИ**

С какими сложностями сталкиваются пермские компании, решившие расширить бизнес вглубь региона?



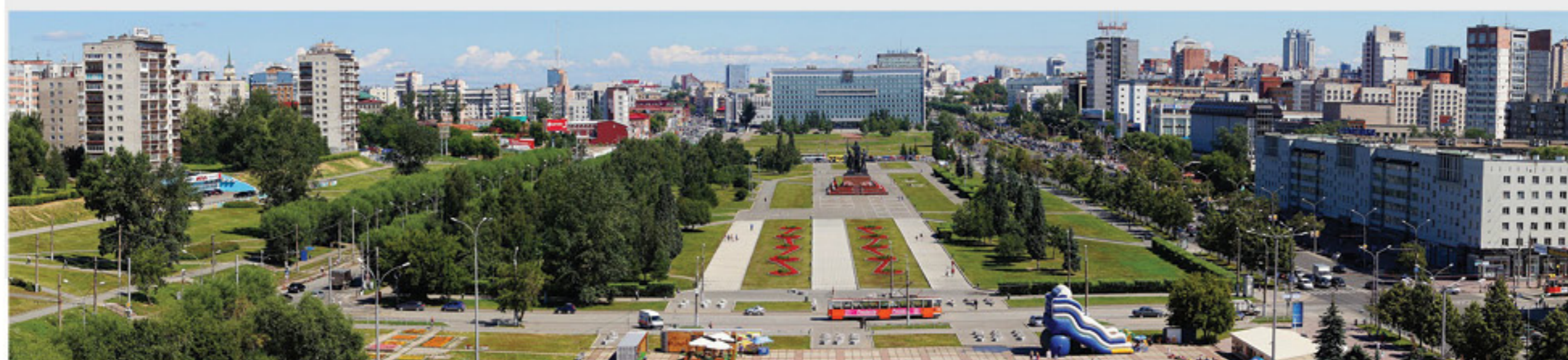
## **48 ТУРИЗМ**

Краевые власти решили «раскачать» внутренний туризм, улучшая сервис в местных гостиницах. Поможет ли это увеличить въездной турпоток?



## **53 МНЕНИЕ**

Чтобы туризм стал значимой статьей доходов, в первую очередь нужно увидеть в нем бизнес, убежден руководитель соликамской турфирмы «Соло-Тур» Юрий ПОЛОВНИКОВ.



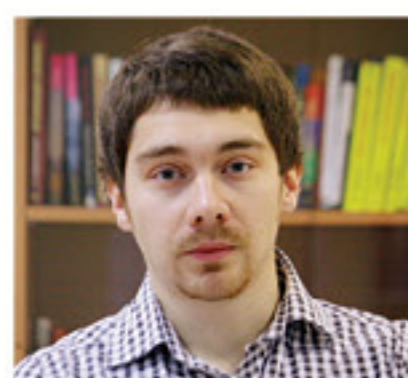
## **5 ТОЧКА ЗРЕНИЯ**

Какое качество нужнее предпринимателю? Пессимизм, чтобы убедительно притворяться неудачником? Или оптимизм, чтобы видеть возможности даже в самых трудных испытаниях?



## **26 ИНСТРУМЕНТЫ**

Как избежать ошибок при создании офисной компьютерной сети, — советы дает руководитель верхнекамского филиала компании Sunrise Сергей АРЖЕВИТИН.



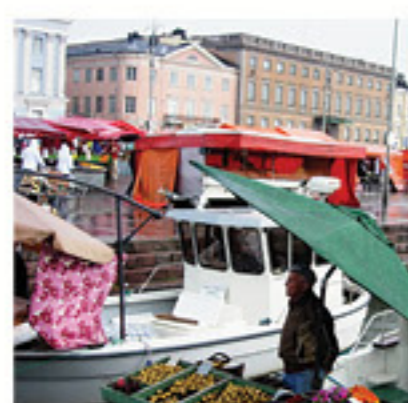
## **8 ИНТЕРНЕТ**

Интернет-проект Угодно.Ру как зеркало потребительского спроса: реальные пользователи дают оценки и делятся мнениями о товарах и услугах компаний Пермского края.



## **32 ЛИЦО КОМПАНИИ**

Туристу от турагента нужна достоверная информация и качественный сервис, считает директор березниковского офиса сети турагентств «Лучший отдых» Ольга НЕКРАСОВА.



## **12 СЦЕНАРИИ**

Универсальным розничным рынкам Верхнекамья вот-вот придет конец: ни один из них не готов выполнить требования федерального закона N 271-ФЗ «О розничных рынках...».



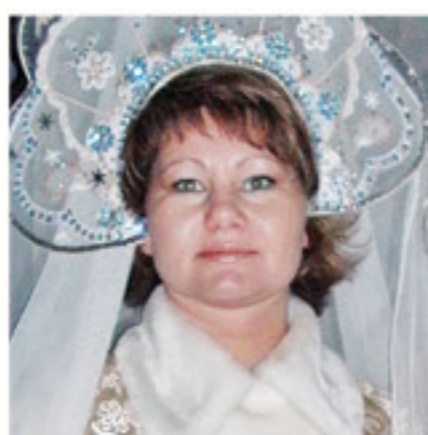
## **60 ЖИЗНЬ**

Что такое спорт для предпринимателя? Способ поддерживать себя в форме? Возможность перезагрузить мозги? Или источник вдохновения и новых целей?



## **20 ИНФРАСТРУКТУРА**

Долго, сложно и дорого. Россия заняла последнее место в мире по доступу бизнеса к электросетям.



## **66 ПРАЗДНИК**

Как устроить корпоративную вечеринку, которая подарит положительные эмоции сотрудникам и принесет пользу компании?



ноябрь 2011 (70)

адрес в интернете:  
http://vk-online.ru/delons.html

Адрес группы компании «Новый смысл» в «Фейсбуке»: http://www.facebook.com/group.php?gid=165132690186863

**Учредитель, издатель, главный редактор**

АРМЕН ПЕТРОСЯН  
armen@petrosian.ru  
www.petrosian.ru

**Выпускающий редактор:**  
АННА ШТАЕР  
ashtaer@gmail.com

**Редакция:**  
НАТАЛЬЯ КОШКИНА  
natalycat115@gmail.com

**Фотографии:**  
ЛЮДМИЛА ШМЕЛЬКОВА  
МАКСИМ ТАТАРИНОВ

**Компьютерный дизайн и верстка:**  
ОЛЬГА БЕССОНОВА

**Корректор:**  
НАТАЛЬЯ НОВИКОВА

**Рекламный отдел:**  
ЕЛЕНА ГРАБЕВНИК  
eg.delons@gmail.com

тел./факс: (34253) 7-06-16

Журнал «Дело НС» зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по Приволжскому федеральному округу Регистрационный номер ПИ № ФС 18-2843 от 19 июля 2006 г.

Тираж 1750 экз. Заказ № 861  
Подписано в печать 25.11.11  
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО

Печать: ООО «Литера»  
Соликамск, ул. М. Расковой, 9

**Адрес редакции издания и издателя:**  
618514, Пермский край, г. Соликамск  
«Гостинный двор», ул. Советская, 56/2  
Тел./факс: (34253) 7-06-16

За содержание рекламных материалов редакция журнала ответственности не несет

## ИНДЕКС ЛЮДИ И КОМПАНИИ

### А-Д

Сергей АРЖЕВИТИН ...26  
Людмила БАГРЯНСКАЯ ...7  
Константин БЕЛЯЕВ .....40  
Андрей БУРАКОВСКИХ ..39  
Татьяна БЫЧИНА .....13  
Сергей ВОРОБЬЁВ .....53  
Александр ГРИГОРЕНКО .....46  
Елена ДАВЫДОВА .....50  
Юлия ДАНИЛЮК .....64  
Александр ДЕНИСОВ ...10  
Петр ДИК .....8

### Е-К

Артём ЕЛИН .....6  
Дмитрий ЗАВЬЯЛОВ .....68  
Игорь ЗАПЕВАЛОВ .....53  
Сергей ЗЕНКИН .....53  
Алексей ИВАНОВ .....49  
Кристина КИТОВА .....66  
Эдуард КУЗНЕЦОВ .....69

### Л-П

Алла МАРЕНКО .....6  
Екатерина МОРГУТОВА .....12  
Раиф МУБАРАКШИН .....50, 53  
Ольга НЕКРАСОВА .....32  
Дмитрий НЕЦВЕТАЕВ .....45  
Любовь НОСОВА .....50  
Светлана ОБОЯНСКАЯ .....58  
Максим ОГЛОБЛИН .....12  
Андрей ОСОКИН .....67  
Александр ПАДЕРИН ...41  
Вальтер ПЕЛЬЦ .....7  
Игорь ПЛОТНИКОВ .....25  
Юрий ПОЛОВНИКОВ ...54  
Екатерина ПРЕДЕИНА ...33

### Р-Я

Наталья РУМЯНЦЕВА ...50  
Наталья САФОНОВА ...50  
Татьяна СОЛОДОВНИКОВА .....72  
Наиль СУЛЕЙМАНОВ ...17  
Наталья ТЕЛЬНОВА .....46  
Юрий ХАРЛАНОВ .....30  
Алексей ЧЕЧКИН .....20  
Олег ЧИРКУНОВ .....48  
Евгения ШИПУЛИНА ....17  
Ирина ЮДИНА .....17

### 1-З

Гостиничный комплекс «7 Небо» .....52  
Салон Body Center.....69  
Турагентство «ОСА-tour» .....58  
Компания Sunrise .....26  
Салон красоты YouNeed .....74

### А-Д

Автоцентр Березники ....2  
ЗАО «Аксифт» .....46  
Компания «Алендвик» ...46  
Салон «АртФлора».....72  
ООО Торговый дом «Белком» .....40  
Медиахолдинг «БерезникиFM» .....10  
БИНБАНК .....42  
ТРЦ «Бисмарк-2» .....68  
ООО «Бонтур-сервис»...68  
Магазин «Большой» .....74  
МУП «ГКЭС» .....20  
Гостиница «Дубрава» ....50

### Е-Л

Компания «ИНСИ» .....29  
Столовая «Кама» .....51  
Компания «КлимАтис» ....74  
Фирма «Компаньон» ...74  
Творческое объединение «Лица» .....67  
Сеть турагентств «Лучший отдых» .....32  
Компания «Люмен Арт» .....39

### М-О

Магазин «Массив Шина» .....23  
Сеть магазинов «Матрона» .....31, 45  
ООО «Метроникс» .....74  
Салон меха и кожи «МЕХИКО».....64  
Магазин «Мирцветов»...71  
Торговый дом «Мясоедов» .....17  
Кофейня «Небо» .....52  
Магазин «Ноутбукофф» ..29  
ООО «Областная продовольственная компания» ...17  
«Группа магазинов ОВС» ..62  
ОАО «Банк ОТКРЫТИЕ» ...18

### П-Т

ГРК «ПингвиН» .....50, 52  
Гостиница «Прайд-отель» .....50, 52  
Агентство «Праздничные истории» .....69  
Отель «Президент» .....50, 52  
Компания «ПРОМАЛЬП СЕРВИС» .....74  
Компания «Радуга» .....67  
Магазин «Рубин» .....68  
Русская страховая транспортная компания .....74  
ООО «Русские сладости» .....41  
Туристическая фирма «Роза ветров» .....53  
Сбербанк России ОАО .....11  
Компания «Свадьба под ключ» .....66  
Сервисный центр «СервисМастер» .....30  
Магазин «Скрепка» .....63  
Компания «Содружество» .....74  
Туристическая фирма «Соло-Тур» .....54  
Магазин «Спорт» .....62  
Бюро туризма «Спутник» .....76  
ООО «Спутник» .....10  
ООО «Стайл Электроникс Компани» .....6  
Антикварный салон «Старинные вещицы» ....67  
Склад-магазин «Стрекоза» .....68  
ЗАО «ТелекомПлюс» ...46  
АН «Титул» .....74

### У-Я

Санаторий-профилакторий «Уральские самоцветы» .....75  
Кафе «Червона Рута» .....52  
Гостиница «Эдем» .....52  
Торговый дом «Электроизделия» .....25  
ООО «Элпром» .....18  
ООО «Энергия-Плюс» .....24  
Группа предприятий «Янтарь+» .....68



На обложке: Ольга НЕКРАСОВА  
Фото: Максим ТАТАРИНОВ

Благодарим руководство гостиницы «Прайд-отель» за помощь в организации съемки

«Дело НС» доставляется адресно руководителям предприятий и учреждений в Березниках и Соликамске.

Кроме того, журнал можно взять в Березниках:

НБ Trust (Ленина, 49а), Сбербанк РФ – центральный офис (Юбилейная, 127), Центр роста малого бизнеса (К. Маркса, 60), Кама-банк (В. Бирюковой, 7), Банк Москвы (пл. Советская, 5), Урал ФД (Пятилетки, 48), банк ВТБ24 (Пятилетки, 43), банк «Уралсиб» (Юбилейная, 17), МДМ-банк (Пятилетки, 108), автосалон «Гарант-Н» (Металлистов, 1), автосалон «Авто-сити» (К. Маркса, 103), автосалон «Экс-авто» (Ленина, 31), автоцентр «ДАВ-Авто» (Пятилетки, 101), магазин «Автоком» (Ленина, 26), магазин «Партнер» (Ленина, 38), автомойка «Аркада» (Тельмана, 1), кафе «Триумф» (Мира, 39), ресторан «У Михалыча» (Свердлова, 51), ресторан «Эдем» (Юбилейная, 51), ресторанный дворик RestUnion (Юбилейная, 49б, ТЦ «Мелодия»), суши-бар «Уми» (Юбилейная, 77), пивной ресторан «Боб» (Пятилетки, 87а, ТЦ «Миллениум»), «Прайд-отель» (Большевикский пр-д, 5), гостиница «Эдем» (Ломоносова, 149), АН «Метражи» (Ломоносова, 92), автоцентр Toyota (Березниковская, 77), автоцентр Renault (Березниковская, 98б)

в Соликамске:

Сбербанк РФ – офисы (Калийная, 130, Северная, 43), банк ВТБ24 (20-летия Победы, 173), Банк Москвы (20-летия Победы, 146), Урал ФД (Калийная, 121), Транскапиталбанк (Матросова, 8), гостиница «Дубрава» (Дубравная, 56), отель «Президент» (Свободы, 64), ГРК «ПингвиН» (Свободы, 66), оздоровительный комплекс «Седьмое небо» (Всеобуча, 200), киноцентр «Чайка» (Чернышевского, 13), кафе «Виктория» (Молодежная, 19), кафе «У Солохи» (Северная, 82), кафе «Ели-пили» (Северная, 46), автотехцентр «Подкова» (Молодежная, 8), автомойка «ОВС» (Энергетиков, 36), автомойка «Макси-автотехцентр» (Коммунистическая, 31/1), кафе Chocolate (Всеобуча, 88)



**М**инимум три-четыре раза в день общаюсь со знакомыми и незнакомыми предпринимателями. Попытался посчитать, чем чаще делятся в разговорах — радостями или проблемами. Видимо, о трудностях говорить приятнее. Когда не хватает конкретных примеров из собственной практики, запускается привычный механизм генерации негативного фона.

# МОЖЕТ ЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ НЕ БЫТЬ ОПТИМИСТОМ?

**Армен Петросян,**  
главный редактор журнала «Дело НС»  
e-mail: armen@petrosian.ru, www.petrosian.ru

**Ц**ены на все растут, спрос на все падает. Федеральные сети выживают местный ритейл. Квалифицированных кадров нет. Инфляция. Кредиты не взять. Вторая волна кризиса, третья волна кризиса. Если воспринимать всю эту информацию всерьез, пропадет не только желание работать и развиваться. В таких мрачных реалиях и жить-то не хочется.

В поисках защиты от распространяющейся упаднической ин-

**В нашем обществе невыгодно быть успешным. В лучшем случае тебя будут осаждать просители, большинство из которых — иждивенцы. В худшем — тебя будут не любить без всяких причин.**

фекции я стал изучать причины всеобщего пессимизма. Применяю испытанный прием: вместо того, чтобы пассивно слушать стенания, начинаю задавать вопросы. Очень скоро становится ясно, что, при всех ужасах, которые живописует собеседник, у него самого все достаточно неплохо. Надо лишь слегка сместить точки отсчета. Если не брать в расчет людей, которые просто не способны успешно вести бизнес в силу своей безграмотности или склада характера, для многих показатель пессимизма стал формой самозащиты. В животном мире распространено такое явление как мимикрия. Так называют способность некоторых животных принимать сходство с предметами окружающей среды, растениями, а также несъедобными для хищников или защищенными от них животными. Иногда живность достигает абсолютного сходства с неодушевленными предметами. Мимикрия помогает животным маскироваться и выживать. В нашем обществе невыгодно быть успешным. В лучшем случае тебя будут осаждать проси-

тели, большинство из которых — иждивенцы. В худшем — тебя будут не любить без всяких причин. Вернее по одной просто причине — тебе хорошо, когда всем вокруг плохо. Раз тебе хорошо, значит, это за счет других. Ты украл, приватизировал чужое счастье и удачу. Причин подобного отношения множество. Менять менталитет гораздо сложнее, чем повысить пенсии или увеличить размер пособия по безработице. Можно и

далее ждать, что популяризацией предпринимательства займется государство. А можно начинать самим. Были ли в нашей истории периоды, когда вести осмысленную, самостоятельную жизнь, да еще и брать на себя ответственность за других, было легко? Предприниматель имеет одно огромное преимущество. В любом обществе, при любом режиме

**Менять менталитет гораздо сложнее, чем повысить пенсии или увеличить размер пособия по безработице. Можно и дальше ждать, что популяризацией предпринимательства займется государство. А можно начинать самим.**

он обладает большей свободой. Если вам дорого это преимущество, стоит подумать, как изменить отношение к себе. Возможно, для начала стоит активнее общаться и делиться информацией о себе. Тогда больше не придется изображать из себя жертв. Предприниматель должен приумножать оптимизм и делать жизнь вокруг себя светлее.



Конкуренция

## Фирменный Style\*



**У**силение конкуренции со стороны крупных конкурентов не помешало березниковской компании «Стайл Электроникс Компани» открыть новый магазин.

Компьютерный рынок Березников, емкость которого оценивается в 10-12 млн рублей, претерпевает большие изменения. За последние два года в городе с населением 150 тыс. человек открылось шесть крупных магазинов бытовой, цифровой и компьютерной техники федерального и регионального уровня («Корпорация Центр», «М.Видео», DNS, «Сатурн-Р»), которые практически поделили между собой рынок и постепенно вытесняют с него локальных игроков.

Но присутствие сильных конкурентов далеко не всем мешает развиваться. Так, березниковская компания «Стайл Электроникс Компани» недавно открыла новый, третий магазин.

По словам генерального директора ООО «Стайл Электроникс Компани» **Артёма Елина**, удерживать позиции компании помогает правильно выбранная стратегия:

— Мы не продаем компьютеры, мы предлагаем клиен-

там инструмент для решения конкретных бизнес-задач. К тому же мы уделяем большое внимание послепродажному сервису, в то время как крупные сетевые супермаркеты электроники ориентируются исключительно на массовые продажи.

В магазинах компании покупатели могут приобрести сертифицированные системные блоки торговой марки Style по оптовым ценам. Кроме того, мы предоставляем пожизненную гарантию на модернизацию комплектующих системного блока марки Style: любые элементы блока обмениваются с доплатой на новые, более мощные, при этом срок гарантии автоматически продлевается. Если компьютер, приобретенный в другом месте, морально и технически устарел, покупатель может сдать его в магазины «Стайл Электроникс» и, доплатив разницу, приобрести новый компьютер.

Гибкие условия сотрудничества, персонализированный сервис и узкая специализация позволяет «Стайл Электроникс Компани» благополучно существовать на одном рынке с DNS и «М.Видео». А если учесть, что компьютерный рынок в России стабильно увеличивается (по оценкам аналитической компании International Data Corporation, ежегодный прирост

составляет порядка 17% — прим. ред.), работы хватит всем.

### Справка

ООО «Стайл Электроникс Компани» присутствует на рынке Березников с 1998 года. Тогда был открыт первый магазин «Стайл Электроникс». В 2010 году компания открыла магазин «Сталкер», в 2011 — второй «Стайл Электроникс».

Господдержка

## Грант на дело

**Д**о 300 тыс. рублей смогут получить предприниматели, желающие начать одобренный государством бизнес.

Заместитель министра торговли и развития предпринимательства Пермского края **Алла Маренко** провела в Соликамске несколько рабочих встреч, рассказала об итогах программы по поддержке предпринимательства, действующей в Прикамье три последних года, и о целях новой программы, которая будет принята на 2012-2014 годы.



мать появился, работал, обеспечивал рабочие места. Но мы будем принимать массу усилий, чтобы его деятельность была легитимной, — начала разговор Алла Маренко. — За три года на развитие предпринимательства нами потрачено 1,3 млрд рублей. По новой программе закладываем 1,6 млрд. Но запрашиваем у Федерации 2 млрд. В результате действия программы мы хотим на 19 тысяч увеличить количество предпринимателей, на 170 млрд рублей увеличить объем выручки.

Новая программа предусматривает четыре направления. Создание мотивов для занятия

предпринимательской деятельностью, повышение престижа статуса предпринимателя. Повышение профессиональной компетенции людей, занятых в малом и среднем бизнесе, которых нужно научить формулировать свои цели и доносить их до партнеров. Создание информационной

базы (Государство и муниципалитеты будут предлагать готовый бизнес: путем системы франшиз, составленных бизнес-планов. Чтобы предприниматели, потерпев неудачу, не закрывались, а перепрофилировались). Доступность кредитно-финансового ресурса.

— Возможностью для получения кредита станут взносы в Пермский гарантийный фонд в обмен на поручительство фонда перед банками, — объяснила г-жа Маренко. Также мы намерены предоставлять субсидии на затраты по оплате процентов. Появляется новая услуга — лизинг. Предприниматель может взять не деньги, а оборудование, транспорт.

Эффективной поддержкой могут стать гранты, которые министерство готово давать предпринимателям, берущим на себя обязательства расширить бизнес или открыть новый. Мы предполагаем, что это будет до 300 тысяч рублей. Но только если вы занимаете ниши, которые рекомендует государство: где бизнес будет рентабельным, где невысокая конкуренция или ее нет.

\* на правах рекламы



## «Бюджетному» аутсорсингу создадут конкурентную среду

**В**полне может случиться так, что уже в будущем году в Соликамске создадут «искусственную» конкуренцию в сфере клининговых услуг. Произойдет это в рамках исполнения обязанности муниципалитета по переводу на аутсорсинг функций, не свойственных бюджетным организациям.

О том, какие возникли проблемы при реализации этого начинания, депутаты думской комиссии по городскому хозяйству и муниципальной собственности поинтересовались у первого заместителя главы администрации **Людмиле Багрянской**. Главный



в этой ситуации вопрос задал **Вальтер Пельц**:

— Проводил ли кто-нибудь анализ: лучше стало работать или наоборот?

Ответ депутаты получили не самый утешительный:

— Изначально перед нами ставились две задачи: во-первых, сократить издержки бюджетных учреждений, выведя непрофильные функции на аутсорсинг, во-вторых, улучшить качество обслуживания. Эти две задачи не состыковались, потому что себестоимость услуги клининговой компании гораздо выше, чем те средства, которые мы могли предложить.

Что это означает на практике? В первую очередь, конечно, то, что малому бизнесу не слишком выгодно работать с бюджетом на таких условиях:

— Объем затрат, которые понес городской бюджет, не увеличились. Другое дело, что качественно оказать услугу за эти деньги субъект малого предпринимательства не смог. Плюс к тому, из-за позднего

перечисления средств из краевого бюджета мы свои обязательства перед клининговой компанией за прошлый год в полном объеме выполнили только в июне этого года.

С другой стороны, как объяснила народным

избравникам г-жа Багрянская, назад дороги нет, и предложение Вальтера Пельца — «те бюджетные организации, в которых особенно остро стоит этот вопрос, вернуть на старую схему для того, чтобы не привлекать дополнительных средств» (имеется в виду — для полноценного расчета с компанией-исполнителем) — реализовать возможным не представляется:

— Это государственная политика, также и губернатор Пермского края говорил о том, что несвойственные функции мы должны выводить на аутсорсинг. Есть соглашение, подписанное между субъектами — муниципальными образованиями и краем, в котором определены те показатели, на которые мы должны выйти. Это окончательное решение, а соглашения подписаны на три года — 2011-й, 2012-й и 2013-й, причем по каждому установлены показатели, которых мы должны достичь.

Но говорить о том, что идея привлечь к работе с бюджетом в этой

сфере малый бизнес зашла в тупик, пока рано:

— Мы озвучивали эту проблему в правительстве Пермского края. С их стороны в качестве одного из вариантов решения вопроса прозвучала идея о том, что, возможно, в Программе развития предпринимательства Пермского края будут заложены средства на финансирование субсидий — на оказание именно этих услуг.

Таким образом Людмила Багрянская ответила на вопрос, касающийся возможного увеличения объемов финансирования — не за счет соликамского бюджета, а, так сказать, извне. Но народные избранники увидели в ситуации еще одну проблему:

— А возможно ли на правительстве Пермского края озвучить основную причину, из-за которой возникают проблемы с аутсорсинговыми компаниями? — вновь вступил в разговор Вальтер Пельц. — Дело ведь в том, что в краевом центре гораздо больше компаний, там есть конкуренция. У нас в городе

конкуренции практически нет, и фактически происходит передача заказа монополистам...

Вот тут-то Людмила Багрянская и высказала весьма любопытную вещь:

— Это — предмет разговора. Мы эту проблему также заостряли, край готов нам помочь — дать перечень компаний, которые могли бы создать у нас конкуренцию, если бы мы их пригласили для участия...

Так что, возможно, уже в следующем году в Соликамске создадут искусственную конкуренцию. По крайней мере, на рынке аутсорсинговых услуг для бюджетников.







Петр ДИК,  
руководитель  
интернет-проектов  
dp@gipermedia.com

Интернет все глубже проникает в нашу жизнь. С каждым годом количество новых пользователей увеличивается. В одной только социальной сети «ВКонтакте» насчитывается 46 000 пользователей из Соликамска и Березников — это могут быть ваши будущие клиенты. То есть сегодня даже в наших маленьких городах интернет стал частью повседневной жизни почти каждого человека, а что будет через 5-10 лет — вы задумывались?

# ЧТО КУПИТЬ? КУДА СХОДИТЬ? КАК УЗНАТЬ?

Жители мегаполисов давно привыкли искать в интернете информацию о компаниях, товарах или услугах и даже делать покупки. Любая компания, хочет она этого или нет, вынуждена идти в Сеть, чтобы попасться на глаза потенциальному клиенту. До нас эта волна дойдет очень скоро, я бы даже сказал, она уже на подходе.

Откладывая выход вашей компании в интернет, вы рискуете упустить время и клиентов.

Пора позиционировать свой бизнес в интернете. Мы задумались об этом год назад и создали веб-ресурс под названием «Угодно.ру» ([www.ugodno.ru](http://www.ugodno.ru)). А сегодня мы предлагаем вам присоединиться к нашему проекту.



## Что такое Угодно.ру?

Это место, где будет аккумулироваться информация о товарах и услугах компаний и заведений Пермского края. Но самое главное — все эти предложения будут снабжаться отзывами, советами и рекомендациями совершенно

реальных пользователей и потребителей. Их мнения помогут вам определиться с выбором. А вы, в свою очередь, высказывая свои впечатления, будете помогать другим людям выбирать самые выгодные предложения, а заведениям и компаниям — становиться лучше для вас, повышать качество своих товаров и услуг.

Мы создаем достоверный и качественный источник информации о товарах, услугах и компаниях Прикамья, в основе которой лежит личный опыт покупателя, позиция владельцев бизнеса и наш контроль качества.

**Делитесь мнениями, пишите отзывы и советы. Участвуйте в конкурсах и выигрывайте призы. Делайте выгодные покупки — на Угодно.ру!**

## Зачем это вам?

Угодно.ру предлагает широкие функциональные возможности. Вы можете размещать информацию о своем бизнесе,



товарах, услугах и акциях, а также получать отзывы от клиентов, и многое другое — причем на первых порах абсолютно все сервисы будут бесплатными! Итак, вы размещаете на сайте свои предложения, а мы берем на себя задачу собрать как можно больше посетителей.

## Угодно.ру — это место встречи потенциальных клиентов, покупателей и продавцов.

### Что для этого нужно?

#### Вариант 1

Написать заявку на [info@ugodno.ru](mailto:info@ugodno.ru). В теме письма обязательно укажите название вашей компании.

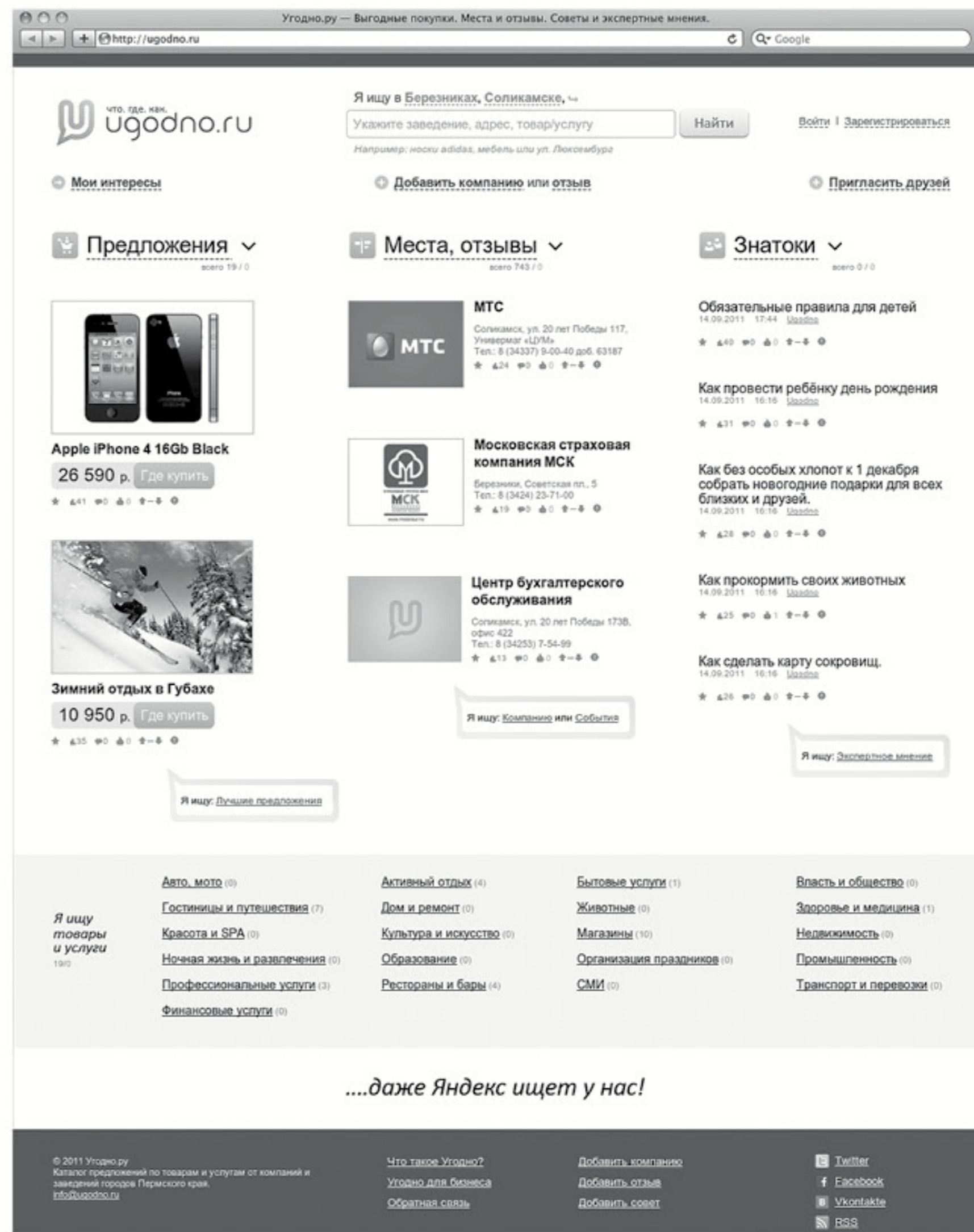
Далее, мы отправим вам форму для получения необходимой информации.

Когда все материалы будут собраны и обработаны, мы разместим ваше предложение на сайте.

#### Вариант 2

Зайти на сайт [www.ugodno.ru](http://www.ugodno.ru), проверить, присутствует ли ваша компания в каталоге сайта. Зарегистрироваться на сайте, и, если вы не обнаружили своей компании в нашем каталоге, добавить ее, указав все необходимые данные.

После успешной проверки информации нашими администраторами, информация о вашей компании будет размещена на сайте и прикреплена к вашему аккаунту. После чего вы самостоятельно сможете размещать информацию о ваших товарах и услугах.



**Сегодня у вас есть возможность бесплатно разместить информацию о вашем товаре или услуге в центральной рубрике сайта — «Лучшие предложения».**

Также у вас будет возможность размещать прайс-листы, информацию о вакансиях, новости, акции — на странице вашей компании.

Если ваша компания уже за-

несена в каталог сайта, вам необходимо сделать запрос на присоединение компании к вашему аккаунту, отправив для этого заявку на электронную почту: [info@ugodno.ru](mailto:info@ugodno.ru).

### И еще кое-что!

Когда информация о вашем предложении размещается на сайте в рубрике «Лучшие предложения» — об этом сразу узнают подписчики сайта и пользователи в социальных сетях. Вам не нужно вкладывать средства в разработку собственного сайта, не нужно тратить деньги на его продвижение, потому что мы — команда Угодно.ру — уже позаботились обо всем.

Присоединяйтесь к нам. Давайте сотрудничать!

**Угодно.ру — это сотни и тысячи новых клиентов!**





# КАК СДЕЛАТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ РЕКЛАМУ НА РАДИО

– Папа, сколько будет 30+40?  
– Минута десять, сынок...  
(радийный юмор)

**Александр ДЕНИСОВ,**  
ООО «Спутник»,  
медиахолдинг «Березники FM»

**В** нашем медиахолдинге пять радиостанций. Конечно, мы заинтересованы в том, чтобы реклама на всех пяти станциях была эффективной. За этим стоит не только создание роликов и рекламных объявлений, но и регулярная «работа над ошибками» рекламодателей.

Реклама, как любой инструмент, требует определенных навыков в обращении. Увы, даже в бизнес-школах предпринимателей не учат, как сделать рекламу, которая принесет максимум пользы. Эту науку им приходится постигать на собственном опыте. Набив шишек, некоторые разочаровываются в радио как в рекламном носителе. Между тем, многих ошибок можно избежать.

## РАЗМЫТОЕ И ОЧЕНЬ ОБЪЕМНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

Рекламодатели часто стремятся уместить в рекламе «и то, и то, и это». Но рекламное предложение должно быть коротким и запоминающимся. Однажды заказчик принес нам текст для ролика на двух страницах. Мы посоветовали раздробить информацию, сделали серию из нескольких 30-секундных роликов — каждый с конкретным предложением — и чередовали их в эфире. Бренд засел в сознании слушателя, в то же время ему не «замылили» ухо нагромождением сведений.

Номера телефонов в радио-рекламе лучше не употреблять. Исключение составляют случаи, когда номер «красивый», и компания сознательно использует его для привлечения клиентов. Указывая адрес, дайте дополнительные ориентиры: мы находимся по такому-то адресу — возле ЦУМа, напротив ДК Металлургов и т.д.

## НЕТ БАЛАНСА МЕЖДУ ИМИДЖЕВОЙ И ТОВАРНОЙ РЕКЛАМОЙ.

Товарная реклама направлена на быстрое решение конкретной задачи: распродать товар, пригласить людей на открытие магазина, сообщить об акции. Она должна присутствовать в эфире массированно, чтобы «навязнуть в уши». Но постоянное «приди-купи» вызывает отторжение. Чтобы не надоесть покупателю, «продающие» ролики надо разбавлять имиджевой рекламой, ненавязчиво напоминая о компании, ее конкурентных преимуществах. Слушатель отдохнет, в то же время красивый имиджевый ролик не даст ему забыть о компании.

**СЛИШКОМ КРЕАТИВНЫЙ СЦЕНАРИЙ.** Реклама на радио должна отличаться простотой и ясностью. Это своеобразный зазывала — «зайдите, купите, сегодня, сейчас!». Если зазывала на рынке начинает издали, покупатель не станет его слушать, он пройдет дальше, к следующему прилавку.

**НЕПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР ТАЙМ-СЛОТА.** Большинство рекламодателей стремятся разместить ролик в прайм-тайм, когда аудитория у станции максимальная. Но это вовсе не значит, что ваш целевой потребитель слушает радио в это время. О том, что бензин подешевел на 10 копеек, надо говорить утром или вечером, когда автомобилист за рулем. Рекламу ночных клубов нет смысла пускать в эфир утром — до вечера о ней наверняка забудут. Прайм — время для товарной рекламы, коротких акций и малых бюджетов. Долю офф-тайм разумно увеличивать для длительных кампаний с использованием нескольких станций.

**НЕПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР СТАНЦИИ.** Рекламодатель говорит: я слушаю радио MAXIMUM — мне другие станции не предлагайте. Это ошибка. Надо ясно представлять, какой аудитории адресовано ваше предложение. Кто покупает ваш товар? Что он слушает, и на какой радиостанции это звучит? Формат радиостанции не менее важен, чем прочие составляющие радиорекламы. Разница в эффективности может отличаться в разы! Чтоб не ошибиться в выборе, прислушайтесь

к советам специалистов. Или хотя бы поспрашивайте знакомых из нужной целевой аудитории, какое радио они слушают и в какое время.

В состав медиахолдинга «Березники FM» входят радиостанции «Русское радио», MAXIMUM, DFM, «Авторадио» и «Юмор FM». MAXIMUM, DFM — это молодежная аудитория, причем MAXIMUM больше слушают мужчины. Костяк аудитории «Русского радио» и «Авторадио» — люди в возрасте 20-45 лет, в основном автомобилисты. Юмор FM предпочитают мужчины и женщины 30-55 лет.



**НЕЭФФЕКТИВНАЯ БЕРЕЖЛИВОСТЬ.** Экономить, конечно, нужно, но делать это надо правильно. Не уменьшайте частоту выхода роликов, «размазывая» рекламу по эфиру тонким слоем. Вы просто выбросите деньги на ветер, потому что потребитель перестанет слышать ваше сообщение. Лучше увеличить перерывы между сэтами. Если раньше вы чередовали две недели рекламы с недельным перерывом, увеличьте период тишины до двух-трех недель. Наш трафик-менеджер посоветует, как распределить эфиры с максимальной отдачей.

**КОПИРОВАНИЕ СООБЩЕНИЯ, РАЗРАБОТАННОГО ДЛЯ ДРУГИХ МЕДИА.** Некоторые яркие идеи, которые идеально подходят для телевизионного ролика или наружки, не работают на радио. Примером здесь может служить кампания одного мужского дезодоранта со слоганом «Для сильных духом мужчин». Ролик на ТВ был успешным, в то время как радио-реклама вызывала двусмысленные улыбки.

Короткая финальная пропевка — джингл — едва ли не самый важный элемент радио-ролика. Она запоминается и прочно ассоциируется с компанией. Кстати, ее можно применять и в ТВ-рекламе. Именно так поступает компания «Эфа», которая во всех своих роликах использует фразы «Людмила» — надежная техника мира» или «Караван»: все просто — мы ближе.

Вот самые простые советы для тех, кто хочет внедрить свою рекламу потенциальному клиенту «в мозг». По статистике, 60% потребителей слушают радио в течение последнего часа перед совершением основных покупок. То есть, радио — зачастую, единственный шанс повлиять на выбор потребителя непосредственно перед покупкой. Специалисты медиахолдинга «Березники FM» помогут вам отработать этот шанс на 100 %!

Мы не просто штапуем и выпускаем в эфир ролики. Мы чувствуем ответственность перед рекламодателем и слушателем и стараемся удовлетворить интересы обеих сторон.

Вам нужна реклама, которую хочется слушать и которой хочется верить? Мы используем все наши возможности, опыт и знания, чтобы создать именно такой продукт.

## Березники FM

г. Березники, ул. Ломоносова, 100а  
(3424) 25-00-08,

www.berezniki.fm, reklama@berezniki.fm





# СБЕРБАНК

## 170 ЛЕТ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ

# ЮБИЛЕЙ БАНКА —

## ПРАЗДНИК ДЛЯ КЛИЕНТОВ

12 ноября Сбербанк России отметил свое 170-летие.



Что такое 170 лет? Это целая эпоха, неотделимая от истории нашей страны. Это опыт и технологии, проверенные временем. Это вековое сотрудничество с государством. Это несколько поколений людей, привыкших доверять банку самое ценное. Это уверенность в его надежности и постоянные изменения к лучшему.

Первые сберегательные кассы в России появились по указу Николая I в 1841 году. Они создавались, чтобы жители страны смогли делать сбережения, откладывая небольшие суммы в банк, и планировать свои расходы. Сегодня Сбербанк — крупнейший банк России. Его услугами пользуется большинство населения нашей страны. Уникальная филиальная сеть насчитывает более 20 тысяч филиалов и отделений на всей территории России, в Казахстане, в Украине, в Беларуси, Германии, Индии и Китае. Кредитный портфель Сбербанка включает в себя около трети всех выданных в стране кредитов.

Работать со Сбербанком год от года становится удобнее и выгоднее. Оправдывая доверие и предвосхищая ожидания своих клиентов, банк вводит новые востребованные сервисы и услуги. К своему юбилею он подготовил целую россыпь уникальных предложений.

С 1 ноября 2011 года повысились процентные ставки по вкладам в рублях. По вкладам «Сохраняй», «Пополняй», «Управляй», «Мультивалютный Сбербанк России», «Подари жизнь» ставка выросла на 1,3% годовых. Процентные ставки по сберегательным сертификатам повысились на 1,5%. Максимальная ставка в рублях по вкладу «Юбилейный — 170 лет» составила 7% годовых при вкладе на 6 месяцев.



Зато кредиты в Сбербанке дешевле. Например, ставки по автокредитам на новые автомобили снизились до 8,7%, при первоначальном взносе от 15% и сроке до двух лет.

12 ноября стартовала новая программа лояльности. 70 миллионов владельцев зарплатных и кредитных карт, расплачиваясь ими в России и за границей, теперь могут получать существенные скидки и бонусы во множестве магазинов.

В честь 170-летия Сбербанка отменена плата за первый год обслуживания по всем видам кредитных карт, выпущенных Сбербанком в период с 5 сентября по 31 декабря 2011 г.

Корпоративным клиентам банк предложил уникальные программы по кредитованию, поэтому количество корпоративных заемщиков банка неуклонно растет. С начала 2011 года, например, Соликамское отделение № 4929 Западно-Уральского банка ОАО «Сбербанк России» увеличило кредитный портфель по малому бизнесу в два раза.

Березниковское и Соликамское отделения обслуживают клиентов в Березниках, Усолье, Соликамске и Соликамском районе, Красновишерске и Чердыни. Более 3700 корпоративных клиентов в этих городах поручили Сбербанку России свои финансовые потоки.

Два основных вопроса, которые задают бизнесмены — это сроки рассмотрения заявок и залоговое обеспечение. Оптимальный ответ дает скоринговая система кредитования малого бизнеса «Кредитная фабрика». Минимальный пакет документов, не более трех дней на рассмотрение заявки — и заемщик получает кредит на срок до трех лет, который не требует залогового обеспечения и целевого подтверждения.

Начал работу проект «Корпоративное страхование», позволяющий клиентам оформлять страховку залогового имущества прямо в офисе банка. Введен в эксплуатацию новый продукт электронного документооборота с корпоративными клиентами «СбербанкБизнесОнлайн». Предприниматели оценили удобство услуги «Автоматический сейф», позволяющей им сдавать наличность, не посещая банк.

Накануне своего юбилея Сбербанк объявил о запуске еще одного пилотного проекта: теперь банк будет кредитовать бизнес-проекты «с нуля»: до сих пор российские банки практически не кредитовали стартапы.



Старый друг лучше новых двух. С каждым клиентом — будь то студент, начинающий предприниматель или флагман отечественной промышленности — Западно-Уральский банк ОАО «Сбербанк России» стремится наладить прозрачные, взаимовыгодные и долгосрочные отношения, считая самым большим своим достижением доверие людей, а самым важным результатом своей работы — процветание и финансовый успех клиентов.



# НЕРЕАЛЬНЫЙ ФОРМАТ

## РЫНКИ ВЫЖИВАЮТ. ВЫЖИВУТ ЛИ ОНИ?

**В** сентябре нынешнего года вновь зазвучали утихшие было «за давностью лет» разговоры о том, что универсальным розничным рынкам в их нынешнем виде вот-вот придет полный конец. Потом большинство регионов в очередной раз изучило состояние этого сегмента — и в буквальном смысле прослезилось. Потому что как три года назад никто не был готов к вступлению в силу пунктов 3 и 4 статьи 24 271-ФЗ, так и сегодня ситуация не изменилась...

### Закон гласит:

«С 1 января 2013 года для организации деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на рынках, за исключением сельскохозяйственных рынков и сельскохозяйственных кооперативных рынков независимо от мест их нахождения, иных розничных рынков, находящихся на территориях городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, городов с численностью населения более 500 тысяч человек, являющихся столицами или административными центрами субъектов Российской Федерации, управляющие рынками компании вправе использовать исключительно капитальные здания, строения, сооружения. Использование в этих целях временных сооружений запрещается».

(п. 3. ст. 24, Федеральный закон от 30.12.2006 N 271-ФЗ (ред. от 01.07.2011) «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации»)

«Требования, установленные частями 2 и 3 настоящей статьи в отношении сельскохозяйственных рынков и сельскохозяйственных кооперативных рынков независимо от мест их нахождения, применяются с 1 января 2015 года, а требования, установленные частями 2 и 3 настоящей статьи в отношении иных розничных рынков, находящихся на территориях городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, городов с численностью населения более 500 тысяч человек, являющихся столицами или административными центрами субъектов Российской Федерации, — с 1 января 2012 года».

(п. 4. ст. 24, Федеральный закон от 30.12.2006 N 271-ФЗ (ред. от 01.07.2011) «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации»)

**Но факты — упрямая вещь...**





Министерство развития предпринимательства и торговли Пермского края

Официальные данные:

По информации, собранной на начало октября нынешнего года, на территории Пермского края только около 15% розничных рынков функционируют в капитальных зданиях и строениях. Не только в удаленных от «центра» территориях, но и непосредственно в столице региона «деятельность на рынках осуществляется во временных строениях и сооружениях. Работы по проектированию и строительству не начинаются по разным причинам».



**Екатерина Моргутова,**  
заведующий сектором потребительского рынка Управления экономической политики администрации Соликамска:

— В 2009 году администрация собирала подробные сведения о том, какие капитальные работы компании, управляющие действующими в Соликамске рынками, намерены выполнить в рамках исполнения 271-го федерального закона. Требования в этом документе прописаны очень жестко. И речи не идет о том, чтобы «сделать по мере возможности» или «сделать частично» — постановка задачи вполне конкретная: «вы обязаны». Так вот, на тот момент мы получили от управляющих компаний не просто мысли на перспективу, а реальные проекты модернизации торговых площадей, согласованные во всех инстанциях. То есть дело должно было сдвинуться... Но вступление статьи закона в силу отложили — и проекты в итоге так и остались на бумаге.



**Максим Оглоблин,**  
управляющий универсальным розничным рынком (г. Березники):

— С точки зрения требований «капитальной» статьи закона, наше исполнение можно оценивать ... в ноль процентов. За все это время мы не построили ни единого нового капитального строения, все, что было сделано — приведены в адекватное состояние уже имевшиеся в наличии крытые павильоны, а также установлены крытые ряды для продавцов непродовольственных товаров. Но это — не капитальное строение, и оно не соответствует предъявляемым 271-ФЗ требованиям.

*Картинка рисуется грустная. Фактически — саботаж требований федерального законодательства, о которых давным-давно известно не только рынкам, но и основной группе рыночных потребителей. А на самом деле...*







**Екатерина Моргутова,** заведующий сектором потребительского рынка

Управления экономической политики администрации Соликамска:

— На сегодняшний день у всех наших рынков (за исключением, пожалуй, одного) земля находится не в собственности, а в аренде. И это как раз и становится самой большой проблемой, когда речь заходит о модернизации, которой требует закон. Бизнесу не слишком-то интересно вкладывать огромные средства фактически в чужую собственность.

С другой стороны, наличие права собственности на рыночную землю — это далеко не стимул для капитальной реформации торговых площадей. Просто потому, что это очень дорого.



**Максим Оглоблин,** управляющий универсальным розничным рынком (г. Березники):

— Требования к универсальным рынкам, которые прописаны в этом федеральном законе, намного жестче, чем требования к рынкам специализированным. Но при этом закон не предусматривает ни увеличения сроков аренды земельных участков для управляющих рынками компаний, ни каких-то других послаблений или льгот.

Арендаторы мест на рынке — это, как правило, очень маленькие «бизнес-единицы», у которых относительно немного денег. То есть сколько бы мы ни вкладывались в модернизацию и прочие капитальные работы, серьезно повысить арендную плату, чтобы как-то «отбить» эти расходы, мы не сможем по, так сказать, техническим причинам. Допустим, за последние пару лет для тех наших арендаторов, которые торгуют непродовольственными товарами, арендную плату мы подняли всего на 5%. Торговые центры могут позволить себе намного больше...



**Татьяна Бычина,** главный бухгалтер ООО «Титан» (рынок на Клестовке, г. Соликамск):

— Закон выдвигает очень жесткие требования к универсальным рынкам, выполнить которые очень сложно и, главное, затратно — неважно, собственник ты или арендатор. Даже строительство относительно небольшого объекта — это весьма приличная сумма, которая нужна на подготовку проекта, на собственно строительство... Понадобится не год и не два, чтобы эти вложения окупались, потому что основной контингент (я бы сказала — 97% наших арендаторов) — это индивидуальные предприниматели, хозяева одной, максимум двух точек. Повышение аренды с нашей стороны приведет их к закрытию.



*Закон суров. И если в положенные сроки розничные рынки не выполнят требования федерального закона, им придется закрываться. Понятно, что такой ход придется по нраву далеко не всем потребителям... Но гораздо большие проблемы возникнут при этом у властей муниципалитетов и регионов, одна из основных задач которых — блюсти стабильность на подотчетной территории. Просто об этом пока не все задумываются.*





**Екатерина Моргутова,**  
заведующий сектором потребительского рынка Управления экономической политики администрации Соликамска:

— ...Если рынки не выполняют требования закона, к ним будут применены прописанные на такой случай карательные санкции. Повлечет ли это за собой некие социальные проблемы? Сегодня у рынков, безусловно, есть свой потребитель. Но какая именно часть населения предпочитает их магазинам, я сказать не могу — администрация не проводит подобных мониторингов. Другой вопрос, что сегодня в Соликамске достаточно магазинов всех форматов, которые в той или иной степени оттягивают на себя часть того потребительского потока, который раньше уверенно шел именно на рынки. Самый большой процент «отнимают» сетевые магазины, которые, как минимум, предлагают больший уровень комфорта (хотя бы относительную шаговую доступность).

Так что же, выхода нет совсем? Не факт. Самый простой путь буквально лежит на поверхности. Вот только «самый простой» — не означает «самый подходящий».



**Министерство развития предпринимательства и торговли Пермского края**

**Официальные данные:**

— Одним из выходов может стать продление договоров аренды земельных участков на более долгие сроки. Еще один вариант — рынок, как торговая единица может быть заменен ярмаркой.



**Екатерина Моргутова,**  
заведующий сектором потребительского рынка Управления экономической политики администрации Соликамска:

— В прошлом году мы обсуждали с управляющими нашими рынками их перспективы в свете 271-ФЗ. Идеального решения, надо сказать, так и не нашли. Вроде бы можно было бы избежать жестких требования закона за счет смены статуса — уйти от рынка, стать ярмаркой... Но на деле это не лучший выход, потому что «облегченный» статус уменьшает и количество возможностей этого бизнеса, и количество полномочий управляющей компании.



**Максим Оглоблин,**  
управляющий универсальным розничным рынком (г. Березники):

— Магазины — это наши конкуренты. И им, пожалуй, было бы выгодно, чтобы как можно большее число универсальных рынков попали под статью №271-ФЗ. Однако есть в этой ситуации и свое «но». На сегодняшний день количество арендаторов торговых мест на нашем рынке достигает примерно трех сотен. Подавляющее большинство из них пришли к нам как раз потому, что не могут оплачивать аренду в торговых центрах и крупных магазинах. Если, условно говоря, завтра наш рынок закроют в связи с неисполнением в срок требований статьи 24 271-ФЗ, произойдет резкое сокращение рабочих мест. И вот это действительно может создать серьезную социальную напряженность.



**Татьяна Бычина,**  
главный бухгалтер ООО «Титан» (рынок на Клестовке, г. Соликамск):

— Ярмаркой, конечно, стать проще. Мы этот вопрос прорабатывали. Но мы все же предпочтем остаться рынком. Просто в том и в другом «звании» есть свои нюансы, и пока то, чем мы станем, превратившись в ярмарку, нас не слишком устраивает.

*А в общем, всем уже окончательно ясно: по одиночке ни один регион имеющуюся проблему не решит. На федеральном уровне модернизацию инициировали, на федеральном уровне ее надо и тормозить.*



### Проблема, как она есть:

«Малым сельхозпроизводителям негде будет сбывать свою продукцию, что приведет к отказу от фермерства. Этот закон работает в интересах торговых сетей, которым выгодно иметь дело не с местными производителями, а с крупными транснациональными компаниями, как правило, производящими дешевые геномодифицированные продукты».

*Президент Ассоциации предприятий малого и среднего бизнеса РТ, член ОП Хайдар Халиуллин на сентябрьской Межрегиональной конференции «Проблемы и перспективы развития розничных рынков России в 2012-2015 гг.»*



**Екатерина Моргутова,**  
заведующий сектором потребительского рынка Управления экономической политики администрации Соликамска:

— Что касается очередного переноса сроков вступления в силу этой злополучной 24-й статьи, то, я думаю, это не более чем попытка оттянуть неизбежное, потому что ни через год, ни через два коренным образом ситуация на розничных рынках не изменится — будут те же проблемы, те же условия... Только исполнение требований закона с каждым годом будет стоить управляющим рынками компаниям все дороже.

*В таком виде он, скорее всего, будет окончательно принят... И окажется абсолютно бесполезным. Впрочем, даже если бы формулировки остались первоначальными, вряд ли это что-то бы изменило.*

### Последствия, которых ожидают:

Возведение капитальных сооружений и последующий рост их эксплуатационных расходов вновь увеличивают стоимость услуг, что неминуемо повлечет за собой сокращение рабочих мест и рост цен на продукты питания.

Неравные конкурентные условия, чрезмерно жесткие меры наказания приведут к закрытию «цивилизованных рынков» и возвращению такого явления, как «рынки стихийные».

### Кардинальное решение проблемы:

Направить обращение в адрес органов государственной власти Российской Федерации для принятия решения об исключении норм, установленных ч. 3 и ч. 4 ст. 24 Федерального закона № 271-ФЗ: «О розничных рынках и внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации».

*Решение представителей власти, бизнеса и общественных организаций более 30 городов из 17 субъектов РФ по итогам сентябрьской Межрегиональной конференции.*

### Другие варианты:

21 октября в Государственную Думу был внесен законопроект № 617500-5 «О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» (о переносе сроков реализации отдельных положений Федерального закона)», который предполагал:

«Внести в статью 24 Федерального закона от 30 декабря 2006 года № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, № 1, ст. 34; № 23, ст. 2692) следующие изменения:

- 1) в части 2 слова «С 1 января 2013 года» заменить словами «С 1 января 2016 года»;
- 2) в части 3 слова «С января 2013 года» заменить словами «С 1 января 2016 года»;
- 3) в части 4 слова «с 1 января 2015 года» заменить словами «с 1 января 2016 года»
- 4) в части 5 слова «до первого января 2009 года» заменить словами «до 1 января 2016 года».

### К первому чтению текст статьи законопроекта изменился:

«Внести в статью 24 Федерального закона от 30 декабря 2006 года № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, № 1, ст. 34; № 23, ст. 2692; 2009, № 29, ст. 3593) следующие изменения:

- 1) в части 2 слова «городов с численностью населения более 500 тысяч человек, являющихся столицами или административными центрами субъектов Российской Федерации» исключить;
- 2) в части 3 слова «городов с численностью населения более 500 тысяч человек, являющихся столицами или административными центрами субъектов Российской Федерации» исключить;
- 3) в части 4 слова «городов с численностью населения более 500 тысяч человек, являющихся столицами или административными центрами субъектов Российской Федерации» исключить, слова «с 1 января 2012 года» заменить словами «с 1 июля 2012 года».



«Конкурентное» мнение

**Ирина Юдина,**  
Начальник отдела продаж Областной продовольственной компании (г. Пермь):

— Рынки нам не конкуренты, так что происходящее с ними нас не слишком волнует. Просто очень разный контингент у нас и у них, причем у нас он — гораздо шире: от бабушек-дедушек, экономно расходующих пенсию, до серьезных, крупных компаний, которым нужен хороший опт.



**Евгения Шипулина,**  
директор ТД «Мясоедов» (г. Соликамск):

— Безусловно, сходство между нами есть: примерно равный круг покупателей, которые ценят товар и на рынке, и у нас (я говорю о специализированном сегменте продукции) по схожим критериям: свежесть, качество, понимание, что и откуда взялось. Так что такие сети, как наша, от рыночных сложностей вполне могут выиграть. С другой стороны, как известно, свято место пусто не бывает: сегмент универсальных рынков, если у них начнутся проблемы в рамках закона, займет кто-то другой — и тогда уже нам придется в какой-то степени менять политику привлечения покупателей...



**Татьяна Бычина,**  
главный бухгалтер ООО «Титан» (рынок на Клестовке, г. Соликамск):

— У рынка есть свой контингент, причем у каждого свой, зависящий от многих факторов. У нас, например, — это люди, живущие поблизости. И при этом никуда нам не деться и от конкуренции со стороны магазинов, но мы за здоровую конкуренцию, которая подстегивает продавцов к более качественному предоставлению услуг торговли и не взвинчиванию с их стороны цен на товары.



*Вид на открытый рынок в Хельсинки — здесь активно торгуют «малые» финские предприниматели — рыбаки, фермеры и все остальные. Их никто не отправляет в крытые павильоны, хотя конкуренцию супермаркету они составляют довольно серьезную.*

За что бороться?



**Татьяна Бычина,**  
главный бухгалтер ООО «Титан» (рынок на Клестовке, г. Соликамск):

— Для самих рынков в новом законе плюсов пока не просматривается. Для потребителей — да: на торговой территории с вступлением в силу 24-й статьи должно стать удобно, чисто... А с другой стороны — ну почему мы в этом случае не хотим брать на вооружение опыт европейских, западных стран, которые вовсе не стараются превращать абсолютно все рынки в некое подобие торговых центров? Если там получилось примирить разные форматы, значит, можем попробовать и мы сделать то же самое.



**Наиль Сулейманов,**  
заместитель генерального директора Союза оптовых продовольственных рынков России, Президент Союза рынков РТ, кандидат экономических наук:

— Если бы экономика страны интенсивно развивалась, в промышленности создавались новые рабочие места, сельское хозяйство требовало бы новые рабочие руки, а уровень зарплат в реальном секторе экономики был бы выше доходов государственных служащих, тогда — другое дело. Но не стоит забывать и о том, что весь цивилизованный мир жестко ограничивает сетевую торговлю, на российском рынке складывается тенденция к развитию сетевой экспансии и искусственного поглощения открытого рыночного формата торговли.



Экспресс-кредит

# Скоростные кредиты для бизнеса

- › Без залога
- › За 2 дня

До  
**1 000 000**  
рублей



ОАО Банк «ОТКРЫТИЕ»,  
Генеральная лицензия Банка России № 2179 от 27 сентября 2010 года.

ул. Пятилетки, д. 85а  
тел.: (3424) 29-90-58, 27-46-35

[www.openbank.ru](http://www.openbank.ru)



Кредитование по программе «Экспресс-кредит» осуществляет ОАО Банк «Открытие».  
Сумма кредита – от 50 000 руб. до 1 млн. руб. Срок кредита – до 36 месяцев. Процентная ставка от 17% до 22% годовых, единовременная комиссия за выдачу кредита от 1% до 2% от суммы кредита (не менее 3000 руб.). Ставка и размер комиссии зависят от срока и вида кредитного продукта.



ООО  
**Элпром**

г. Березники, ул. Тельмана, 3  
(въезд со стороны ул. Ленина)  
тел.: (3424) 23-96-39,  
(3424) 25-70-10

## • СВЕТОДИОДНОЕ ОСВЕЩЕНИЕ

### • ЭЛЕКТРОТЕХНИКА

автоматы, УЗО, лампы, кабель-канал, электроустановка, светильники, контакторы, электродвигатели, кабель, провод, арматура для СИП, электроустановка **Legrand**, теплотехника **Ballu** и т.д.

### • ЭЛЕКТРОИЗОЛЯЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

текстолит, гетинакс, полиамид, лакоткань, лента смоляная, киперная и т.д.

### • РЕЗИНОТЕХНИКА

Рукава напорные, РВД, шланги, ремни, тех.пластина МБС, ТМКЩ, сальники и т.д.



# Новогодняя акция от «Дело НС»

Платите меньше!  
Зарабатывайте больше!

Приближается конец года — время подведения итогов уходящего и составления планов на следующий год.

А еще — это время подарков и сюрпризов!

Мы подумали, что самый ценный подарок — тот, который приносит пользу.

Мы всегда рады принести пользу Вашему бизнесу, поэтому **увеличили максимальный размер скидки на размещение рекламы ВДВОЕ!**

● Вы оплачиваете 3 выхода рекламы в 3 журналах 2012 года и получаете **скидку 30%** от нашего стандартного прайса.

**ОБЫЧНАЯ ЦЕНА:**

Объем	Цвет	Ч/б
1 полоса	10 000	6 000
1/2 полосы	7 000	4 000



Вы экономите до **9000** рублей!

Вы сами выбираете нужный объем публикаций и периодичность их выхода.

Также **вы можете сэкономить до 50%** на размещении рекламы в «Бизнес-справочнике», если примете участие в нашей зимней акции **«Двойная выгода»**.

● Закажите 10 выходов «Бизнес-справочника» во всех номерах журнала в 2012 году, и получайте **50%** скидку!  
**Платите 10000 рублей вместо 20000!**

● Закажите 5 выходов «Бизнес-справочника» (рекламная кампания сроком на полгода), и ваша скидка составит **30%** скидку!  
**Платите 7000 рублей вместо 10000!**

● За 3 выхода рекламы в «Бизнес-справочнике» предусмотрена **15%** скидка!  
**Платите 5000 рублей вместо 6000!**

При этом Вы можете менять информацию в своем рекламном блоке хоть каждый месяц!

Единственное условие участия в акции — **предоплата до 30 декабря 2011 года!**

**Хотите узнать о наших предложениях подробнее?**

**Позвоните нам по телефону (34253) 7-06-16**

**Экономьте и зарабатывайте больше с журналом «Дело НС»!**







Людмила КОВАЛЁВА, lyusikmeister@gmail.com

# ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

## ВОЗМОЖНО ЛИ ПОДКЛЮЧИТЬСЯ К ЭЛЕКТРОСЕТЯМ ЗА УМЕРЕННУЮ ПЛАТУ?

**В**семирный Банк и Международная финансовая корпорация подготовили ежегодный доклад Doing Business, оценив условия ведения бизнеса в 183 странах. По впервые включенному в рейтинг критерию доступа к электросетям Россия заняла последнее место: на это предприятиям нужны 10 процедур, 281 день и более \$183 000.

Сумма в долларах — это, пожалуй, не для Березников или Соликамска... Хотя, с другой стороны, смотря для кого.

— Заключение договора на техническое присоединение сегодня оговорено федеральным законодательством. Что это означает? Потребитель приходит в электросетевую компанию, платит деньги только за то, чтобы получить реальную возможность подключиться к электрическим сетям. То есть формально он оплачивает те технические условия, которые готовит для него электросетевая компания, — комментирует директор соликамского МУП «Городские коммунальные электрические сети» **Алексей Чечкин**. — Тариф,





по которому будет оплачиваться техническое присоединение, утверждает Региональная энергетическая комиссия. Как правило, расчет одинаков для всех, но бывает, требуются и индивидуальный тариф — в том случае, когда сумма, полученная по технологическому присоединению, не покрывает затраты на возведение сетей для присоединения этого потребителя. Тогда сетевая организация и утверждает индивидуальный тариф в

РЭКе. В целом же, конкретная стоимость киловатта зависит от уровня напряжения, от категории надежности электроснабжения, от количества запрашиваемой мощности. В среднем, допустим, для Соликамска 1 киловатт выходит на уровне 7-8 тысяч рублей — это, повторю, не за собственно потребляемую электроэнергию, а за возможность подключения. Серьезному застройщику, например, обычно нужно не один или два, а сто, двести, триста киловатт на то, чтобы подключить построенный дом. Соответственно, сумма получается немаленькая — полтора-два миллиона рублей набегает...

Размер платы за технологическое присоединение к электрическим сетям регулируется нормами Приказа Федеральной службы по тарифам (ФСТ России) от 30 ноября 2010 г. № 365-э/5 «Об утверждении Методических указаний по определению размера платы за технологическое присоединение к электрическим сетям». Согласно этому документу, плата за технологическое присоединение взимается однократно.

Размер платы за технологическое присоединение должен компенсировать плановые экономически обоснованные расходы на проведение мероприятий по технологическому присоединению объекта к электрическим сетям.

### Раньше:

При подготовке технических условий электросетевая организация составляла перечень тех мероприятий, которые заказчику подключения необходимо было выполнить за свой счет, чтобы получить возможность нормально подключиться.

### Проблема:

В дальнейшем по факту у сетевой организации возникал главный вопрос: как и на каком основании эксплуатировать возникшее новое имущество?

Некий частный предприниматель на абсолютно законных основаниях получил в «дотарифные» времена технические условия для строительства в районе своего проживания электроподстанции. Кроме собственного жилого дома, к этой подстанции МП ГКЭС и подключили ближайших соседей. На сегодняшний день предприниматель подстанцию не обслуживает, но и сетевой организации ее не передает. За электроэнергию предприниматель платит, но при отсутствии надлежащего обслуживания на его подстанции случаются аварийные отключения, страдают другие потребители, а помочь им сетевая организация не может. Сетевая организация будет переключать сторонних пользователей на свою подстанцию, а когда предприниматель на своей частной подстанции останется один, все проблемы этой подстанции будут уже только его проблемами...

Пример:

### Сегодня:

Сетевая организация берет деньги за подключение, сама за эти деньги выполняет необходимые мероприятия и сама ставит сети себе на баланс.

Можно ли в имеющихся сегодня условиях минимизировать свои затраты?

— Тариф на подключение рассчитывается, как я уже сказал, индивидуально, — продолжает Алексей Чечкин. — И понятие «малый бизнес» или «средний бизнес» для электросетевой компании зависит, прежде всего, от объемов электроэнергии, которые запрашиваются. До 15 киловатт (а этого объема, как правило, среднему магазину, достаточно и еще запас останется) — это вполне малое предпринимательство, которое, к тому же, официально «охраняется государством». И если предприниматель, который идет за техусловиями, знает свои права и умеет их отстаивать, — он получит желаемое, причем за относительно небольшие деньги.

Если предприниматель хочет, чтобы с него запросили меньшую сумму за подключение, нужно научиться рассчитывать требующиеся мощности. Он — хозяин, значит, он ищет лазейки, причем лазейки законные, исходя из будущих запросов. Может быть, он решит использовать более энергоэффективные приемники меньшей мощности — это тоже выход...

Заявитель, подающий заявку в целях технологического присоединения энергопринимающих устройств максимальной мощностью, не превышающей 15 кВт включительно (с учетом ранее присоединенной в данной точке присоединения мощности), оплачивает работы, указанные в пункте 12 Методических указаний, в объеме, не превышающем 550 рублей, при условии, что расстояние от границ участка заявителя до объектов электросетевого хозяйства необходимого заявителю класса напряжения сетевой организации, в которую подана заявка, составляет не более 300 метров в городах и поселках городского типа и не более 500 метров в сельской местности.

Пункт 14 части I Приказа ФСТ России



## ИНФРАСТРУКТУРА

Вообще, — считает Алексей Чечкин, для расчета таких затрат лучше всего нанимать специализированную организацию или брать в штат специалистов соответствующего профиля. Тем более, опять же по закону, у каждого юридического лица сегодня должен быть персонал, отвечающий за электрооборудование и имеющий группу по электробезопасности. Вот этот персонал и обязан знать все ответы на вопросы, касающиеся тонкостей электроподключения и последующей эксплуатации электрооборудования.

### Пункт 11.1 части I Приказа ФСТ гласит:

«Исполнение указанных в индивидуальных технических условиях мероприятий либо их части может быть осуществлено как сетевой организацией, так и заявителем (по выбору Заявителя). В случае если мероприятия по технологическому присоединению по индивидуальному проекту либо их часть осуществляются заявителем, в договоре указываются конкретные мероприятия, выполняемые заявителем, при этом размер платы за технологическое присоединение для Заявителя уменьшается на стоимость выполняемых им мероприятий, указанную в решении уполномоченного органа исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов».

### В том же пункте Приказа есть такой момент:

«В случае, если Заявитель выражает согласие осуществить расчеты за технологическое присоединение по индивидуальному проекту в размере, установленном уполномоченным органом исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов, сетевая организация не вправе отказать в заключении договора».

— Электрические сети — это вид антимонопольной деятельности, — объясняет Чечкин. — С этой точки зрения закон заставляет энергетиков подключать хоть «физиков», хоть «юриков» в любом случае. Главное, чтобы все документы были в порядке. Единственное «но»: если в городе в каком-то районе чисто физически нет мощностей, тут хоть что делай, но подключиться не получится — по крайней мере, здесь и сразу. Хотя и в этом случае сдвинуть процесс в сторону положительного для себя решения можно...

*Чем не способ сэкономить? Если, конечно, есть квалифицированные специалисты, которые смогут за адекватную стоимость выполнить эти мероприятия.*

Некая сеть гипермаркетов, планирующая открыть магазин в Соликамске, два года не могла согласовать технические условия с энергоснабжающей организацией, поскольку запросила подключение мощностей, нереальное для выбранного ими под строительство района — 2МВт. После того, как запрошенный объем был уменьшен в половину, вариант подключения нашелся: определили центр питания, у которого имеются достаточные мощности. Теперь нужно только положить сети.

Пример:

Если предприниматель хочет сэкономить на плате за подключение, нужно научиться рассчитывать требуемые мощности. Может быть, он решит использовать более энергоэффективное оборудование.





## Кстати

На территории Пермского края действует Порядок предоставления субсидий на возмещение части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства по договору на присоединение энергопринимающих устройств к электрическим сетям. Согласно данным Министерства развития предпринимательства и торговли региона, в 2011 году на данную субсидию было выделено 2 млн рублей из краевого бюджета.

Претендовать на возмещение части затрат по договорам на присоединение энергопринимающих устройств к электрическим сетям, заключенным не ранее 1 января 2009 года, могут субъекты малого и среднего предпринимательства, которые:

— соответствуют требованиям, установленным статьей 4 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии ма-

лого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;

— осуществляют деятельность в приоритетных отраслях поддержки малого и среднего предпринимательства (производственная и инновационная сфера, жилищно-коммунальное хозяйство, сельское хозяйство, социальная сфера, торговля и общественное питание, сфера бытовых услуг, ремесленная деятельность);

— зарегистрированы и осуществляют свою деятельность на территории Пермского края (подробнее — в постановлении Правительства Пермского края от 16.02.2010 № 65-п).

Субсидия предоставляется одновременно в размере 30% от суммы договора о присоединении энергопринимающих устройств к электрическим сетям с максимальной величиной присоединяемых мощностей не более 500 кВт, но не более 300 тыс. рублей.

Так что вовсе не обязательно платить за техприсоединение миллионы. Можно обойтись и совсем маленькими суммами — тут уж как впишешься во всевозможные льготные рамки.

Пример:

«...Региональная энергетическая комиссия Пермского края ПОСТАНОВЛЯЕТ: Установить плату за технологическое присоединение к электрическим сетям ООО «НОВОГОР-Прикамье» (Березниковский филиал) индивидуально для энергопринимающего устройства ИП Джанджгава Д.Г. — электроснабжение помещения бассейна «Золотая рыбка», расположенного по адресу: Пермский край, г. Березники, Советский проспект, 22, в размере 10 790,80 руб. (без НДС) согласно приложению».

Постановление Региональной энергетической комиссии Пермского края от 28.04.2011 г.



- ▶ **ШИНЫ, ДИСКИ**  
в том числе и для спецтехники
- ▶ **аккумуляторы**
- ▶ **автостекла**
- ▶ **прицепы, скутеры**
- ▶ **автоакустика**
- ▶ **автосигнализация**
- ▶ **шумоизоляция**

тел.: (3424) 200-456, 8-950-44-78-144  
ул. П. Коммуны, 1Б, e-mail: massiv\_shina59@mail.ru



ООО «Энергия-Плюс» — лидер Северного Урала среди поставщиков электрооборудования и кабельно-проводниковой продукции — решает весь комплекс технических задач любой сложности и масштаба, которые возникают в процессе строительства и эксплуатации объектов энергоснабжения.

## Источник энергии для вашего бизнеса

За 7 лет успешной работы «Энергия-Плюс» стала надежным партнером многих малых и крупных предприятий Прикамья. Развивая собственную сеть сбыта, компания ориентируется, прежде всего, на оказание максимально широкого спектра услуг для стабильно работающих промышленных предприятий.

«Энергия-Плюс» осуществляет комплексное обслуживание и обеспечение предприятий электротехническим оборудованием по ценам заводов-производителей.

### ■ МЫ ПОСТАВЛЯЕМ:

- электротехническое оборудование
- электромонтажное оборудование
- щитовое оборудование
- взрывозащищенное оборудование
- низковольтное и высоковольтное оборудование
- кабельно-проводниковую продукцию
- горно-шахтное оборудование
- электротехническую арматуру

### ■ «КОМПЛЕКСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ»

#### В НАШЕМ ПОНИМАНИИ ЭТО:

- комплектация заказов любой сложности на 100%
- поставка оборудования от выключателя до трансформаторной подстанции
- оказание помощи в подборе необходимого оборудования, исходя из требуемых задач, подбор необходимой замены
- обеспечение технической документацией
- гарантийные обязательства, замена бракованной некондиционной продукции

### ■ НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Низкие цены (мы предлагаем цены завода-изготовителя)
- Комплектация в одном месте
- Индивидуальный подход к каждому клиенту
- Исполнение заказов в оптимальные сроки
- Налаженная связь с отечественными заводами-изготовителями
- Доставка товара до грузополучателя

г. Березники

ул. К. Маркса, 48, оф. 426  
e-mail: office@energia-plus.ru  
т. / ф: (3424) 29-25-04, 29-25-06

### ■ С НАМИ ВЫГОДНО:

**Гибкая ценовая политика:** специальные ценовые предложения на все виды продукции, система скидок в зависимости от объема поставок.

**Высокое качество продукции:** вся продукция, поставляемая нашей компанией, соответствует стандартам РФ, ее качество подтверждается сертификатами заводов-производителей.

**Профессиональный персонал:** специалисты нашей компании помогают клиентам найти грамотные решения, экономят для своих заказчиков время и финансы, что позволяет сконцентрироваться клиентам на своей профессиональной деятельности и профильном бизнесе.

**Наличие товара:** отлаженная годами логистическая система позволяет нам оперировать прайс-листом, содержащим около 5 000 наименований товаров.

**Свобода выбора:** ассортиментная линейка компании ориентирована на разные запросы и ценовые сегменты. Работая с разными производителями и поставщиками, мы готовы предложить более выгодные и удобные условия работы, чем непосредственно заводы-изготовители, которые ограничены своим номенклатурным рядом. Мы стремимся поддерживать такую глубину ассортимента, которая бы предоставляла нашим клиентам возможность выбора необходимой продукции среди решений ведущих российских и мировых производителей.

**Экономия времени:** мы ценим время клиента, а потому стремимся максимально сократить время отгрузки товара.

**Индивидуальный подход:** специалисты компании работают индивидуально с каждым клиентом, предлагая ему оптимальное сочетание скидок, условий поставки и оплаты.

Надежность и стабильность компании «Энергия-Плюс» подтверждена безукоризненной репутацией, постоянно увеличивающимся количеством клиентов, огромным ассортиментом продукции.

В 2010 году компания «Энергия-Плюс» прошла сертификацию интегрированной системы менеджмента, отвечающей требованиям одновременно трех международных стандартов: ISO 9001:2008 (ГОСТ Р ИСО 9001-2008), ISO 14001:2004 (ГОСТ Р ИСО 14001-2007), OHSAS 18001:2007.

С внедрением интегрированной системы менеджмента компания повысила свою конкурентоспособность на электротехническом рынке. Клиенты и партнеры видят: внимание вопросам качества системы менеджмента, системы экологического менеджмента, системы менеджмента профессиональной безопасности и охраны здоровья в ООО «Энергия-Плюс» носит системный характер.

Интегрированная система менеджмента обеспечивает не только стабильность работы компании, но и ее постоянное развитие. Растут и модернизируются производства наших клиентов, предприятия намечают новые рубежи и ставят дерзкие цели, будучи уверенными в том, что «Энергия-Плюс» выполнит все их самые сложные требования.



Общество с ограниченной ответственностью  
«Энергия - Плюс»

г. Пермь

ул. Куйбышева, 130  
e-mail: perm@energia-plus.ru  
тел.: (342) 242-27-20





## Игорь ПЛОТНИКОВ:

# «Качество подключения к электросетям зависит и от поставщика электрооборудования»

... Можно много и долго сетовать на то, что госструктуры старательно выстраивают перед бизнесом барьеры, препятствующие быстрому и свободному подключению к электрическим сетям, без которого не может адекватно функционировать ни один объект.

Но у этой медали, как и у любой другой, есть обратная сторона:

— С одной стороны, львиную долю затрат на подключение и для юридического, и для физического лица составляют те технические условия, которые выставляет монополист — электросетевая компания. Есть установленная цена киловатта, и тут ни на какие скидки рассчитывать не приходится. С другой стороны, если грамотно подходить к процессу реализации проекта подключения, можно сэкономить, причем довольно серьезно, — директор березниковского ТД «Электроизделия» **Игорь Плотников** в своих словах абсолютно уверен, как минимум, по одной причине:

— Наши возможности и квалификация позволяют нам не только безошибочно подобрать для клиента требуемое электрооборудование, но и при необходимости — если будет такое обращение — рассчитать, сколько реально ему нужно вложить в подключение средств. Сразу скажу, услуга отнюдь не лишняя, потому что многие — особенно «физики» и «малые» бизнесмены, — по одним им известным причинам пытаются произвести подключение без точных расчетов, ориентируясь только на приблизительный объем требуемых электрических мощностей, который им озвучивает электросетевая компания.

**Заявляя необходимую мощность, не стоит «жадничать» — заранее, не просчитав будущие возможности, создавать резерв за счет лишних киловатт. Энергосберегающие технологии сегодня — одно из основных направлений развития, так что, вполне вероятно, заявленная при подключении мощность уже содержит в себе искомые резервные киловатты, которые можно будет использовать при последующем развитии.**

— Проектирование в соответствии с выданными электросетевой компанией техническими условиями — это процесс, который должен исполняться специалистами. И тут главное — не ошибиться в выборе. Проектировщик, во-первых, должен следить за входящими в обиход техническими новшествами (это одна из возможностей сэкономить в итоге деньги клиента), а, во-вторых, не должен быть как-то связан с потенциальными продавцами оборудования, поскольку такая связь, как правило, серьезно удорожает для клиента проект...

**У клиента всегда есть право на замену. На деле это означает, что указанное в проекте оборудование всегда может быть заменено по факту на менее дорогое, но аналогичное по техническим требованиям и характеристикам. Главное именно это, а не совпадение в названиях фирм-производителей. И принимающий объект инспектор должен это знать и понимать.**

— Если правильно оценить объемы и сложность будущих работ, можно сэкономить на выборе исполнителя монтажных работ. Главное — точно знать, что именно от такого «технаря» требовать. Самые большие проблемы могут возникнуть, если специалист попадется самоуверенный, но недостаточно квалифицированный.

**Несложный проект может воплотить в жизнь хорошо знакомый заказчику «дядя Вася», у которого (внимание, это очень важно!) имеется удостоверение III группы электробезопасности. А вот при сложном проекте лучше нанять серьезную организацию, у которой достаточно технических возможностей в том числе и для того, чтобы, кроме всего прочего, гарантировать клиенту «защиту от переделок».**

— Мы позиционируем себя именно как Торговый дом, а наш основной контингент — это корпоративные клиенты. С одной стороны, наши заказчики четко знают — что, как и в каких объемах требуется от них, чтобы подключение к электрическим сетям было произведено в нужные им сроки. С другой стороны, им необходимо такое же четкое техническое обеспечение. Таким клиентам зачастую важнее, чтобы все заказанное было получено точно в оговоренные сроки и в нужном количестве. И только во-вторых они обращают внимание на цену продукции. Это как раз то, что мы можем и готовы предложить своему покупателю — добросовестное исполнение оговоренных поставок за счет грамотной логистики, квалифицированного штата снабженцев и хорошо выстроенной цепочки реализации. Все-таки у нас за плечами — больше семи лет работы в Березниках. Это опыт, который работает на пользу нашим клиентам.

**Качество электроподключения как услуги и поставщика электрооборудования неразрывно связаны. Допустим, кто-то взялся за исполнение крупного заказа, предложил максимально выгодные сроки, снизил цену... Но из-за недостаточной квалификации допустил замену аппаратов — просто потому, что не очень уверенно чувствует себя в сложной электротехнической номенклатуре, где при внешнем сходстве наименований зачастую достаточно одной цифры, одной буквы, чтобы кардинально изменить ситуацию не в пользу заказчика. Причем это может быть очень дорогостоящее изменение. Мы в таких «мелочах» не промахиваемся, так что заказчик может быть в нас уверен на все сто процентов.**



Торговый Дом

**ЭЛЕКТРОИЗДЕЛИЯ**

Между Вами и Электричеством

г. Березники,  
ул. Березниковская, 94  
тел.: (3424) **26-36-28**



# КАК ИЗБЕЖАТЬ ОШИБОК ПРИ СОЗДАНИИ

**А**йтишники шутят: «Лень — двигатель прогресса». Если какая-то проблема возникла один раз — я починю. Два раза — поворчу, но починю. А на третий раз придумаю, как ее предотвратить». Почему я заговорил об этом? Сейчас объясню. Мне часто приходится отвечать на вопросы, связанные с компьютеризацией офиса. Или исправлять промахи, допущенные в процессе создания локальных сетей. Чтобы предотвратить самые типичные ошибки предпринимателей, я решил написать для них нечто вроде памятки.



**Сергей АРЖЕВИТИН,**  
руководитель верхнекамского  
филиала компании Sunrise  
sergey@sunrise.perm.ru

## **Хочешь купить? Спроси меня как!**

Под номером один идет заблуждение под названием «Я справлюсь сам». Часто слышу: «У нас небольшая компания, требования к офисной технике — минимальные. Потому привлечь к компьютеризации ИТ-специалиста — неоправданно дорого, обойдемся собственными силами». Конечно же, можно порасспрашивать знакомых, провести несколько часов на Интернет-форумах, пройтись по магазинам, торгующим офисной техникой, и самому приобрести для своего офиса компьютеры и необходимое программное обеспечение. Однако на это может уйти много времени и сил. К тому же непрофессионалу сложно предвидеть проблемы, которые могут возникнуть в процессе эксплуатации как самого «железа», так и софта к нему. Перед покупкой обязательно проконсультируйтесь с практикующим ИТ-специалистом. Могу сказать по собственному опыту, что большинство компаний, которые создают локальную сеть самостоятельно, рано или поздно все равно обращаются к услугам айтишников.

## **Спрос рождает предложение**

Ошибка вторая — отсутствие списка задач, которые призвана решать офисная сеть. Обращаясь в нашу компанию, собственники бизнеса иногда не могут четко сформулировать свои требования к компьютерной технике, которую они планируют установить у себя в офисе. Например, вы рассчитываете купить три компьютера, но! Вам нужен один «простецкий» — для работы с документацией. Второй — для бухгалтера, более мощный и с соответствующим программным обеспечением. Третий — для дизайнера. Ему предстоит работать с графическими редакторами, следовательно, нужна машина с еще более сильным процессором. У вас, как у владельца бизнеса, свои приоритеты — защита сети от взлома, сохранность данных и т.д.

Мой совет — заранее составьте список задач для своей сетевой инфраструктуры. Желательно привлечь к обсуждению этого списка потенциальных пользователей в штате вашего предприятия. Это поможет грамотно поставить задачу исполнителю работ.

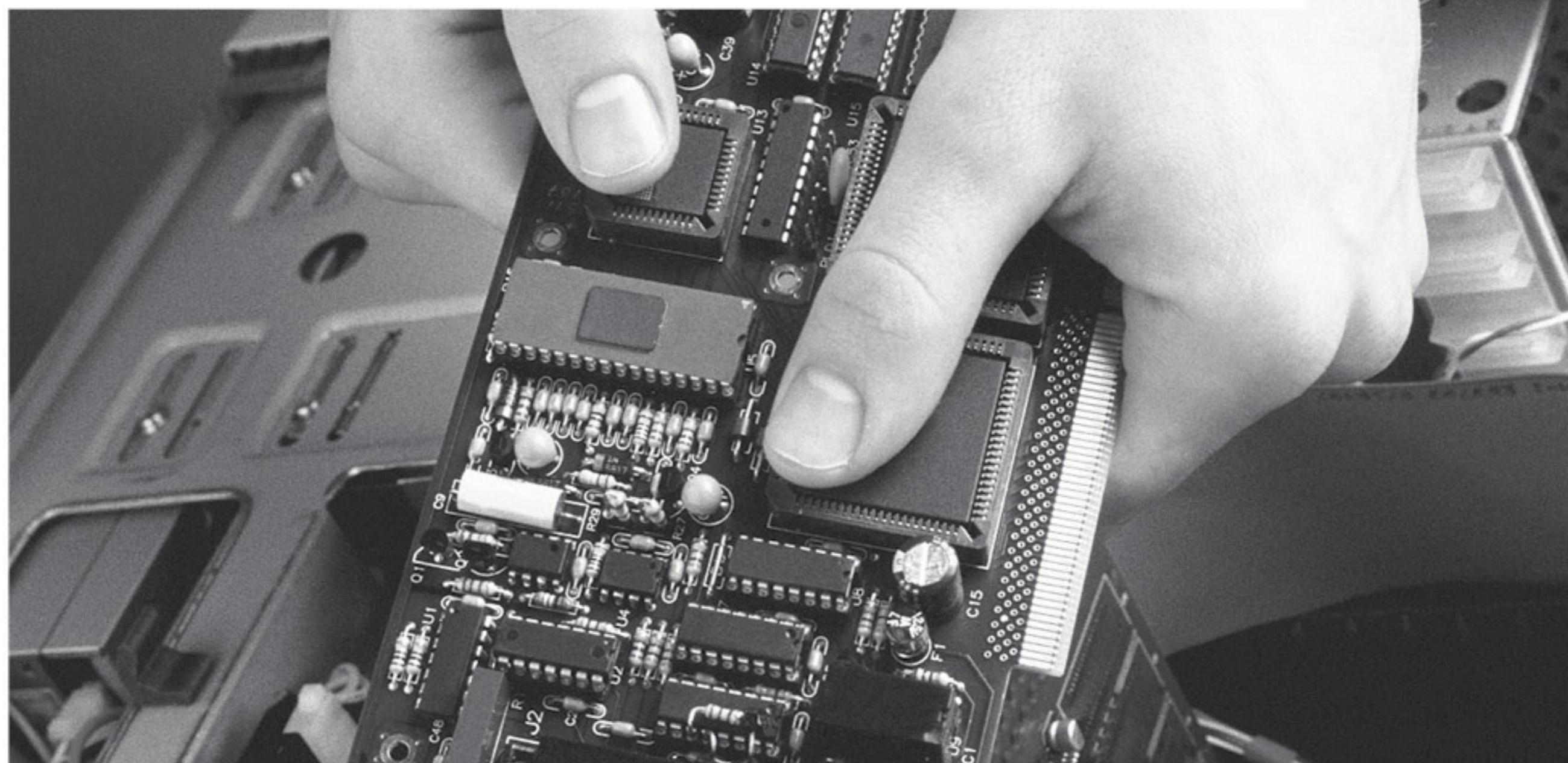
Если вы решили полностью отдать техническое оснащение своего офиса на откуп продавцу, распишите подробно: какое программное обеспечение будет установлено на ваши компьютеры, какой степени надежности они должны быть обеспечены. Естественно, нужно указать количество нужных вам машин, подразумевается ли в офисе наличие сервера. Опираясь на техзадание, продавец-консультант подберет именно ту комплектацию, которая вам необходима. И кстати, немаловажная деталь — если вы заключаете с компанией договор на поставку и обслуживание, лучше включить в него пункт об ответственности исполнителя за последствия неправильно подобранного ИТ-оборудования.

## **Экономия во вред**

Следующая рекомендация касается финансовых затрат. Я бы не советовал опираться на ценовой критерий. Пытаясь минимизировать затраты на обустройство офисной сети, можно допустить сразу несколько дорогостоящих промахов. Прежде всего, не покупайте оборудование, попавшее на рынок по «серым кана-



# ОФИСНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ



Лучше на начальном этапе вложить деньги в качественное оборудование, чем восстанавливать утраченную в результате поломки или форс-мажора базу данных компании.

лам». Вы сэкономите на недорогой технике, но будете лишены полноценной сервисной поддержки. К тому же, чем дешевле техника, тем выше стоимость ее расходных материалов. А устойчивость работы такого оборудования, как правило, оставляет желать лучшего. Чем это грозит — посчитайте сами.

Допустим, в вашем офисе трудятся десять человек. Средняя зарплата офисных работников в наших городах — 9000 рублей (или 56,5 рублей в час). Каждый час простоя по вине оборудования будет стоить вам 565 рублей. А потеря всего одного часа в неделю оборачивается убытком примерно в 32000 рублей в год. На эти деньги можно купить два полноценных настольных компьютера с мониторами, или мощный ноутбук, или три лазерных принтера, или что-то еще. Стоит ли свеч подобная экономия?

Выбирая оборудование, ориентируйтесь не столько на его цену, сколько на совокупную стоимость владения им. Оптимальный вариант — приобретайте оборудование у официальных дилеров — это надежней и удобнее в обслуживании. Разовые затраты на качественное «железо» быстро

окупятся за счет невысокой стоимости сервиса и минимального времени простоев.

## Так вот ты какой, серверный компьютер!

Если численность потенциальных пользователей вашей компании — больше двадцати, я бы посоветовал заложить в смету на техническое оснащение офиса покупку еще одного компьютера с набором специфических программ. Он будет выполнять роль сервера — централизованно управлять ИТ-ресурсами вашего офиса и беречь от неполадок остальное оборудование. Лучше потратить деньги на надежное серверное оборудование и источники бесперебойного питания, чем восстанавливать утраченную в результате поломки или форс-мажора базу данных компании. Однако не взваливайте на один сервер все сетевые функции. В этом случае увеличивается вероятность выхода его из строя, и тогда остановится работа всего офиса в целом.

Особенно я хотел бы предостеречь от прямого доступа в интернет через главный компью-

тер, на котором хранятся данные компании. При подобной конфигурации локальной сети взлом сделает ваши данные беззащитными. Для безопасного подключения к интернету могу посоветовать специальные устройства — маршрутизаторы (роутеры). Они, как правило, имеют встроенную функцию межсетевого экрана (брандмауэра), защищающего вашу сеть от вторжений извне, и возможность фильтрации трафика по определенным критериям.

## Угроза — прямая и явная

Еще одна распространенная ошибка — экономия если не на «железе», то хотя бы на программном обеспечении или сервисном обслуживании. Используя контрафактный софт, вы можете столкнуться со следующими проблемами:

- Простои в работе офиса, вызванные некорректной работой контрафактных программ.
- Отсутствие доступа к системе обновлений, и, как следствие — усиление риска успешной кибератаки.



- Риск установить на свой компьютер вместе с пиратской программой (а то и вместо нее) программу-вредителя, убыток от которого превысит стоимость лицензионного ПО.

- Работа с контрафактом может привлечь к офису внимание правоохранительных органов с последующей конфискацией оборудования, судами и штрафами.

Могут привести пример. Легальные пользователи оперативной системы Microsoft еще в конце лета получили необходимое обновление, которое предотвратило автоматический перевод часов на зимнее время. Пользователи, установившие контрафактную

версию Microsoft, до сих пор мучаются с проблемами.

Еще более показательна ситуация, когда обиженный сотрудник «стучит» в полицию на свою компанию, установившую нелицензионные программы. Буквально на днях мне рассказали о таком случае: человека уволили, он решил отомстить — через пару недель в офис его бывшего работодателя нагрянула проверка, и фирму оштрафовали на крупную сумму.

К нежелательным последствиям может привести не только экономия, но и стремление «прокачать» свой офис по максимуму. Это чревато лишними энергозатратами или покупкой далеко не само-

го необходимого (или вовсе ничемного) софта. Также нет смысла покупать какие-то элементы сети «на будущее». Обновление технологий происходит быстро. Купленное впрок оборудование может морально устареть, так и не понадобившись, а ему на смену уже придут более удобные инструменты. Покупайте лишь то, что требуется именно в данный момент или однозначно потребуется завтра. Еще один совет: ваша офисная сеть должна быть открыта для того, чтобы в нее можно было в любой момент встроить некий набор стандартных элементов, однако нет нужды делать это на начальном этапе — может и не окупиться.

Конечно, список ошибок, допускаемых при компьютеризации офиса, перечисленными не ограничивается. Как вы понимаете, большая часть промахов делается из-за незнания заказчиком ИТ-специфики и отсутствия опыта. Чтобы избежать негативных последствий и дополнительных трат, отдавайте решение ИТ-задач опытным специалистам. Доверяйте исполнителю, но в то же время не стесняйтесь проверить его компетентность перед заключением договора. И не забывайте, что локальная офисная сеть нуждается в регулярной поддержке своей работоспособности. Готовность компании-продавца и в дальнейшем поддерживать созданную по вашему заказу ИТ-систему говорит о его уверенности в жизнеспособности внедренного им решения.



Еще одно часто встречающееся заблуждение — надежда на то, что «этот человек работает у нас уже много лет, следовательно, сможет и без дополнительного обучения освоить новую технику и так же эффективно или даже лучше выполнять свои профессиональные обязанности». Если вы планируете модернизировать технику или софт в своем офисе — подготовьте своих сотрудников к работе с новым оборудованием. Для этого можно, к примеру, пригласить ИТ-специалиста из обслуживающей организации для демонстрации и обучения сотрудника навыкам работы на новой и сложной технике. Самообучение методом «научного тыка» — способ сколь долгий, столь и затратный. Во-первых, непрерывное «дерганье» более опытных коллег оборачивается двойным простоям. Во-вторых, частые вызовы специалистов сопровождающей компании по любым вопросам, порой совершенно пустяковым — это дополнительные расходы, т.е. убытки.

### Полезные мелочи

- Компьютеры в организациях зачастую работают много и без перерыва, и в них содержится важная для компании информация. Чтобы ее не потерять, обязательно копируйте всю важную информацию на другие носители — флеш-карты, внешние жесткие диски, сетевые накопители (при этом лучше хранить их в отдельном расположенном помещении, например, на случай пожара).

- Шумность корпуса. Вряд ли сотрудникам будет комфортно работать в офисе, где стоит гул от кулеров. Поэтому офисный компьютер лучше подбирать с тихими или почти бесшумными системами охлаждения.

- К офисным компьютерам желательно сразу приобрести ИБП — источники бесперебойного питания (автоматическое устройство, назначение которого обеспечить подключенное к нему электрооборудование бесперебойным снабжением электрической энергией в пределах нормы.) Современные компьютеры остро реагируют на скачки напряжения, вплоть до выгорания основных деталей.

- Покупая принтеры, ориентируйтесь на модели производителей, имеющих в вашем городе наиболее распространенную сервисную сеть. Для массовой печати выбирайте лазерные принтеры. Не приобретайте устаревшие модели — они значительно дешевле, но у вас могут быть проблемы с обеспечением расходными материалами. Настойчиво рекомендую приобретать печатающие устройства, подключаемые непосредственно к локальной сети, а не к компьютеру. Подобная конфигурация позволяет пользователям не зависеть от того, к какому компьютеру подключен принтер. В отдельных случаях имеет смысл приобретать так называемые «комбайны» (многофункциональные устройства типа «принтер-сканер-копир-факс» в одном корпусе). Они дороже, чем просто принтер, но дешевле, чем все перечисленные устройства в сумме. Для небольших организаций МФУ — очень хорошее решение.





## Компьютеры Оргтехника Сети

- широкий выбор компьютеров и оргтехники
- проектирование, монтаж и обслуживание СКС, офисных АТС и систем энергоснабжения
- сервисное обслуживание и ремонт, в том числе с выездом к заказчику, копировальной техники и принтеров
- заправка картриджей
- поставка расходных материалов
- антивирусные программы

г. Пермь, ул. Подводников, 9  
 тел./факс: (342) 224-20-00, 290-97-61  
 www.in-si.ru, e-mail: sales@in-si.ru

филиал:  
 г. Соликамск, ул. Кузнецова, 3  
 тел./факс: (34253) 7-02-27



**Отличный сервис Доступные цены Высокое качество**

# НоутБукофф

Соликамск, ул. Северная, д. 76  
 тел.: (34253) 2-58-08

**Наши цены Вас приятно удивят!**



### Ноутбук Lenovo Ideapad

- AMD FUSION C50 (2 ядра, 1 ГГц)
- 2 гигабайта ОЗУ
- HDD 320 Гб
- ATI RADEON HD6310
- чтение CD-DVD, запись CD-DVD
- 14" HD LED 1366x768



### Моноблок MSI

- INTEL ATOM N525 (2 ядра, 1,8 ГГц)
- 2 гигабайта ОЗУ
- HDD 250 Гб
- 512 Мб ATI RADEON HD5430
- чтение CD-DVD, запись CD-DVD
- 18.5" HD LED 1366x768 сенсорный дисплей



## Собственный сервисный центр

настройка и монтаж сетей      ремонт компьютеров и ноутбуков  
 обслуживание техники      заправка принтеров



# Кому доверить ремонт компьютера?



Прошли времена, когда персональный компьютер служил мерилom достатка и статуса. Сегодня компьютер есть в каждом доме, в каждом офисе, купить его можно за пять минут в любом магазине бытовой техники. С обслуживанием и ремонтом компьютеров дела обстоят несколько хуже...



Позвольте поинтересоваться: кому вы доверяете отремонтировать свой компьютер? Скорее всего, это будет какой-нибудь знакомый или знакомый знакомых, который не прочь подхалтурить в свободное время.

Ну и что? — скажете вы. — Ведь компьютер-то работает. Да и люди, вроде бы, не с улицы — в дом пустить не страшно. А в сервисный центр технику отвези-привези, денег заплати, и не факт, что ремонт произведут качественно. Кому потом претензии предъявлять? А со знакомым всегда можно договориться...

Отчасти вы правы. Но, как показывает жизнь, далеко не всякую неисправность можно починить в домашних условиях. Иногда кустарный ремонт оборачивается еще большими неприятностями, вплоть до полной замены компьютера. Да и степень знакомства вовсе не гарантирует сохранности вашего имущества и ваших данных.

— Свежий пример: у женщины сломался ноутбук, — рассказывает руководитель сервисного центра «СервисМастер» Юрий Харланов, (г. Березники). — Через родственников она нашла местного «кулибина», который когда-то кому-то чинил компьютер. Мастер приступил к ремонту ноутбука прямо на дому у клиентки (тем, кто что-нибудь понимает в компьютерах, объяснять не нужно: разбирать ноутбук «на коленках», не имея под рукой специальной диагностической аппаратуры, станет только дилетант). После ремонта, за который заказчица заплатила больше 600 рублей, ноутбук проработал ровно два дня. Когда техники нашего сервисного центра вскрыли корпус, оказалось, что из трех модулей оперативной памяти, предусмотренных конфигурацией, остался один, еще два «ушли» вместе с приходящим компьютерщиком.

Хотите узнать, чем профессиональный сервис отличается от услуг шабашников-самоучек?

Начнем с того, что «отвези-привези» в нашем случае вовсе не обязательно. Специалисты «СервисМастера» могут произвести ремонт на дому или в офисе, а могут сами забрать сломавшийся компьютер в нашу мастерскую, отремонтировать и тем же порядком вернуть исправную технику владельцу.

**Приступая к ремонту, специалист произведет полную диагностику (клиент может присутствовать при этом). Нередко случается, что повод, по которому человек обращается в наш сервисный центр — лишь отдельное звено в цепи более серьезных неисправностей.**

Мы всегда объясняем клиенту — что на самом деле произошло с его компьютером. Простой ремонт производим сразу. Для более сложных проблем предлагаем способы решения. Рассчитываем смету работ и сроки их выполнения. И только заручившись согласием владельца, приступаем к ремонту.

Мы даем нашим клиентам гарантию не только на оборудование, но и на наши услуги. Клиент получает на руки соответствующий доку-

мент с печатью сервисного центра. Гарантия на услуги составляет две недели. Гарантию на оборудование дает производитель (она длится до 3-х лет).

У «СервисМастера» есть собственный магазин, где можно приобрести комплектующие, необходимые для ремонта. Вам не придется тратить время на поиск нужной детали. К тому же неспециалисту сложно сориентироваться в сегодняшнем разнообразии моделей и разновидностей компьютерного железа. Мы берем это на себя. Если компонент отсутствует в продаже, его закажут и оперативно доставят или предложат оптимальную замену. В любом случае — все действия согласовываются с заказчиком.

В отличие от телевизоров, холодильников и другой бытовой техники, компьютер не имеет определенной, раз и навсегда утвержденной спецификации. Каждая машина уникальна и может быть собрана «под пользователя». Причем клиент может выбрать — обновить ли ему свой старый компьютер, подвергнув модернизации, или обменять на новый. Мы помогаем покупателям определить, какой компьютер им нужен, какие функции он будет выполнять, какие детали потребуют замены в перспективе. Помогаем и с выбором операционной системы и антивируса. Перед продажей производится настройка программного обеспечения, устанавливаются соответствующие драйвера и программы, настраивается доступ в интернет. Внимание уделяется и таким мелочам, как скорость вращения вентиляторов, чтобы техника работала как можно тише. По сути, из наших рук клиент принимает аппарат, полностью готовый к работе: остается лишь подключить компьютер к электропитанию и нажать кнопку «пуск».

Конечно, совершенствовать работу сервисного центра можно бесконечно. Сейчас мы работаем над созданием электронной системы учета взаимодействий с клиентами. Действия службы закупок, техников и менеджеров станут более согласованными, время ремонта сократится, и клиенты будут получать исправную технику так скоро, насколько это возможно.

Расширяются возможности сервиса, который мы предоставляем корпоративным заказчикам. Здесь свои нюансы: большой парк техники, работа по сети, совместный доступ к базам данных, специализированное программное обеспечение. Мы стараемся учитывать все особенности и требования клиентов и предоставляем любую помощь — от срочного ремонта компьютеров до обслуживания в плановом режиме.

В идеале, хочется, чтобы компьютеры не ломались вовсе. Наверное, когда-нибудь так и будет. А пока мы все сильнее привязываемся к компьютеру, доверяя ему все больше важной информации, осваивая сервисы, которые делают нашу жизнь удобнее. Если вы хотите чтобы в самый неподходящий момент (а в другие техника не ломается) вам было, к кому обратиться, запомните наши телефоны. Доверяйте то, что вам дорого, профессионалам.

## СервисМастер

КОМПЬЮТЕРЫ, НОУТБУКИ. РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

- настройка и ремонт компьютеров и ноутбуков
- установка Windows и программ
- настройка Internet, лечение от вирусов
- проектирование и монтаж локальных сетей
- ремонт оргтехники, заправка картриджей
- продажа компьютеров и комплектующих
- с выездом специалиста, без выходных
- компания работает с частными лицами и организациями

г. Березники, ул. Льва Толстого, 17

тел.: (3424) 29-00-18, 8-902-63-79-598, 8-919-456-11-38



За подарками —  
В «Матрону»!

**МАТРОНА**  
ПАРФЮМЕРИЯ И КОСМЕТИКА

**КУПИТЕ ЛЮБОЙ ЭЛИТНЫЙ ПАРФЮМ  
И ПОЛУЧИТЕ ЕЩЕ ОДИН ПОДАРОК!**



**ПУТЕШЕСТВИЕ  
В ЛЮБУЮ ТОЧКУ  
ЗЕМНОГО ШАРА**

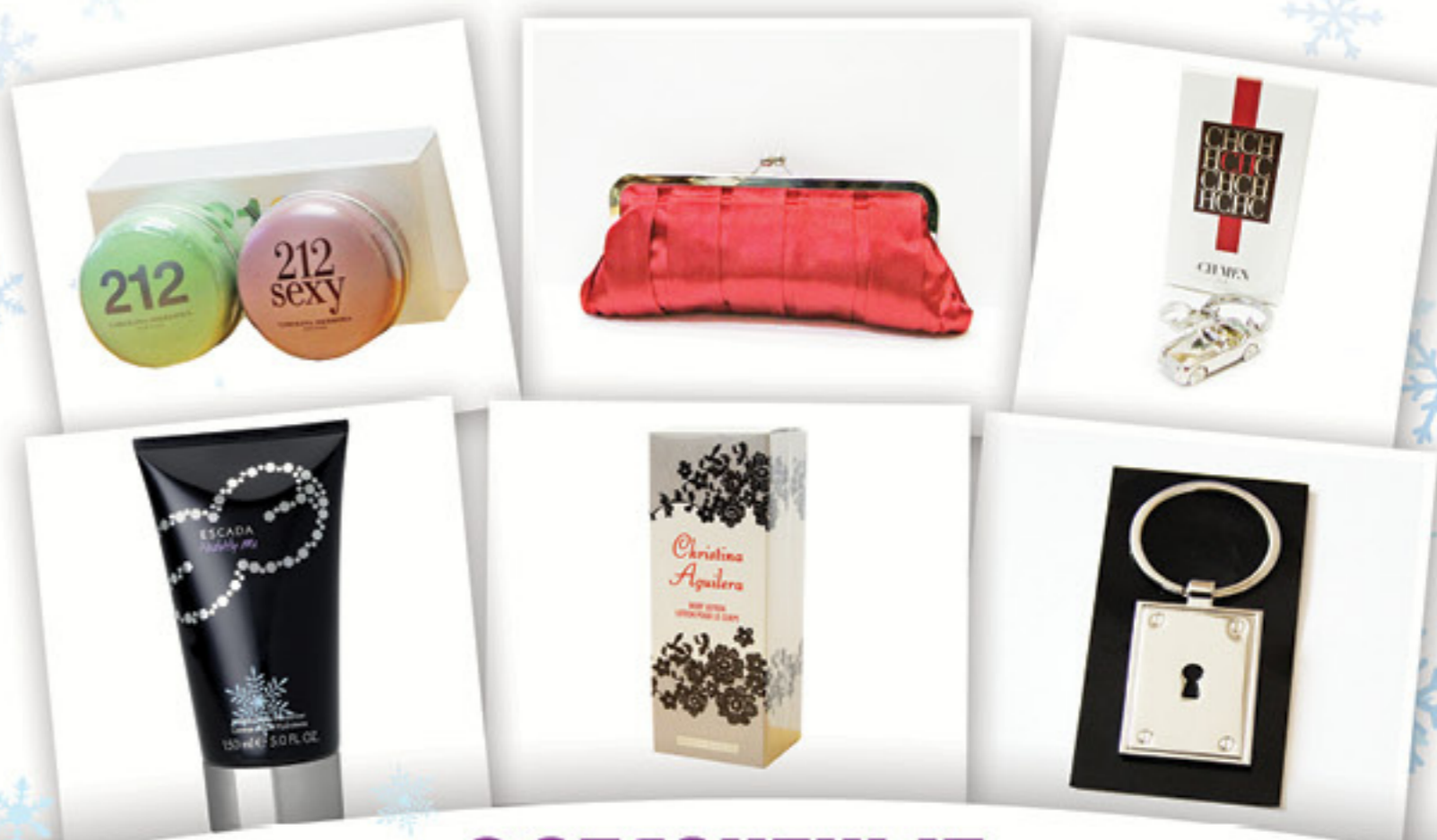


**ЯРКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ**

- ПРЫЖОК С ПАРАШЮТА
- ПОЛЕТ НА АЭРОПЛАНЕ
- КОННАЯ ПРОГУЛКА
- ФОТОСЕССИЯ
- ТАЙСКИЙ МАССАЖ
- ШОКОЛАДНОЕ ОБЕРТЫВАНИЕ



**ПОДАРОЧНЫЕ  
КАРТЫ  
«МАТРОНА»**



**ЭЛЕГАНТНЫЕ  
АКСЕССУАРЫ И  
ПОДАРОКИ БРЕНДОВ**

Покупая в магазинах и отделах сети «Матрона» элитный парфюм на сумму от 1000 рублей, вы получаете скретч-карту. Сотрите защитный слой и узнайте, какой подарок вас ожидает.

**Подарочный фонд:**

- Аксессуары и подарки брендов элитного парфюма
- Подарочные карты «Матрона» номиналом 100 рублей.
- Подарочные комплекты «Оптимальный» агентства подарков «Позитив» стоимостью 2990 рублей.
- Подарочные сертификаты туристического агентства «Дима Шеин» стоимостью 25000 рублей.

Подарочные карты «Матрона», аксессуары и подарки брендов выдаются на кассе сразу после оплаты покупки. Подарочные комплекты «Оптимальный» и подарочные сертификаты туристического агентства «Дима Шеин» выдаются с 15 по 31 января 2012 года при условии заполнения анкеты в момент покупки.

**АКЦИЯ ПРОХОДИТ С 10 ДЕКАБРЯ 2011 Г. ПО 15 ЯНВАРЯ 2012 Г.  
ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ И ОТДЕЛАХ СЕТИ «МАТРОНА»**





Несмотря на разговоры о новом кризисе, туристическая отрасль в преддверии Нового года и Рождества переживает настоящий бум. Люди не только не отказываются от зимнего отдыха, но и пытаются наверстать упущенные ранее возможности. Тем более что стоимость путевок в валюте по сравнению с предыдущим годом увеличилась совсем незначительно. Куда лучше отправиться на каникулы, и о чем надо позаботиться, чтобы насладиться отдыхом по полной программе? Об этом «Делу НС» рассказали в сети турагентств «Лучший отдых».

Ольга НЕКРАСОВА:

**«Березниковские туристы  
искущённее пермяков»**



— Нынешний сезон обещает быть самым «туристическим» за последние три года, — говорит директор сети тур-агентств «Лучший отдых» **Екатерина Предеина**. — Многие клиенты озаботились организацией своих новогодних каникул заблаговременно. Мы начали продавать новогодние туры еще в сентябре. Сегодня спрос на зимние туры во всех офисах нашей компании значительно выше, чем год назад.

— Березниковские и соликамские туристы в этом плане ничуть не уступают пермякам, — замечает директор офиса «Лучший отдых» в Березниках **Ольга Некрасова**. — Люди активно бронируют и популярные массовые направления, и дорогую экзотику, с энтузиазмом реагируют на эксклюзивные предложения. Я бы сказала так: в Березниках туристы искушеннее, чем в Перми. Чтобы их удивить, надо еще постараться.

— Расскажите, как меняются предпочтения клиентов «Лучшего отдыха»? Куда поедут ваши туристы нынешней зимой?

**Екатерина Предеина:** До недавнего времени самым популярным направлением зимнего отдыха был Египет. Но вначале там появились акулы, потом эта шумиха из-за революции, запрет на авиарейсы из России... Да и туристы, которые из года в год отдыхали в Египте, стали присматриваться к другим странам — мир велик, и хочется по возможности посмотреть побольше. По тем или иным причинам, турпоток в эту страну сократился.

Примерно в той же климатической зоне, что и Египет, находятся Израиль и Иордания. Правда, акватория Красного моря в Эйлатском заливе совсем крошечная, и эти страны не могут вместить всех тех, кто ищет зимой моря и солнца. Поэтому людям приходится выбирать что-то подальше. Это Шри-Ланка, Индия, Арабские Эмираты. Наблюдается повышенный спрос на поездки во Вьетнам, Индонезию (Бали), Малайзию и Филиппины. На тайском направлении есть нюанс: туристы с удовольствием бронируют отдых на Пхукете, а вот на Паттайю из-за новостей о наводнении заявок заметно меньше.

Пока все в порядке (постучу по дереву) в Карибском море. Доминиканская республика ждет туристов, хотя откуда в последнее время слышны нарекания по поводу качества обслуживания в ряде отелей, в том числе и пятизвездочных. Все в порядке на Кубе, туристы распробовали и оценили отдых на

курортах Мальдивов. Набирает обороты Мексика. Южная Америка упростила процесс получения визы для россиян. И мы активно эти направления изучаем, предлагаем и продаем.

**Ольга Некрасова:** Знаете, далеко не все «зимние» туристы выбирают жаркие страны. Есть люди, которые в это время предпочитают путешествовать по Европе — музеи и памятники архитектуры можно смотреть в любое время года. Другие выбирают событийные и экстремальные туры — такие предложения у нас тоже есть. Например, в феврале «Лучший отдых» организует тур на Аляску, во время которого путешественники смогут полюбоваться зрелищем северного сияния, покататься на горных

## К ДЕЛОВЫМ ЛЮДЯМ, ЗАНЯТЫМ НАСТОЛЬКО, ЧТО ИМ ТРУДНО ВЫКРОИТЬ ВРЕМЯ НА ВИЗИТ В ТУРФИРМУ, НАШИ МЕНЕДЖЕРЫ ВЫЕЗЖАЮТ САМИ — ДОМОЙ ИЛИ В ОФИС.

лыжах, искупаться в горячих источниках Chena Hot Springs, посетить крупнейший в мире ледовый музей «Аврора» и побывать на Всемирном чемпионате ледовых скульптур 2012.

Для тех, кто любит погорячее, есть другой тур — посещение знаменитого карнавала в Рио-де-Жанейро, совмещенное с насыщенной экскурсионной программой и возможностью попрактиковаться в дельта- и парапланеризме. Взглянуть на Аргентину с высоты птичьего полета — это ли не сказка?! К тому же для въезда в эту страну гражданам России не нужна виза.

— Чем ближе Новый год, тем чаще турфирмы предлагают путевки по бросовым ценам. Сэкономить на отдыхе хотят все, но после недавнего банкротства туроператора «Капитал-тур» многие с недоверием относятся к таким заманчивым предложениям. Вы можете помочь туристу выбрать недорогой продукт и при этом не испортить себе отдых? Есть какая-то минимальная цена тура, которая будет сигнализировать человеку — ниже опускаться уже нельзя, что-то здесь нечисто?

**Ольга Некрасова:** Любой тур, даже пакетный — это все равно продукт индивидуальной сборки. Поэтому какой-то определенной цены на него нет и быть не может. Понятно, что поездка в Кению

будет дороже, чем в отдых в Турции. Но поскольку люди обычно выбирают из нескольких предложений разных операторов, их должно насторожить, если за два-три месяца до обозначенной даты вылета у какой-то компании предложение сильно дешевле, чем у остальных конкурентов. Горящие предложения накануне поездки — в порядке вещей. Но когда тур «горит» в самом начале продаж — это подозрительно. И я бы не советовала такой тур покупать.

**Екатерина Предеина:** Существуют разные способы уберечь туриста от обмана. И многое зависит от того, насколько компетентен и грамотен тур-агент, продающий человеку путевку. «Лучший отдых» сотрудничает с опера-

торами, которые работают более десяти лет. Это уже само по себе — определенная гарантия безопасности. К тому же мы отслеживаем всю информацию о том, что происходит на туристическом рынке. На самом деле, история с «Капитал-туром» — далеко не единственный случай банкротства операторской компании. В этом сезоне прекратили свою деятельность «Лужники-тревел», «Скай-тур», «Альфа-Вояж». Неприятности происходят и с другими операторами, причем, происходят не вдруг. Тревожные «звоночки», как правило, слышны за несколько месяцев до краха — овербукинг, задержка оплаты, необычно низкие цены. И турагент должен видеть заранее и понимать — такая-то компания ведет себя странно. Надо быть начеку. Лучше перестраховаться и предложить туристу другой продукт. Благо, при нынешнем развитии турбизнеса в России, всегда можно подобрать интересный и доступный по цене вариант.

— Существует ли какой-то рейтинг туристических компаний, пользуясь которым турист может сориентироваться, какая надежнее?

**Ольга Некрасова:** Рейтинги есть, но это не рейтинги надежности. Компании оценивают по объемам, оборотам, по количеству проданных мест в самолетах. Но это говорит только о том, что мы имеем дело с операторами массо-





Из каждого «рекламника» сотрудники «Лучшего отдыха» привозят фотоотчет, в котором запечатлены детали, на первый взгляд, обыкновенные: интерьер номеров, территория отеля, шведский стол в ресторане... Но эти любительские снимки дают туристу гораздо более полное представление о месте его будущего отдыха, чем глянцевые каталоги.

вого туризма. А кому-то может быть нужен локальный, очень индивидуальный продукт, который предлагает какой-нибудь маленький оператор. Он может работать с одним направлением, отправлять совсем небольшое по сравнению с операторами-гигантами количество людей, и при этом быть чрезвычайно надежным в финансовом отношении. Мы такие компании знаем, охотно сотрудничаем с ними, поэтому предлагаем своим клиентам оригинальные путешествия, которых они могут не найти в других турфирмах.

— Говорят, вы удивляете клиентов еще и своим сервисом, дополнительными услугами?

**Ольга Некрасова:** Мы же не зря называемся «Лучшим отдыхом» — приходится оправдывать громкое имя. Мы стараемся, чтобы ощущение отдыха сопровождало клиента все время — с момента первого контакта с нашей компанией и до его возвращения из поездки.

У нас работают действительно профессиональные менеджеры. В «Лучшем отдыхе» вам не сунут в руки каталог «на-

те-выбирайте», а будут задавать вопросы, выяснять ваши привычки и предпочтения, чтобы подобрать именно такой тур, который вам нужен. К деловым людям, занятым настолько, что им трудно выкроить время на визит в турфирму, наши менеджеры выезжают сами — домой или в офис. Берут с собой ноутбук, каталоги — вместе с клиентом выбирают тур, могут тут же его забронировать, принять оплату, забрать и привезти документы.

Мы берем на себя решение всех вопросов, связанных с организацией отдыха — начиная с билетов, документов, виз и прочих бумажных дел до подробного инструктажа перед поездкой и «контрольного звонка» после возвращения.

При стоимости тура от 50 тыс. рублей мы дарим своим путешественникам туристическую sim-карту «Гудлайн», которой очень выгодно пользоваться за границей. А удобную надувную подушку в самолет получает каждый клиент «Лучшего отдыха». Скажете, мелочь? Но именно из таких мелочей складывается общее впечатление от отпуска. И мы стараемся, чтобы все неожиданности, с которыми встретится наш клиент, были только приятными.

*Сеть турагентств «Лучший отдых» имеет три офиса в Перми и один — в Березниках. На туристическом рынке Прикамья три года, но уже входит в число 15 лучших турфирм Пермского края. Приоритеты компании — профессионализм сотрудников и исключительный сервис. Все менеджеры «Лучшего отдыха» несколько раз в год выезжают за границу в ознакомительные рекламные туры, участвуют в семинарах и тренингах, которые проводят туроператоры. Для клиентов разработана гибкая бонусная система, действует комплекс дополнительных услуг. Более 70% туристов, обратившись в «Лучший отдых» однажды, становятся постоянными клиентами компании.*

Сеть туристических агентств



**Лучший Отдых**  
<http://bestrest.perm.ru>

г. Пермь, пр-т Ленина, 58а  
(бизнес-центр «Любимов»)  
тел.: (342) **219-52-97**

ул. Крисанова, 12а  
(торговый центр «Пирамида»)  
тел.: (342) **237-40-37**

ул. Революции, 13  
(ТРК «Семья 2»), 1 этаж  
тел.: (342) **247-10-01**

г. Березники, ул. Пятилетки, 50  
тел.: (3424) **23-94-45**



ПЕРМЬ



ВЕРХНЕКАМЬЕ



# НОВЫЕ РЫНКИ: РУКОВОДСТВО ПО ЭКСПЛУАТАЦИИ

Совместный проект

**ДЕЛО** НС

и

**E**  
**ENTREPRENEUR\***  
#ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ





**Армен Петросян**  
главный редактор  
журнала «Дело НС»  
[ARMEN@PETROSIAN.RU](mailto:ARMEN@PETROSIAN.RU)  
[WWW.PETROSIAN.RU](http://WWW.PETROSIAN.RU)

Что думают бизнесмены Перми о федеральных торговых сетях и пермских филиалах московских и питерских компаний? Добавьте к вашему ответу специфику небольших городов, в которых время течет медленнее. Вычтите более острый дефицит квалифицированных кадров. Умножьте на местечковое мышление части чиновничества. В результате можно получить близкое к истине представление о том, как предприниматели Березников и Соликамска относятся к пермскому бизнесу.

Пермяки олицетворяют для нас те перемены, которые неизбежно сопровождают любой бизнес. Только раньше перемены были эдакой причудой. Захотелось кому-то расширить свой бизнес — он его и расширял в комфортные для себя сроки. Сегодня центробежная конкуренция, стремительно распространяющаяся из столицы, докатывается и до Верхнекамья. Конкуренция влечет перемены, итог которых для многих бизнесов драматичен.

Мир переполнен возможностями, надо лишь учиться их различать и использовать. Именно как шанс, я и расценил новость о появлении журнала Entrepreneur. На обсуждение деталей сотрудничества у нас ушло всего несколько часов. Выгоды для аудиторий обоих изданий были очевидны.

Что может быть интересно предпринимателям Перми в городах Верхнекамья? Являются ли Березники и Соликамск только рынками сбыта для пермских компаний? Реально ли верхнекамским предпринимателям выйти на рынки Перми? Что необходимо предпринять, чтобы наладить партнерские отношения и взять на аутсорсинг часть работ предприятий из краевого центра?

Мы живем на расстоянии 150-200 километров. С каждым годом дорога до краевого центра занимает все меньше времени. Самые активные и, как следствие, более обеспеченные люди зарабатывают и тратят деньги без оглядки на прописку. Стать чуточку понятней друг для друга, расширить свои представления о перспективах роста вашего бизнеса, найти нестандартные идеи. Хочется верить, что наше сотрудничество будет способствовать именно этому.



Часто бывает так, что компания существует на рынке достаточно давно, чтобы сказать себе: «в этом городе мы достигли очень много, и что теперь?». В этот момент начинаются поиски вариантов развития компании: диверсификация, уход в смежные отрасли. Все это влечет за собой некоторые проблемы:

- дополнительные затраты на переоборудование;
- затраты на формирование «присутствия» в новой отрасли;
- ошибки, связанные с переходами в смежные отрасли и осваивание производства новых продуктов;
- кадровые, временные и прочие затраты.

Ну и нужно помнить, что если вы — лидер в одной отрасли, то совсем не обязательно, что станете лидером в другой. Там уже есть свои лидеры, которые так просто позиции не сдадут. Да и по умолчанию они находятся в более выгодных условиях: опыт, положение, клиентура.

Второй вариант развития событий — в город зашел крупный федеральный игрок, который начал резко теснить вас, агрессивно завоевывая рынок. Вам с ним бороться — себе же дороже.

Так что же делать?

Существует стереотип, что в городах края живут хуже, чем в краевом центре. Что выходить туда — нет смысла, потому что продукт может просто остаться невостребованным по причине высокой цены или лояльности потребителей к местным компаниям. То, о чем мы хотим вам рассказать, разрушает этот стереотип. Несколько пермских компаний поделились своим опытом выхода на региональные рынки. Кроме того, существуют и обратные примеры — несколько региональных компаний уже долгое время и довольно успешно существуют на пермском рынке.

Вывод, который можно сделать из этих текстов, простой, но его часто не замечают. Не стоит напрямую пытаться перенести свой продукт на другие рынки. Если вы считаете, что цена на ваш продукт высокая и его не купят в районных центрах, это не значит, что он там не нужен. Можно попробовать идти по следам, например, «Икеи», которая просто убирает из своих продуктов все лишнее, оставляя только «базовую комплектацию». Ровно и наоборот — пытайтесь войти на рынок краевого центра можно чуть «усложнить» продукт, чтобы достучаться до более взыскательной аудитории. Как раз об этом и рассказывают наши герои в первом совместном проекте журналов Entrepreneur (г. Пермь) и «Дело НС» (г. Березники, г. Соликамск).



**Сергей Якупов**  
главный редактор  
медиапроекта  
[ENTREPRENEUR-PERM.RU](http://ENTREPRENEUR-PERM.RU)



# ХОРОШО ТАМ, ГДЕ МЫ ЕСТЬ

ТЕКСТ:  
ЮЛИЯ ГРОСС  
INFO.DELONS@GMAIL.COM

КОМПАНИЯ «АЛЬФА» ВЫРОСЛА ИЗ НЕБОЛЬШОГО БЕРЕЗНИКОВСКОГО МАГАЗИНЧИКА, КОТОРЫЙ ПРОДАВАЛ БЫТОВЫЕ ФИЛЬТРЫ ДЛЯ ОЧИСТКИ ВОДЫ. СЕГОДНЯ ЭТО ДОВОЛЬНО КРУПНЫЙ ДИСТРИБЬЮТЕР, ПОСТАВЛЯЮЩИЙ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ВОДОПОДГОТОВКИ ПО ВСЕМУ СЕВЕРНОМУ КУСТУ. ЭКСПАНСИЯ В СТОЛИЦУ КРАЯ ПОЗВОЛИЛА БЫ КОМПАНИИ РАСШИРИТЬ ГЕОГРАФИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЫЙТИ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ БИЗНЕСА. ОДНАКО РУКОВОДСТВУ «АЛЬФЫ» НИКАК НЕ УДАЕТСЯ НАЛАДИТЬ СТАБИЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ В РЕГИОНАЛЬНОМ ЦЕНТРЕ — ЗАЙТИ СЮДА МОЖЕТ ПРАКТИЧЕСКИ КАЖДЫЙ, А ВОТ ЗАКРЕПИТЬСЯ УДАЕТСЯ ЕДИНИЦАМ. «ДЕЛО НС» НАШЕЛ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, У КОТОРЫХ ЭТО ПОЛУЧИЛОСЬ, И ПОПРОСИЛ ИХ ПОДЕЛИТЬСЯ СВОИМ ОПЫТОМ.



## РАЗНИЦА ПОТЕНЦИАЛОВ

“ Нам пришлось искать другие рынки сбыта — в городах, где выше потенциал и развиты дизайнерские услуги. ”



Андрей Бураковских  
владелец компании «Люмен Арт»

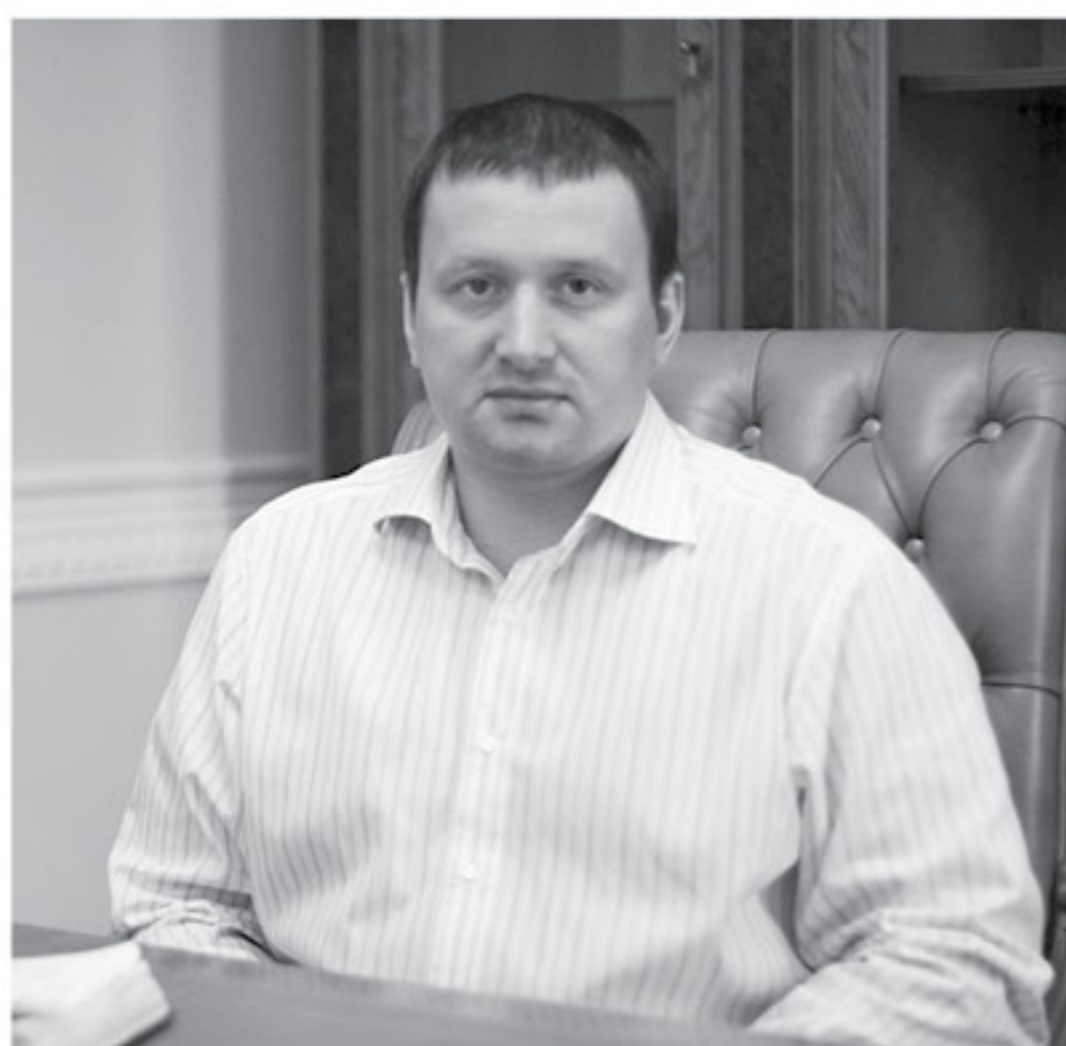
Компания «Люмен Арт» (г. Соликамск) — около десяти лет занимается багетным оформлением, а так же производством и реализацией багетных рам в Перми, Соликамске и Березниках.

— В начале пути нам было одновременно и просто, и сложно. Когда много лет назад наша багетная мастерская выпустила на рынок Соликамска свою первую продукцию — аналога ей не было, следовательно, не было и конкуренции. С другой стороны, потребитель о нас ничего не знал, багетные рамы были в то время практически не востребованы. Нам пришлось искать другие рынки сбыта — в городах, где выше потенциал и развиты дизайнерские услуги. Естественно, под номером один шла Пермь, и основной стратегией развития нашего бизнеса стало продвижение своей продукции на рынок столицы Прикамья. Однако в каждом городе своя специфика спроса, свои «правила игры», которым хочешь — не хочешь, но приходится следовать. В больших городах, где потребитель избалован разнообразием выбора, требования к товару предъявляются на уровень выше, чем в глубинке. Перед нами стояла задача наладить выпуск конкурентоспособного продукта, обладающего высоким качеством, адекватной ценой и широкой линейкой ассортимента. Таким образом, на начальной стадии у нас возникали определенные финансовые затраты — на расширение производства, на рекламную поддержку своего продукта на новом рынке (объявления в пермских СМИ, участие в профильных выставках). После того, как мы организовали логистику, открыли в Перми свой филиал.



## ПРЕМИУМ ДЛЯ ПЕРМИ

“ *Продукт премиум-класса более востребован в Перми.* ”



**Константин Беляев**  
генеральный директор ООО Торговый дом «Белком»

Торговый дом «Белком» (Первый хладокомбинат, г. Березники) — в качестве дистрибьютора работает на пермском рынке уже около десяти лет. С продукцией своего производства компания вышла в Пермь три года назад.

— Прежде чем заняться выпуском собственной продукции, мы долгое время занимались оптовыми поставками молочной продукции (сыры и масло) в Пермь и города Верхнекамья. Это позволило нам тщательно изучить структуру спроса в регионе, ее особенности — в центре и на периферии. И уже затем осознанно подойти к выбору того ассортимента продукции, который мы производим сегодня.

Кроме того, в зависимости от рынка потребительские предпочтения серьезно разнятся. Учитывая это, мы выпускаем продукт премиум-класса, который пользуется большим спросом на пермском рынке. А также продукт класса эконом — он более востребован на рынках Березников и Соликамска.

Для выхода на удаленный пермский рынок мы использовали дистанционный вариант. Исходя из специфики продукции, которую производит наша компания, ее выгоднее привозить в Пермь (два-три раза в неделю), чем арендовать там складские площади.

Еженедельные перевозки обходятся дешевле, чем оплата аренды в столице Прикамья. Торгуя мы, к примеру, пивом или газированной водой — выстроили бы иную логистическую схему. Доставка этих товаров обходится в разы дороже, чем хранение — так что для этого товара было бы выгоднее снимать склад в Перми.

У нашей компании есть свое пермское представительство, проще говоря, торговый отдел. Его сотрудники контролируют доставку и реализацию, взаимодействует с продавцами. Но появился он не сразу. Поначалу мы сами часто сюда приезжали — налаживали сбыт, много встречались с представителями местных и федеральных торговых сетей, организовывали рекламные кампании. Для нашей компании краевой центр — отличная перспектива для развития бизнеса: это миллионный рынок сбыта, в то время как Верхнекамье — всего лишь четверть от его объема.



## ПРОМО ЗА СЧЁТ ОПЕРАТОРОВ

“ Пермь стала не только новым рынком сбыта, но и хорошей школой выживания в высококонкурентной среде. ”



Александр Падерин  
директор ООО «Русские сладости»

Компания ООО «Русские сладости» (г. Березники) — около десяти лет присутствует в Перми, четвертый год тесно сотрудничает с пермскими продуктовыми сетями — «Виват», «Семья». Занимается поставкой кондитерской продукции собственного производства (пряники, печенье, пластовой ирис).

— На березниковский и пермский рынки мы заходили фактически одновременно, и стратегия продвижения принципиально не отличалась. Для компании-производителя, которая сама реализует свою продукцию, важно попасть в ассортиментную матрицу, «встать на полки» сетевых магазинов. Изучением потребительского спроса и выбором продукции «на экспорт» мы специально не занимались. Это потребовало бы дополнительных расходов, а для нас в момент старта более актуальным было развитие производства. Можно сказать, мы угадали с ценовой категорией: кондитерские изделия, которые мы предложили торговым точкам в Березниках и Перми, оказалась востребованы покупателями. Вот и все. Филиал в Перми открывать не стали. Содержать офис и склад в краевом центре дороже, чем осуществлять логистику (причем, наемным транспортом). Не стали разворачивать и масштабную рекламную кампанию. Тягаться с федеральными производителями в количестве рекламы глупо — у нас таких денег никогда не будет, да, как показал опыт, их и не нужно. Оптимальный вариант — «встроить» свою рекламу в маркетинговую программу сетей, где представлена наша продукция. Мы охотно участвуем в промо-акциях и рекламных кампаниях торговых операторов и таким образом минимизируем свои расходы. Кроме того, маркетингом в сетях занимаются профессионалы, и все их проекты, как правило, приносят реальную отдачу. Для нашей компании Пермь стала не только новым рынком сбыта, но и хорошей школой выживания в высококонкурентной среде. За те несколько лет, что мы сотрудничаем с региональными торговыми сетями, «Русские сладости» поднялись на новую ступень. И это понятно — ритейлеры заставляют нас работать в жестком регламенте, совершенствуют систему контроля, предъявляют высокие требования к качеству товара, упаковке, фасовке, срокам поставок и документообороту. И нам приходится подтягиваться до требуемого уровня. Сейчас мы реализуем в Перми 25% своей продукции. В перспективе хотелось бы увеличить эту цифру. Но сейчас у компании в приоритете другие задачи, поэтому на настоящем этапе такое процентное соотношение нас устраивает. Главное — есть потенциал.



# ВОЙДИТЕ В БИЗНЕС ПО ЦЕНЕ ЭКОНОМ

> **Выгодная стоимость – 777 руб.**

## **ПАКЕТ «БИЗНЕС-СТАРТ ПО ЦЕНЕ ЭКОНОМ» ВКЛЮЧАЕТ:**

- > **Открытие расчетного счета в рублях,**
- > **Подключение к системе удаленного доступа,**
- > **Регистрацию сертификата открытого ключа электронно-цифровой подписи\*,**
- > **Выдачу чековой книжки (разово)\*,**
- > **Заверение, сверку с оригиналом копий документов для открытия счета,**
- > **Заверение карточки с образцами подписей и оттиска печати,**
- > **Первую операцию по взносу наличных.**



**г. Березники, ул. Ломоносова, 92  
Тел.: (3424) 23-43-97**

\*Каждый участник акции принимает на себя обязательства в течение одного календарного месяца с момента открытия счета предоставить в Банк Заявление на выдачу чековой книжки и Сертификат открытого ключа электронно-цифровой подписи (ЭЦП). По истечении одного месяца с момента открытия счета чековая книжка предоставляется Клиенту по действующим тарифам Банка. В случае если Сертификат открытого ключа ЭЦП не был предоставлен в указанный срок, Клиент автоматически отключается от системы IBank2, повторное подключение осуществляется по желанию Клиента, комиссия взимается согласно действующим тарифам Банка. Сроки действия акции «Бизнес-старт по цене эконом» с 5 сентября по 16 декабря 2011 года. Полную информацию об организации акции, ее правилах, месте и порядке проведения Вы можете узнать на сайте [www.binbank.ru](http://www.binbank.ru). Генеральная лицензия Банка России №2562. Реклама ОАО «БИНБАНК».



## ЦЕНА ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

“ *Торговые сети не смотрят на упаковку твоего товара, для них главный критерий — отпускная цена.* ”



Одна из соликамских компаний (пожелавшая сохранить инкогнито) занимается производством продуктов глубокой заморозки.

По мнению ее руководителей, Пермь — это отличный дополнительный рынок сбыта. Однако чтобы бизнес в краевом центре был рентабелен, необходимо заключать договоры на поставку только с сетевыми ритейлерами или крупными оптовиками. Причем, лучше поставлять им замороженную продукцию эконом класса.

— Мясо и без того стоит намного дороже, чем, к примеру, сладости или бакалея, — поясняет собственник компании. — *Торговые сети не смотрят на упаковку твоего товара, для них главный критерий — отпускная цена. И она должна быть минимальной. Однако в погоне за снижением себестоимости не должно пострадать качество производимого вами товара. Это первое условие.*

*Второе — на каждом рынке свой барьер входа, поэтому для экспансии в центр региона необходим финансовый резерв. Без него попытка утвердиться в центре региона вряд ли будет успешной. Но для небольшого предприятия это затраты могут оказаться довольно существенными. Сначала вам нужно будет изучить спрос, местных производителей и предполагаемых конкурентов в вашем сегменте бизнеса. Не забудьте включить в смету расходы на рекламу. Узнаваемость и хорошая репутация товара — это гарантия его востребованности на рынке. Так что без рекламной поддержки при выходе на новый рынок не обойтись. Еще добавьте сюда же расходы на логистику — доставку и хранение вашей продукции.*

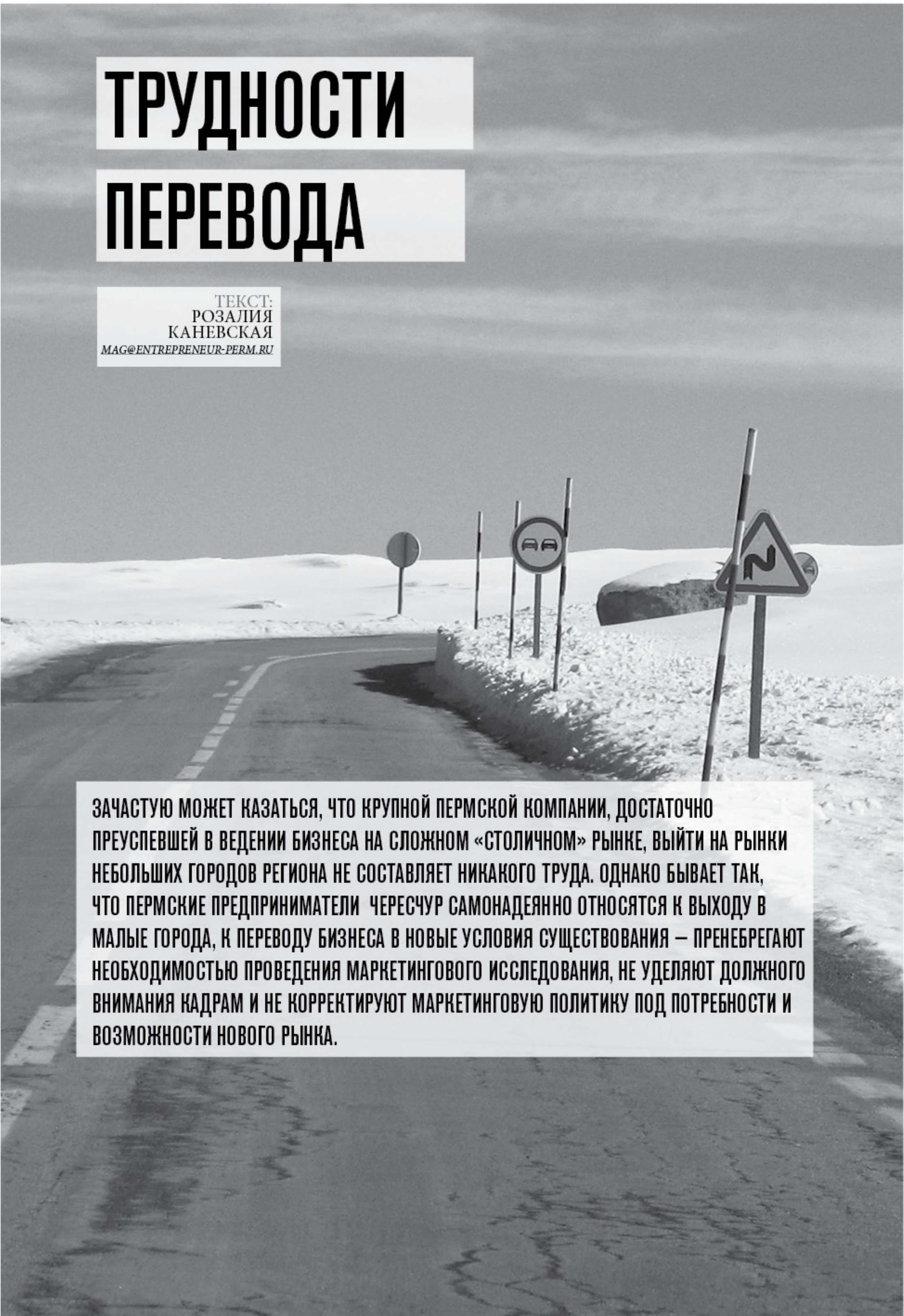
*Могу сказать одно — для нашей компании пермский рынок не открыл дороги «к светлому будущему». Скорее, мы попробовали свои силы на рынке с жесткой конкуренцией, и пришли к выводу — качественную мясную заморозку, те же пельмени, здесь продвинуть очень сложно. К сожалению, в наше время люди голосуют рублем, а выбор относительно дешевой продукции сомнительного качества в магазинах Перми огромен.*



СТРАТЕГИЯ: ИЗ ПЕРМИ

# ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА

ТЕКСТ:  
РОЗАЛИЯ  
КАНЕВСКАЯ  
MAG@ENTREPRENEUR-PERM.RU



ЗАЧАСТУЮ МОЖЕТ КАЗАТЬСЯ, ЧТО КРУПНОЙ ПЕРМСКОЙ КОМПАНИИ, ДОСТАТОЧНО ПРЕУСПЕВШЕЙ В ВЕДЕНИИ БИЗНЕСА НА СЛОЖНОМ «СТОЛИЧНОМ» РЫНКЕ, ВЫЙТИ НА РЫНКИ НЕБОЛЬШИХ ГОРОДОВ РЕГИОНА НЕ СОСТАВЛЯЕТ НИКАКОГО ТРУДА. ОДНАКО БЫВАЕТ ТАК, ЧТО ПЕРМСКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ЧЕРЕСЧУР САМОНАДЕЯННО ОТНОСЯТСЯ К ВЫХОДУ В МАЛЫЕ ГОРОДА, К ПЕРЕВОДУ БИЗНЕСА В НОВЫЕ УСЛОВИЯ СУЩЕСТВОВАНИЯ — ПРЕНЕБРЕГАЮТ НЕОБХОДИМОСТЬЮ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, НЕ УДЕЛЯЮТ ДОЛЖНОГО ВНИМАНИЯ КАДРАМ И НЕ КОРРЕКТИРУЮТ МАРКЕТИНГОВУЮ ПОЛИТИКУ ПОД ПОТРЕБНОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ НОВОГО РЫНКА.



Эта заносчивость часто заканчивается тем, что попытка выйти на рынок малых городов с треском проваливается, и «крупную пермскую компанию» обходят на всех поворотах местные предприниматели, лучше знающие своего потребителя. Как правильно выводить компанию на периферию, как «заговорить» на языке нового потребителя, и на какие особенности нового рынка стоит обратить внимание — об этом мы спросили пермских предпринимателей и управляющих.

## ВОИНЫ ДУХА

Пермская сеть магазинов парфюмерии и косметики «Матрона» одна из первых в своей нише обратила внимание на рынки малых городов. На данный момент только в Перми открыто 9 магазинов сети, и товар успешно находит своего потребителя. При выходе в малые города — сейчас компания имеет свои представительства в Березниках, Соликамске и Лысьве — «Матрона» не проводила маркетингового исследования, но и с особыми проблемами не столкнулась — на новых рынках просто не было других конкурентов. Со временем ситуация изменилась, но компания по-прежнему чувствует себя весьма уверенно в своей нише. Как этого удалось добиться?

**Дмитрий Нецветаев**  
коммерческий директор сети магазинов «Матрона»

— Наше преимущество на начальном этапе было в том, что мы первыми обратили внимание на региональный рынок. В Березниках наше представительство существует уже около семи лет, в Соликамске и Лысьве — порядка пяти. При выходе на рынок серьезного маркетингового исследования мы не проводили. Несмотря на это, почва была очень благодатная — рынок был слабый. Потребитель был, а продукта не было. Больших отличий в рынках Перми и региона для нас не существует, потому что мы, в принципе, работаем в сегменте демократичной косметики и парфюмерии. Сложнее приходится тем, кто работает в этом же бизнесе в сегменте «премиум». Потребитель в регионах готов купить себе парфюм за 1,5-2 тысячи рублей, но такую же цену за, скажем, декоративную косметику, он уже платить не будет.

Региональный рынок хорош по нескольким причинам. Во-первых, о существовании твоего магазина в небольшом городе знают многие, причем даже без рекламы. Во-вторых, приятно радуют расценками местные СМИ. К тому же, количество СМИ в маленьких городах ограничено, а охват аудитории очень большой, поэтому, размещаясь в местном СМИ, ты можешь быть уверен, что твою рекламу точно увидят и прочитают. Но есть и другая особенность — в маленьком городе нужно быть осторожным и беречь репутацию, потому как дурная молва распространяется очень быстро.

У крупных сетей есть рыночное преимущество перед доморощенными магазинами — большие бюджеты на рекламу и хорошее имя. К тому же мы, в качестве дистрибьютора, можем нанять продавца на конкретные марки парфюмерии и косметики, а

местные магазины себе такого позволить не могут. В последнее время, конечно, в регионах стало намного сложнее работать. Конкуренция на региональных рынках растет, при чем, как правило, за счет тех же «столичных» парфюмерных сетей. Поэтому больших планов идти в другие города региона у нас, в ближайшем будущем, нет.

Парфюмерный бизнес в рассматриваемом вопросе — вообще область крайне противоречивая и опасная. Косметика, как ни печально, не рассматривается российскими женщинами, особенно живущими в глубинке, как товар первой необходимости. При недостатке финансов, под срез пойдет именно эта статья расходов. В регионах многие женщины (не говоря уж о мужчинах) считают траты на качественный парфюм и косметику безосновательными и нерациональными. Однако тенденции последних лет все больше радуют — насмотревшись передач и реклам по центральному ТВ, все больше женщин готовы тратить на свой внешний вид. Вопрос цены, конечно, остается открытым — чем меньше город, тем меньше будет максимальная цена за одну единицу декоративной косметики. «Матроне» в этом смысле повезло — продукт нашел своего потребителя и в провинции. Работать с ценовым сегментом «медиум» и «лоу-медиум» в регионах проще всего — потребитель получает и косметику достойного качества, и невысокую цену, и все блага, которые достаются дистрибьюторским сетям — подарки и пробники, консультанты по бренду и визажисты-зазывалы. Труднее приходится сетям с более высоким ценовым сегментом. Хотя, это тоже палка о двух концах. Не так давно на рынок Березников вышла компания «Л'Этуаль». И, на удивление, стала очень сильным конкурентом «Матроны», «Практической магии», «Стрекозы» и других пермских сетей, уже работающих на этом рынке довольно давно. Причин тому несколько. Во-первых, теперь потребители, готовые покупать косметику и парфюмерию класса «медиум», предпочитают делать это в знаменитой федеральной сети, а не в местном магазинчике за углом. К тому же у федеральной сети больше акций, скидок, подарков и других систем стимулирования сбыта. В-третьих, реклама федеральных сетей идет по центральному ТВ, что повышает престижность покупки, и достигает большего объема целевой аудитории. Поэтому, даже работая на рынке малых городов в сегменте «премиум», «Л'Этуаль», казалось бы, чувствует себя вполне комфортно, несмотря на меньший оборот, чем в региональных центрах. Единственное, в чем федеральная сеть проигрывает пермским конкурентам — это завышенная стоимость конечной продукции, что для рынка малых городов является очень серьезным минусом. В принципе, именно по этой причине попытка федеральной парфюмерной сети выйти на рынок Березников в 2004 году с треском провалилась. Успешность новой попытки характеризуется тем, что за эти годы очень изменился потребитель — сейчас он стал более платежеспособным и требовательным к качеству.

Косметика, как ни печально, не рассматривается российскими женщинами, особенно живущими в глубинке, как товар первой необходимости.



## СТРАТЕГИЯ: ИЗ ПЕРМИ

## ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

И в малых городах в последнее время все больше нарастает потребность в хорошем качественном программном обеспечении. Но ведущие пермские ИТ-компании как-то не спешат на освоение новых рынков. Почему так происходит? Дело в том, что руководители и

В «эпоху интернета» даже представители бизнеса предпочитают скачать бесплатное ПО в сети, чем нанять специального человека для установки софта и обучения пользованию.

управляющие ИТ-компаний наталкиваются на огромное количество трудностей при «покорении» местных высот. Тут и кадры, и отношение,

и банальная компьютерная безграмотность. К тому же, в «эпоху интернета» даже представители бизнеса предпочитают скачать бесплатное ПО в сети, чем нанять специального человека для установки софта и обучения пользованию.

Так, пермская компания «Телеком Плюс» в свое время столкнулась с проблемой выхода на города региона. И, судя по всему, своим опытом осталась не очень довольна.

## Александр Григоренко

— Мне доводилось работать сразу в двух регионах, причем как в региональных центрах, так и в провинциальных городах. В Пермском крае я занимался развитием ИТ-компаний в Чердыни и Соликамске, в Ярославской области — в Рыбинске, Угличе и Пешехонье. Впрочем, методы выхода на рынки малых городов мало чем отличаются по регионам.

В целом для ИТ-бизнеса малые города — не очень привлекательны, и даже проблемны. В малых городах, например, в Чердыни, уровень развития коммуникаций был очень низким — люди не умели пользоваться интернетом, и даже с банальной сотовой связью иногда возникали большие проблемы. Во-вторых, это вопиющая правовая безграмотность населения. Это особенно важно в нашей отрасли, потому что у людей, нас нанимающих, должно быть в голове представление о важности лицензионного софта для бизнеса.

В-третьих, это проблема кадров. Ни для кого не секрет, что для местного рынка лучше нанимать местного человека, и если в Соликамске было возможно найти и обучить человека, то в Чердыни такой возможности не было — мы просто не могли найти ни одного кандидата, хотя бы поверхностно разбирающегося в программном обеспечении. Четвертый момент — в малых городах практически

нет дееспособных предприятий, поэтому основной заказ на ПО в таких городах, как Ныроб и Чердынь, поступал от госучреждений. Какое-то время нужно потратить на то, чтобы ежегодно выигрывать тендер, да и задержки в оплате со стороны госорганов — история не новая. По этим и многим другим причинам ИТ-компании на региональные рынки не рвутся, хотя потребность в хорошем софте для бухгалтерии, например, есть.

Хотя, есть и светлые моменты. Региональные клиенты гораздо менее привередливы как к цене, так и к качеству, потому что им, как правило, не из чего выбирать. Рынок тут дефицитный, и клиент хватается за любую возможность. Это позволяет корректировать ценовую политику, и повышать конечную цену продукта. Причем, чем территориально дальше от центра находится клиент, тем больше можно повышать цену.

У крупных сетей на рынке малых городов, конечно, есть преимущество, но тут все не так-то просто. При работе с частными лицами и федеральные и региональные игроки, а также местные компании примерно равны. С крупными корпоративными клиентами, типа «Уралкалий», работают практически всегда только именитые федеральные сети, и небольшим местным конторам туда ходу нет. А вот с крупным и средним бизнесом работают преимущественно местные, но иногда допускаются франчайзи и филиалы пермских компаний.

При выходе на рынок малых городов, ИТ-компаниям я бы посоветовал следующее. Во-первых, задумайтесь, а надо ли вам это. Изучите местный рынок и решите, стоит ли овчинка выделки. Во-вторых, наладьте отношения с местными госструктурами и потенциальными корпоративными клиентами. В провинции личные отношения решают все. В-третьих, решите проблему кадров. Человек, который на вас работает должен быть не только местным, но еще и обучаемым.

В ИТ-бизнесе многое зависит от умения компании перестраиваться. Под текущие условия, под кризисную ситуацию, под рынок. Та компания, которая сможет перестроиться правильно, и закрепит свое положение на рынке.

По этим и другим причинам ни федералы, ни пермские компании не горят желанием выходить на региональные рынки, тем самым давая большую фору местным компаниям, которые со своей задачей справляются весьма неплохо. А вот серьезные корпоративные



Александр Григоренко

руководитель филиала ЗАО «Аксонфт» в г. Пермь, экс-руководитель филиала ЗАО «ТелекомПлюс» в г. Соликамск



Наталья Тельнова

менеджер по общим вопросам компании «Алендвик»

Ни федералы, ни пермские компании не горят желанием выходить на региональные рынки, тем самым давая большую фору местным компаниям, которые со своей задачей справляются весьма неплохо.



клиенты привыкли доверять именитым ИТ-компаниям. Однако только ради работы с такими клиентами открывать филиал в другом городе не стоит.

## ХЛЕБА И ЗРЕЛИЩ

Особняком стоит общественное питание в малых городах. Ресторанный бизнес легким никогда не был, к тому же, при формировании политики, необходимо угадать с ценой и большое внимание уделить качеству. Портрет типичного клиента ресторанов и кафе в Перми и, скажем, Соликамске, похожим не будет. Однако есть и приятные исключения — например, так дело обстоит с хорошо зарекомендовавшей себя в Перми сети закусочных быстрого питания Chicken. Покорять «высоты» регионального рынка они решились не так давно — когда обнаружили, что региональный потребитель готов к их продукту. «Алендвик» вообще можно похвалить за амбициозные планы — пермская сеть расширяется не только «вширь», но и «ввысь», осваивая помимо пермских малых городов и другие регионы, в том числе Москву, Санкт-Петербург, Ижевск, Киров и Тюмень. Возвращаясь к нашей теме, представительства «Алендвика» открыты в Березниках, Соликамске, Полазне, Чайковском, Кунгуре и Краснокамске. Это на сегодняшний день самая «представительная» сеть общественного питания в малых городах края. Более крупные и дорогостоящие сети пока не спешат осваивать новые рынки.

### Наталья Тельнова

*— Освоение рынка малых городов Прикамья для нас началось с освоения Соликамска и Березников. Это большие города края, поэтому закономерно, что они были выбраны нами для развития нашей сети кафе. Обосновавшись в Перми, совершенно очевидно, что мы дальнейшая экспансия должна была продолжаться в городах Пермского края, и, естественно, мы выбирали наиболее крупные из них.*

*Рынок общественного питания в малых городах реально отстает, скажем, от рынка Перми года на 3-4. На начальном этапе, когда несколько лет назад мы открывались в Березниках, клиенты ходили к нам семьями как в ресторан, в вечерних платьях и галстуках. Хотя сегодня кафе в этих городах играют для жителей уже такую же роль, как и в Перми, они воспринимаются обычным местом общественного питания, где можно быстро перекусить.*

*При выходе на эти рынки мы столкнулись с тем, что пришлось перестраивать психологию местных жителей и воспитывать новое отношение к еде «вне дома», например. По причине того, что в таких городах, как правило, «все рядом», местные жители предпочитают обедать дома, и в кафе ходят только по выходным или по случаю какого-либо праздника. Однако все перестраивается, и сегодня новое поколение уже ходит к нам на обед, и мы имеем довольно постоянный поток гостей в течение дня.*

*Ниша общественного питания в городах края еще не заполнена, города большие, и спрос есть, причем стабильный. Как можно наблюдать, сетевые операторы не только общественного питания, но и*

*из других областей охотно осваивают этот рынок. Возможности этих рынков позволяют активно на них развиваться.*

*Что касается областных городов, мы в любом случае будем стараться расширяться в крае и присутствовать в тех городах, где население больше 50 тысяч человек. И кроме этого, наша компания продолжает экспансию в ключевые города России, в этом заключается наша дальнейшая стратегия развития.*

Ведущие рестораторы сходятся в одном — потребитель многих малых городов Прикамья еще не готов к тому, чтобы есть «вне дома». Наверное, этим и объясняется такое слабое представительство другого крупного игрока рынка общественного питания в Перми — компании RestUnion, объединяющей в себе бренды «Тсуру», Casa Mia и «Халва». Сейчас сеть представлена только в Березниках.

В общественном питании в малых городах верен тот же принцип, что действует при ведении любого бизнеса в провинции — чем ниже цена, тем легче продукт найдет своего потребителя. Хозяева заведений общественного питания с демократичными ценами могут спать спокойно — их бизнесу ничего не

угрожает — ни крах, ни конкуренция. А вот ресторанные сети сегмента «медиум» со средним чеком 400-500 рублей на человека, наверное, правильно делают, что ждут своего часа. Культура питания «вне дома» зависит от очень многих факторов, в том числе менталитета и кошелька. Для рынка малых городов должно пройти какое-то время, чтобы потребитель привык и стал более требовательным к качеству блюд и сервису.

Резюмируя, можно сказать следующее. На рынки малых городов выходить, определенно, стоит, но проведя тщательное исследование. Иногда потребитель может быть даже больше готов к вашему продукту, чем вы того ожидали. Пермские предприниматели довольно часто вынашивают в себе несколько мифов о рынках малых городов, которые давно пора бы развеять. Но это уже тема другого разговора.

Выходя на новый рынок, следует изучить портрет целевой аудитории — не исключено, что это будут потребители, не похожие на пермских. Наладьте деловые связи с местными предпринимателями — так вы повысите доверие к себе как к деловому партнеру. Наймите местный персонал и управляющего — это не только обойдется вам дешевле, чем приглашать людей из Перми, но и более дальновидно. Местный управляющий, наверняка, уже имеет представление о локальном рынке и его возможностях, кроме того, он сможет обеспечить вас необходимыми для отрасли связями и сведениями. Ну и заботьтесь о своей репутации и качестве своей продукции (или услуг). Будьте бдительны, потому что самым массовым СМИ в небольшом городе является так называемое word-of-mouth — то, что мы привыкли называть «сарафанным радио».

При выходе на эти рынки мы столкнулись с тем, что пришлось перестраивать психологию местных жителей и воспитывать новое отношение к еде «вне дома», например.





**ОЧЕРЕДНАЯ ПОПЫТКА КРАЕВЫХ ВЛАСТЕЙ «РАСКАЧАТЬ» ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, УЛУЧШАЯ СЕРВИС В МЕСТНЫХ ГОСТИНИЦАХ, НЕ ПРИНЕСЕТ РЕЗУЛЬТАТА, ПОКА НЕ БУДЕТ ВЫРАБОТАНА ЕДИНАЯ СЕТЕВАЯ СТРУКТУРА КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА.**

## ЗАВТРА ТУРИСТА

ТЕКСТ:  
АННА ШТАЕР  
ASHTAER@GMAIL.COM

Начнем с того, что за последние несколько лет у регионального департамента туризма пять раз сменился куратор. До образования Пермского края он входил вначале в состав областного комитета по физической культуре и спорта, потом — комитета потребительского рынка и развития предпринимательства. В 2006 году «туристические» полномочия передали краевому министерству сельского хозяйства. В 2008 году — министерству развития торговли и предпринимательства. С апреля 2011 года туризмом заведует министерство культуры, молодежной политики и массовых коммуникаций. Вместе с самой структурой из рук в руки переходят основные тезисы и проблемы.

Вопрос о въездном туризме в Прикамье напоминает баснописного журавля, который, увязнув в болоте, никак не мог, бедняга, из него выкарабкаться: хвост вытащил — нос увяз, нос вытащил — хвост завяз...

### НЕПОСТОЯННЫЙ ПРАЗДНИК

Ситуацию с туризмом в Пермском крае можно назвать парадоксальной. С одной стороны — колоссальные рекреационные возможности, богатейшее культурное и историческое наследие. С другой — десятилетия индустриализации, когда регион был практически закрыт для туристов. Индустрии гостеприимства в советской Перми, по сути, вообще не существовало либо она была ориентирована на деловой туризм. Наконец, в отличие от других территорий (например, Чувашии, где туризм сделали ведущим направлением региональной политики), въездной туризм в Прикамье никогда не рассматривался как источник существования.

Еще в бытность свою исполняющим обязанности главы региона, выступая на одном из крупных форумов в Москве, Олег Чиркунов высказался примерно в таком духе: когда решался вопрос, по какому пути должна пойти Пермская область — развития туристического бизнеса или использования природных ресурсов, — было выбрано второе направление.

Ситуация начала меняться лишь в последние годы, когда власти поняли: от того, какое впечатление производит регион на приезжих, зависит и его инвестиционная привлекательность. К тому же туризм считается одним из самых высоких финансовых мультипликаторов, где один рубль вложений приносит четыре рубля суммарного дохода в других отраслях экономики. Такой же умножающий эффект существует и в занятости — одно рабочее место в туризме приводит к появлению четырех рабочих мест в отраслях, соучаствующих в производстве туристского продукта (пункты общественного питания, гостиницы, транспорт, рекламные агентства, предприятия по производству сувенирной продукции).

В 2008 году была принята программа «Развитие туризма в Пермском крае (2008-2012 годы)», поставлены конкретные цели и озвучено финансирование. В 2009 году под патронажем краевой администрации в регионе начали развивать фестивальное движение.

Еще год спустя минторг заявил целый проект — PERManent Holidays («Постоянный



праздник»). Авторы оттолкнулись от того, что Пермский край — это 59-ый регион и предложили концепцию: в течение года на территории края должно проходить 59 фестивалей.

Результат не заставил себя ждать: За 2010 год регион посетило порядка 624 тыс. туристов. Это на 39 тыс. человек больше, чем в 2009 году. В 2011 году рост турпотока в край ожидается на уровне 12-15% (плюс 80-90 тыс. человек), а к 2020 Прикамье ежегодно должно привлекать 2,5 млн человек.

Однако обеспечить такой поток одними лишь фестивалями вряд ли получится. Закончился праздник — схлынул и поток туристов. На эту удочку уже попала пермская сеть ресторанов и кафе «Национальная кухня» — в рамках сотрудничества с организаторами фестиваля «Белые ночи в Перми» компания открыла в городе пять уличных кафе. Но, как заявил в интервью «Коммерсанту» владелец сети Олег Поляков, «у нас был только один очень хороший месяц — июль».

Да и региональной казне подобные мероприятия обходятся недешево. На один только фестиваль «Белые ночи» в 2011 году было истрачено 112,5 млн бюджетных рублей. Судя по тому, что новые кураторы отрасли в минкульте очень аккуратно комментируют тему событийного туризма, «Вечный праздник» может закончиться, едва начавшись.

**Алексей Иванов**  
российский писатель, живущий в Перми  
(для «Эксперт Урал» №27 (473) / 11 июля 2011 г.)



— Рассматривать культуру как сплошной событийный ряд — все равно что рассматривать торговлю как череду презентаций: закончилась презентация товара, и

его вообще убрали с прилавков на фиг, нигде не купишь. События должны быть, но в разумном количестве, ведь не все потребители культуры — любители тусануться. И вообще идея тотальной событийности — совковая, детсадовская: сегодня нам привезли клоуна, завтра — фокусника, а послезавтра бабушка Андрюши будет учить всех прыгать со скакалкой. Сперва должна быть культурная среда, а событие — лишь способ увеличить внимание к ней. Нет среды — бессмысленно и событие.

## ТЕРНИСТЫЙ ПУТЬ К «ЗВЁЗДАМ»

Между тем, в Прикамье полно настоящих, обкатанных, «долгоиграющих» брендов и направлений для развития туризма. Оздоровительные курорты и теплоходные круизы по Каме, уникальные природные объекты вроде Кунгурской ледяной пещеры и Ордынские водные катакомбы, привлекающие дайверов всего мира. Десять горнолыжных центров и сотни туристических маршрутов для любителей активного отдыха. Уникальное историческое наследие (пермский звериный стиль, пермский геологический период, «горнозаводская цивилизация») и продукты в сегменте культурно-познавательного туризма (например, музей политических репрессий «Пермь-36» — лагерь, где в годы советской власти содержались диссиденты, противники коммунистического режима). Места православного паломничества и аномальная зона близ села Молёбка, где, по заверениям уфологов, регулярно пролетают НЛО.

Эти бренды в состоянии привлечь в регион долгожданные миллионы туристов. Но интересные и уникальные туристические объекты в Прикамье страдают из-за отсутствия инфраструктуры. Поэтому чиновники решили взяться за сервис и для начала разработали региональную систему сертификации гостиниц.

Познакомиться с краевыми стандартами для гостиниц можно здесь: [WWW.VISITPERM.RU](http://WWW.VISITPERM.RU)

Список критериев включает 258 пунктов. За соответствие каждому из критериев гостинице начисляется определенное количество баллов, по общему количеству баллов учреждению присваивается категория «звездности».

Рейтинг ориентирован на европейский уровень сервиса. По замыслу разработчиков, это поможет гостям из других регионов и государств ориентироваться в предложениях пермских отельеров (гостиница «три звезды» в Перми не должна отличаться от отеля аналогичной категории где-нибудь в Германии или Италии).

Региональная сертификация гостиниц будет добровольной. Однако учреждениям, прошедшим процедуру, обещают помощь в продвижении, их будут рекомендовать организованным группам туристов, представителям власти и индивидуальным туристам.

В планах на будущий год — создание в регионе органа по проведению сертификации средств размещения, что должно значительно увеличить количество сертифицированных гостиниц, турбаз и санаториев.

Сегодня в России существует система сертификации коллективных средств размещения. Однако только семь гостиниц Перми регулярно

В Перми есть три отеля «четыре звезды» (Hilton, «Жемчужина», New Star) и четыре трехзвездочных отеля (Astor, «Полет», «Урал», «Прикамье»). В крае «звездных» гостиниц



## ТУРИЗМ

проходят эту процедуру — за «звездность» приходится платить немалые суммы.

## ОЧЕНЬ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

Сами отельеры не отрицают, что туристы, приезжающие в регион, испытывают определенные трудности с размещением (по количеству отелей Пермский край уступает остальным регионам Приволжского федерального округа). Однако сомневаются, что сертификация поможет увеличить количество гостей.

**Раиф Мубаракшин**  
генеральный директор ОАО «Березники – Сервис» (г. Березники)

— Мы работаем на деловой туризм. Основная масса постояльцев — командированные или приезжают в Березники по работе. Иногда деловая поездка совмещается с посещением каких-либо исторических памятников или отдыхом на природе. Но, согласитесь, называть таких приезжих туристами было бы неправильно, а гостей, которые едут сюда специально отдохнуть или в познавательных целях, у нас нет.

Из общего числа посещающих Прикамье туристов 19% приезжают на лечение, 25% привлекает природа и возможности для занятия активными видами спорта, 13% прибывают осмотреть достопримечательности края и посетить фестивали, 10% приглашены в гости друзьями и родственниками. Остальные (33%) приезжие попадают в регион исключительно с деловыми целями.

**Елена Давыдова**  
гостиница «Прайд-отель» (г. Березники)



— О региональной сертификации я пока не слышала, но получить российский сертификат мы собирались с самого начала. Планируем заняться этим вопросом вплотную, как только закончим

строительство пристроя и откроем обновленный банкетный зал. «Звезды» — это определенный уровень, который, безусловно, привлекает клиентов. Хотя я сомневаюсь, что это поможет увеличить количество туристов в регионе. Гостиничный сервис — это лишь часть туристической услуги. Разработать маршруты, «упаковать» продукт,

грамотно его продвигать и рекламировать — с этого надо начинать. А гостиницы, уверяю вас, подтянутся. И количество туристов возрастет.

**Наталья Сафонова**  
гостиница «Дубрава» (г. Соликамск)



— Туристам мы всегда рады, но на моей памяти их останавливались единицы. И дело не в отсутствии у нас звездного статуса. В Соликамске нет особенных туристических «фишек», которые привлекли бы сюда туриста так, чтобы он остался в городе.

**Наталья Румянцова**  
отель «Президент» (г. Соликамск)



— Привлечь туристов в город можно, но для этого нужно объединить усилия, предложить интересный турпродукт и разработать маршруты так, чтобы они оставались в Соликамске, а не знакомились с городом проездом. Тогда гостиницы пустовать не будут.

**Любовь Носова**  
гостинично-развлекательный центр «ПингвиН» (г. Соликамск)



— В последние годы в Соликамске появились достаточно хорошие гостиницы, но сама туристическая отрасль не развита настолько, чтобы люди хотели сюда приехать. Властям

нужно работать над туристической привлекательностью территории. Наши клиенты — это деловые люди. Иногда они хотят осмотреть достопримечательности города, и мы начинаем заниматься не свойственными нам функциями — составляем маршрут, ищем гида. Некоторые гости хотели бы посетить местный музей. Но он работает до шести вечера. Многие в это время только заканчивают рабочий день.

Чтобы привлечь в Березники и Соликамск туристов, в первую очередь нужно разработать оригинальные маршруты и точки притяжения, которые были бы интересны гостям региона, считают местные отельеры. Они приводят в



пример Кунгур, где по мере появления новых зрелищных мероприятий международного уровня стала строиться и инфраструктура (за пять лет количество заведений общепита выросло с 18 до 39, открылись две новых мини-гостиницы).

Сертификация же сама по себе не способна решить проблемы. К тому же «звездные» стандарты повлекут за собой дополнительные расходы.

Наталья Сафонова

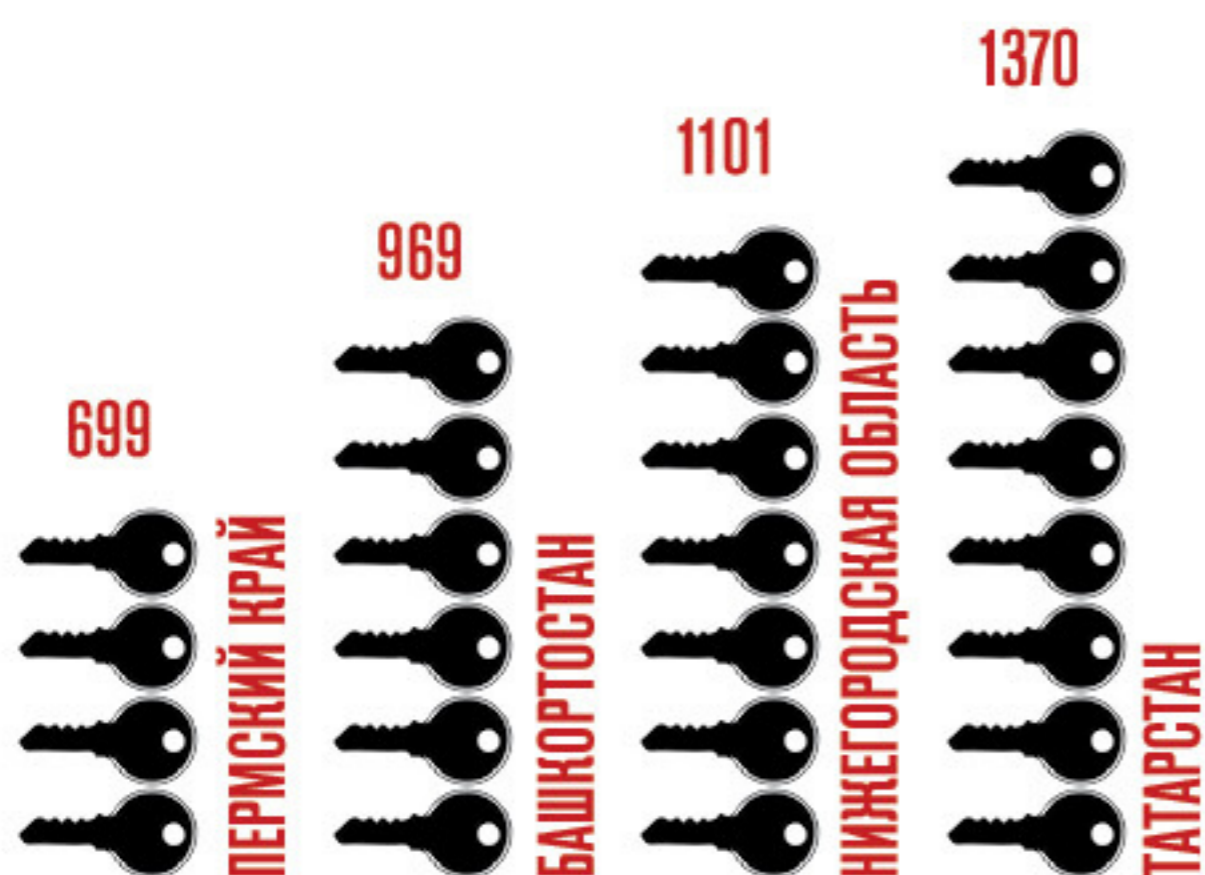
— Функциональные стандарты, которые касаются эмоциональной сферы взаимоотношений, мы выполняем. Но вот выполнить все технические требования на сегодняшний день мы не готовы. Своего кафе у нас нет, нет фитнес-центра, конференц-зала и так далее. Но в этом направлении мы работаем.

Наталья Румянцова

— Получение сертификата непременно потребует денежных вложений, поэтому стоимость проживания обязательно вырастет. Лично я не вижу в сертификации никакого смысла, так как со слов своих постояльцев знаю, что звездность не является для них решающим критерием выбора отеля.

ХОТЕЛИ КАК ЛУЧШЕ...

...А получилось как всегда. Не в накладе будет казна, куда пойдут отчисления за сертификацию гостиниц, а вот станет ли введение системы



Количество средств коллективного размещения в регионах ПФО

## Столовая «Кама» — идеальное место для бизнес-ланчей и деловых встреч



### Вкусно по-домашнему

**СТОЛОВАЯ «КАМА»**  
два зала на 120 и 40 человек  
г. Соликамск,  
ул. Коммунистическая, 46а  
тел.: [34253] 4-70-30  
пн-пт: с 11.00 до 16.00

**ЗАКУСОЧНАЯ «ОРБИТА»**  
зал на 30-40 человек  
г. Соликамск,  
ул. Матросова, 8  
тел.: [34253] 2-85-50  
пн-пт: с 12.00 до 18.00

**ЗАКУСОЧНАЯ «СОЛНЕЧНЫЙ ДВОРИК»**  
зал на 40 человек  
г. Соликамск,  
ул. Советская, 56, ТЦ «Гостиный двор»  
тел.: [34253] 4-89-71  
пн-пт: с 12.00 до 16.00

Предоставляем услуги турфирмам по организации завтраков, обедов и ужинов



## ТУРИЗМ



**Гостиничный комплекс «7 небо»**  
г. Соликамск,  
ул. Всеобуча, 200  
тел.: (34253) 90-888  
8-904-845-20-20  
8-901-266-32-77  
www.7nebo-otel.ru  
e-mail: box@7nebo-otel.ru

- проживание в комфортабельных коттеджах со всеми удобствами
- кафе на 45 посадочных мест

- русская баня на березовых дровах
- летняя и отапливаемая беседки
- каток
- ледяная горка



**Кофейня «Небо»**  
г. Соликамск,  
ул. 20-летия Победы, 119  
вход через холл гостиницы «Соликамск»  
тел.: (34253) 7-03-87

- бизнес-ланч от 150 рублей
- вкусные десерты и мороженое
- проведение фуршетов и банкетов
- доставка
- кальян
- услуги кейтеринга

В уютной обстановке кофейни «Небо» можно не только выпить чашечку ароматного кофе, но и отведать разнообразные блюда европейской, русской, японской и авторской кухни.



**ГРЦ «Пингвин»**  
г. Соликамск,  
ул. Свободы, 66  
тел: (34253) 9-00-53  
4-30-65, 4-30-49, 4-38-40  
e-mail: pingvinsol@mail.ru

- номерной фонд: 10 номеров — от 950 руб./сутки
- комфорт
- завтрак
- удобная парковка
- Wi-Fi

Развитая инфраструктура:

- ресторан
- боулинг
- бильярд
- детские игровые залы



**Гостиница «Прайд-отель»**  
г. Березники,  
Большевицкий проезд, 5  
тел.: (3424) 22-68-52  
23-79-00  
8-965-56-25-717

- 17 комфортабельных номеров бизнес-класса
- комната переговоров на 8-12 человек, оснащенная оргтехникой (сканер, принтер, факс, телефон, интернет)
- кафе-бар на 30 человек
- услуги химчистки и прачечной с применением немецкого оборудования Böwe, Veit

- проводной интернет, Wi-Fi
- проведение различных деловых мероприятий, творческих вечеров, торжеств, свадеб
- круглосуточная парковка



**Отель «Президент»**  
г. Соликамск,  
ул. Свободы, 64  
тел.: (34253) 4-38-47  
8-901-26-737-26  
e-mail: www.hotelrum.ru  
hotelrum@yandex.ru

- комфортные номера
- завтраки
- интернет Wi-Fi
- охраняемая парковка
- трансферты
- широкий спектр дополнительных услуг
- беседка, мангал, лыжи
- организация экскурсий
- туры выходного дня

- возможность организации кофе-брейков, деловых мероприятий
- сопровождение гостя на автомобиле отеля в течение дня



**Кафе «Червона Рута»**  
г. Березники,  
ул. К. Маркса, 60  
тел.: (3424) 23-63-86  
8-902-47-36-428

- кафе украинской домашней кухни в самом центре города
- два зала на 30 человек
- мы ждем гостей с 11.30 до 22.30
- в будни — бизнес-ланч с 11.00 до 16.00

- проведение корпоративных праздников
- семейные обеды и ужины



**Гостиница «ЭДЕМ»**  
г. Березники,  
ул. Ломоносова, д. 149  
тел.: (3424) 25-60-60  
25-60-33, 25-60-72

- Комфортное размещение в 1-, 2- и 3-комнатных номерах, соответствующих европейскому стандарту и полностью удовлетворяющих запросы самых взыскательных клиентов.
- Завтрак входит в стоимость проживания.

- Комплекс бесплатных дополнительных услуг: Wi-Fi, кабельное TV, парковка
- При гостинице работает ресторан на 32 посадочных места с европейской кухней.
- Возможна организация корпоративных мероприятий.



звездности стимулом для развития краевого турбизнеса — вопрос спорный. Большинство местных гостиничных операторов относят ее к разряду «припарок», которые, как известно, могут помочь лишь живому пациенту. Рынку внутреннего туризма в Прикамье требуется комплекс мер иного характера.

Эксперты утверждают: чтобы Пермский край стал интересен туристам, нужно создавать сетевой туристический продукт, в котором друг на друга будут завязаны все музеи, туркомплексы, активные туры и инфраструктурные учреждения — как на «Золотом кольце». Хочешь — воспользуйся распланированным маршрутом, хочешь — отправляйся в свободное путешествие по сети.

Мировой туристический опыт показывает, что сетевая структура жизнестойка и конкурентоспособна. Созданием такой сети нужно заниматься в первую очередь. Причем озаботиться этим должна как раз региональная власть (кому как не ей взять на себя роль института согласования интересов?). Дело это трудное, кропотливое, ждать от него скорых плодов не приходится. Может быть поэтому чиновники избегают этой темы, развивая бурную деятельность там, где можно рассчитывать на быстрый эффект. Например, не далее как в октябре 2011 года Пермский край презентовал свои туристические маршруты на форуме World Travel Market в Лондоне. Новость об этом перепечатали многие региональные и даже некоторые центральные СМИ. Пермский край снова прогремел на всю страну — чем не результат?

А там, глядишь, туризм снова передадут какому-нибудь новому министерству...

**Раиф Мубаракшин**  
генеральный директор ОАО «Березники – Сервис» (г. Березники)

— Сертификация — очередная блажь чиновников. Мы это уже проходили. В 1994 году нас обязали получить лицензию на оказание гостиничных услуг. Если же добровольная сертификация станет обязательной, то сумма, затраченная на нее, ляжет на стоимость проживания. Сейчас наш отель подходит под категорию три звезды, но наполняемость номеров — всего 35%. Мы выживаем за счет того, что сдаем в аренду площади. Пятизвездочные гостиницы в Березниках востребованы не будут.

**Игорь Запевалов**  
Высшая школа приватизации и предпринимательства (г. Пермь)



— Я считаю, что в Пермском крае главная проблема — отсутствие турпродуктов, которые бы привлекали туристов.

Если они есть — почему тогда их не покупают? На мой взгляд, это просто некие услуги, которые нельзя назвать турпродуктом. И никакая сертификация гостиниц не приведет к увеличению потока, так как гостиницы — это только элемент турпродукта, такой же, как услуги транспорта, точки питания, придорожная инфраструктура.

**Сергей Зенкин**  
туристическая компания «Роза ветров» (г. Москва)



— Массовый туризм начинается с туалетов. О какой туристической привлекательности можно говорить, если на районных вокзалах и автостанциях Пермского

края до сих пор «туалеты прямого падения»?

**Сергей Воробьев**  
управление по вопросам потребительского рынка и развитию предпринимательства г. Березники



— Увеличить трафик возможно, только объединив усилия. Надо показывать весь север Пермского края. Нужно создать некий

обобщенный туристический продукт, который был бы интересен не только жителям нашего края. Причем, чтобы впечатление они получали не только от увиденного, но и от сервиса. Параллельно — запускать новые направления (например, промышленный туризм), развивать индустрию развлечений, чтобы приезжие по вечерам не ломали голову, чем себя занять.





**КАК У ЧЕЛОВЕКА, ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗАНИМАЮЩЕГОСЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ, У МЕНЯ ЕСТЬ ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ВНУТРЕННИЕ ФИЛЬТРЫ, ПО КОТОРЫМ МОЕ ВНИМАНИЕ ЧЕТКО И БЫСТРО УЛАВЛИВАЕТ ЛЮБУЮ ИНФОРМАЦИЮ, ТАК ИЛИ ИНАЧЕ КАСАЮЩУЮСЯ СФЕРЫ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА.**

## ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС: ОТ ПРОГРАММ К ДЕЛУ

ТЕКСТ:  
ЮРИЙ  
ПОЛОВНИКОВ  
[WWW.NORDURAL.RU](http://WWW.NORDURAL.RU)



Директор  
компании-туроператора  
активного отдыха  
«Соло-Тур»  
(г. Соликамск)

Я всегда довольно критично отношусь к любым заявлениям наших властей о развитии туризма и очень болезненно воспринимаю любые лозунги типа «Даешь увеличение потока туристов в Пермский край вдвое/втрое/вдесятеро к следующей пятилетке!!!». Эти лозунги воспринимаются мной болезненно не потому, что они неверны или нереальны, а как раз напротив, именно потому, что они очень даже реальны и реализуемы при правильном подходе к делу.

При наличии грамотного алгоритма действий туризм в Пермском крае действительно способен стать очень значимой статьей доходов и поможет соскочить с «сырьевой иглы». В пользу этого говорит тот простой факт, что поток туристов в Пермский край уже растет год от года. Причин тому несколько.

Во-первых, на Урал идет устойчивый поток туристов из центральной России, которые «устали» от брендированных туристических маршрутов по Карелии, Алтаю, Саянам и Кавказу (люди хотят попробовать что-то новое и, как ни странно, Урал для многих до сих пор является неоткрытой страницей). Во-вторых, надо учитывать, что внутренний туризм дешевле и организационно проще выездного туризма. Грубо говоря, в России можно отдохнуть за меньшие деньги и с меньшей беготней, а увидеть ничуть не

меньше, чем за границей. Не зря же все-таки мы занимаем одну шестую долю всей суши планеты Земля.

В-третьих, хочется верить, что на увеличение потока туристов в Пермский край и на Урал влияет и работа туроператоров. Как известно, знаменитая формула Маркса «спрос рождает предложение» работает и в обратную сторону, т.е. предложение формирует спрос.

Я сознательно не говорю о туристическом потоке в Пермский край, связанном с проводимой краевым правительством культурной политикой. На мой взгляд, этот поток, во многом, искусственен и напрямую зависит от бюджетных денег и от мероприятий, проходящих в рамках фестивальной программы «Белые ночи» и ей подобных. Если представить, что вдруг, каким-то образом, все эти «культурные революции» перейдут в «контрреволюцию»,



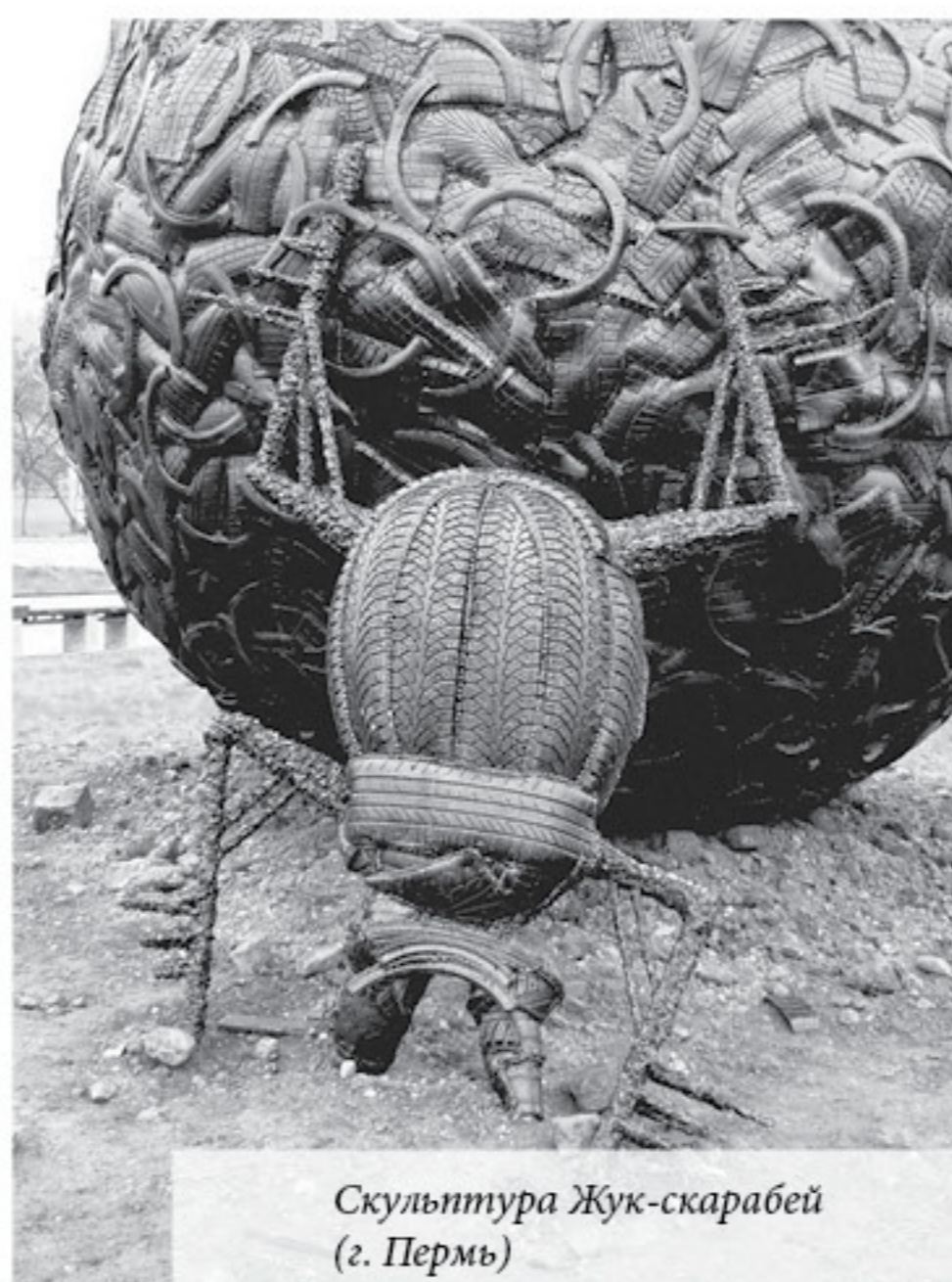
и мероприятия перестанут проводиться, то, уверен, ни о каком серьезном туристическом потоке говорить не придется (я не представляю людей, которые бы захотели специально приехать из Москвы или Питера, чтобы посмотреть на «знаменитую пермскую табуретку»).

Если честно, то мне вообще не понятно, почему власти региона во главе с губернатором смешивают два понятия: туристический бизнес и некая программа под названием «Пермь — культурная столица Европы». Их обязательно надо развести по разным углам, чтобы вместе с водой не выплеснуть ребенка («ребенок» в данном случае — это туристический бизнес).

В связке слов «туристический бизнес» акцент надо делать на слове «бизнес». А бизнес, как известно, понятие довольно консервативное, требующее порядка и методичной плановой работы. Любой бизнес — это, прежде всего, продажа, а продавать надо бренды. И гораздо выгоднее продавать уже сформированные бренды, которые (вот удача-то!) не требуют дополнительных капиталовложений. Именно поэтому реальные векторы развития туризма в Пермском крае я лично вижу не в «Перми фестивальной» (хотя против самой этой программы я ничего не имею), и не в современном искусстве вроде пермского «жука-скарабея», а в других, уже отработанных и менее громких и резонансных, с точки зрения культурно-политического пиара, направлениях.

Если говорить о прогнозах развития туризма на Урале, то я бы выделил (сразу оговорюсь, что не системно) следующие векторы:

1. Безусловно, будет развиваться самостоятельный автомобильный туризм. Сейчас я скажу для многих удивительную вещь, но на Северном Урале довольно неплохо развита сеть автомобильных дорог (если сравнивать с тем же Приполярным Уралом, где автодороги практически отсутствуют как явление). Вкупе со всеобщей автомобилизацией населения это обязательно приведет к буму автотуризма.
2. Очень перспективным для нашего края я считаю и активный отдых. Этот вид отдыха по определению непритязателен, т.е. не требует больших вложений в инфраструктуру (отели/гостиницы, дороги). Когда люди приезжают на Урал, чтобы походить по горным хребтам и перевалам, сплавиться по реке, покататься на лошадях или на квадроциклах/снегоходах, они не будут требовать пятизвездочных отелей и скоростных автобанов. Причина очень проста: эти люди, в основной своей массе, находят особое удовольствие в том, чтобы пожить в палатках в условиях дикой природы, самостоятельно разводить костер и готовить себе пищу, поковыряться в грязи, вытаскивая машину или квадроцикл из очередной «бездорожной ловушки». Отдельно хочу выделить



Скульптура Жук-скарабей (г. Пермь)

и сделать упор на активном водном туризме, который, на мой взгляд, обязательно будет расти и развиваться в нашем регионе. Природа одарила нас таким богатством, как вода. В Пермском крае только официальных (занесенных в реестр) около двух тысяч водных объектов: ручьев, рек, озер. По сути, Северный Урал — рай для любителей сплавов по рекам и вообще отдыха на воде.

3. Логически вытекает из предыдущего пункта и такое направление, как рыболовный туризм. Многие скажут, что это слишком узкое направление и нет смысла акцентировать на нем внимание. Но факты вещь упрямая. Согласно статистике, рыболовный спортивный туризм в семь (!) раз прибыльнее промышленной добычи рыбы. И на Урале есть все предпосылки для развития именно рыболовного

спортивного туризма: популяции редких и интересных для рыбаков рыб (хариус, таймень, сиг, ленок, голец-палия и др.), красивые горные реки, нетронутые индустриализацией уголки дикой природы. Эта сфера требует очень деликатного и профессионального внимания со стороны властей (в плане сохранения ресурсов и умения грамотно выстроить политику распределения этих ресурсов), но если это будет сделано, то наш край может встать на одну ступень с Норвегией и Швецией и привлечь к себе внимание целой спортивно-рыболовной индустрии (к слову, миллиардной в долларовом эквиваленте).

4. Краеведческий или историко-экскурсионный туризм также не стоит сбрасывать со счетов. История развития и освоения Урала насчитывает не одно столетие. Многие события прошлого России и даже Европы немыслимы без участия уральского региона. К нам ехали и будут ехать «за историей», за возможностью увидеть многие объекты на месте, «потрогать» наследие веков своими руками и подышать воздухом настоящего прошлого. Нам в наследство достались такие туристические бренды, как «пермский звериный стиль», «пермская деревянная скульптура», «пермское храмовое зодчество», «горнозаводская цивилизация». Они уже сейчас привлекают тысячи туристов на Урал и могут привлечь, я уверен, еще больше.

Оговорюсь еще раз: эти направления перспективного развития туризма на Урале выделены мной условно и отражают лишь мою точку зрения.

А теперь я хотел бы дать несколько практических советов каждому, кто хочет побывать на Урале или лучше узнать свой родной край. Не буду затрагивать такую тему, как обращение к туроператору или в агентство за уже готовым турпродуктом, т.к. эта статья носит информационный, а не рекламный характер. Все мои советы, надеюсь, пригодятся самостоятельным или «диким» туристам.

Итак, что нужно делать, если вы хотите попутешествовать



## ТУРИЗМ



Усолье

по Уралу? Сначала, конечно же, надо определиться с видом туризма и с теми конкретными объектами, которые вы хотели бы увидеть и посетить. Если вы выбрали активный отдых, то путешествие лучше планировать на летний сезон с июня по сентябрь. В этот период можно сплавиться по какой-нибудь реке (самые популярные реки: Чусовая, Сылва, Вишера, Березовая, Колва, Лемва на Приполярном Урале). Небольшой сплав по реке (на 2-3 дня) можно организовать самостоятельно, не обращаясь в туристические фирмы. Как правило, самой большой проблемой становится аренда сплавсредств (катамаранов, байдарок или рафтов), но эта проблема легко решается при помощи поиска в интернете. Также можно организовать несложный горный треккинг, благо, Уральские горы не слишком высокие и крутые (из-за своей старости) и некоторые горные маршруты вполне можно пройти самостоятельно, не имея большого туристического опыта. Например, посетить камень Помяненный (Колчимский) или гору Ветлан в Красновишерском районе. Практически все эти природные объекты доступны на автомобиле и не требуют каких-либо сложных схем по заброске группы. Больше возможностей дает автомобильный туризм. Здесь нет никаких ограничений, связанных с сезоном, т.е. можно путешествовать и зимой, и летом. Зимой даже предпочтительнее, т.к. появляются дороги-зимники и многие природные и исторические объекты, недоступные летом, зимой вполне посещаемы (например, я сам планирую этой зимой посетить заброшенную колонию за поселком Ныроб. Она интересна с точки зрения такой страницы в истории нашей страны, как ГУЛАГ, и доступна только зимой). Главное для самостоятельных автотуристов — определиться, куда ехать и по какому маршруту. Очень много информации об исторических объектах Урала сегодня можно найти в интернете. Я бы рекомендовал

посетить сайт

[www.visitperm.ru](http://www.visitperm.ru), который курирует Министерство развития предпринимательства и торговли Пермского края. На сайте можно найти очень много полезной информации об интересных объектах, геологических, природных и исторических памятниках Пермского края, о городах Урала. Там же вы найдете информацию по отелям и гостиницам, узнаете контакты почти всех пермских туроператоров. Кроме того, я сам частенько захожу на сайт писателя Алексея Иванова — [www.arkada-ivanov.ru](http://www.arkada-ivanov.ru), — где он опубликовал очень много статей по истории Урала, по истории и даже философии Горнозаводской культуры и Прикамья в целом. При желании можно найти еще не один десяток сайтов, так или иначе освещающих историю Урала, на основе которых можно составить маршрут. А если взять во внимание еще и блоги (на [livejournal.com](http://livejournal.com) или [diary.ru](http://diary.ru)) то количество полезных интернет-ресурсов перевалит за сотню. В общем, при определенном усердии и умении в сети можно найти много информации. Людям, не владеющим интернетом, я бы рекомендовал поспрашивать в книжных магазинах путеводители екатеринбургского издательства «Азимут». Я сам зачитал до дыр один из их путеводителей, который так и называется «33 маршрута выходного дня по Уралу».

После того, как вы определились с целью вашей поездки, надо обязательно разработать конкретный маршрут. Хорошо, если у вас есть навигатор, который буквально может подсказать куда ехать, где поворачивать и где останавливаться. Если же его нет или вы не надеетесь на его карту, воспользуйтесь сервисом Яндекс.Карты, где можно проложить точный маршрут от начальной до конечной точки. Похожий сервис есть на сайте [www.atlsu/trace](http://www.atlsu/trace).

Если цели определены, маршрут обозначен и команда





Река Лемва

единомышленников собрана, то остается только реализовать ваши планы! Единственное, о чем следует еще позаботиться — это наличие некоторого туристического оборудования. Автомобильный туризм не так требователен к наличию и качеству туроборудования, как тот же горный треккинг, например, но, тем не менее, некоторые вещи лучше все же иметь под рукой. К примеру, спать все же лучше в кемпинговой палатке и в спальнике, чем в машине. Можно взять с собой и специальную мебель. Многие берут в такие поездки туристические газовые плиты с баллонами и даже бензогенераторы. Все это, безусловно, скрасит ваш походный быт, если не получится остановиться в гостинице или на какой-нибудь базе отдыха. Если у вас нет подобного оборудования и вы не хотите его покупать, то его вполне можно взять в аренду (фирмы легко найдете в интернете через любой поисковик).

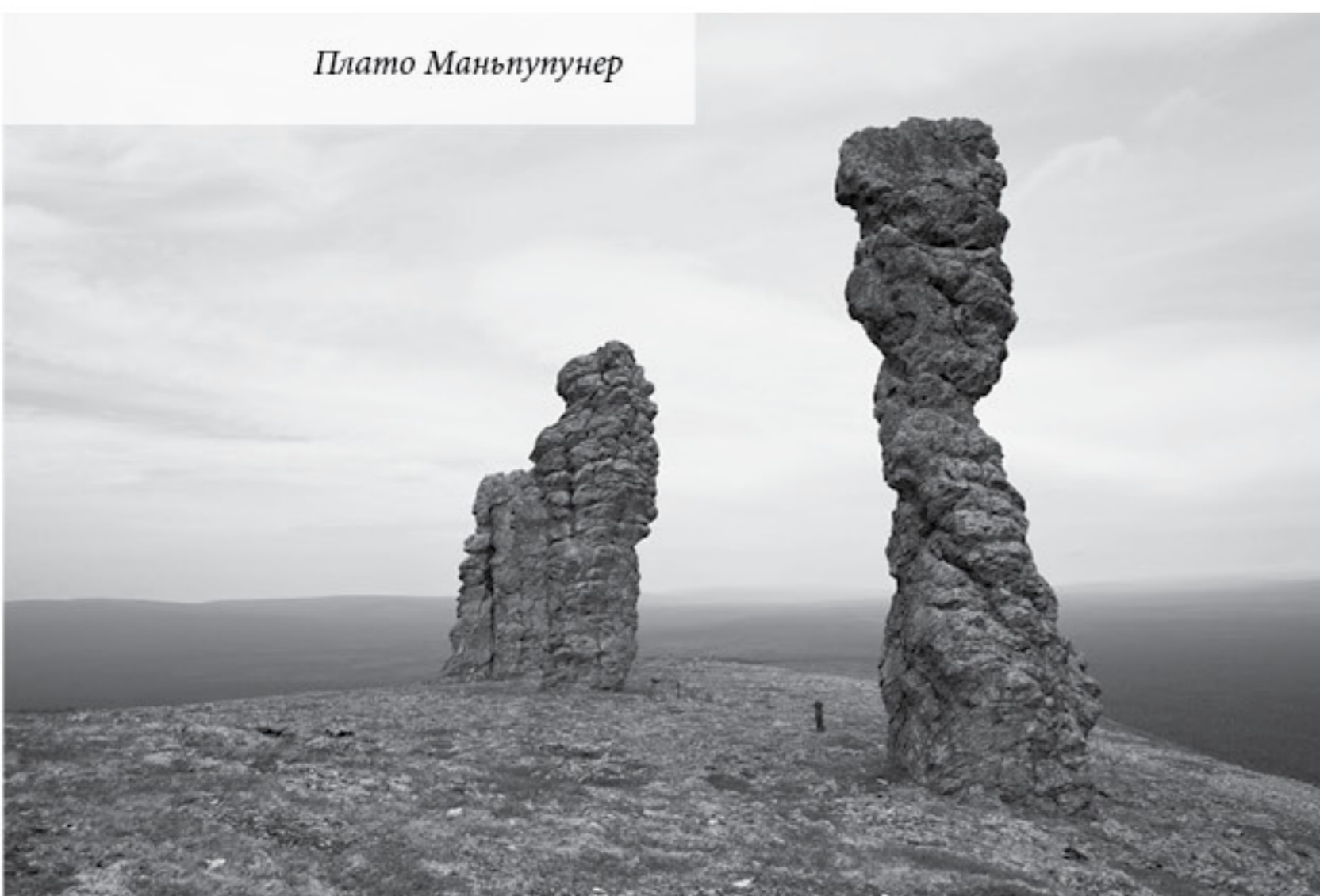
Напоследок отмечу, что есть некоторые виды туров, которые лучше, все же, покупать у туроператоров.

Например, рыболовные туры. Дело в том, что результативность этих туров очень чувствительна к наличию хорошего проводника. Так же, как, например, экскурсии по некоторым уральским городам (если взять Чердынь или Соликамск) будут значительно информативнее и интереснее, если вас будет сопровождать грамотный гид-экскурсовод.

Бывают случаи, когда для посещения того или иного природного или исторического объекта требуется комплексная, сложная заброска группы, с использованием автомобильной техники, моторных лодок и даже вертолета. Тогда тоже не стоит пренебрегать услугами туроператоров.

В любом случае, главное — начните путешествовать и исследовать такой интересный и многообразный регион, как Урал и, поверьте, с каждым годом ваши аппетиты будут расти. Появится туристический азарт, который, безусловно, принесет вам много-много положительных эмоций и новых знаний. В общем, действительно отдохнете!

Плато Маньпупунер



Охота на хариуса







**Светлана ОБЯНСКАЯ,**  
владелица турагентства «ОСА-tour»  
(г. Березники)  
[www.osa-tour.permp.ru](http://www.osa-tour.permp.ru)

# ВАШ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ГИД ПО СТРАНЕ УЛЫБОК

**Р**оссийские пиарщики научились манипулировать общественным сознанием не только ради победы на выборах. Чего стоит хотя бы недавняя истерия в СМИ по поводу наводнения в Таиланде. Но даже если вы не поддались на провокацию и не намерены отныне проводить все отпуска в Краснодарском крае, у вас наверняка осталась масса вопросов...

Отправляясь за границу, люди хотят получить максимум информации. И даже после того, как выбран отель, прописана экскурсионная программа и куплены билеты, люди продолжают задавать вопросы. Причем, их интересуют сугубо практические вещи: где лучше менять деньги, как арендовать автомобиль, в каком ресторане попробовать национальную кухню? Сведения, которые содержатся в рекламных буклетах операторов, крайне скупы. А средствам массовой информации, особенно в нашей стране, надо верить с большой оглядкой.

Догадаться с трех раз, к кому идет турист со своими вопросами? Конечно, к агенту, который ему продал путевку. И тут уж, хочешь — не хочешь, приходится выступать в роли энциклопедии, путеводителя и справочного бюро. Ответственность — колоссальная. Ведь именно из таких утилитарных, бытовых мелочей складывается впечатление человека об отдыхе.

Для своих клиентов я обычно устраиваю что-то вроде собрания, на котором мы проговариваем все детали. Кстати, на последнем таком собрании речь шла именно о Таиланде. Никакого наводнения там нет и в помине (я сама была там в начале ноября — в самый разгар «стихий»), зато есть солнце и теплое море для любителей пляжного отдыха, и множество интереснейших мест для тех, кто предпочитает познавательный туризм и кого манит экзотика.

## Знакомство со страной

Первое, с чего надо начинать подготовку к любому заграничному путешествию — это информация. Соберите хотя бы самые общие сведения о стра-

не, в которую вы едете. О ее обычаях, нравах, укладе жизни, о температурном режиме и особенностях климата.

Отправляясь в Таиланд надо помнить, что это королевство. Тайцы обожают своего короля Пумипона Адулядета. Дни рождения его и его жены — государственные праздники. За проявленное неуважительное отношение к королю можно попасть в тюрьму. Причем, навлечь на себя неприятности можно даже из-за недостаточно почтительного отношения к деньгам. Портрет короля изображен на всех денежных купюрах Таиланда. Если вы скомкали бумажку и сунули ее в карман, можете угодить в полицейский участок за оскорбление монарха.

Тайцы — приветливый и миролюбивый народ. Они охотно фотографируются с туристами, с удовольствием позируют на камеру, постоянно улыбаются (не зря Таиланд называют страной улыбок), но не допускают фамильярности по отношению к себе. На тайцев нельзя повышать голос, прикасаться к их голове (потрепать по макушке нельзя даже маленьких детей), этим вы нанесете страшное оскорбление.

Фотографироваться на фоне Будды можно (его статуи в Таиланде на каждом шагу), но упаси боже залезать на него с ногами или корчить рожицы. Есть закрытые монастыри, где фотографировать запрещено. Как правило, об этом предупреждают соответствующие знаки.

## Что брать с собой

Для путешествия в Таиланд не нужно покупать целый гардероб. Возьмите

пару белья, футболку, шорты и сандалии. Остальную одежду купите на месте. Цены вас удивят, как и качество товаров. Поверьте моему опыту: из России все уезжают налегке, обратно — не все укладываются в 20-килограммовое ограничение по весу багажа.

Единственное, что я всегда советую взять с собой — хороший кофе и чай (особенно если туристы — люди кофеинозависимые). То, что продается под видом кофе в отелях и маркетах, пить невозможно. Сами тайцы кофе и чай не пьют, и продают их специально



Королевство Таиланд до 1939 года носило название Сиам. Слово «тхай» по-тайски означает «свобода». Население Таиланда — 65 млн человек. Религия — буддизм. Язык — тайский, по-английски говорит не более 10% населения. Разница тайского времени с Пермью: +1 час. Таиланд — это страна с тропическим и субтропическим климатом. Здесь всегда тепло или даже жарко — от 25 до 35 °С. Продолжительность сезона дождей в Таиланде определить трудно. Самые сильные дожди идут в августе-сентябре.



для туристов. Тайцы не употребляют в пищу кисломолочные продукты, не едят хлеб. Но все это можно купить в гипермаркетах типа TESCO-Lotus, BIG-C, MAKRO.

Кроме того, возьмите с собой аптечку с препаратами, которые могут понадобиться в путешествии. В тайской аптеке вы не сможете опознать даже элементарный аспирин.

Берите фотоаппарат, ноутбук, водо- и пыленепроницаемые телефоны, разговорник английский, а лучше тайский (хотя голосовой разговорник можно купить на месте за копейки), ну и конечно деньги.

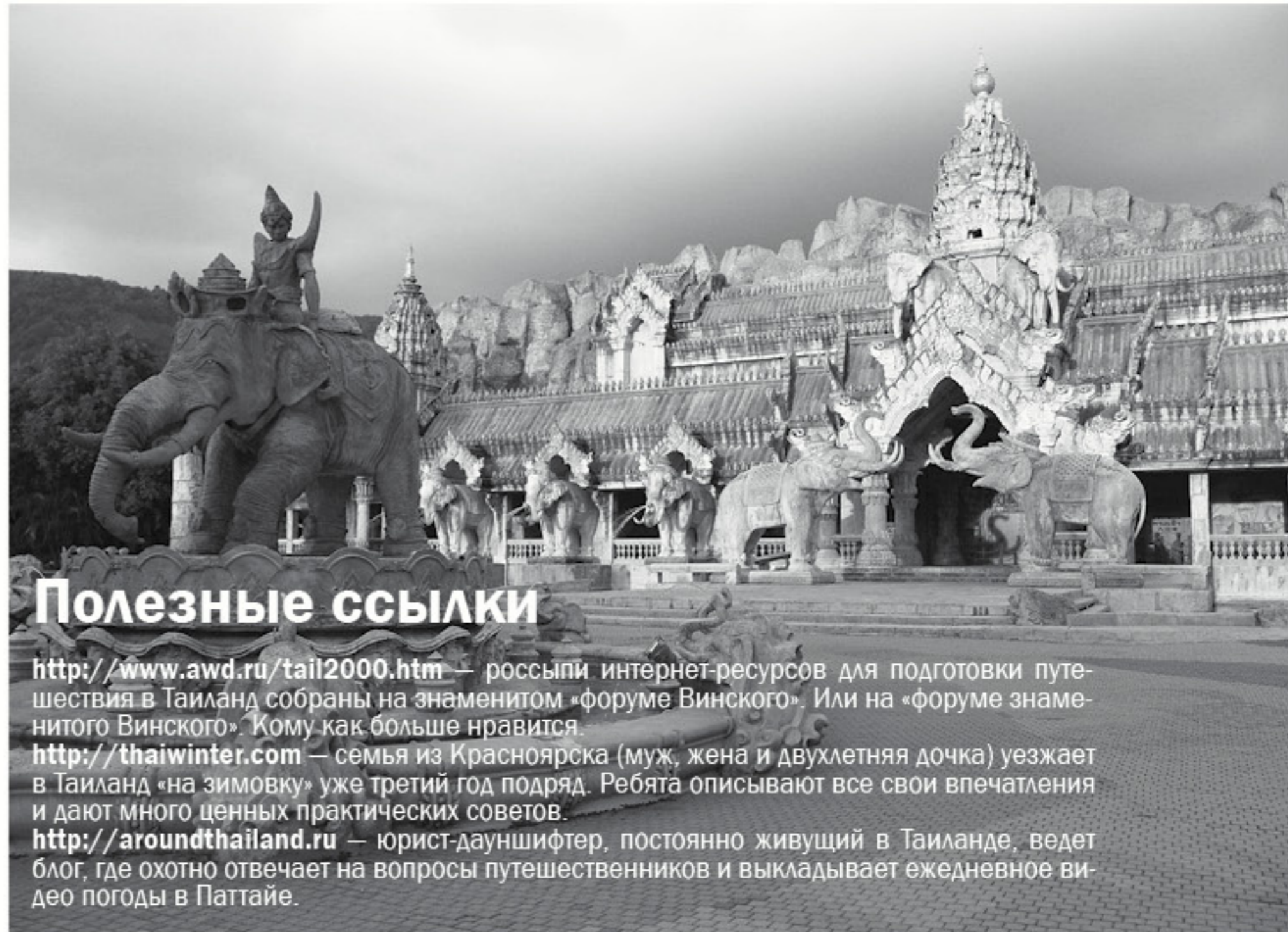
### Деньги

Местная валюта — тайский бат. Курс к рублю практически 1:1, хотя бат чуть дешевле. Так что ориентироваться в местных ценах не составляет труда. Снимая наличные с карты, имейте в виду, что с вас возьмут комиссию в размере 150 бат (с любой суммы!). Единственно можно снять до 10000 бат. Расплатиться карточкой в Таиланде можно практически везде. Но я бы не советовала делать это слишком демонстративно. Да и снимать наличные лучше не в уличных банкоматах, а в больших торговых центрах, где есть специально оборудованные кабинки. Даже в номере отеля не бросайте карточки открыто — воров и мошенников хватает везде.

Наличными берем с собой 100-200 долларов или евро (причем, лучше всего купюрами большого достоинства — крупные бумажки в Таиланде меняют по более выгодному курсу), остальное — везем на карте. Только обязательно поинтересуйтесь в своей банке, есть ли возможность расплачиваться и снимать наличные с карты за рубежом. Какая бы золотая-платиновая карта у вас ни была. Прецеденты случаются, причем с довольно крупными суммами. Человек приезжает в чужую страну, пытается расплатиться картой, а ему говорят — доступ заблокирован. Оказывается, банк так заботится о сохранности денег клиента: вдруг у него эту карту за границей украли?

### В дороге

Для въезда в Таиланд на срок до 30 дней россиянам не нужна тайская виза. В самолете вам выдадут иммиграционную карту и таможенную декларацию, которые надо заполнить. Мы снабжаем своих туристов шаблоном такой карты, чтобы облегчить им задачу. Потому что карта двуязычная — все надписи сделаны по-английски и по-тайски. При прохождении таможни одну часть карточки отрывают, фотографируя при этом туриста. Вторую



### Полезные ссылки

<http://www.awd.ru/tail2000.htm> — россыпи интернет-ресурсов для подготовки путешествия в Таиланд собраны на знаменитом «форуме Винского». Или на «форуме знаменитого Винского». Кому как больше нравится.

<http://thaiwinter.com> — семья из Красноярска (муж, жена и двухлетняя дочка) уезжает в Таиланд «на зимовку» уже третий год подряд. Ребята описывают все свои впечатления и дают много ценных практических советов.

<http://aroundthailand.ru> — юрист-дауншифтер, постоянно живущий в Таиланде, ведет блог, где охотно отвечает на вопросы путешественников и выкладывает ежедневное видео погоды в Паттайе.

прикрепляют степлером к загранпаспорту. Если эту бумажку вам прикрепить забыли — сделайте это сами, как только доберетесь до отеля. Потому что потеря миграционной карточки — это, конечно, не ужас-ужас, но определенный геморрой вы себе наживете. В таможенной декларации ответьте на все вопросы отрицательно и выходите через зеленый коридор. Замечу, что законодательство Таиланда беспощадно борется с контрабандистами, и за провоз наркотиков полагается смертная казнь.

### Где поселиться

Вовсе не обязательно выбирать из тех отелей, которые есть в каталогах операторов. Далеко не все тайские гостиницы имеют контракты с российскими туроператорами. При этом цена их иной раз смешная — у нас в провинции гостиницы стоят дороже. К тому же, отправляясь в пакетный тур, турист привязан к расписанию чартера. Индивидуальный тур таких ограничений не имеет — ты можешь уехать в Таиланд хоть на неделю, хоть на месяц. В этом случае мы выбираем отель, исходя из потребностей туриста. Единственное «но»: вылет будет из Москвы или Екатеринбурга, регулярных рейсов на Таиланд из Перми нет.

Не имеет смысла бронировать суперкомфортабельный отель с системой «все включено» людям, которые едут посмотреть страну. Отель в их случае — это место, где они будут отдыхать в перерывах между экскурсиями. А посмотреть в Таиланде, поверьте, есть на что (впрочем, это рассказ на отдельную статью).

### Что кушать

Тайская кухня — это рис с большим количеством мяса, морепродуктов, овощей и специй. Все очень острое, даже яблоки перчат. У тайцев нет холодильников, поэтому специи используются как естественный консервант.

Сами тайцы вкус пищи, щедро приправленной перцем и другими жгучими добавками, практически не ощущают, но для непривычного европейского языка это может быть мощным ударом. Если вы не хотите испытывать на прочность свои вкусовые рецепторы, просто скажите официанту, чтобы блюда для вас готовили «not spicy» — не остро. Обед в ресторане обойдется вам примерно в 300-400 бат, в уличной кафешке — 70-100 бат.

Имейте в виду: правило «мыть руки перед едой» в Таиланде нужно выполнять неукоснительно. Кишечные заболевания бактериального типа в условиях влажного теплого климата развиваются стремительно. И никаких напитков со льдом, а для домашних нужд купите в любом магазинчике канистру воды.

### Где делать покупки

Покупать вещи лучше самостоятельно, на рынках и в магазинах. Поездка на фабрику — чистой воды «развод», цена на те же самые вещи на фабрике будет в несколько раз выше, чем в любом магазине. Оформлять такс-фри удобнее всего на одного члена семьи, чтобы при возврате не стоять в очереди всей семьей. Такс-фри (7% от стоимости покупок) возвращают в аэропорту, после того, как вы прошли таможенный контроль.

### Аренда транспорта

В Таиланде правостороннее движение, так что садиться за руль автомобиля я бы не советовала. Удобнее взять мотобайк (цена аренды за сутки 250-300 бат). Газолин стоит 40 бат за литр. Шлемы выдаются бесплатно. Пренебрегать безопасностью я категорически не советую. И страховку — на случай травм — лучше оформить с максимальным покрытием. Тем более что цена вопроса — не больше 500 рублей.





Здоровье не купишь,  
но его можно сохранить.

Армен Петросян,  
главный редактор журнала «Дело НС»  
e-mail: armen@petrosian.ru, www.petrosian.ru

Пока я учился в школе, университете, служил в армии, я постоянно проходил медицинские осмотры. Пару раз я побывал в кабинете врача, пока работал слесарем на ТЭЦ. Пока ты молод, подобная профилактика кажется тебе, досадной тратой времени. Тридцатилетние знакомые кажутся тебе представителями старшего поколения. Сорокапятилетние — людьми, прожившими жизнь.

В 24 года я стал предпринимателем. Ежедневно приходилось решать столько задач, что болеть было просто некогда. Лет пять ушло на то, чтобы просто выжить и определиться, чем из многочисленных занятий, которые я перепробовал, я мог бы зарабатывать на содержание семьи. Еще пять лет ушло на то, чтобы отважиться на создание своей компании.

Слово «компания» звучит красиво. На самом деле, это был шаг, когда я решился нанять людей. Я долго старался этого избегать, потому что боялся ответственности. У меня был опыт, когда я за месяц зарабатывал меньше, чем необходимо было тратить. Я боялся, что уговорю людей работать со мной, а сам не сумею обеспечить их зарплатой.

### Нет времени на физкультуру? Ищите время на лечение

На мой взгляд, каждого предпринимателя подстерегают две главные опасности: безалаберное отношение к своему здоровью и неумение правильно организовать выполнение своих дел. Обе эти проблемы, как змеи, жалящие друг друга за хвост, пожирают себя, а заодно и самого предпринимателя. Жаль, что, лишь набив шишки, я понял мудрость простой, казалось бы, метафоры.

Каждый человек подобен жонглеру, который пытается удержать в воздухе сразу несколько шаров. Семья, хобби, карьера, признание, здоровье. Все шары каучуковые и лишь один — стеклянный, который никак нельзя уронить. Этот шар — наше здоровье. Когда я впервые чуть не выронил его, мне повезло с доктором. Обаятельная женщина, объяснявшая мне результаты обследования, сумела спокойно, но очень убедительно рассказать, что ждет меня в жизни, если я ничего не изменю. Мне было чуть больше тридцати.

Девять лет я практиковал хатха-йогу. Всегда очень аккуратно произношу эту фразу. Чем больше я знакомился с людьми, читал книги, тем яснее понимал, что йога безгранична и настолько глубока, что, не погрузившись в нее, смешно заявлять о том, что ты что-то в ней смыслишь. Для себя я называю свои занятия просто гимнастикой. Она помогла мне стать выдержаннее и решить проблемы с позвоночником.

Усвоил для себя два критерия молодости: гибкое тело и умение расслабляться. Любимые асаны, направление внимания в определенные точки тела, контроль дыхания, медитация стали моими инструментами, помогающими поддерживать себя в рабочем состоянии.

### Бегом за хорошим самочувствием

Со многими знакомыми предпринимателями я порой не вижу по полгода и больше. Первое, что бросается в глаза при встрече, — это набранный лишний вес. От дома до парковки, от машины до кабинета, от офиса до дивана. Меня веселят собеседники, убеждающие, что, переживая за свой бизнес, они сжигают больше калорий, чем я во время своих тре-



нировок. Переживаний мне всегда хватало, а вот недостаток движения регулярная гимнастика мне не компенсировала. Поэтому года три назад я как-то спонтанно стал бегать. Нерегулярно, бессистемно.

Садился на машину, уезжал за город и убегал в лес. Мне нравилось, я не планировал дистанции, не засекал время, просто бегал «в удовольствие». Естественно, добежался до повреждения связок. Походил с палочкой и полгода ждал, когда я смогу снова бегать. За это время перечитал много книг о беге, походил по сайтам, много думал, зачем мне все это.

Меня мотивируют успешные люди. Уважаю тех, кто умеет преодолевать себя и добиваться намеченного. Благодаря социальным сетям, я познакомился и начал общаться с предпринимателями, которые успевают вести успешный бизнес и серьезно тренироваться. Особенно меня впечатляют поклонники триатлона.

В один прекрасный момент мне вдруг пришла идея: почему бы не поставить перед собой амбициозную цель — пробежать марафон? Мои хаотичные пробежки обрели смысл, у меня появился новый интерес.

Когда занимаешься чем-

нибудь в удовольствии, начинаешь притягивать возможности. Увлечение начинает переплетать в себе другие твои пристрастия. Мне нравятся современные гаджеты. Я поклонник продукции компании Apple. Благодаря айфону и программе RunKeeper у меня есть статистика моих тренировок. Мне нравится общаться и знакомиться с единомышленниками, путешествовать. Занятия бегом предоставляют вам шикарные возможности для удовлетворения этих желаний. Появляется отличный повод для поездок и встреч с любителями бега в других городах и даже странах.

Тренировки дисциплинируют и добавляют смысла в твою жизнь. У меня есть мечта пробе-

жать несколько великих марафонов. Я съездил в Берлин, Лондон, Париж. Я шел, стоял на улицах, по которым проходит трасса, и представлял, как буду здесь бежать. У меня нет никаких сомнений, что попаду на эти соревнования. Мне не важен результат и место, которое я займу. Я соревнуюсь только с собой, с собственной неорганизованностью и ленью.



Усвоил для себя два критерия молодости: гибкое тело и умение расслабляться.



## Выгодные инвестиции

Как заставить себя начать заботиться о своем здоровье? Мы готовы часами просиживать на совещаниях и переговорах в надежде добиться своей цели: выгодного контракта, запуска нового бизнеса, повышения продаж. Мы срываемся в командировки за тридевять земель в поисках новых рынков сбыта. Мы тратим десятки тысяч рублей на обслуживание своих дорогих автомобилей. Я не верю, что вы не можете найти 30 минут в день, чтобы уделить их своему здоровью.

Предприниматель должен уметь считать. Посчитайте, сколько вы выиграете, если будете хотя бы через день бегать по полчаса. Что для этого надо? Ничего, кроме вашего желания.

Когда вы в последний раз испытывали радость от преодоления себя? Вы любите соревноваться? Начните тренироваться, и вы получите отличного соперника. Для начала определите результат. Это может быть желаемый вес, определенное количество тренировок, километраж, участие в каком-нибудь соревновании? Систематическое занятие спортом тем и отличается от хаотичных походов в спортивный зал, что имеет конкретную цель. Вы занимаетесь регулярно и осмысленно.

Ведение бизнеса без целей — это обычное выживание. Спорт дарит вам возможность постоянно тренировать свой навык постановки и достижения целей.

Ни в одном деле не достичь успеха, если не умеешь концентрироваться, полностью погружаться в дело, которым ты в данный момент занят. Хорошая полтора-часовая тренировка отвлекает от любых забот, которыми вы перегружены в течение дня. Для меня тренировка — отличная медитация. Вы возвращаетесь к делам с перезагруженным сознанием.

Стремясь достичь поставленных целей, вы будете искать информацию, которая вам поможет. Вы расширите свой кругозор, у вас появятся новые увлечения новые единомышленники.

И главное: у вас появится много поводов гордиться собой, одерживая маленькие победы над собой, преодолевая свою лень, плохую погоду, стереотипы окружающих.

При этом вы укрепляете здоровье и приобретаете хорошую физическую форму. Это стоит того, чтобы задуматься и начать заниматься собой. Не откладывайте решение, именно сегодня — лучший день, чтобы начать это делать.





ГРУППА  
МАГАЗИНОВ



Магазин «Спорт» знают и любят не только в Соликамске. Многие березниковцы и жители других городов Верхнекамья специально едут сюда за товарами для спорта и активного отдыха. Их привлекает богатый выбор, ассортимент, которым не могут похвалиться другие магазины, и заметно более низкие цены.

Настоящие туристы знают: морозы и метель — не повод отказываться от путешествий. Производители год от года выводят на рынок массу полезных приспособлений, которые делают поход максимально комфортным. К нынешнему сезону магазин «Спорт» закупил туристское снаряжение ирландской фирмы GREENELL. Отменное качество, удобство и при этом невысокая цена их палаток, спальников, походной мебели и рюкзаков всех размеров и объемов давно известно любителям активного отдыха на природе.

Лыжные наборы — отличное решение для занятых людей. Лыжи и палки уже подобраны по размерам, на лыжи установлены крепления. Вам остается только выбрать ботинки — и можно отправляться на лыжную прогулку прямо из магазина.

Утепленные лыжные ботинки FISHER обеспечивают комфортное катание, ведь они учитывают анатомические особенности стопы, а специальные материалы гарантируют длительный срок службы. Отправляйтесь за ботинками для беговых и прогулочных лыж в магазин «Спорт». Вас устроит не только большой выбор, но и привлекательные цены.

Соликамский  
магазин «Спорт»  
группы магазинов «ОВС»  
объявил о готовности  
к зимнему сезону

## СПОРТИВНАЯ ЗИМА

магазин  
**Спорт**

г. Соликамск,  
ул. 20-летия Победы, 65  
(34253) 7-01-45

Зима — горячая пора для любителей охоты. Но при наших снегопадах в лес без специальных охотничьих лыж не сунешься. В «Спорте» позаботились об охотниках. Причем, подыскали лыжи с учетом всех требований. Промысловые лыжи прочны, легки, упруги, обладают правильным ходом и способностью удерживать охотника на поверхности снежного покрова. Для легкого скольжения нижняя поверхность лыж обработана пластиком. А для лучшего «сцепления» со снегом во время стрельбы, на них нанесена специальная насечка.

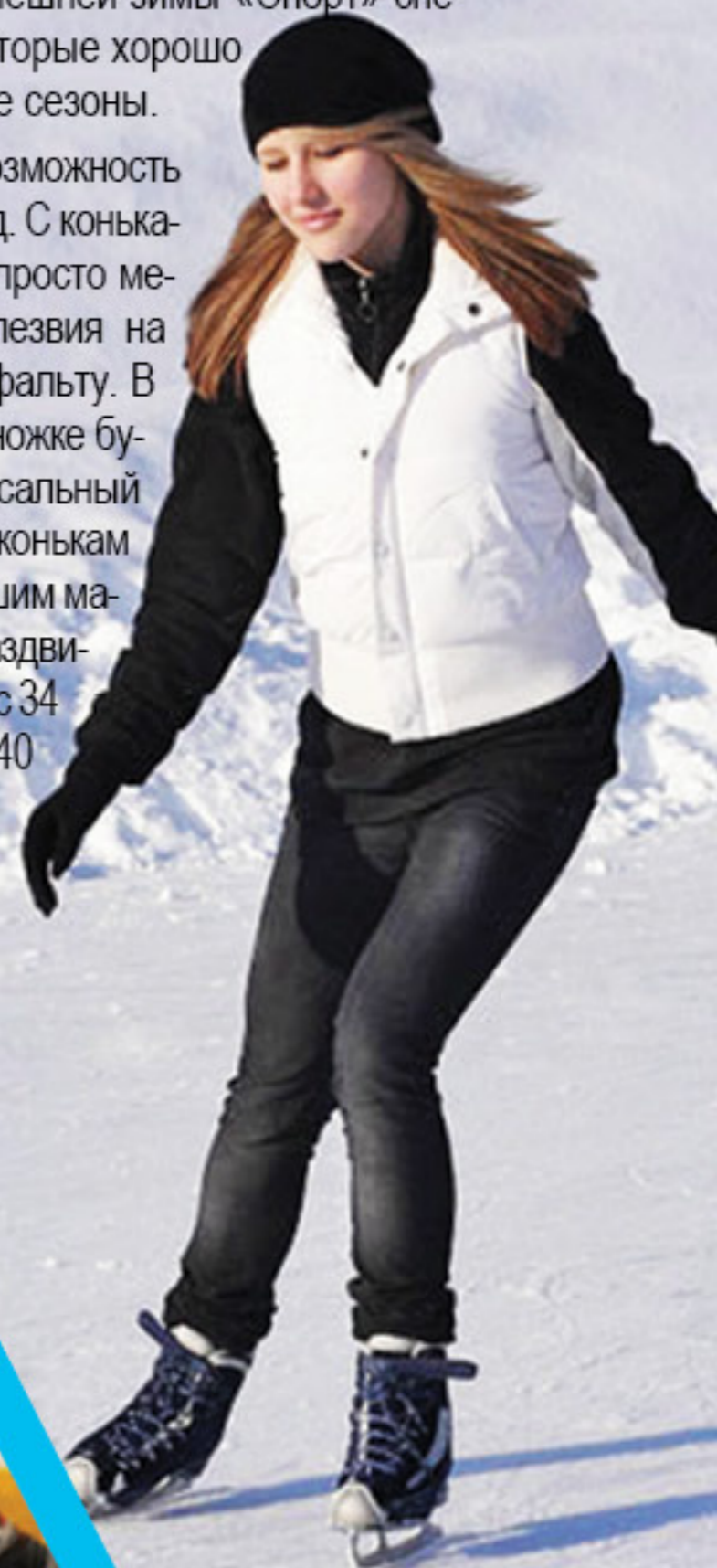


Для фанатов хоккея у магазина «Спорт» есть отличные хоккейные коньки FISHER, сочетающие прочность лезвия из особо-прочной углеродистой стали, комфорт и надежный суппорт голеностопа и лодыжки. С FISHER вы забудете много красивых голов!

Здесь же можно приобрести весь необходимый инвентарь для игры в хоккей: от шайб и клюшек всех размеров до элементов хоккейной амуниции. Откройте ледовый сезон во всеоружии! И, кстати, хоккейные аксессуары, сумки и прочие полезные мелочи могут стать прекрасным новогодним подарком!

Выбор ледовых коньков в «Спорте» впечатляет. Здесь есть модели для начинающих и продвинутых фигуристов, для детей и взрослых, модели, соответствующие жестким хоккейным требованиям а также коньки для веселого времяпрепровождения на льду. Для нынешней зимы «Спорт» специально подобрал модели, которые хорошо зарекомендовали себя в прошлые сезоны.

Подарите своему ребенку возможность кататься на коньках круглый год. С коньками ICEBERGER COSMO вы просто меняете съемные ледовые лезвия на ролики для катания по асфальту. В мягкой сапожке детской ножке будет удобно, а универсальный размер позволяет конькам «расти» вместе с вашим малышом (ботинок раздвигается с 29 до 33, с 34 до 37 и с 37 до 40 размера).







- постельное белье
- пледы, покрывала
- одеяла, подушки
- махровые полотенца
- скатерти



*Лучшие новогодние подарки  
для Вас и Ваших любимых  
в отделе «Домашний текстиль»!*



г. Березники, ул. Юбилейная, 87  
отдел «Домашний текстиль»  
опт и розница  
тел.: (3424) **25-41-48**



# МОДНАЯ МЕХОВАЯ ЗИМА



Шуба из натурального меха для Урала — самая актуальная зимняя одежда. Полгода морозов — это вам не шутка, коротать долгую зиму в шубе намного уютнее, чем без нее. С другой стороны, такой длинный сезон заставляет внимательнее отслеживать тенденции и новые веяния. Какой мех в фаворе нынешней зимой? За ответом мы отправились в березниковский магазин меха и кожи «МЕХИКО».

— К наступлению холодов мы стали готовиться еще весной, — говорит хозяйка «МЕХИКО» **Юлия Данилюк**. Побывали на ежегодной меховой выставке в Италии, где ведущие меховые бренды представляют свои будущие коллекции. Там же мы узнали, что будет модно в этом сезоне, и заказали ряд эксклюзивных моделей.

Мы заключили договоры с фабриками в Турции, Греции и Арабских Эмиратах, которые специально для нас по итальянским лекалам отшивают шубы всех размеров, модные меховые пальто, меховые жакеты, куртки. Теперь каждые две недели мы получаем от них очередную партию и обновляем свой меховой ассортимент.

Поскольку все свои заказы мы разместили заранее, нас не коснулось сезонное повышение цен на пушнину, и теперь вы можете купить роскошную шубу в «МЕХИКО» за 30-50 тысяч рублей. А если воспользуетесь нашим беспроцентным кредитом сроком на два года, ваши ежемесячные расходы увеличатся всего на пару тысяч.

**1.** Тенденция этой зимы — шубы с рукавом «три четверти», которые носят с длинными перчатками. Это очень красиво, но для нашего климата не годится. Понимая это, «МЕХИКО» заказали специальные варианты шуб-«трансформеров» с отстегивающимися манжетами и теплые перчатки — для полного комплекта. Модницы, которые любят играть стилями, оценят эти модели по достоинству.

**2.** Самым модным мехом сезона 2011-2012 остается норка. Но традиционный черный цвет уступил место яркой палитре: от кремово-белого до шоколадно-медового и голубого. Одна из актуальных новинок сезона — норка цвета «графит». Практически в каждой коллекции этой зимы есть шубка такого цвета. Только для знаменитой Blackglama антрацитово-черный цвет остается визитной карточкой.

**3.** Легким движением руки классическое норковое пальто превращается... в задорную, молодежную меховую курточку. С такой шубкой легко создавать самые разные образы: сегодня вы леди в элегантном манто, а завтра — легкая, спортивная девушка в джинсах. Этот вариант понравится автомобилистам: отстегнул подол, прыгнул в машину — очень удобно!



1



2



3







**4.** Из других неожиданных модных новинок — шубки из стриженного бобра. Женщина в таком убранстве выглядит необыкновенно нарядно. Бобер — оптимальный вариант для наших климатических условий. Зверек этот большую часть своей жизни проводит в воде, поэтому его мех обладает высокой влагоустойчивостью. В бобровой шубе будет комфортно в самую холодную и сырую зиму. К тому же этот мех очень ноский и практичный. Цветовая гамма отличается богатством оттенков, а в сочетании с отделкой из норки они особенно красивы. В «МЕХиКо» представлен весь размерный ряд вплоть до 60 размера. А цены на эти шубки отличаются демократичностью, что делает их более доступными.

**5.** В этом сезоне в моду входят каракуль и каракульча. Стараниями итальянских кутюрье этот мех больше не выглядит пережитком прошлого — смелые детали делают полупальто и куртки из каракульчи одним из самых популярных трендов сезона. Кроме привычного черного в «МЕХиКо» вы сможете найти каракуль самого неожиданного цвета — от редкостного кремово-белого до розовато-пепельного (такой цвет называется «гулигаз», в переводе с тюркского «цветок тамариска»). Изысканный каракулевый завиток делает респектабельным даже самый простой крой.

**6.** На пике популярности меха с укороченным ворсом (стриженные, щипаные) с деталями из длинноворсного меха. Воротники, манжеты, вставки выполненные из меха лисы, чернубурки, рыси, кошки липпи утепляют шубку, делают ее богаче и придают слегка «хищный» вид. Изысканная сексуальность. Эй, не стойте слишком близко!

**7.** Отличное сочетание цены и качества — шубы из рекса. Это специально выведенная порода кролика с плотным и стойким коротким мехом и характерной «шиншилловой» расцветкой. Благодаря мягкости и пластичности этого меха, одинаково хорошо смотрятся и короткие курточки и длинные, в пол, шубы. Но больше всего его ценят за сходство с драгоценной шиншиллой. С той лишь разницей, что стоимость шубы из шиншиллы приближается к миллиону, а рекса можно купить за 35 тысяч.

**8.** Остался один вопрос: что надеть к шубе? Как обыграть ее, чтобы и мех показать, и свою индивидуальность подчеркнуть? На этот случай в «МЕХиКо» есть богатый выбор аксессуаров — перчатки, ремни, сумки, броши с кристаллами Swarovski, шейные платки, тонкие шерстяные шарфы и палантины. Одна маленькая деталь — и ваша шуба еще больше вам к лицу!

Мы добились своей цели — модная шуба перестала быть предметом роскоши и пределом мечтаний, с «МЕХиКо» одеться в меха может практически каждый!

Приходите в «МЕХиКо» — порауйте себя приятной и модной покупкой!

**Магазин меха и кожи «МЕХиКо»**  
г. Березники, ул. Юбилейная, 72  
тел.: (3424) **25-16-16**





# Секреты УДАЧНОГО КОРПОРАТИВА

**К**орпоративная вечеринка под Новый год — штука такая же привычная и ожидаемая, как салат «Оливье» или шампанское под бой курантов. Вопрос «проводить или нет» чаще всего не стоит. Скорее, проблема звучит так: «Как устроить праздник, который подарит положительные эмоции сотрудникам и принесет пользу компании?» «Дело НС» спросил совета у людей, для которых организация праздников стала профессией.



**Кристина Китова,**  
агентство «Свадьба под ключ»  
(г. Березники):

— Главный совет: постарайтесь не превращать новогодний корпоратив в официальное мероприятие. Наградить передовиков и подвести итоги года, конечно, очень важно, но лучше сделать это в рамках какого-нибудь отчетного собрания. А корпоратив посвятите исключительно веселью и отдыху.

Чтобы создать соответствующее настроение, уделите внимание оформлению вечеринки. Банкет в кафе или ресторане, каким бы изобильным он ни был, не тянет на «сказочное действо». Тот же самый стол в нарядно оформленном зале покажется богаче и праздничнее. Поверьте нашему опыту. В арсенале «Свадьбы под ключ» несколько вариантов оформления, в зависимости от количества участников и стилистики вечеринки. В этом году, встречая год Дракона, мы оденем

Деда Мороза и Снегурочку в костюмы в китайском стиле, а удивлять гостей будем номерами а-ля Восток.

По правилам драматургии «вход» и «выход» в праздник должны быть яркими. Привлечь внимание гостей в начале мероприятия может ведущий, который под торжественную музыку объявит праздник открытым. Для финала припасите какой-нибудь эффектный прием. После проведенного мероприятия мы расспрашиваем клиентов, что им больше всего запомнилось, и они часто вспоминают сброс конфетти. Выглядит впечатляюще, при этом совершенно безопасно и недорого.

Еще один важный момент: пригласите на праздник профессионального фотографа. Вы получите альбом прекрасных фотографий, на которых будут запечатлены счастливые минуты вашего праздника (а не подловленные любительской камерой сомнительные кадры). Такие фото не стыдно включить в корпоративный буклет, разместить на сайте, да и сами сотрудники будут хранить их и пересматривать, вновь и вновь проникаясь гордостью за свою компанию.



Идея от Кристины Китовой:  
**национальный колорит**



В разных уголках земного шара Новый год встречают по-разному — кто-то под заснеженной елью, а кто-то — под кокосовой пальмой. А что если устроить в компании многонациональный Новый год, где «представители разных стран» продемонстрируют, как принято отмечать этот праздник у них на родине?

Скажем, в Японии принято дарить друзьям сушеную рыбку, завернутую в цветную бумагу (можно заранее заготовить эти подарки по числу сотрудников). Если дома положить рыбку под подушку и загадать желание, оно обязательно сбудется. Пусть ваши «японцы» объявят конкурс на лучшее новогоднее стихотворение-хокку. Или попросят желающих изготовить бумажные фонарики, которыми в Японии на Новый год украшают дома.

Итальянцы избавляются от всего старого и печального, что не хотят брать с собой в следующий год и попросту выбрасывают из окон все ненужные вещи. Чтобы воспроизвести эту традицию, соберите скопившиеся в офисе за год чайные чашки с отколовшейся ручкой, исписанные маркеры и т. п., и устройте символическое выбрасывание.

Немцы в новогоднюю полночь взбираются на столы и стулья, а потом с шумом и криками соскакивают на пол. Считается, что таким образом они «впрыгивают» в Новый год. Этот любопытный обычай можно приберечь под конец праздника.





**Андрей Осокин,**  
творческое  
объединение  
«Лица»  
(г. Соликамск):

— Хороший корпоративный праздник просто обязан быть оригинальным. Но удивлять нужно не только креативом, но и каче-

ством сценария, шоу-программы и т.д. Поэтому следует очень тщательно выбирать компанию, которой вы поручите организацию своего праздника.

Конечно, можно устроить корпоратив своими силами. В любой компании есть инициативные сотрудники, которые возьмутся за подготовку вечеринки. Но, на мой взгляд, это неправильно. Во-первых, этим людям придется решать массу непривычных для них задач: где найти реквизит, как записать «минусовку» для музыкального сопровождения, какие конкурсы придумать? Во-вторых, вместо того, чтобы отдыхать и веселиться как все остальные, им и на празднике придется работать, развлекать своих коллег. Согласитесь, это несправедливо.



Идеальный вариант — нанять профессионалов и создать представительство из числа сотрудников — пусть они обсуждают с исполнителями детали будущей вечеринки и придумывают, как адаптировать сценарий под интересы и специфику вашей компании.

**НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА**  
таблички • указатели • стенды • световые вывески

**ПОЛИГРАФИЯ**  
бланки • визитки • дисконтные карты • открытки  
конверты • календари • буклеты

**СУВЕНИРЫ С ВАШИМИ ФОТОГРАФИЯМИ**  
кружки • тарелки • футболки • пазлы  
значки • брелоки • ручки

**НАГРАДНАЯ ПРОДУКЦИЯ**  
кубки • призы • медали • флаги  
вымпелы • дипломы • грамоты

**(3424) 292-469**

И еще два совета: прежде чем нанимать агентство, обязательно узнаете, как отзываются о нем его прежние клиенты. И обязательно заключайте договор, где будет прописана ответственность за все мелочи.



**Идея от Андрея Осокина:  
«Оскар» и не снилось!**

В глубине души каждый из нас мечтает пройтись по красной дорожке под вспышки фотокамер и восторженные аплодисменты поклонников. Представить себя звездой первого эшелона можно и в кругу коллег, если организовать вечеринку в стиле «Оскар». Раут должен начинаться с красной дорожки, где пригла-



шенные «папарацци» слепя вспышками, будут фотографировать всех присутствующих. Помещение декорируется постерами знаменитых фильмов, где вместо главных героев красуются ваши сотрудники. На плакате к картине «Первый после Бога» можно изобразить директора, к «Матрице» — главного компьютерщика, к «Ночному дозору» — начальника службы охраны, ну и так далее.

После фуршета организуйте вручение «киноакадемических» наград. Номинаций должно быть много, чтобы никого не обделить. К примеру, самому веселому сотруднику, самому красивому, самому талантливому и т.д. Такой корпоратив и вы, и ваши коллеги не забудете никогда.

**«Старинные вещицы»**

антикварный салон  
г. Березники, ул. Пятилетки, 110, оф. 305  
тел.: (3424) 29-96-16, 8-902-79-82-627  
e-mail: 33er33@mail.ru

Наш салон похож на музей, в котором экспонаты можно не только потрогать руками, но и приобрести в собственное пользование.

Покупатели старинных вещей — люди с тонким чувством прекрасного, умеющие оценить красивую вещь. Любой антиквариат со временем становится дорожке — это отличное вложение денег.

Антикварные вещи редко существуют в нескольких экземплярах, поэтому антикварные подарки уникальны и эксклюзивны.

Приглашаем к сотрудничеству дизайнеров интерьера и ценителей старины. Наши вещи станут достойным украшением вашего дома.







Дмитрий Завьялов,  
ООО «Бонтур-сервис»  
(г. Соликамск):

— В последнее время мы замечаем, что людям надоели стандартные посиделки в ресторане. Растет количество заявок на проведение корпоративов на свежем воздухе, как вариант — спортивные игры или веревочные курсы. Популярными стали и организованные выезды — например, в аквапарки. Это не просто погоня за новыми ощущениями. Компании растут, меняются их ценности, и корпоратив, как зеркало, отражает эти перемены.

Уменьшается количество компаний, для которых на первом месте вопросы выживания (такие заказывают корпоративы в духе «наесться-напиться»). Кстати, в 2008-м, когда ударил кризис, большинство заявок было именно такого плана. Сегодня все больше тех, для кого превалирующей ценностью является тот самый «корпоративный дух» — смысл деятельности, который понимают и разделяют сотрудники и руководители всех рангов. Такие компании устраивают мероприятия, как продолжение своей деятельности, приглашают на праздник партнеров, клиентов.



Хотите устроить идеальный корпоратив — постарайтесь охватить все уровни, от базового «физического» до духовного. Пусть праздник состоит из нескольких блоков, чтобы гости смогли и вкусно покушать, и повеселиться, и напитаться духом компании. Такой праздник понравится всем и обязательно запомнится.



**СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ И СПЕЦОДЕЖДА**

г. Соликамск, ул. Революции, 55  
(магазин «Рубин», 2 этаж)  
ул. Северная, 46 (ТРЦ «Бисмарк-2», бутик 40)  
тел.: 8-912-485-55-29



- Лыжные и горнолыжные костюмы для мужчин и женщин (от 40 до 60 размера)
- Пуховики женские и мужские
- Утепленные брюки и полукombineзоны
- Зимние кроссовки женские, мужские, подростковые

**Дисконтные карты 5%**



Склад-магазин «Стрекоза»

**СТРЕКОЗА**



г. Березники, ул. Березниковская, 75  
Тел.: (3424) 26-21-26, 23-76-93, 25-56-27  
beram@amberplus.ru

Сбились ног в поисках подарков для родных, коллег и партнеров?

**У нас вы купите все, что нужно!**

- Огромный выбор приятных и полезных подарков в любом количестве и по низким ценам
- Подарочные сертификаты на 500 и 1000 рублей
- Обслуживание корпоративных заявок
- Действует система скидок

**Группа предприятий «Янтарь+» — крупнейший на Западном Урале оптовый поставщик парфюмерии, косметики, колгот, товаров для дома и бытовой химии.**



Идея от Дмитрия Завьялова.

**Фото-квест для суперактивных**

Если сидеть в офисе (ресторане, кафе) и поглощать с коллегами различные вкусности не для вас, можно устроить корпоратив поактивней, к примеру, в духе игры «квест». Вместе с коллегами можно отправиться на фотоохоту. Суть игры заключается в том, чтобы в сжатые сроки заснять замысловатые темы. К примеру, пятерых стоящих друг на друге людей, сидящего в кресле человека, которого буксирует автомобиль милиции, или мужчину, который купается в ванной посреди людной улицы. Интригующе, не правда ли? Такие приключения вы будете вспоминать очень долго.





**Анна Назарова,**  
 праздничное агентство  
 «Карамеля» (г. Березники):

— Готовиться к новогодней «кампании» мы начинаем задолго до самого праздника. Отрабатываем все «плюсы» и «минусы» старого года, ищем новые решения, идеи, учитываем пожелания постоянных клиентов. На подготовительном этапе проанализируйте весь уходящий год — что он принес вашей компании, какие события стали для нее основными вехами? На этом материале вполне можно выстроить идею праздника.

Задача корпоратива — донести до всех участников мероприятия одну самую главную мысль. Например, «наша компания — лучшее место работы» или «с нами вы сможете больше». Сформулируйте ее перед тем, как продумать сценарий. Тогда все происходящее на празднике будет



транслировать эту мысль.

Не получается найти зацепку внутри компании? Ищите снаружи. Хорошую порцию идей можно почерпнуть из гороскопа. Вычислите, под каким знаком Зодиака родились ваши сотрудники и коллеги, составьте для каждого персональные астрологические прогнозы, обыграйте символику наступающего года. Например, для встречи 2012 года «Карамеля»



придумала корпоративную программу «Новогодний разДРА-КОН» с Дедом Морозом, Снегурочкой и символом года — Драконом.

Забудьте про idiotские конкурсы типа «перекажи яичко». Элемент игры, безусловно, должен присутствовать, но «зажечь» гостей можно тоньше и эффектнее. Пусть аниматоры, которые встречают ваших гостей, предложат расписаться в специальной книге, подарят



Идея от Анны Назаровой:  
**конкурс «Лимон»**

К участию в конкурсе приглашаются несколько руководителей компании, которым предстоит показать, как они умеют выдавливать соки из подчиненных. Задача руководителя выдавить как можно больше лимонного сока. Продолжит программу конкурс «На преданность компании». Участникам предстоит выпить через длинную трубочку выжатый руководством сок.



воздушный шарик или повяжут на рукав яркую повязку. Пусть артисты смешат их новогодними миниатюрами. Когда люди смеются, они становятся более позитивными, эмоционально восприимчивыми.

Используйте спецэффекты: все-таки Новый год — яркий праздник. Не экономьте на музыкальном сопровождении, но имейте в виду: диджей должен работать строго по сценарию. Обязательно подарите что-нибудь каждому участнику — чтобы у него остались приятные воспоминания о празднике.

г. Соликамск  
 ул. Кузнецова, 3  
 тел./факс: (34253) **7-02-27**  
**8-902-475-62-25**



**Весь спектр полиграфических услуг от разработки дизайна до изготовления рекламной продукции**

Предлагаем к новому 2012 году ежедневники, календари, открытки, сувениры и подарки с фирменной символикой.

Поставка сувениров из Европы и Китая по более чем 20 каталогам.





**Эдуард Кузнецов,**  
агентство «Праздничные истории»  
(г. Пермь):

— Корпоратив — не обычный праздник, который устраивают, чтобы «развлечь гостей». Это мероприятие должно быть интегрировано в вашу компанию, соответствовать вашему корпоративному духу, характеру вашего бизнеса. У корпоративной вечеринки должна быть концепция, за которой будет стоять нечто большее, чем богатый стол, оформленный зал и набор номеров.

Прежде чем утвердить программу праздника, попробуйте объяснить себе — в чем ее идея? Вы устраиваете «гавайскую вечеринку», потому что заключили важный договор о сотрудничестве с гавайской компанией? Или потому что продаете доски для серфинга? А может быть, вы собираетесь вывести бизнес на такую высоту, чтобы новый 2020 год встречать на Гавайях, причем в том же составе?

В идеале корпоратив должен как-то повлиять на каждого сотрудника вашей компании. Мы стараемся, чтобы каждый человек пережил все происходящее лично и почувствовал при этом, что он часть команды. Мы превращаем новогодний корпоративный вечер из банального шоу с употреблением большого количества спиртных напитков в вечер впечатлений, общения и открытий.

Второй момент: на корпоративе не должно быть разделения на «артистов» и «зрителей». Это общий праздник, в котором участвуют все члены коллектива. «Праздничные истории» в этом году разработали определенную стратегию: наши гости



должны быть заинтригованы задолго до мероприятия (создаются сайты или группы в социальных сетях, используются инструменты внутренней связи). Участники вечера активно обсуждают предстоящее событие, планируют и предлагают свои идеи.

Придя на вечеринку, сотрудники включаются в некое действие: с помощью игр, конкурсов, неких действий мы меняем парадигму: люди, которых объединяет общая работа, становятся активными участниками общего праздника. Важно заинтересовать каждого гостя, перейти от формата односторонней коммуникации к двухсторонней, не нарушая при этом баланса между интересом и комфортом.

Третье: не поддавайтесь искушению передать все вопросы, связанные с подготовкой праздника, внешнему исполнителю. Я бы на вашем месте поостерегся связываться с агентством, которое с ходу предлагает набор готовых сценариев. Это, конечно, дешевле индивидуально разработанной программы, но на командообразующий эффект в этом случае рассчитывать не стоит.

## Body salon: новейшие технологии красоты

### Кавитация

Это единственный прямой терапевтический метод удаления избыточных жировых отложений без операции. Суть методики заключается в воздействии низкочастотного ультразвука на жировую ткань.

Под действием комбинации волн мембраны жировой клетки начинают сильно резонировать и разрушаться, содержащийся в них жир становится жидким и выводится из организма естественным путем — через лимфатическую систему. За один сеанс можно получить уменьшение объема на 3-4 см. Курс из 3-4 сеансов дает эффект, сопоставимый с хирургической липосакцией.

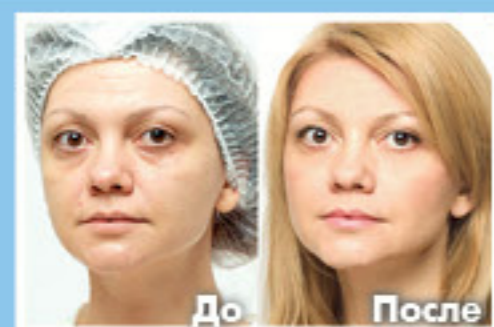


### Перманентный макияж Purebeau

Немецкая технология Purebeau максимально комфортна и безболезненна. Безопасный метод, направленный на коррекцию естественных линий. Помогает создать яркий, индивидуальный образ, устранить природные дефекты лица. В основе процедуры лежит методика точечной послойной имплантации красящего пигмента в поверхностный слой кожи, что позволяет создать желаемый контур и тон бровей, губ, верхнего и нижнего века. Макияж сохраняется в течение двух-трех лет.



### Радиоволновой лифтинг



С возрастом коллагеновые волокна растягиваются и удлиняются, что приводит к дряблости кожи, появлению морщин. Во время проведения RF-лифтинга при помощи мультиполярного аппарата происходит глубокий прогрев дермы и

обновление коллагена и эластина.

**Показания к процедуре:** увядающая кожа, гравитационный птоз тканей, изменение контуров лица, избыток кожи на веках, морщины вокруг глаз. Плохое состояние кожи тела, растяжение кожи живота после родов, нависание кожи над пупочной областью, обвисание кожи при сильной потере веса, целлюлит, возрастное обвисание кожи на внутренней поверхности плеча, бедер, над коленями, на ягодицах — идеальный метод увлажнения, питания и омоложения кожи, устранения морщин, повышения тонуса лица, груди, ягодиц, лечения целлюлита и других эстетических процедур.

### Электропорация

Мезотерапия без иглы! Нетравматичный, совершенно безболезненный способ введения лекарственных препаратов в глубокие слои кожи. Препарат проникает вглубь дермы сквозь ионные каналы кожи.



- без риска отеков и синяков
- без воспалений
- абсолютно без боли
- идеальный метод увлажнения, питания и омоложения кожи, устранения морщин, повышения тонуса лица, груди, ягодиц, лечения целлюлита и других эстетических процедур.

г. Соликамск, ул. Володарского, 35,  
тел.: (34253) 2-89-90, 8-952-64-28-107





# «Мир цветов» расцвел в Березниках

**В** Березниках открылся магазин сети «Мир цветов». Новый цветочный салон обещает горожанам богатый выбор цветов и качественно новый сервис.

Какое же это удовольствие — зайти в цветочный магазин и выбрать самый красивый букет цветов. Потом, предвкушая момент вручения, всю дорогу трогательно оберегать прекрасный и хрупкий подарок от всех напастей, и, наконец, вручив его любимому, родственнику, другу, коллеге, увидеть, как вспыхнут радостью его глаза. Что ни говори, украшать жизнь цветами чертовски приятно. А по мере того, как развивается цветочный бизнес, делать это становится проще и удобнее.

Есть такая примета: если подаренный букет долго не вянет, значит, подарок сделан от души. «Мир цветов» поможет вам продемонстрировать силу и искренность ваших чувств. Благодаря четко отлаженной логистике «Мира цветов», цветы из Кении, Эквадора, Колумбии, Нидерландов попадают в Березники в считанные дни после срезки. В самом магазине более 30 сортов и видов растений хранятся в просторной (больше 20 куб. метров!), специально оборудованной камере, где поддерживается оптимальная влажность и температура (не выше 7 °С). Правильное хранение и уход — гарантия того, что букет, купленный в «Мире цветов», будет долго радовать своего обладателя.

**В честь своего открытия «Мир цветов» дарит своим клиентам дисконтные карты. А на свадебные букеты действует постоянная скидка — 15%.**

Как показывает практика, покупатели цветочных магазинов в Березниках предпочитают «классику»: 80% продаж приходится на традиционные розы, хризантемы, гвоздики, и лишь 20% — на экзотические и сезонные растения. Примерно в такой же пропорции выстроен ассортимент «Мира цветов». Но, делая акцент на самые популярные виды растений, новый салон постарался предоставить клиентам максимальный выбор. Одних только роз в «Мире цветов» вам предложат более 15 сортов и расцветок! Не меньшее впечатление производят и цены. Например, те же розы стоят здесь всего 120 рублей, герберы — 90 рублей, гвоздики — 40 рублей.

Цветы — самый пластичный материал для создания красоты, — утверждают флористы «Мира цветов». В этом салоне работают профессионалы, которые ориентируются в разных школах и направлениях фитодизайна. Их фантазия, чувство гармонии и опыт помогают создавать настоящие шедевры, которые передают чувства лучше всяких слов. Несколько веточек бледно-розовой эустомы, украшенные зеленью — и вот вы держите в руках трепетное признание в любви. Элегантная композиция из красных антуриумов, гербер и зеленых хризантем — знак уважения к заслугам партнера по бизнесу. Концептуальная икебана с лиловой орхидеей в главной роли — доказательство чистоты сердца и ясности ума.

Цветы расскажут обо всем, даже если даритель захотел остаться неизвестным. Служба доставки «Мира цветов» работает без выходных с 8.00 до 21.00. Клиент может попросить сделать букет в его присутствии или продумать с флористом цветочную композицию, которую потом доставят по указанному адресу — в нужный день и в нужное время, не помяв ее и не заморозив.

А чтобы сделать подарок еще приятнее, можно дополнить его шоколадом, игрушкой, открыткой или какой-нибудь забавной безделушкой. В «Мире цветов» оборудована целая витрина сопутствующих товаров — на любой вкус и любой бюджет.

В преддверие Нового года мы все озабочены поиском подарков — ярких и волшебных, как сам этот праздник. Цветы — это частичка нашего тепла и любви. Цветы зимой — это настоящее чудо. Преподнесите своим родным и близким новогодний букет — и вы подарите им капельку счастья. А «Мир цветов» поможет вам в этом.

**Наряду с розничной продажей букетов и срезки «Мир цветов» выполняет корпоративные заказы — для удобства клиентов разработана специальная система скидок, возможна работа по безналичному расчету.**

*Мир цветов* салон

- подарочная флористика ● свадебная флористика ● фитодизайн интерьеров
- траурная флористика ● эксклюзивная подарочная упаковка
- украшение свадебных кортежей ● оформление праздничных торжеств
- горшечные растения, сувениры, куклы, конфеты и другие подарки на все случаи жизни

г. Березники, ул. Пятилетки, 54, тел.: **8-950-452-33-23**

г. Соликамск, ул. Северная, 59, тел.: (34253) **4-47-04**

ул. Всеобуча, 88, тел.: **8-902-792-51-91**

г. Екатеринбург, ул. Луначарского, 74, тел.: (343) **20-11-776**





# Новогодняя магия

Татьяны Солодовниковой

Ощущение праздника появляется задолго до новогодней ночи. Но из года в год атрибутка долгожданного торжества остается неизменной: елка с гирляндами, мандарины, фейерверк. В качестве презента — шампанское и коробка конфет. А так хочется удивить близких чем-то необычным и действительно волшебным!



Как изысканно украсить свой дом к Новому году, как сделать необыкновенный подарок, как своими руками сотворить оригинальную дизайнерскую вещицу — все это показала на мастер-классе в Соликамске профессиональный флорист и хозяйка салона «АртФлора» **Татьяна Солодовникова**:

— Знаете, откуда пошла традиция украшать дом к Новому году? Есть такая легенда: в праздничную рождественскую неделю Фортуна заглядывает в каждый дом. В том доме, чье убранство и уют понравятся богине Счастья, она останется на весь год.

Преобразить пространство вокруг себя несложно. Для этого нужно всего лишь украсить дом и офис новогодними и рождественскими букетами из цветов, долгоживущими интерьерными композициями из сухоцветов, искусственных материалов и подходящим к празднику декором.

Звезда — один из символов Рождества в Европе. Поэтому флористы охотно используют эту фигуру в своих новогодних композициях. Очень эффектно смотрятся звезды, вплетенные в букет живых цветов. Совет: чтобы придать букету особенно нарядный и праздничный вид, используйте вместо традиционной зелени веточки хвои. А палочки корицы и гвоздики, которыми можно украсить звезду, наполнят ваш дом необыкновенно уютными и «теплыми» запахами.

Любой подарок достоин нарядной упаковки. А новогодний — тем более, ведь это праздник сказок и чудес, в нем все должно быть красиво! Упаковка — половина подарка, причем зачастую — лучшая. Неупакованный подарок говорит, что куплен он впопыхах, за пять минут до вручения. Даже незначительный, но красиво упакованный и преподнесенный с особым смыслом и чувствами подарок запомнится надолго, а может, станет самым важным в жизни. Для декора упаковки годятся любые материалы: красивые бусины «под хрусталь», ленты, веточки сосны и даже живые цветы.



Кстати, о цветах: это лучший подарок не только на 8 Марта или юбилей, но и на Новый год. Само собой, новогодний букет должен отличаться от других. Например, в таком букете, скорее всего, будут использованы традиционные

зеленый и красный цвет: зеленый — цвет надежды и верности, красный — цвет жизни. А еще шары, звезды, шишки, миниатюрные гирлянды и подвески, искусственный снег и другие атрибуты праздника. Композиция, созданная опытным флористом, займет достойное место среди новогодних подарков и подчеркнет индивидуальность человека, которому предназначен этот букет.







Обычай наряжать новогоднее дерево появился в Германии. Вечно-зеленая ель олицетворяет жизнь и плодородие. Раньше ее украшали фруктами, сладостями и самодельными игрушками. Сегодня — стеклянными шарами и разноцветными гирляндами. Но какой бы свежей елочка ни была, рано или поздно ее красота вянет. Искусственная елка — тоже не выход: неживая она, ненастоящая. Зато рукотворные елочки, выполненные из природных материалов, выглядят очень эффектно. Смотрите: к проволочному каркасу прикрепляем листья лавра, эвкалипта, аспрагуса, подкрашиваем «зеленью» из баллончика, украшаем шарами-шишками — и замечательная, веселая елочка готова украсить собой ваш дом.

Для упаковки новогоднего подарка прекрасно подходят плетеные корзины. Они символизируют естественность и натуральность, могут быть самыми разнообразными по форме и наполнению. Их украшают шишками, новогодними игрушками, свечами, лентами, декоративными снежинками. Такая корзинка сама по себе может стать прекрасным подарком для друзей, коллег и бизнес-партнеров. К тому же корзины используют для создания интерьерных композиций, которые смотрятся гораздо красивее, чем традиционная елка в ведре с песком.



Новогодние композиции из цветов могут иметь форму круга. Или кольца — символа вечности. Кроме обычных ваз различной формы и размера для новогоднего букета подойдут плоские блюда и тарелки. Просто «усадите» блюдо на красивую вазу или стеклянный цилиндр, наполненный новогодними шарами. Смелее используйте любые природные ма-



Флористика, как любая дизайнерская премудрость, подвержена моде. Чтобы быть «в

тренде» в этом году, используйте для украшения дома белый цвет — цвет снега, кристальной чистоты, свежести и невинности. Нежный цветок белой орхидеи на фоне суровой уральской зимы — согласитесь, изысканное сочетание. Кстати, создать имитацию льда, из которого «растет» живой цветок, очень просто: берем самую обыкновенную, прозрачную пленку-слюду, в которую обычно заворачивают букеты. Сминаем ее и укладываем в таком виде в прозрачную (лучше совсем бесцветную) цветочную вазу. Наливаем воду так, чтобы вся пленка оказалась покрыта водой. «Ледяная» ваза готова. Осталось поставить в нее цветы. Ваши гости будут ошеломлены: отличить слюдяной «лед» от настоящего практически невозможно.



териалы: шишки, цветы, грибы, веточки и корни, солому, лозу. Плетеные звезды и шары в сочетании с еловыми ветвями, цветами, шишками и грецкими орехами, мандаринами, яблоками и разноцветными свечами — оригинальная альтернатива традиционным вариантам украшения помещения.

**Татьяна СОЛОДОВНИКОВА, профессиональный флорист-дизайнер**  
В 1990 году закончила курсы аранжировщиков цветов в Республиканской школе аранжировки цветов (г. Киев).  
Лауреат юбилейной выставки выпускников заочной школы флористов (Москва, 1995 год).  
Постоянный участник семинаров известных европейских флористов.  
Персональные флористические выставки в городе Березники с 1998 года.

**Арт-Флора**

г. Березники, ТЦ «Радуга», отдел «Цветы»  
тел.: (3424) **29-20-41, 8-950-45-56-381,**  
**8-950-459-18-20**

*«Флористическая мастерская  
Татьяны Солодовниковой»*  
ул. К. Маркса, 48, офис 419



## БИЗНЕС-СПРАВОЧНИК

	ФИРМА, АДРЕС	ПРЕДЛОЖЕНИЕ	ПРИМЕЧАНИЕ
<b>АВТОСТРАХОВАНИЕ</b>			
	<b>ОАО «РСТК»</b> г. Березники, ул. Ленина, 47, оф. 231 тел.: (3424) 26-25-97 г. Соликамск, ул. Советская, 56А, тел.: (34253) 7-02-01 г. Пермь, ул. Орджоникидзе, 61, тел.: (342) 201-74-76 info.perm@rstk.ru	ТОЛЬКО СТРАХОВАНИЕ – И НИЧЕГО ЛИШНЕГО. Предоставление полного спектра страховых услуг для юридических и физических лиц Работаем по губернаторскому проекту Добровольное медицинское страхование Работаем с СРО в различных отраслях КАСКО + ОСАГО	Приглашаем к сотрудничеству агентов и брокеров Лицензия С 1852 50 от 17.03.2010г.
	г. Соликамск ул. 20-летия Победы, 173В, оф. 304 (БЦ «Пять звезд») тел.: (34253) 4-99-45 8-951-923-09-94 oprvrachi@mail.ru	· диагностика кожи для рекомендаций назначения процедур · китайский акупунктурный массаж для оздоровления и омоложения лица и тела · маски: грязевые и шоколадные · пилинги · антицеллюлитные программы «YouNeed», «Доктор Нонна», «Океан»	· коррекционно- оздоровительные обертывания: грязевое, шоколадное · немецкая сауна «Жара» для вывода токсинов и шлаков · кабинет «Опытные врачи»: консультируют врачи высшей категории
<b>МЕБЕЛЬ</b>			
	<b>ООО «Содружество»</b> г. Соликамск ул. Энергетиков, 36 (бывший СПОАТ) тел.: (34253) 9-09-59 9-01-09, 8-902-83-98-919 ТД «Алмаз», 2 этаж Тел.: (34253) 9-08-07	изготовление мебели по индивидуальным проектам	· встроенная мебель · корпусная мебель · офисная мебель · работа с любыми материалами
<b>НЕДВИЖИМОСТЬ</b>			
	<b>АН «Титул»</b> г. Березники ул. Красноборова, 7 тел.: (3424) 23-61-69 23-58-78	<b>СРОЧНЫЙ ВЫКУП ЖИЛЬЯ</b> · все операции с недвижимостью · все виды жилищных программ	все предложения здесь: www.an-titul.ru
<b>ОБОРУДОВАНИЕ</b>			
	<b>ООО «Климатис»</b> г. Соликамск, ул. Энергетиков, 36, оф. 3 e-mail: klim_atis@mail.ru тел./факс: (34253) 4-18- 22, 8-951-93-50-415	· системы кондиционирования воздуха · системы вентиляции	· проектирование, монтаж, поставка, обслуживание, ремонт · заключаем договора с организациями и частными клиентами
	<b>ООО «Метроникс»</b> г. Березники, ул. Гагарина, 32, оф. 1 тел.: (3424) 23-29-36, 8-950-458-42-30	· поставки газоаналитического оборудования фирмы OLDHAM (переносные и стационарные газоанализаторы), · гарантийное и постгарантийное обслуживание, · услуги по ремонту, проверке всех видов приборов КИПиА	лицензия №007333-Р от 11.03.2011 г.
<b>СЕРВИС</b>			
	<b>ПРОМАЛЬП СЕРВИС</b> г. Березники, пр. Ленина, 47, оф. 404 тел./факс: (3424) 26-48-29 8-963-01-26-960 8-951-95-31-113 e-mail: promalp.serwis@ yandex.ru	· очистка крыш, карниза от снега, сосулек · консервирование водосточных систем · ремонт и установка наружной рекламы · очистка фасада от видимых загрязнений · мойка окон, витражей · ремонт и герметизация межпанельных швов: ноу-хау – «гидрозамок» · спил аварийных деревьев	· установка и монтаж наружного (внешнего) кондиционера и наладка электропроводки · предоставление фото- отчета о выполненной работе · точная стоимость работ определяется после осмотра объекта нашим специалистом · бесплатный выезд специалиста для осмотра объекта
<b>СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ</b>			
	<b>Центр «Компаньон»</b> г. Соликамск, ул. Энергетиков, 36, 2 этаж (у магазина «Большой») тел.: (34253) 4-22-55	в наличии более 130 видов обоев класса «премиум» производство: Германия, Англия, Бельгия, Италия, США, Корея, Россия	Заказ по каталогу (500 вариантов) Доставка 2-4 недели

Хотите всегда **БЫТЬ НА ШАГ ВПЕРЕДИ** конкурентов?  
Размещайте рекламу в журнале «Дело НС»!

(34253) 7-06-16





Санаторий-профилакторий  
**«УРАЛЬСКИЕ САМОЦВЕТЫ»**  
приглашает на  
санаторно-курортное лечение



**В стоимость путевки входит:**

- широкий спектр лечебных процедур
- 4-х разовое питание
- проживание в комфортабельных номерах
- развлекательные мероприятия

**К услугам отдыхающих:**

бассейн, сауна, каток, лыжная база, бильярд, библиотека

**Даты заездов:**

11 и 26 января 2012  
10 и 25 февраля 2012

**Телефоны для заявок:**

(34253) 6-26-67, 6-23-82  
(3424) 29-62-80





# КАТАТЬСЯ НА ГОРНЫХ ЛЫЖАХ ИЛИ СНОУБОРДЕ

для детей  
с 8 до 16 лет

## ГУБАХА + ТАКМАН

2-9 января | от 10 950 руб.

Каждые зимние каникулы мы проводим в Губахе. Здесь мы катаемся на беговых и горных лыжах, сноуборде. С нами наши любимые и опытные инструктора. Мы ездим на экскурсии, купаемся в спортивном бассейне, творчески проводим вечернюю жизнь и просто весело живем, а наше хорошее настроение заряжает на отличную учебу.



ЗАЧЕМ ЧЕЛОВЕКУ  
КАНИКУЛЫ?

детям  
с 4 до  
12 лет

## ПОЕХАТЬ В ГОСТИ К ДЕДУШКЕ МОРОЗУ

Рождественский  
экспресс

Пермь-Устюг-Пермь

6-8 января | от 8 650 руб.



Туры в Великий Устюг - это путешествие в сказку, ведь именно здесь расположена Вотчина Деда Мороза. Всего в 12 км от города стоит посреди соснового бора волшебный терем зимнего владыки. **Гостей Деда Мороза** окружает современный комфорт и сервис. Роскошный зимний сад, парк аттракционов, зоопарк, сувениры и сюрпризы ожидают всех, кто приезжает в Великий Устюг **в гости к Деду Морозу.** **Вотчина Деда Мороза** — место, где оживает сказка!

## ЧЕРНОГОРИЯ

авиа из Перми

3-10 января | от 37 600 руб.



Программа горнолыжного лагеря пройдет на курорте **Колашин**, который расположен в центральной части Черногории, в 80 км от аэропорта в **Подгорице** и в 160 км от аэропорта в **Тивате**, рядом с национальным парком на высоте 954 м над уровнем моря, общая длина спусков на горе **Бьеласица** составляет 15 км, длина главной трассы достигает 4,5 км - **идеальное место для активного отдыха.**

[www.campodinamico.ru](http://www.campodinamico.ru)

# Сампо Dinamico

ЛАГЕРЬ ЮНЫХ И АКТИВНЫХ



[www.sputnik-rmk.ru](http://www.sputnik-rmk.ru)

БЕРЕЗНИКИ, К. Маркса, 60

☎ (3424) 27.55.55, 27.55.33

СОЛИКАМСК, Северная, 45

☎ (34253) 4.77.88, 4.77.99

пр. Ленина, 28

☎ (34253) 7.44.44