

Тема номера:
**СВАДЕБНЫЙ
БИЗНЕС**

Организация свадеб: как заработать
на чужом счастье? ...48

Куда отправляют молодоженов
турфирмы Верхнекамья? ...60

АВГУСТ

2011 (67)

ДЕНЬ

НС

14 ПОЛИТИКА

Зачем вступают в партию
предприниматели Березников
и Соликамска?

26 ДИСКУССИЯ

Корпоративный пиар: нужен ли он
малому бизнесу?

Евгений ФРИДМАН:

**«Чем нас больше, тем сложнее
от нас отмахнуться»**

стр. 20

АВТО В ЛИЗИНГ

от компании **№1** в автолизинге в России ЗАО «Европлан»*

Специальные Программы
с автопроизводителями

Полное сопровождение сделки
и квалифицированное
консультирование

Решение о финансировании
за 15 минут



**ОТКРЫЛСЯ НОВЫЙ ОФИС
в г. Березники!**

г. Березники, ул. Пятилетки, д. 101
Автосалон «Дав-Авто»
Тел.: **+7 (3424) 299-256**
Моб.: **+7 (912) 481-81-27**
E-mail: **vvb5@europlan.ru**

* По данным ассоциации Рослизинг и РА «Эксперт»
по итогам 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 (9 мес) гг.



Тема номера:
СВАДЕБНЫЙ БИЗНЕС



48 Август — время свадеб. Как заработать, когда другие отдыхают? Обзор верхнекамского рынка вендинг-агентств и услуг.



60 Свадьба без границ: куда отправляют молодоженов туристические агентства Березников и Соликамска?



5 ТОЧКА ЗРЕНИЯ

Чтобы заметить больше возможностей для развития своего бизнеса, сформулируй, чего ты хочешь, ради чего ты затеял свой бизнес, ради чего ходят на работу твои сотрудники, — советует Армен ПЕТРОСЯН.



26 ДИСКУССИЯ

Почему, даже совершая что-то действительно важное и бескорыстное, предприниматели не спешат афишировать свои общественно полезные деяния?



8 НЕФОРМАТ

Березниковское управление имущественных и земельных отношений провело первый в 2011 году аукцион по продаже прав на установку и эксплуатацию наружных рекламных конструкций.



30 СПРОС

Пермский край вышел на второе место в России по продажам новых легковых автомобилей. По прогнозам, динамика продаж сохранится и через год. Какие перспективы несет бизнесу оживление на автомобильном рынке?



14 ПОЛИТИКА

Крупный бизнес идет в партию, чтобы воспользоваться партбилетом как пропуском в большую политику. Предприниматели Березников и Соликамска не рвутся во власть, но в партию вступают. Зачем?



35 ОПЫТ

Переезд в новый офис — как быстро, без потерь и проблем передислоцировать компанию и что делать, чтобы клиенты и партнеры вас не потеряли?



18 ПОЗИЦИЯ

Олег ПОЛЯКОВ, глава Соликамского района: «Многие бизнесмены с возрастом достигают такой планки — себя и свою семью обеспечили, можно и об обществе порадовать».



42 КОНКУРЕНЦИЯ

Структура общественного питания в Березниках и Соликамске начала меняться. На рынок выходят демократичные заведения, столовые, фаст-фуд и... пермские сети.



20 ПЕРСОНА

Руководитель Совета Пермского регионального отделения «ОПОРА России» Евгений ФРИДМАН: «ОПОРА — это коллективный рупор и инструмент для лоббирования интересов малого бизнеса».



56 РАДОСТИ ЖИЗНИ

Руководители компаний из Березников и Соликамска рассказали «Делу НС», чем их порадовало нынешнее лето.

август 2011 (67)

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:
 КСЕНИЯ ДУТЛОВА
kdutova@gmail.com

ЕВГЕНИЯ ПАНТЕЛЕЕВА
ep.delons@gmail.com

Фотографии:
 ЛЮДМИЛА ШМЕЛЬКОВА

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 законода-
 тельства в сфере массовых коммуника-
 ций и охране культурного наследия по
 Приволжскому федеральному округу
 Регистрационный номер
 ПИ № ФС 18-2843 от 19 июля 2006 г.

Тираж 1600 экз. Заказ № 601
 Подписано в печать 18.08.11
 РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО

Печать: ООО «Литера»
 Соликамск, ул. Полины 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

Ксения АФАНАСЬЕВА49
 Айсылу АХМАРОВА49
 Вероника БАРТУЛИ59
 Сергей БОРИСОВ22
 Светлана ВАНЬКОВА9, 37
 Дмитрий ВАШОВ28
 Александр ВЛАСОВ38
 Татьяна ВОЛОВИК56
 Максим ВОРОПАНОВ17
 Андрей ГАЛКИН17
 Дмитрий ГОЛОВНЁВ9
 Анастасия ГУБАНОВА7
 Евгений ДМИТРИЕВ16
 Станислав ДОЛГИРЕВ30
 Сергей ДЬЯКОВ9
 Геннадий ДЮДЯЕВ15

Е-К

Евгений ЖДАНОВ13
 Наталья ЗОЛОТОВА27
 Сергей ИВАНОВ10
 Станислав ИВАШОВ10
 Алена ИГНАТОВА7
 Олег КАЗАКОВ39
 Валерий КИВЕЛЁВ34
 Анна КИСЕЛЁВА28
 Светлана КОВАЛЁВА53
 Кристина КИТОВА50
 Анастасия КОЗИЧ50
 Сергей КОСЕВСКИХ11
 Николай КУН46
 Павел КУШНИН9

Л-П

Наталья ЛЕЖНЕВА9
 Светлана МАКУХА59
 Владимир МАРУШЕВСКИЙ13
 Евгений МЕЗЕНЦЕВ30
 Елена МИЧКОВА45
 Анастасия МИХАЙЛОВА11
 Сергей МОКРУШИН57
 Любовь НОСОВА56
 Светлана ОБОЯНСКАЯ24
 Андрей ПАНТЕЛЕЕВ13, 38
 Анжелика ПЕТУХОВА52
 Павел ПИВКИН33
 Ирина ПЛЮСНИНА6
 Олег ПОЛЯКОВ18
 Владимир ПОНОМАРЁВ13
 Михаил ПРОХОРОВ48

С-Я

Екатерина САЛЬНИКОВА56
 Сергей САМОШКИН15
 Илона СОЛОДОВА11
 Светлана САПРЫКИНА49
 Татьяна СТАВИНОВА6
 Владимир ТАГАНКИН16
 Максим ТАТАРИНОВ55
 Александр ТАШЛЫКОВ57
 Марина УRSУЛОВА6
 Николай ФЕДОСЕЕВ15
 Николай ФИЛИППОВ27
 Евгений ФРИДМАН20
 Олег ХАВИН15
 Мария ХАРЛАМОВА31
 Виктор ХРИСТЕНКО33
 Василий ЦЫГАНОВ15
 Татьяна ЧИСТЯКОВА57
 Сергей ШАЙХИТДИНОВ9
 Елена ШЕСТАКОВА49
 Даниил ШВАРЁВ28
 Вера ШКАТОВА44
 Юлия ЯКИМОВА56

1-Z

Автостудия «6 бокс»32
 Агентство отдыха без виз
 «+30 по Цельсию»62
 Кафе Chocolate43
 Магазин Podium40
 Салон Stilissimo24
 Агентство Wedding Consult49
 Клиника YouNeed66

А-Д

ООО «Аверс»7
 Турагентство
 «Аврора-тур»56
 Автоцентр «Автобум»28
 Турагентство
 «Аквамарин»60
 ООО «Актив»11
 ЗАО «Аленвик»45
 ООО «Алмаз»15
 Ювелирный салон «Алмаз»54
 ООО «Фирма
 «Амикон»43, 66
 Ресторан «Арбат»43
 Автомойка «Аркада»32
 ООО «Арх-идея»56
 Автотехцентр «АССА»17
 Березниковский центр
 недвижимости27
 ТДЦ «Бисмарк»17, 45
 Магазин «Большой»66
 Кафе «Вечернее»43
 ООО «Винни-Пух и Ко»43
 Центр туризма «Виза Плюс...»
63
 ООО «Визард»32
 Газета «Вся реклама»67
 Автосалон «Гарант-Н»30, 34
 Магазин «Гулливёр»57
 Салон белья «Для тебя»10
 Компания «ДАВ-Авто»2, 33

Е-Л

ЗАО «Европлат»2, 66
 ООО «Ели-Пили»45
 ООО «Зубные феи»11
 Ресторан «Каспий»43
 Компания «КлимАтис»29
 Центр «Компаньон»66
 ООО «Консалтинг Групп»39
 ТЦ «Космос»27
 Салон свадебной моды
 «Красотка»52
 Рекламное агентство
 «Лайт-Сити»9
 ООО «Лапландия»43
 ООО «Лукойл-Пермь»6
 Сеть турагентств
 «Лучший отдых»68

М-О

Рекламное агентство
 «Мегаполис»10
 Свадебный салон
 «Медовый месяц»49
 ТЦ «Мелодия»43, 45
 Компания «Метаком-сервис»
57
 ООО «Метроникс»66
 ТРЦ «Миллениум»45
 Компания «Мир воды»28

ТЦ «Молодежный»45
 Турфирма «Норд-Лайн»58
 ЧОО «Норд-Пост»13
 Агентство путешествий
 «Нужный адрес»28
 ТРЦ «Оранжевый Молл»45
 Турагентство «ОСА-tour»24

П-Т

Сеть магазинов «Палитра»
29, 56
 Рекламное агентство
 «Паритет»10
 УК «Парма-менеджмент»64
 Первый Уральский
 Центр Управления11
 Фирма «Пласт»46
 ГРК «Пингвин»56
 Сеть турагентств «Планета»
59
 Кафе «Подкова»46
 ЧОО «Полюс»13, 38
 Салон-магазин «Праздник»57
 Гостиница «Прайд-отель»51
 Компания «ПРОМАЛЬП
 СЕРВИС»66
 ООО «Профи-Стиль»7
 НОУ УЦ «Ратибор»13
 ООО «РИО-Гранде»9
 Турагентство «Ривьера»6
 Турагентство «Россита»62
 Свадебный салон
 «Саша+Света»49
 Агентство «Свадебный гид»
50
 Агентство «Свадьба
 под ключ»50, 52
 ТЦ «Семья»45
 ООО «СервисАвтоБерезники»
34
 Турагентство «Скатертью
 дорога»61
 Компания «Содружество»66
 ООО «Сомич»7
 ООО «Сомич 1»7
 ООО «СПК-рекламные
 технологии»9, 37
 Бюро туризма «Спутник»47
 Компания «Страна подарков»
17
 Компания «Строй-Гарант+»
15
 Дизайн-студия «Сфера»9
 Свадебный салон «Счастливое
 мгновение»49
 Турагентство «Театр мира»61
 ООО «Технологии климата»43
 АН «Титул»66
 Компания «Топаз-авто»15

У-Я

Банк «Урал ФД»6
 Сеть «Хозяюшка»39
 Центр страховых услуг32
 Ресторан «Эдем»46
 НП «Эколог-Групп»18
 СП «Экс-Авто»30
 Турагентство
 «Экспресс-тур»63
 ЧОО «Эскадрон»13
 Кафе «Ялта»44

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

Кроме того, журнал можно взять в Березниках:

НБ Тгуз1 (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 Михальма» (Свердлова, 51), ресторан «Эдем» (Юбилейная, 51), ресторанный дворик RestUnion (Юбилейная, 496, ТЦ «Мелодия»), суши-бар «Уми» (Юбилейная, 77), пивной ресторан «Боб» (Пятилетки, 87а, ТЦ «Миллениум»), «Прайд-отель» (Большевистский пр-д, 5), гостиница «Эдем» (Ломоносова, 149), АН «Метражи» (Ломоносова, 92), автоцентр Toyota (Березниковская, 77), автоцентр Repaull (Березниковская, 986)

в Соликамске:

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

ВОЗМОЖНОСТИ ИЛИ ПРЕИМУЩЕСТВА?

К «Конкурентное преимущество», «уникальное торговое предложение»... Начитавшись книг по маркетингу, мы озабочены поиском «фишки», которая выделит нас среди конкурентов. Беда наша лишь в том, что нормальной конкуренции у нас пока нет ни в одной нише. Есть либо монополизм, либо общее топтание на месте.

При такой «конкуренции» тебе важнее быть чуточку впереди тех, кто работает рядом. «Чуточку впереди» — это не обязательно лучше. Прислушайтесь, о чем говорят на совещаниях, когда обсуждают текущее положение дел или планы на будущее. По своему опыту знаю, что конкуренты и их действия обсуждаются значительно больше, чем потребности потенциальных клиентов. Кажется, что если мы сумеем отстроиться от остальных, мы победим в этой гонке за потребителем.

Меня уже не удивляет, когда некоторые собеседники журнала отказываются отвечать на вопросы журналистов: «Зачем я буду раскрывать всем свои наработки?». Люди действительно считают, что являются носителями каких-то сакральных знаний, позволяющих им вести бизнес. При этом на вопрос, о чем они хотят прочитать в нашем журнале, отвечают не сговариваясь: интересен опыт других предпринимателей, как они решают свои проблемы, как добиваются успеха. Вот такая дилемма: «Расскажите нам о других, но сами мы свои секреты лучше сохраним в тайне».

Мы думаем иначе. Если ты заботаешься о развитии (а не о том, как выжить сегодня), тебе нужно быть открытым. Что такое возможности? Это варианты реализации ваших задумок и целей. Варианты есть всегда. Чтобы их разглядеть и суметь реализовать, нужно вглядываться в себя, в нужды клиентов, думать о том, как сделать мир вокруг чуточку лучше.

Н а днях мне достаточно убедительно доказывали, что каждый предприниматель в глубине души мечтает быть монополистом. Я внимательно слушал, а потом добросовестно исследовал глубины своей души. Монополистом мне быть не хочется, потому что ни к чему хорошему монополизм не приводит.

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

В отношении предпринимательства, привычно воспринимаемого у нас сферой циничной и бескомпромиссной схватки, подобные заявления звучат романтично. Но в перспективе развиваться можно только так. Хочешь заметить больше возможностей — сформулируй, чего ты хочешь, ради чего ты затеял

свой бизнес, ради чего ходят на работу твои сотрудники.

Меня уже не удивляет, когда некоторые собеседники журнала отказываются отвечать на вопросы журналистов: «Зачем я буду раскрывать всем свои наработки?». Люди действительно считают, что являются носителями каких-то сакральных знаний, позволяющих им вести бизнес.

Вы «замутили бизнес», потому что надо было выживать? Ваши специалисты работают у вас, потому что пока не нашли более оплачиваемой работы? Тогда главное — следить за конкурентами. К счастью, есть и другие примеры. Возможности нашего журнала тесно связаны с развитием малого бизнеса Верхнекамья. Мы хотим, чтобы он рос и развивался. Мы верим, что выгоднее быть понятными и доступными. Для этого мы приглашаем читателей стать соавторами журнала. Мы воспринимаем любые изменения как возможности, любую информацию как повод стать эффективнее.

Предлагаю небольшой эксперимент. Приезжайте в редакцию, и мы вместе убедимся, что из любого материала этого номера можно извлечь минимум три полезные идеи для вашего бизнеса. Любую идею можно развернуть в план конкретных действий. Любые действия необходимы для перемен к лучшему.

Давайте меняться вместе. Возможностей хватит для всех, нужно научиться их замечать и использовать.

Туризм для пользы дела*

Растущая конкуренция на туристическом рынке Березников и Соликамска заставляет местные турфирмы искать новые возможности для развития. Березниковская компания «Ривьера», работающая на рынке туристических услуг более 10 лет, сделала акцент на обслуживание корпоративных клиентов.

— Работать с предприятиями мы начали еще в 2007 году, — рассказывает директор ООО «Ривьера» **Татьяна Ставинова**. — Компаний, практикующих проведение корпоративных вечеров, конференций и тренингов на командообразование, становится больше. Появился интерес к

программам, сочетающим деловые мероприятия с экскурсионными и развлекательными мероприятиями. Соответственно, растет спрос на организацию таких программ.

«Ривьера» разработала предложения для организаций любой численности и профиля. Компания сотрудничает с загородными базами отдыха «Раздолье» и «Чайка» и может организовать для своих клиентов как выезды, ориентированные на отдых и досуг, так и корпоративное обучение. Турагентство имеет опыт проведения тематических вечеринок, праздничных мероприятий в Строгановских палатах, коллективных прогулок на катере. Ее услугами уже не первый год пользуются коллективы компании «Лукойл-Пермь», Березниковского локомотивного депо, ТЭЦ-2, других предприятий Прикамья.

— Сотрудничать с турфирмой в плане организации корпоративных мероприятий удобно, — говорит председатель профкома эксплуатационного локомотивного депо г. Березники **Марина Урслова**. — Компания берет на себя решение всех технических вопросов, отвечает за организацию питания, предоставляет трансфер к месту отдыха.

— При организации корпоративного мероприятия важно, насколько оно эффективно и экономически целесообразно, — говорит председатель цехового комитета ЦДНГ-11 ООО «Лукойл-Пермь» **Ирина Плюснина**. — Повысить отдачу может тщательная проработка всех мероприятий и постановочные цели. Одна из самых главных — в неформальной обстановке, вдали от города оптимизировать работу всех подразделений. На природе появляются неплохие решения для бизнеса.

* на правах рекламы



Пять шагов навстречу предпринимателям. «Урал ФД» подводит первые итоги*

Итогом работы банка «Урал ФД» в первом полугодии 2011 года стал трехкратный рост объема кредитов, выданных предприятиям сегмента «Малый бизнес». Число заемщиков среди предпринимателей и организаций Пермского края также увеличилось в 3 раза.

Специалисты банка связывают данный рост с активным внедрением программы для представителей малого бизнеса — «Пять шагов навстречу предпринимателям».

Увеличение максимальной суммы кредитов до 10 млн рублей, а также введение нового кредитного продукта «Бизнес-доверие» без имущественного залога, безусловно, заинтересовали

многих собственников бизнеса. Кредит «Бизнес-доверие» стал одним из самых востребованных продуктов (23% выданных кредитов), наряду с кредитами «Оборотное финансирование» и «Инвестиционное финансирование».

В феврале 2011 года банк вышел с новой продуктовой линейкой на рынок Березников и Соликамска. По итогам полугодия портфель кредитов,

выданных малому бизнесу в Березниках и Соликамске, вырос более чем на 25%, в основном, за счет продаж новых продуктов.

С 1 мая по 1 июля 2011 года банк «Урал ФД» проводил акцию, в рамках которой юридические лица и индивидуальные предприниматели могли получить кредит без комиссии за открытие и ведение ссудного счета. Участниками акции стали более 60 организаций Перми, Березников и Соликамска. Среди них компании торговой, строительной отраслей, а также сферы услуг.



* на правах рекламы

«Профи-стиль» осваивает швейный бизнес*

* на правах рекламы

Березниковская компания «Профи-стиль» открыла цех по производству спецодежды и мягкого инвентаря для медицинских работников.

— До мая 2011 года мы занимались только оптово-розничной торговлей: продавали спецодежду, средства индивидуальной защиты и домашний текстиль, работали с ведущими швейными предприятиями страны, — рассказывает директор «Профи-стиль» **Анастасия Губанова**. — Но в последнее время весь отечественный легпром ориентирован на выполнение госзаказов — фабрики в авральном режиме отшивают форму и амуницию для Ми-

нистерства обороны и МВД, а небольшие частные заказы стали задерживать. Чтобы не быть заложниками ситуации, мы решили организовать собственное производство.

В начале года «Профи-стиль» закупила японское профессиональное швейное оборудование серии Turical. Специалисты компании разработали модельный ряд и наладили выпуск спецодежды, головных уборов и мягкого инвентаря для медицинских организаций. Продукция березниковской фирмы оказалась востребована и вполне конкурентоспособна.

Сейчас компания рассматривает возможность увеличить объемы производства, участвуя в конкурсах, тендерах и аукционах на закупку товаров и услуг. В планах — расширить ассортимент, отшивая спецодежду для банков, торговых предприятий, сферы услуг, автоцентров и т.д.



Помощь

Соликамску и Березникам дадут денег на развитие малого бизнеса

Муниципальные программы Березников и Соликамска, направленные на поддержку предпринимательства, будут профинансированы из регионального и федерального бюджета. Такое решение приняло министерство торговли и предпринимательства Пермского края.

В этом году (конкурс проводится в третий раз) в конкурсе муниципальных программ развития малого и среднего предпринимательства приняли участие 40 муниципалитетов Пермского края. С учетом 109 млн рублей, привлеченных из федеральной казны, на развитие малого бизнеса в регионе планируется направить 117 млн рублей.

— Основными приоритетами конкурса в этом году определили проведение мероприятий по обучению предпринимателей, поддержку новых и существующих бизнесов, создающих рабочие места, поддержку аутсорсинговых компаний, обслуживающих учреждения, — пишет заместитель министра торговли и предпринимательства Пермского края **Алена Игнатова** в своем блоге на Wordpress.com

В прошлом году, по результатам конкурса, Соликамску выделили 6 млн 380 тыс. 582 рубля. Часть этих денег была направлена трем компаниям, предоставляющим услуги на условиях аутсорсинга: клининговым компаниям ООО «Сомич» и «Сомич 1» и ООО «Аверс», специализирующемуся на техническом обслуживании образовательных учреж-

дений. Девять предприятий бизнеса получили субсидии на возмещение затрат на приобретение энергосберегающего оборудования. Сто предпринимателей прошли обучение по программе «Управление издержками на персонал».

Березникам в 2010 году досталось 5 млн 101 тыс. рублей. Но освоить выделенные средства муниципалитет пока не успел. По дополнительному соглашению с Министерством развития предпринимательства и торговли Пермского края, эти деньги будут истрачены в 2011 году. В списке мероприятий городской целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в городе Березники на 2009-2011 годы», подлежащих финансированию, все те же приоритеты:

- вывод на аутсорсинг непрофильных функций в бюджетной сфере,
- внедрение технологий по энергосбережению субъектами малого бизнеса,
- конкурс на лучшую бизнес-идею среди студентов,
- оказание юридических услуг,
- повышение квалификации предпринимателей.





РЕКЛАМУ ПРИЗВАЛИ К ПОРЯДКУ

Евгения ПАНТЕЛЕЕВА, ep.delons@gmail.com

22 августа березниковское управление имущественных и земельных отношений подведет итоги первого в 2011 году аукциона по продаже прав на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Все лоты, выставленные на торги (порядка полутора сотен площадок), соответствуют новой концепции размещения наружной рекламы на территории города. С критикой этой концепции, утвержденной городской Думой, местные рекламные агентства выступают уже несколько месяцев. По их мнению, нововведения закроют березниковский рынок outdoor не только для рекламистов, но и для рекламодателей из числа малого бизнеса.

Концепция использования видов рекламных конструкций ужесточила требования к размещению наружной рекламы на территории Березников. До последнего времени реклама в городе размещалась по заявительному принципу, теперь власти намерены придерживаться четкого плана. Березниковское управление по распоряжению муниципальной собственностью совместно с управлением архитектуры и градостроительства, управлением благоустройства администрации города Березники и ГИБДД уже разработали карту-схему размещения рекламных конструкций на территории города.

— Рекламные поверхности давно необходимо привести к единому формату, поскольку

этот сектор рекламы рос очень хаотично. Сегодня мы решаем сразу несколько задач — формируем целостный архитектурно-художественный облик города, унифицируем форматы наружной рекламы и устанавливаем общие требования к размещению рекламных конструкций, — объясняет начальник березниковского управления имущественных и земельных отношений **Наталья Лежнева**.

Теперь предпочтение отдается рекламным конструкциям со сменным рекламно-информационным полем, а также светодинамическим конструкциям. Арендаторам и собственникам помещений предлагается устанавливать перед фасадами крупных торговых и общественных зданий рекламные конструкции в виде уличной мебели. Рекламоносителями станут уличные скамьи и остановочные павильоны. А самые востребованные форматы — билборды, растяжки и баннеры из жилой части города исчезнут. По новым правилам эти конструкции разрешены только на въездах в город.

Все по закону

Вообще-то, ничего принципиально нового березниковские чиновники не придумали — табу на использование крупногабаритных рекламных конструкций и растяжек наложили еще федеральные власти, утвердившие в 2009 году новый ГОСТ для наружной рекламы.

Из 335 рекламных конструкций, установленных на территории Березников, только 153 отвечают действующим нормам (11 % рекламных щитов; 4% транспарантов и перетяжек, 85% — прочие рекламные конструкции). 56 рекламоносителей не соответствуют ГОСТу и по истечении срока договоров будут демонтированы за счет владельцев. Еще 126 незаконно установленных конструкций снесут по решению суда.

По подсчетам рекламщиков, количество «наружки» вдоль центральных улиц города уменьшится на 50%, ближе к окраинам — на 10-25%. Соответственно, городской бюджет получит меньше де-

нег от сдачи в аренду земельных участков. Но для чиновников это не самая большая потеря: «В любом случае поступления в доходную часть бюджета от наружной рекламы невелико», — считает **Наталья Лежнева**.

— Реклама должна быть цивилизованной и полезной, дающей людям нужную информацию, и чтобы на нее было приятно посмотреть, — пишет в своем блоге на wordpress.com мер города Березники **Сергей Дьяков**. — В городе много незаконно установленных конструкций. Тех, кто в судебном порядке не убирает конструкции сам, будем учитывать в дальнейшем при установке новых, так же как и самовольщиков.

Контраргументы

Березниковские рекламные агентства, для которых «наружка» всегда была одним из главных источников дохода, таким перспективам вовсе не рады.

— Под запрет попали самые популярные форматы наружной рекламы, — говорит **Светлана Ванькова**, компания «СПК — рекламные технологии» (г. Березники). — Билборды охотно раскупали федеральные компании, а доступные по цене виниловые растяжки и баннеры пользовались успехом у местного малого бизнеса.

— В сегменте рекламы на щитах 3x6, рекламные агентства определенно потеряют часть клиентов из числа небольших локальных компаний, — считает директор дизайн-студии «Сфера» **Павел Кушнин** (г. Березники). — «Наружка» и так уже вышла на докризисный уровень: если в 2009 году место на щите 3x6 можно было арендовать за 5 тысяч рублей в месяц, то сегодня те же самые поверхности продаются по 8-12 тысяч. Далеко не каждая компания может позволить себе тратить такие деньги на рекламу.

— То, что сейчас происходит в рекламной отрасли — болезненный процесс и для рекламодателей, и для outdoor-операторов. Старые конструк-

Установка рекламной конструкции без предусмотренного законодательством разрешения на ее установку и (или) установка рекламной конструкции с нарушением требований технического регламента, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 11.21 Кодекса об административных правонарушениях РФ, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до одной тысячи пятисот рублей, на должностных лиц — от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц — от пятидесяти тысяч до восьмидесяти тысяч рублей.

Статья 14.37 КоАП РФ «Нарушения требований к установке рекламной конструкции».

ции демонтируют, новые в достаточном количестве появятся не скоро. К тому же требования ГОСТа к размещению рекламных конструкций очень жесткие, поэтому количество мест, пригодных для размещения, ограничено. Стоимость динамических рекламных конструкций и расходы по обслуживанию в разы больше стоимости статичных билбордов, соответственно стоимость аренды рекламных полей будет выше, — прогнозирует владелец рекламного агентства «Лайт-Сити» **Сергей Шайхитдинов** (г. Березники).

— Я согласен, что динамические конструкции выглядят более современно и эстетично, но нужно учитывать особенности нашего региона, нашего климата, — отмечает генеральный директор ООО «РИО-Гранде» **Дмитрий Головнёв** (г. Пермь). — В конструкциях, где используются роллерные системы, полотно замерзает при температуре ниже минус 25 градусов по Цельсию. При монтаже в ветреную погоду оно рвется. С уличной мебелью тоже проблемы: все знают, сколько снега у нас зимой и как убираются тротуары. Первый же снегоуборочный комбайн может повредить вашу «мебель» или превратить ее в сугроб.

К сожалению, в Березниках рекламный бизнес не чувствует поддержки со стороны администрации. ЕНВД в Березниках в четыре раза выше, чем в Перми: за одну рекламную поверхность в Перми мы ежемесячно платим 309 рублей, в Березниках — 1235 ру-



Современные форматы рекламы хороши, но поправку на уральский климат и традиции местного ЖКХ придется делать.

— В Перми мы столкнулись с подобной ситуацией три года назад. Тогда центр города тоже очищали от больших щитов. Цены на рекламные конструкции выросли в разы. Но постепенно все наладилось, операторы подстроились под новые требования. Стали искать выходы: вместо щитов площадью больше 10 кв. метров стали делать щиты на 9,5 кв. метров. Убрали рекламу из центра, увеличили количество конструкций в спальных районах. **Станислав Ивашов, РА «Паритет», г. Пермь**

блей. Налоговая нагрузка на бизнес возрастает, и в первую очередь ее

ощущает на себе потребитель, так как цены на рекламу растут.

И все же самые большие тревоги рекламщиков связаны с возможным усилением конкуренции со стороны сетевых outdoor-операторов. Крупные агентства обладают серьезными финансовыми возможностями и административным ресурсом. К тому же, в больших городах за наружную рекламу взяли уже давно, и лидерам рынка ничего не остается, как уходить все дальше в регионы. И это уже происходит: второй по величине оператор наружной рекламы в СНГ компания Gallery активно скупает региональных операторов, готовясь развивать бизнес в провинции. А пермские агентства присматриваются к березниковскому рынку. Наружная реклама перестает быть «заповедником» для местного малого бизнеса.

— То, что происходит сейчас в Березниках — нормально, — считает специалист по маркетингу пермского РА «Паритет»

Станислав Ивашов. — Мы следим за тем, что происходит в городе, ваш рынок для нас очень привлекателен. Поэтому мы обязательно будем участвовать в аукционах, будем выкупать места у местных операторов. У нас есть для этого не только желание, но и возможности.

Соликамские рекламисты пока чувствуют себя спокойно. Новый рекламный ГОСТ носит рекомендательный характер, и городские власти не спешат избавляться от наружной рекламы.

— Слава богу, наша администрация не принимает скоропалительных решений в отношении наружной рекламы, — комментирует **Сергей Иванов, РА «Мегаполис» (г. Соликамск).** — Решение березниковских властей считаю, по крайней мере, странным. Стандарт 3х6 — мировой, пользующийся большим спросом. Сокращение площадок подстегивает цены, березниковская аренда уже сравнима с пермской. Такое решение привело к тому, что местному малому бизнесу стало не по карману размещение наружной рекламы.

Концепция, схема размещения и описание всех новых форматов наружной рекламы, принятых в Березниках, опубликованы на официальном сайте администрации города <http://admbkr.ru/77/907>.

ДЛЯ *Д* ТЕБЯ

Магазин нижнего белья и колгот

МУЖСКАЯ
КЛАССИКА

г. Соликамск, ТЦ «Меркурий», 2 этаж
ЦУМ, 1 этаж, тел.: 8-965-566-33-22

Желание заняться бизнесом само по себе говорит о наличии лидерских качеств. Но чтобы стать настоящим сильным лидером, нужно овладеть практическими инструментами и техниками. Получить такие знания поможет тренинг для руководителей «Моделирование лидерства», который организует «Первый Уральский Центр Управления» в Перми.

Тренинг «Моделирование лидерства» (8 модулей семинаров по 2 дня) начинается 24, 25 сентября. Стоимость тренинга — 56 000 руб. Новинкой этого сезона является новый блок, который посвящен переговорам. Рассрочка предоставляется «Пермь Инвест Банком». Регистрация уже открыта. При ранней регистрации и оплате возможны существенные скидки. Количество участников в группе ограничено. Регистрация заканчивается 10 сентября.

Сергей КОСЕВСКИХ
руководитель ООО «Актив» (г. Березники):

— «Моделирование лидерства» — великолепный тренинг, который учит максимально эффективно взаимодействовать как с самим собой, так и с окружающим миром. Полученные инструменты и навыки, проведенное время дают гарантию в звании «Лидер» с большой буквы. Это то самое понимание «настоящего Лидера», каким его видишь ты сам и окружающие, когда для достижения чего-либо достаточно минимума ресурсов. Очень понравились блоки с калибровкой и харизмой, первый — за ключи осознанного понимания человеческого поведения и управления им, второй — за возможность взглянуть на себя глазами других людей, и, что еще более важно, выслушать их мнение для изменения в лучшую сторону. Отдельное спасибо за кайф общения в дружеской и фантастически креативной атмосфере.



Чтобы управлять людьми, научись управлять собой

Каждый предприниматель по определению — лидер. Потому что хочет сам управлять собственной жизнью. Потому что верит, что сумеет достичь процветания, когда от этого процветания его отделяют месяцы труда. Потому что добровольно берет на себя ответственность за благополучие других людей, своих подчиненных...



Курс «Моделирование лидерства», разработанный бизнес-тренером, сертифицированным НЛП-тренером международной категории **Илоной Солодовой**, состоит из восьми модулей семинаров. В течение шести месяцев участники

тренинга изучают аспекты лидерского поведения и отношения к жизни.

Программа тренинга охватывает все — от умения ставить правильные, «экологичные» цели до практических приемов эффективной коммуникации и защиты от психологических манипуляций.

Отдельный семинар посвящен тайм-менеджменту. Как успевать делать все, не чувствуя себя при этом загнанной лошадью? Любой руководитель мечтает узнать ответ на этот вопрос.

Думаете, харизма — это божья искра, как врожденный музыкальный слух или умение рисовать? Все нет: образ харизматичного лидера можно выстроить — собственными руками вылепить из себя яркую, успешную личность, к которой одинаково охотно тянутся и люди, и деньги.

Научиться быть лидером — это возможно. Просто снимите трубку и позвоните по одному из телефонов: (342) 2-766-566, 8-912-882-12-72, 8-952-64-78-239 или отправьте письмо на e-mail: ilona@nlpperm.ru.

Анастасия МИХАЙЛОВА
генеральный директор ООО «Зубные феи»
(г. Березники):

— Сложность мира в том, что в нем много неизвестности. И не важно, как скоро вы раскроете все тайны и как вы цените свое время. Важно одно: время — деньги. Лидер-интенсив — это экономайзер ваших денег и ключ к тайнику. Все просто: услышал — отработал — применил — наслаждайся результатом. Это ценно, это — мое время, и ваше тоже.

Модели ХСР (хорошо сформированный результат) и SCORE (метод системного сбора информации) — секрет в одной строчке. И вы все можете. Логическая цепочка действий.

Калибровка: каждая деталь человеческого поведения — это ключ к человеку.

Маркеры лжи: «вся жизнь — обман» — не моя карта мира, и никто не сможет больше ввести меня в заблуждение. А вы готовы жить в обмане? Все в ваших руках.

Гибкость: не надо ничего усложнять, проявил гибкость — победил. Лучше герой на коне, чем в своей комнате перед зеркалом. А я — это все равно я.

Предикаты: очень важно знать, с кем я разговариваю, и быть «магом» фраз собеседника. Хочешь, чтобы тебя и твой мир видели, слышали и ощущали, когда тебе это надо, — раскройся: увидь, услышь и ощути и примени знания.

Очень понравился блок тайм-менеджмента. Это вам не ежедневник с намеченными планами, это «взрыв мозга» и логически выстроенная линия времени, а на ней — нужные вам события.

Харизма: полушария головного мозга устроили красочный фейерверк, успевала только соблюсти технику безопасности. Подумаешь о себе одно, люди рядом с тобой думают другое, а я хочу третье.

Все ресурсы — со мной и поэтому уезжаю домой с заданием большой контрольной работы.





ЧАСТНУЮ ОХРАНУ ЗАГНАЛИ В РАМКИ

Ксения ДУТЛОВА, kdutlova@gmail.com

Частные охранные организации Березников и Соликамска неоднозначно оценили эффект от новых правил лицензирования частных охранных предприятий, принятых недавно Правительством РФ. С одной стороны, ужесточение требований к охранным бизнесу должно избавить рынок от недобросовестной конкуренции. С другой, новые правила усложняют жизнь законопослушных и эффективных предприятий.

Постановление № 498 утвердило новые положения о лицензировании частных охранных предприятий. В документе прописаны правила уведомления о частной охранной деятельности, о начале и о прекращении оказания услуг, а также перечень технических средств охраны, которые могут использоваться в процессе осуществления

охранной деятельности.

Бланки лицензий получают уровень защиты от подделки, обозначаются серией и номером, их выдача будет проходить централизованно по всей территории Российской Федерации. На все виды услуг, оказываемых ЧОПом, теперь придется получать отдельную лицензию. В общей слож-

ности выделено семь категорий услуг: охрана и защита здоровья и жизни клиента, охрана имущества на период транспортировки, охрана имущества при применении технических средств, оказание консультационных услуг и т.п.

Ужесточаются требования и к материально-техническому

оснащению ЧОПов. Охранные предприятия обязаны обеспечить круглосуточный режим работы дежурной части, принять в штат специалиста по обслуживанию технических средств охраны, юриста, приобрести в собственность транспортные средства, обеспечить всех охранников средствами связи с дежурным подразделением. Работники ЧОПов в обязательном порядке должны быть оснащены средствами пассивной защиты — шлемами, бронежилетами.

Кроме того, если раньше ЧОПовцы уведомляли органы внутренних дел о начале оказания охранных услуг в течение пяти дней, то теперь в случае вооруженной охраны имущества они должны это сделать не позднее, чем за 12 часов до начала охраны. А при транспортировке грузов — незамедлительно.

Те предприятия, по результатам проверки которых будут выявлены нарушения условий лицензирования, заплатят штраф от 20 до 40 тыс. рублей.



Андрей Пантелеев,
ЧОО «Полют»,
г. Березники:

— Все идет к тому, что качество услуг, которые оказывают охранные агентства, будет расти. На рынке останутся работать только профессионалы. Скажется ли это на расценках? Думаю, да. Но это значит только, что цены станут реальными. Экипировка, транспорт, оборудование, обучение персонала требуют денег. Если предприятие будет на них экономить, это неизбежно скажется на качестве оказываемых услуг и на имидже компании. Единственное, с чем я не согласен, так это требование обязательного обучения для всех сотрудников ЧОПа без исключения, даже для тех, у кого за плечами опыт службы в действующей армии или в органах

внутренних дел. Что могут дать мне сорок дней учебы, если мой стаж охранника особо важных объектов — тридцать лет? Думаю, это просто способ «выкачать» деньги.



Владимир Пономарев,
НОУ УЦ
«Ратибор»,
г. Березники:

— Я не разделяю мнения, что эти изменения заставят полулегальных игроков уйти с рынка. Они как занимали некую дешевую нишу, так в ней и останутся, создавая конкуренцию за счет демпинга. Возможно, некоторым организациям придется изменить свой статус, как-то иначе обозначить свои услуги, перестать именовать себя ЧОПом: «охранники» станут «вахтерами», которые обходятся без оружия, транспорта, специального оборудования...



Владимир Марушевский,
ЧОО «Норд-Пост»,
г. Соликамск:

— Особых изменений на рынке охранных услуг новые правила не вызовут. Организации, которые сегодня являются лидерами, сохраняют свои позиции. Но и менее конкурентоспособные организации с рынка не уйдут.

Мы открылись недавно, и изменения нас пока не коснулись. Лицензия выдана государством на пять лет, в ней прописаны все виды деятельности. В течение этого срока мы можем работать на совершенно законных основаниях.

Не исключено, что лицензирующие органы могут потребовать соблюдения условий нового постановления от тех организаций, которые получили лицензии ранее. Но с юридической точки зрения эта процедура должна коснуться лишь тех, кто только

открывает свой бизнес или тех, у кого истекает срок действия лицензии.



Евгений Жданов,
ЧОО «Эскадрон»,
г. Березники:
— Особого ужесточения требований

в Постановлении я не увидел. Просто общие положения теперь расписаны более детально. Например, если ты оказываешь услуги консультирования, ты должен иметь в штате юриста. Раньше эту услугу можно было вывести на аутсорсинг. Да и многие руководители ЧОПов имеют юридическое образование. Теперь они будут вынуждены нести затраты на содержание штатного юриста. Необходимость приобретения собственных радиочастот или их аренда тоже существенная часть расходов, которая неизбежно скажется на цене услуг охраны. Хотя, в наше время, разнообразие средств связи и их доступность ставит под сомнение необходимость в собственных частотах, а возможность мгновенного выхода на связь с УВД скорее всего не повлияет на скорость и эффективность реагирования на сигнал тревоги.

Деятельности ЧОПов в России уделяется пристальное внимание с начала 90-х годов. Тогда Правительство пыталось вывести с рынка криминализированные структуры. Позже, все новые реформы были направлены на то, чтобы упорядочить деятельность существующих охранных предприятий и повысить профессиональный уровень работников этой сферы.

Несмотря на все изменения в законодательстве, ЧОПы в Верхнекамье работают стабильно. Сегодня в Березниках зарегистрировано 19 частных охранных предприятий. Эта цифра практически не менялась в последние годы. В Соликамске количество ЧОПов растет. Сейчас их 9.

Я БЫ В ПАРТИЮ ПОШЕЛ...

В России испокон веков повелось, что политика — это бизнес, бизнес — это политика, и вообще, эти вещи практически срослись между собой. Достаточно взглянуть на состав фракции «Единая Россия» в Госдуме РФ: в парламентских креслах скромно обосновалась целая когорта мультимиллионеров из российского списка журнала «Форбс»...

Крупный бизнес выступает полноправным политическим игроком не только в федеральных, но и в региональных политических процессах. Бизнесмены руководят региональными отделениями партий, баллотировываются в депутаты законодательных органов различного уровня, занимают ключевые позиции в органах исполнительной власти. И даже частные предприниматели, которые не торопятся строить политическую карьеру, все чаще задумываются о вступлении в партию, выбирая между «правыми» и «левыми».

Пермский край — не исключение. Большинство кресел в законодательном собрании занимают промышленники, строители и сырьевики. Среди народных избранников — топ-менеджеры градо- и регионообразующих предприятий. Более половины из них избирались в ЗС от региональных отделений политических партий, и даже депутаты-«одномандатники» в большинстве своем имеют партийный статус.



Евгения ПАНТЕЛЕЕВА, ep.delons@gmail.com

Инструмент для бизнеса

Зачем в партию идет крупный бизнес, в общем-то понятно: без партбилета сегодня не попасть в парламент, который гарантирует политическую защиту от разнообразных угроз, хорошо знакомых любому российскому предпринимателю. Вдобавок, открывает перед представителями бизнеса двери в высокие кабинеты и дает им возможность лоббировать собственные бизнес-интересы.

Но зачем вступают в партию представители малого и средне-

го бизнеса — вопрос куда более интересный. Судя по количеству предпринимателей в составе территориальных законодательных органов, мотив «попасть во власть» не является для них основополагающим. Зато в списках местных партийных отделений бизнесменов предостаточно, но большинство из них не проявляют особой политической прыти, предпочитая оставаться рядовыми членами партий. Какие цели преследуют бизнесмены Березников и Соликамска, вступая в партию?

Из 25 депутатов Соликамской городской думы только трое являются индивидуальными предпринимателями, в нынешнем составе Березниковской городской думы бизнесменов и вовсе нет.



Василий Цыганов,
компания
«Чистый город»
(г. Соликамск):

— В «Единую Россию» я пришел два года назад. Вступил по личному убеждению, поскольку считаю, что предпринимателям надо вступать в партию. Партия формирует мнение большинства. Вступая в нее, ты участвуешь в формировании общественного мнения.

Еще Маркс сказал: «Невозможно жить в обществе и быть свободным от него». Человек, особенно тот, который занимается бизнесом, должен определиться, какой позиции он придерживается. И он должен иметь возможность эту позицию озвучить, защитить. Партия в этом случае выступает своеобразным рупором.

Наконец, партия — это промежуточное звено, которое помогает наладить диалог между бизнесом и властью. Развитие собственного дела, решение сложных проблем на определенном этапе невозможно без политической помощи.

Сергей Самошкин,
компания «Строй-Гарант+», «Топаз-авто», член местного политсовета
«Единая Россия»
(г. Соликамск):

— Партия может реально помочь, если от нее что-то зависит. Собственно, поэтому большинство предпринимателей выбирают партию власти. Хорошо это или плохо, но сегодня «Единая Россия» — единственная реальная сила на политической арене страны.

Нужно ли вступать в партию — этот вопрос каждый для себя решает сам. Мотивы у каждого свои. Кто-то ищет единомышленников. Кто-то видит в партии инструмент для достижения своих целей.

Начинающим предпринимателям партия может оказать определенную поддержку и содействие. Достигнув определенного уровня, предприниматели заинтересованы в использовании административного ресурса, и в этом им тоже может быть полезна партия.

Членство в партии — это пиар себя и своего дела как в глазах населения, так и в глазах городских властей. Местные отделения партий проводят городские акции. Предприниматели могут подключиться к организации, сами поучаствовать в мероприятиях, оказать посильную помощь. Их репутация от этого только выигрывает.



Олег Хавин,
ООО «Алмаз» (г. Березники):

— В партию я вступил в 18 лет, в 20 уже возглавил местное отделение партии ЛДПР. Семь лет назад я начал вести свой бизнес. Партия дала мне узнаваемость, к тому времени я был знаком со многими людьми, это, несомненно, помогло в развитии своего дела.

У нас много предпринимателей в партиях. Малый бизнес сильно ущемлен в правах. К сожалению, сплошь и рядом встречаются нарушения со стороны власти. Простому человеку очень трудно с жалобой добраться до верхушки «вертикали власти». Партия помогает начать разбирательство с верха.



Весомый вклад

Декларируя «помощь и поддержку» малому бизнесу, партии не скрывают свой корыстный интерес. Как правило, предприниматели добровольно помогают партии финансами. Причем, основная работа ведется не на высшем уровне, а «на местах». Судя по официальной отчетности тех же «единороссов» за пять лет, с 2006 по 2010 годы, партия власти собрала на членских взносах 0,5 млрд рублей, еще 1,6 млрд подкинуло государство. Частные жертвователи принесли в партийную кассу 6 млрд руб.

Большая часть этих денег, как пишут «Ведомости», идет из региональных фондов поддержки «Единой России». У каждого фонда — свои методы работы с сочувствующими делу партии. В 2007 году, к примеру, в интернете появился отсканированный бланк письма секретаря политсовета «Единой России» Кемеровской области Геннадия Дюдяева. В письме г-н Дюдяев предлагал бизнесменам добровольно перечислить 1,3 млн руб. в фонд поддержки «ЕдРа». Отказ в финансовой помощи Дюдяев расценивал

**С 2006 по 2010
годы партия
власти собрала
на членских
взносах 0,5 млрд
рублей, еще 1,6
млрд подкинуло
государство.
Частные
жертвователи
принесли в
партийную кассу
6 млрд руб.**

как «отказ в поддержке президента В.В. Путина и его созидательного курса».

Партячейки Березников и Соликамска к столь радикальным мерам не прибегают, хотя от спонсорской помощи не отказываются.

Владимир Таганкин,

руководитель соликамского отделения КПРФ:

— Нам интересен бизнес, как часть общества, причем довольно активная часть. Проводя различные мероприятия, мы обращаемся за помощью к предпринимателям и, как правило, находим точки соприкосновения. Но, сказать честно, на местном уровне мы мало чем можем помочь представителям бизнеса. Предприниматели — неоднозначная категория людей. С одной стороны, у них сильные организационные и материальные ресурсы, с другой, предприниматели ориентированы в первую очередь на решение своих собственных проблем. КПРФ сейчас интересна тем предпринимателям, которые по каким-то причинам не готовы «дружить» с партией власти. Ими движут два убеждения: так дальше жить нельзя, и с этим надо что-то делать.



КПРФ сейчас интересна тем предпринимателям, которые по каким-то причинам не готовы «дружить» с партией власти. Ими движут два убеждения: так дальше жить нельзя, и с этим надо что-то делать.

Среди бизнесменов много тех, кто критически настроен не только по отношению к «Единой России», но и вообще к политике.



Николай Федосеев,

руководитель соликамского отделения партии «Единая Россия»:

— «Единой России» интересны все люди, независимо от возраста, пола, образования, профессии, социального положения и т.д. В местном отделении Соликамска представлены все социальные слои и категории. Примерно 8-10% от их числа — предприниматели. Главное, чтобы человек вступал в партию с

желанием делать что-то полезное для общества.

Партия, привлекая малый и средний бизнес в свои ряды, может повлиять на решение многих актуальных проблем. Вопросы занятости, наполнение потребительского рынка, в том числе и рынка услуг, сервиса, ЖКХ. Много и других чисто практических вопросов. Например, представители бизнеса помогают при проведении партийных мероприятий, оказывают спонсорскую помощь, содействуют в благотворительных акциях.

Точек соприкосновения у нас немало. В основном работа ведется через тех членов партии, которые сами причастны к предпринимательству, как говорится, «варятся» в этой среде, знают проблемы и возможности малого и среднего бизнеса.

Среди бизнесменов много и тех, кто критически настроен не только по отношению к «Единой России», но и вообще к политике. Зачастую действия или бездействие властей, бюрократизм чиновников, несовершенство существующих законов те же предприниматели связывают с правящей партией. Это верно лишь отчасти, поскольку партия сама борется с бюрократизмом, коррупцией, нарушением прав человека, другими негативными явлениями. И если что-то не срабатывает в верхах, теряется доверие и к партии, как к институту власти. Тут все взаимосвязано...

Параллельным курсом

Что же получается? Партии встречаются предпринимателей с распростертыми объятьями, да и многие бизнесмены указывают на выгоды, которые дает членство в партии. Но в массовом порядке вступать под партийные знамена все-таки не торопятся.

Одни не идут в партию, потому что не готовы брать на себя дополнительную нагрузку. Такие ограничиваются статусом «сторонников» — поддерживают партию, голосуют за нее на выборах, принимают участие в ее акциях, оставаясь беспартийными.

Другим мешают воспоминания о коммунистической диктатуре советского прошлого. Свободолюбивые по натуре, предприниматели не выносят навязывания политической программы, они привыкли думать сами. Перспектива подчиняться партийной дисциплине останавливает их от вступления в партию.

Евгений Дмитриев,

руководитель соликамского отделения ЛДПР:

— В нынешнее политизированное время малый и средний бизнес проявляет активный интерес к партиям и их программам. Анализируя целевую аудиторию бизнеса, можно сказать, что от них поддержку мы стали ощущать чаще. Предприниматели вступают в партию, если им импонирует партийная программа. Партия и ее программа, в свою очередь, предусматривает продвижения интересов предпринимателей для их развития.

Привлекая малый и средний бизнес в свои ряды, мы можем расширять свое влияние и корректировать программы.



Третьи придерживаются позиции, что каждый должен заниматься своим делом. Бизнес должен оставаться бизнесом, а не лезть в политику, продвигая партии левых, правых, красных или белых.

Наконец, есть и те, кто об этом просто пока не думал — у любого бизнесмена и без партий забот хватает.

Любопытно, что и сами партии не спешат агитировать предпринимателей вступать в свои ряды. То ли потому, что хлопот с бизнесменами куда больше, чем с пенсионерами, бюджетниками и интеллигенцией. То ли главными причинами интереса партий к предпринимателям остаются «посильная помощь» и добровольные пожертвования...

Андрей Галкин,
компания «Страна подарков» (г. Соликамск):
— Я вступать в партию не хочу и не буду. Во-первых, не вижу сегодня партии, которой бы верил, и в которую мне хотелось бы вступить. А во-вторых, членство в партии — это всегда какие-то обязательства. Я к этому не готов, и заниматься партийной работой мне некогда.



Максим Воропанов,
«Автотехцентр АССА» (г. Березники):
— Я ни разу не получал от партий предложений влиться в их ряды, хотя с просьбой «помочь материально» ко мне обращаются частенько. Над вопросом «А не вступить ли мне в партию?» я всерьез думал, взвешивал все за и против, оценивал разные партии. Выборто, если честно, невелик. Карьерой я не озабочен, поэтому в «Единой России» мне делать нечего. Симпатична ЛДПР — в этой партии много умных, грамотных людей, юристов, экономистов, историков... Но я не разделяю манеры поведения их лидера. Других ярких партий на нашей политической арене я не вижу. А сейчас, накануне выборов, и вовсе не время для принятия таких серьезных решений, как вступление в партию. Слишком все нестабильно и непредсказуемо.

Сейчас, накануне выборов, и вовсе не время для принятия таких серьезных решений, как вступление в партию. Слишком все нестабильно и непредсказуемо.

СЕТЬ ТОРГОВО-ДОСУГОВЫХ ЦЕНТРОВ «БИСМАРК» Г. СОЛИКАМСК

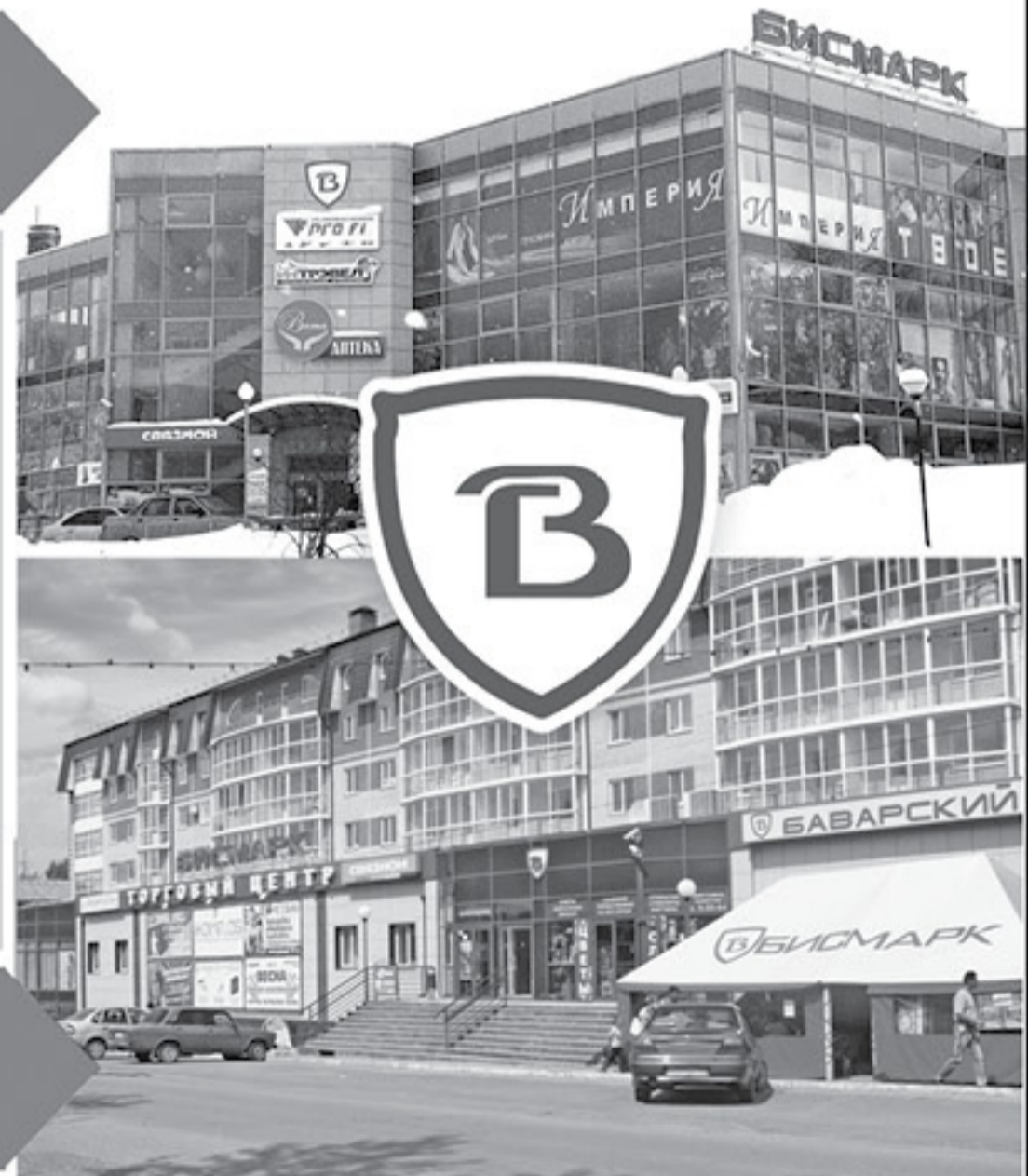
БИСМАРК-1
ул. 20-л. Победы, 99а
торговые площади

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ АРЕНДАТОРОВ

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

- расположение на центральных улицах в северной и южной частях города
- удобные подъездные пути, парковки
- гибкий подход к каждому клиенту

БИСМАРК-2
ул. Северная, 46
торговые и офисные площади



(34253) 7-23-23 • 8 902 47 92 481 • 8 902 47 55 681



Олег ПОЛЯКОВ:

«Району нужен малый бизнес»

Приятно иметь дело с человеком, у которого слова не расходятся с поступками. Год назад руководитель Ассоциации добросовестных перевозчиков Соликамска, организатор и председатель некоммерческого партнерства «Эколог Групп» Олег ПОЛЯКОВ в интервью журналу «Дело НС» заявил, что собирается попробовать свои силы в политике. Сегодня он уже «рулит» Соликамским районом.

Ксения ДУТЛОВА, kdutlova@gmail.com

— Олег Иванович, Вы занимаетесь пассажирскими перевозками, вывозом мусора, управляете коллективом в шестьсот человек, строите торговый центр, у Вас крупный бизнес в Свердловской области. Объясните, зачем успешному предпринимателю становится чиновником, пусть и такого высокого ранга?

— У нас коллективное сознание какое: если предприниматель полез во власть, значит, у него обязательно есть какой-то свой меркантильный интерес. Что-то он хочет украсть, какие-то префе-

ренции своему бизнесу выхлопотать. Но я вам так скажу: для этого вовсе не обязательно становиться чиновником. Проще и выгоднее делегировать во властные структуры своих людей.

Невозможно человека, у которого за плечами успешный бизнес, мотивировать деньгами к тому, чтобы стать чиновником. Тут совсем другие стимулы включаются. Кто-то хочет доказать себе и другим, что ему и это по плечу, а кто-то идет в политику, по-

тому что в своем бизнесе достиг определенных высот и теперь хочет быть чем-то полезным для своего города, района. Многие бизнесмены с возрастом достигают такой планки — себя и свою семью они уже обеспечили, можно и об обществе поработать. Когда начинаешь думать о том, что можно сделать для других — значит ты «созрел».

Кстати, даже Олег Чиркунов в каком-то интервью говорил, что приветствует, когда у чиновника есть опыт работы в бизнесе: «Я сам лично волновался бы, если бы не обеспечил семью, прежде чем пойти в губернаторы». Я с ним в этом полностью согласен.

Власть — это ресурсы и полномочия. Человек, обладающий знаниями и опытом, привыкший мыслить категориями эффективности, сумеет правильно распорядиться этими ресурсами и получит результат. Лично у меня — вот такая мотивация.

— Вы сейчас получили возможность взглянуть на проблемы взаимоотношения бизнеса и власти с другой стороны. Как вы считаете, в чем корни взаимного непонимания?

— Бизнес и власть, к сожалению, часто говорят на разных языках. В администрации люди имеют дело с документами, они на этом собаку съели. А предприниматели у нас в массе своей неподготовленные, неграмотные, составить юридически правильный документ для них — уже определенная сложность. И вот одни тратят нервы на объяснения — что и как нужно переделать, а вторые проклинают чиновников-бюрократов за вредность и волокиту.

Второй момент — это отношение к рискам. Чиновник никогда не возьмет и даже части тех рисков, которые возьмет на себя бизнесмен. Для чиновника самый мощный ресурс — его место. Бизнесмен, как правило, рискует только деньгами. А деньги всегда можно заработать. Чиновник же рискует всей своей карьерой.

— Что из Вашего предпринимательского опыта пригодились для работы в должности главы района?

— Все пригодились, целиком и полностью. Опыт, знания, нацеленность на результат. И в первую очередь — умение общаться с людьми. У любого предпринимателя это в крови. Если не умеешь выстраивать отношения, пытаешься сам забежать во все двери — беги, но двери в любой момент могут захлопнуться. И тогда уже ничего не добиться. А еще — никогда не выкидывайте записную книжку.

— Тем не менее, известно немало примеров, когда успешные в бизнесе люди, придя к власти, терпят фиаско, не могут реализовать себя. Отчего так происходит?

— Многие предприниматели — индивидуалисты. Они в бизнес уходят, потому что хотят просыпаться без будильника и работать без начальника. А здесь система — как в армии: начальник всегда прав. Если начальник не прав, смотри пункт первый.

Изменить систему невозможно — нужно искать компромисс. Неважно, что ты пришел со свежими мыслями, нельзя просто взять и прервать процесс, который был выстроен до тебя. Нужно его вначале принять, самому подстроиться под него. А уже потом, постепенно, пробовать внедрять свои идеи.

Нельзя сходу увольнять людей — они же исправно работали. Нужно выстраивать с ними партнерские отношения, продумать мотивацию. Больше ничего выдумывать не надо.

— Вы бы хотели, чтобы в руководство района пришли работать другие предприниматели?

— Допустим, человек смог выстроить эффективный бизнес, но достиг какого-то потолка, выше которого ему трудно подняться, но амбиции еще не удовлетворены. Для такого предпринимателя работа в администрации — определенный рост и испытание. Потому что здесь все твои дела — на виду. Виден любой прокол. Если человек понимает всю ответственность, я буду рад видеть его в своей команде. Кстати, в земском собрании района больше половины депутатов — предприниматели.

— Нужен ли малый бизнес Соликамскому району?

— Только малый бизнес там и нужен. Любое мало-мальски успешное фермерское хозяйство для села значит не меньше, чем градообразующие предприятия. СПК «Северный» — малый бизнес, но для района он — что-то вроде «Уралкалия». И я считаю, если мы хотим сохранить район, чтобы люди стремились там жить, строили дома, рожали детей, нужно всеми силами поддерживать предпринимателей, которые решили заниматься сельским хозяйством. Другие сферы бизнеса там менее перспективны. Лесом заниматься выгодно, но лесодобыча имеет смысл до тех пор, пока есть дороги, коммуникации. А с этим на селе сами знаете как...

— Вы будете что-то предпринимать, чтобы привлечь в район малый бизнес?

— Нельзя зазывать людей в чистое поле. Ты создай условия, организуй благоприятную среду — бизнес сам прибежит. А лучше — никого со стороны не привлекать, а поддерживать тех, кто сегодня уже живет в районе. Донести до них возможности существующих программ поддержки, выступить посредником, что-то для них пробить. Заразить людей энергией, помочь им поверить в себя. Они сами все сделают!

Евгений ФРИДМАН:

«Чем нас больше, тем сложнее от нас отмахнуться»

Предприниматели тем временем предпочитают улаживать дела самостоятельно, по принципу «спасение утопающих — дело рук самих утопающих». Правда, в последнее время все чаще звучит мысль о необходимости консолидировать усилия, создавать отраслевые союзы, ассоциации и независимые общественные объединения.

Один в поле не воин, — уверен руководитель Совета Пермского регионального отделения общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА России» **Евгений Фридман**. — Чтобы с предпринимателями начали считаться, им нужна организация, способная профессионально отстаивать интересы бизнес-сообщества — эдакое лобби от малого и среднего предпринимательства. Например, такая, как сама ОПОРА.

— Евгений Михайлович, объясните для начала — что такое «ОПОРА России», чем принципиально отличается она от других организаций, декларирующих заботу о малом бизнесе?

— «ОПОРА России» — независимая некоммерческая общественная организация, созданная девять лет назад, 18 сентября 2002 года. Наша главная цель — способствовать объединению предпринимателей. Малый бизнес в России разобщен и не представляет из себя организованной силы. Предприниматели не могут сформулиро-

Риторики вокруг малого предпринимательства в России всегда было предостаточно. Только ленивый чиновник не говорит про помощь государства малому бизнесу. Не осталось ни одной политической партии, которая не имела бы в своем портфеле соответствующей программы содействия предпринимательству. И те, и другие не упускают случая «пропиариться», рассказывая, как решаются проблемы бизнес-сообщества. Дальше разговор дело заходит редко...

вать общую позицию по многим вопросам. Их действия не согласованы. Поэтому с таким скрипом принимаются «правильные» законы о малом бизнесе, так ничтожна государственная поддержка, так часто попираются права предпринимателей.

Собственно, в этом наше отличие от других организаций: мы не берем на себя смелость решать — что будет лучше для малого бизнеса. Мы помогаем предпринимателям объединяться для защиты своих законных интересов, предоставляем им рычаги влияния, транслируем их позицию на всех уровнях — от муниципалитета до высшего руководства страны. ОПОРА — такой коллективный рупор: чем нас больше, тем мы слышней, тем сложнее от нас отмахнуться.

— Все это очень похоже на политическую программу. ОПОРА планирует выйти на политическую арену, стать партией предпринимателей?

— Давайте договоримся о терминах. Политика — это бизнес. Любая политическая партия — это определенный бизнес-процесс: есть некая элита, верхушка, в интересах которой действует партия, и есть рядовые члены, играющие роль массовки. ОПОРА никогда не станет партией, потому что у нее принципиально другие задачи — выражать интересы и помогать именно рядовым членам организации.

Этой концепции ОПОРА придерживается давно, еще с 2003 года. Отчасти потому, что некоторые «единороссы» на местах, в том числе и у нас в регионе, начали заявлять, что ОПОРА — филиал «Единой России». Ничего подобного. Если бы мы стали чьим-то политическим проектом, это означало бы гибель для организации.

При этом ОПОРА придерживается принципов прагматического плюрализма — мы готовы дружить со всеми, кто готов нам помогать, в том числе и с политическими партиями,

если они могут быть нам чем-то полезны.

— Можете привести конкретные примеры, когда деятельность ОПОРЫ оказала реальную помощь малому бизнесу?

— Ну, например, отмена обязательного применения контрольно-кассовых аппаратов для плательщиков ЕНВД — это сделала ОПОРА. Дальше — с 15 до 5% снижена ставка налога для предприятий, работающих по упрощенной системе налогообложения. Мы продавили это решение на федеральном уровне, а Законодательное собрание края определило сферы бизнеса, на которые распространяется снижение. Вообще по налогам работа ведется постоянно: в этом году ОПОРА добилась снижения налогового бремени по ЕСН до 16-20% для малого бизнеса с 1 января 2012 года. И мы планируем добиться еще более значительного снижения налогов.

Второй момент — это экспертиза законопроектов, связанных с малым и средним бизнесом. Сегодня любой документ федерального значения, касающийся малого предпринимательства, проходит экспертизу ОПОРЫ.

Мы участвуем в формировании программ развития, как на уровне Правительства РФ (работаем с Минэкономразвития), так и на уровне регионов и муниципалитетов. Лоббируем интересы бизнеса, помогаем определить «болевы точки», которые нуждаются в бюджетном финансировании, и стараемся включить их в программы поддержки предпринимательства. Сегодня это может быть субсидирование процентной ставки, завтра — какие-то меры по поддержке производственных предприятий, к примеру, софинансирование энергоподключения.

При активном участии ОПОРЫ был принят совершенно прорывной, на мой взгляд, 294-й ФЗ, запротививший контрольно-надзорным

органам совершать внеплановые проверки малого бизнеса в течение первых трех лет существования предприятия. У ОПОРЫ заключены соглашения с прокуратурой, МВД, УФАС, Роспотребнадзором (причем они есть и на федеральном, и на региональном уровнях). То есть, стоит задача к концу 2011 года выстроить стратегию деятельности сообщества таким образом, чтобы контролирующие органы перестали «кошмарить» бизнес, чтобы соблюсти балансы предпринимателей и потребителей, чтобы со своей стороны тоже контролировать добросовестность бизнеса.

Была пара случаев, когда с подачи ОПОРЫ лишались своих постов руководители структур МВД, которые помогали, за определенную плату, решать бизнес-проблемы конкурирующих сторон. После нескольких громких уголовных дел, подобная «помощь» прекратилась.

— Какие задачи сейчас стоят перед ОПОРОЙ?

— В данный момент основная задача — стать самой массовой общественной организацией малого бизнеса. Сейчас в составе ОПОРЫ действует 80 региональных отделений — от Калининграда до Камчатки. Общее число предпринимателей, которые так или иначе задействованы в ОПОРЕ — около 400 тысяч человек. Мы намерены увеличить эту цифру по меньшей мере вдвое. В масштабах Пермского края — максимально глубоко продвинуться вглубь региона, создать местные отделения, чтобы мы могли услышать каждого предпринимателя, и он мог услышать нас. В Березниках отделение ОПОРЫ появилось год назад, в Соликамске мы планируем открыться к концу августа — началу сентября. Когда оба отделения заработают в

Чтобы вступить в ОПОРУ России, свяжитесь с отделениями организации. В Березниках отделение возглавляет **Станислав Шубин** (главный редактор телеканала «Астер»). Телефон ОПОРЫ в Березниках — (3424) 29-01-45. В Соликамске заявления о вступлении можно оставлять в редакции «Дело НС» (ул. Советская, 56/2, оф. 22, тел. (34253) 7-06-16).



Президент ОПОРЫ Сергей Борисов предложил объявить малый бизнес одним из приоритетных национальных проектов.

полную силу, мы получим синергетический эффект.

— Зачем нужно наращивать численность организации?

— Во-первых, это создаст мощнейшую экспертную площадку для изучения проблем и возможностей для малого бизнеса в каждом регионе страны. Раз в два года ОПОРА проводит масштабное исследование предпринимательского климата в России, так называемый «Индекс ОПОРЫ». Нам нужны респонденты, чтобы выводы и прогнозы, которые мы делаем, максимально выражали интересы бизнеса.

Во-вторых, большая численность — это сила. Когда мы на федеральном уровне пытаемся заблокировать какой-то закон ли наоборот провалить, и при этом за нами стоят сотни тысяч соратников, нам проще доказать свою правоту.

— Почему предприниматели нужны ОПОРЕ — понятно. А чем ОПОРА может быть полезна предпринимателю?

— Мы выделили четыре основных формата, чем мы можем быть полезны предпринимателям.

Первое — это юридическая защита, своего рода «свисток». Когда тебе угрожают, ты свистишь погромче, и к тебе прибегают на помощь. Второе — это площадка для общения. Достигнув определенного уровня, предприниматель начинает нуждаться в

информации для саморазвития или развития своего бизнеса. У нас он может ее получить, может поделиться своими знаниями с другими, добиться признания среди своих коллег.

Третье: если предприниматель хочет как-то политически себя реализовать, баллотироваться в органы местного самоуправления, в законодательную власть, мы всеми силами будем его поддерживать. Такие предприниматели уже сегодня есть в Пермском крае. Некоторые стали депутатами Пермской Думы и сейчас помогают нам в законодательных аспектах, лоббируют наши интересы. То есть, получается такое взаимовыгодное сотрудничество.

Наконец, мы имеем возможность оказывать финансовую поддержку. Но не в прямом смысле: не просто даем деньги, а имеем колоссальную коммуникацию с различными фондами, можем сориентировать предпринимателя, где, из каких источников он может привлечь дополнительные финансовые ресурсы, помогаем получить эти гранты. Например, ОПОРА сотрудничает с Российским банком развития, мы работаем со «Сколково», с Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере Ивана Бортника. Есть такой фонд, ориентирован-

ный на поддержку начинающих компаний, существующих не более двух лет, чья годовая выручка не превышает 300 тыс. рублей. В рамках программы фонд безвозмездно выделяет предприятиям, создающим инновационные ниши, три миллиона рублей.

И вот эти четыре формата — защита, самореализация, политическая карьера и финансовые возможности — выделены в четыре группы, каждый предприниматель, вступая в ОПОРУ, может выбрать то, что для него важнее. А может и сразу всеми возможностями воспользоваться.

Есть еще одна важная задача, которую наша организация ставит перед собой, и которое может быть интересно для Березников и Соликамска. Это «распаковка» крупных компаний. Возьмите любое градообразующее предприятие в Верхнекамье. Они все практически закрыты для внешнего мира. Конечно, они передают часть функций небольшим аутсорсинговым компаниям, но это все драмтеатр: большинство аутсорсеров фактически являются карманными структурами компании-гиганта. Наша задача — сделать так, чтобы малый бизнес имел доступ к технологическим картам крупных предприятий, мог предложить им какие-то новые форматы для сотрудничества.

Есть такая история: Джордж Буш-старший, будучи президентом США, летел в самолете, и ему налили чай из супермодного чайника. Президент поинтересовался — сколько стоит такой чайник? Ему ответили — 3 тысячи долларов. Он обалдел: почему так дорого? Секретарь объяснил: мол, оборонный заказ, специальная разработка...

Тогда Буш распорядился разместить заказ на изготовление аналогичных чайников на открытом рынке. Через две недели какая-то фирма прислала свои предложения: стоимость чайни-

ка составила 100 долларов. С тех пор даже Пентагон стал передавать в руки частных компаний отдельные составляющие тылового, технического и оперативного обеспечения. Не говоря уже о корпорациях мирового масштаба, которые не имеют своих предприятий по сборке и производству — все передано на аутсорсинг. И мы видим насколько они впереди конкурентов.

— Это пока в проектах или что-то в этом направлении уже делается?

— В феврале текущего года ОПОРА приступила к реализации форсайт-проекта «Развитие малого и среднего предпринимательства до 2020-2040 гг.». Пермское отделение входит в число тех, кто пишет этот проект. Мы моделируем схему и делаем прогноз развития малого и среднего предпринимательства на десятилетия вперед. Но, в отличие обычных исследований, мы пытаемся спрогнозировать не то, что будет, исходя из сегодняшних реалий, а как прийти туда, куда мы хотим. На основе таких форсайт-проектов пишутся «дорожные карты» — инструкции по развитию малого и среднего бизнеса, которым мы будем следовать в будущем. Партнерство с крупным бизнесом станет одним из важнейших направлений. У нас есть выход на топ-менеджеров корпораций, мы уже провели ряд переговоров, в том числе и с предприятиями Березниковско-Соликамского узла. Посмотрим, что из этого получится...

— Последний вопрос: каковы итоги встречи ОПОРЫ с представителями соликамской администрации по поводу бизнес-инкубатора. Есть какая-то конкретика?

— Скажем так, мы огорчились даже больше, чем ожидали. Для этого бизнес-инкубатора изначально была выбрана ошибочная концепция. Глубокая переработка леса — тема настолько сложная, ни один малый бизнес ее не вытянет... Во-первых, мы безнадежно

отстали по технологиям, во-вторых, здесь столько подводных камней, начиная с черных «лесорубов», которые преспокойно существуют в абсолютно незаконном поле, заканчивая высокой конкуренцией. Может быть, два-три года назад еще был шанс все это запустить. Сегодня надежда на успешную реализацию — это утопия.

Есть шанс сдвинуть проект с мертвой точки, но для этого нужно перепрофилировать его концепцию. Один из вариантов родился в ходе визита — создание производства грибной-ягодной-овощной продукции (переработка, заморозка, соление, сушение). Продукты питания — это всегда перспективный бизнес, к тому же прозрачный формат сбыта (не надо искать никакие западные компании, которые, возможно, когда-то приедут и купят наш лес), достаточно простая логистика, высокий уровень занятости. Можно привлекать начинающих предпринимателей из числа субсидиантов по линии центра занятости, получивших по 58 тысяч на открытие бизнеса. Они могут создавать небольшие ИП по сбору грибов и ягод. У бизнесов в сфере переработки достаточно высокая добавочная стоимость. Создав определенные условия, можно сформировать кластер малых предприятий, которые будут развиваться и конкурировать между собой, повышая качество продукции, расширяя ас-

сортимент и т.д. К тому же вокруг этого бизнеса могут создаваться предприятия сопутствующего профиля — от производителей упаковки до рекламных агентств. Плюс — пиар территории за счет

За 10 лет своей деятельности ОПОРА выстроила отношения с органами местного самоуправления, региональными администрациями и федеральным правительством. Нас знают, потому что мы решаем конкретные проблемы малого бизнеса.

создания местного бренда. Тем самым мы привлекаем туристический бизнес и т.д.

Мы озвучили свои выводы и администрации Соликамска, и в краевом министерстве развития предпринимательства. Сейчас готовим письменное заключение по итогам нашего общественного контроля. В ближайшие недели-две представим его министру и губернатору. Надеемся, нас услышат.



В пустующих цехах Соликамского бизнес-инкубатора можно организовать производство грибной-ягодной-овощной продукции.

**Круизы****Исландия****Санкт-Петербург****Испания**

«ОСА-tour»:

ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ВЗЛЕТ



Туризм считается отраслью с чрезвычайно высокой конкуренцией. По статистике, восемь из десяти новых турагентств закрываются в течение первого года, и только два из пятидесяти добиваются значительных успехов. Березниковское агентство «ОСА-tour» явно относится к числу победителей.



ших времен. Но вы же меня знаете — я буду не я, если остановлюсь на полпути.

О пользе нетворкинга

Вопреки советам и предостережениям, молодое агентство начало продвигаться на рынок, причем повело себя очень активно. Первым делом был создан функциональный сайт www.osa-tour.perm.ru с массой сервисов для клиентов. Это позволило привлекать клиентов из других регионов — сейчас путевки в «ОСА-tour» бронируют туристы из Пензы, Самары, Краснодар, Екатеринбурга, Перми и даже Москвы и Санкт-Петербурга.

Заклучив прямые договоры с ведущими туроператорами, Светлана Обоянская наведлась в их головные офисы, чтоб лично познакомиться и наладить контакт со всеми менеджерами-кураторами.

— В туризме практически все завязано на конкретных людях, — объясняет она. — У любого оператора сотни агентств-дистрибьюторов. Менеджер, отвечающий за направление, ежедневно обрабатывает десятки заявок от агентств, работающих по всей стране. Если твое агентство будет для него одним из многих, нет никаких гарантий, что твою проблему решат незамедлительно. Это риск. А риски нужно минимизировать.

Так же прилежно Обоянская посещает все туристические выставки, семина-

ры и воркшопы. Их формат идеален для выстраивания отношений с коллегами, представителями принимающих компаний, менеджментом отелей и сервисных компаний.

На крыльях «Пегаса»

Усилия оправдались очень скоро: уже спустя год после запуска «ОСА-tour» отправляло на отдых более 100 туристов ежемесячно. Еще через несколько месяцев оно вошло в цепочку агентств, пользующихся повышенной комиссией, и смогло выдерживать самую жесткую ценовую конкуренцию. В ноябре 2010 года «ОСА-tour» стало фирменным офисом федерального туроператора «Пегас Туристик». Совсем недавно, на ежегодном собрании агентств-партнеров, турфирма из Березников была названа одним из ведущих по рейтингу продаж франчайзинговых партнеров «Пегаса» в Пермском крае...

— Статус фирменного офиса «Пегас Туристик» — это новый уровень и новые перспективы, особенно в свете последних законодательных инициатив, — отмечает Светлана Обоянская. — В июле Госдума приняла в первом чтении поправки в Закон «Об основах туристической деятельности в РФ», в результате которых агентства станут работать «от имени и по поручению» туроператоров. Создаются условия, при которых оператор будет должен очень внимательно выбирать розничных партнеров, чтоб защитить себя и своих клиентов от нечистоплотных и непрофессиональных посредников. Самый очевидный путь — формирование фирменной розницы из числа уполномоченных агентств. Оператор просеивает свою партнерскую базу и заключает договоры только с проверенными и предска-

— Мы открылись в сентябре 2008-го, — рассказывает директор «ОСА-tour» Светлана Обоянская, — как раз начали раздаваться первые звоночки кризиса. Туристов стало меньше, операторы сократили полетные программы, конкуренты пустились в жесткий демпинг... Многие тогда советовали мне сосредоточиться на уже раскрученном бизнесе (Обоянская с 1994 года руководит салоном элитной кожгалантереи Stilissimo — прим. ред.), а туризм отложить до луч-

Спустя год после запуска «ОСА-tour» отправляло на отдых более 100 туристов ежемесячно. В ноябре 2010 года агентство стало фирменным офисом федерального туроператора «Пегас Туристик». Сегодня «ОСА-tour» — одно из лучших по рейтингу продаж франчайзинговых партнеров «Пегаса» в Пермском крае.





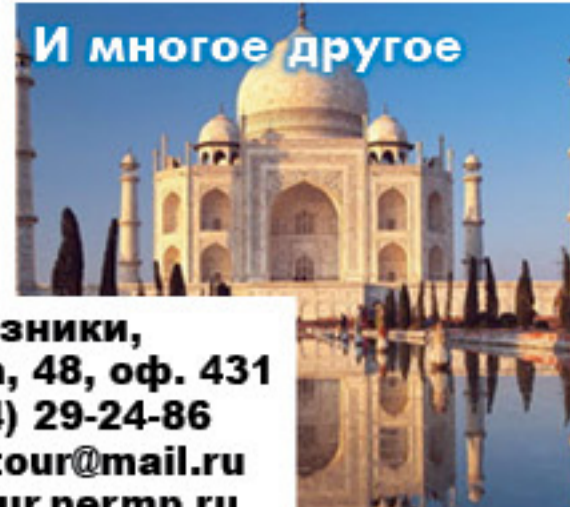
Детский отдых



Свадебные туры



На море



И многое другое

г. Березники,
ул. К. Маркса, 48, оф. 431
тел.: (3424) 29-24-86
e-mail: oca-tour@mail.ru
www.oca-tour.permp.ru

зубыми компаниями, которые уже на деле доказали свой профессионализм.

«Пегас» пошел этим путем еще до того, как думцы стали обсуждать законопроект. Он постепенно концентрирует сбыт (возможностей влиять на это у оператора предостаточно) в руках агентств-партнеров. Почти 40% туров «Пегаса» в Верхнекамье сегодня реализуются через его фирменные офисы. Думаю, дальше эта цифра будет только расти.

«Пятизвездочный» сервис

Несмотря на повышенные обязательства, которые накладывает «фирменный» пегасовский статус, он не лишает «OCA-tour» самостоятельности.

— Мы можем продавать продукты любого оператора, — говорит Светлана Обоянская. — Главный критерий — выгода и удобство для клиента. Это касается всего — от подбора тура до режима работы офиса (Кстати, «OCA-tour» — единственное агентство в Березниках, работающее без выходных, — прим. ред.).

Договоры с банками, предоставляющими потребительские кредиты — «Альфа-банком», «ОТП-банком», «Хоум Кредит энд Финанс Банком» — заключены уже давно. Сейчас мы подписали предварительные договоры по эквайрингу с банками «ВТБ24» и «Кредит Европа Банк». К сентябрю установим в офисе терминалы, и туры можно будет оплачивать не только наличными, но и картой.

Помощь в получении визы, покупка авиа- и железнодорожных билетов непосредственно в агентстве — эти услуги наши клиенты уже воспринимают, как нечто само собой разумеющееся.

Мы постоянно ищем новые, интересные маршруты. Например, мы начали отправлять туристов в красивейшие уголки Таиланда, когда у большинства россиян эта страна ассоциировалась исключительно с пляжами Паттайи. Китай я сама специально извездила вдоль и поперек, чтобы давать клиентам проверенную, исчерпывающую информацию из первых рук, а не отсылать их к интернету и каталогам. Испанию изучила досконально, за что получила от испанского посольства в России сертификат «специалиста по Испании».

Зато теперь, когда в Пхукет, Бангкок, Хайнань и Барселону можно долететь из Перми, желающих посетить эти

страны стало значительно больше, и мы чувствуем себя вполне уверенно. Какой отель выбрать, на какие экскурсии съездить, в каком ресторане попробовать настоящую «утку по-пекински», каким общественным транспортом воспользоваться — в «OCA-tour» туристам расскажут все до мелочей.

Яркие кадры

— Туризм больше, чем любой другой бизнес, зависит от людей, которые в нем работают, — говорит хозяйка «OCA-tour». — Нужно быть хорошим продав-

Несмотря на фирменный «пегасовский» статус, «OCA-tour» может продавать продукты любого оператора. Главный критерий — выгода и удобство для клиента. Это касается всего — от подбора тура до режима работы офиса.

Об их профессионализме говорит уже тот факт, что опытные путешественники, которые научились обходиться без помощи турагентств, такие же частые гости в «OCA-



цом, но умение продавать здесь уступает умению слушать и слышать, что хочет клиент, помочь ему получить желаемое.

Хороший менеджер турагентства — это психолог, друг и дипломат. Он никогда не будет советовать веселой молодой компании ехать в ОАЭ во время Рамадана лишь на том основании, что там тепло и недорого. Ему не придет в голову без каких бы то ни было комментариев продать путевку в Анталию на август маме с двухлетним ребенком. Он отговорит лететь в Дахаб пожилую пару, если супруги не увлекаются дайвингом.

Менеджер в туризме — это человек-оркестр, способный делать одновременно несколько разных дел: отправлять факс, отвечать на звонок, искать в компьютере информацию о туре, встречать приветливым жестом и улыбкой пришедшего посетителя... Ну и, разумеется, он должен быть компетентным, ответственным и любознательным. В «OCA-tour» работают именно такие менеджеры.

tour», как и любители пляжного отдыха по системе «все включено». Потому что здесь им предоставляют актуальные знания о стране, помогут подобрать самые удобные авиаперелеты с минимумом стыковок, при необходимости — найдут русскоговорящего гида в любом уголке планеты...

...Когда Обоянская придумывала название своему агентству, не мудрствуя лукаво объединила в аббревиатуру свои инициалы — «Обоянская Светлана Анатольевна». Получилось «OCA-tour», а логотип агентства украсила симпатичная оса. Недавно предпринимательница узнала, что оса служила эмблемой Наполеону Бонапарту. А древние греки считали ее символом неутомимой энергии, развития и победы. Случайное совпадение? Возможно. Но планы у березниковского «OCA-tour» поистине наполеоновские, а энергии и воли к победе его владелице не занимать. Так что очень скоро мы о них снова услышим, не сомневайтесь!

Богатых не любят везде. Но в России — особенно. На Западе успешных предпринимателей научились если уж не любить, то хотя бы уважать. У нас же ненависть к ним никто и ничто не сдерживает.

PR

ЗАРАБОТАТЬ ДОБРОЕ ИМЯ

Ксения ДУТЛОВА, kdutlova@gmail.com

Посмотрите любой отечественный фильм: там бизнесмен либо сволочь, либо прохиндей, либо бандит, либо бабник. И попробуй докажи, что экранный образ не имеет ничего общего с действительностью. Общественное мнение незыблемо: более 70% наших сограждан считают, что в России нельзя заработать деньги законным путем. А значит предприниматель по определению вор и мошенник.

Все позитивные моменты при этом отходят далеко на второй план. Бизнесмен создает рабо-

чие места? Наживается на чужом труде! Спонсирует городские мероприятия? Подлизывается к власти! Создание эффективного клиентоориентированного бизнеса в атмосфере недоверия и вражды со стороны этих самых клиентов представляется весьма непростой задачей...

Но что-то с этим все-таки нужно делать. Потому что покупатель голосует своим рублем за ту компанию и тот продукт, которые «приглянулись» ему в изобилии предложений. Претендентов на руку,

извлекающую этот рубль из кошелька, с каждым днем все больше. И главным инструментом конкурентной борьбы становится не пресловутое соотношение цены и качества, а умение привлечь внимание, подарить положительные эмоции, убедить в искренности намерений, вызвать доверие.

Пиар (англ. PR — сокращение от public relations — связи с общественностью) — деятельность, направленная на формирование общественного мнения о чем-либо (товаре, человеке, компании, событии).
www.wikipedia.org

Уровень потребления зависит не только от отношения к товарам или услугам предприятия, но и к самому предприятию, к его руководству. Поэтому бизнесу приходится выстраивать отношения с потребителями, заботиться о собственной репутации, делать что-то, что улучшит его имидж в глазах общества.

Все это в комплексе принято называть «пиаром».

Возможностями пиара широко пользуются политики, звезды шоу-бизнеса, производители товаров народного потребления — кто угодно, только не малый бизнес. Даже совершая что-то действительно важное и бескорыстное, о чем стоило бы знать окружающим, предприниматели по разным причинам не спешат афишировать свои общественно полезные деяния.

Значит ли это, что пиар не нужен малому бизнесу? Или бизнес просто не умеет его применять? С этими вопросами «Дело НС» обратился к предпринимателям Березников и Соликамска.



Николай Филиппов,
директор
ТЦ «Космос»,
г. Соликамск:

— Для себя я выделяю несколько видов

пиара и благотворительности.

Пиар — как инструмент для бизнеса. Вы целенаправленно раскручиваете бренд фирмы или товара, чтобы заработать деньги. В этом случае пиар (и благотворительность, как одна из разновидностей пиара) выступает частью рекламной кампании. Это современно, креативно. Это один из методов конкурентной борьбы, следовательно, вещь достаточно жесткая. К такому пиару у меня отношение, в целом, положительное.

Политический пиар я понимаю так: индивид хочет быть избранным куда-либо. В то, что он сидит и думает о том, чтобы посвятить себя служению народу, я не верю. Скорее цель — подстраховаться имеющийся бизнес или, опять же, заработать денег. Это естественно и опять же абсо-

лютно понятно. Как индивид будет сочетать работу на себя и служение народу, и насколько он искренен — пусть остается на его совести. Благотворительность в такой пиар-компании имеет привкус лицемерности, хотя в целом человек может быть хорошим.

Пиарить себя может амбициозный человек, который становится меценатом, чтобы потешить свое нехилое эго.

Последний вид пиара, который и пиаром-то не назовешь, — скромное, не афишируемое спонсорство. Так бывшие спортсмены помогают детскому спорту. Так помогают инвалидам, малоимущим. Люди делают это искренне и не стремятся к тому, чтобы их помощь стала достоянием обществу.

В ответе за всех

По данным опроса Фонда общественного мнения, 86% россиян одобряют благотворительную деятельность компаний. Несмотря на это, многие предприниматели предпочитают держать свое меценатство в тайне. Одни считают, что рассказывать о своей благотворительности аморально. Другие опасаются эффекта «очереди»: расскажешь об одном — набегут другие просители, а всем помочь невозможно, бюджет лимитирован. Начнут обвинять: этим, мол, помогаешь, а тем — нет...

Наши организации используют все виды пиара и благотворительности понемногу: от банера «Соликамск — мой любимый город» на фасаде ТЦ «Космос» до постоянной помощи спортсменам и инвалидам. Напишут об этом в СМИ или нет — для нас не принципиально.



Наталья Золотова, Березниковский центр недвижимости:

— Под пиаром я понимаю действия компании, повышающие

ее узнаваемость. От простой рекламы пиар отличается тем, что раскрывает индивидуальные, личностные качества компании и ее руководства — компетентность, профессионализм и т.д.

Нужен ли пиар малому бизнесу — вопрос спорный. Ес-

ли сравнивать затраты времени, сил, средств на разработку и осуществление пиар-мероприятий с полученными результатами, то результат не всегда оправдывает средства. Я имею в виду малый бизнес: тут задач и без пиара каждый день хватает.

Да, для агентства недвижимости имеет значение узнаваемый бренд, деловые качества руководителя, но все это нельзя просто пропиарить — нужно заслужить доверие, оправдать его. Бывает ведь с точностью да наоборот: пиар есть, а толку нет.

В небольших городах вроде Березников и Соликамска малый бизнес становится узнаваемым и без пиара. Стоит повесить вывеску, и через пару дней все будут знать, кто и чем решил заняться — сарафанное радио у нас работает лучше всякого пиара. А если ты предлагаешь качественные, востребованные, конкурентоспособные товары и услуги, острая необходимость в пиаре отпадает сама собой.

Иногда пиар используют для борьбы со слухами. Но к слухам я отношусь спокойно. Раз о тебе говорят, значит, ты, как минимум, жив. Зато потом, когда клиенты убедятся, что сплетники врут — какой будет эффект! Вот вам и пиар, причем бесплатно.

Проверка слуха

«Репутация — устоявшаяся сплетня», — этот афоризм американца Левинсона очень уважают отечественные специалисты по PR. Наши люди привыкли ставить под сомнение любые сведения, если они исходят из официальных источников, и безоговорочно верят самым невероятным слухам. Если учесть, что 52% населения нашей страны — пессимисты (данные опроса GlobeScan), понятно, что негативные слухи о компании распространяются гораздо быстрее, чем положительная информация. Борьба со слухами сложно, но можно. Разумные аргументы не помогут — нужно запускать контрслух. Только делать это нужно осторожно, ни в коем случае не упоминая сюжет первой сплетни — иначе доверие к ней только усилится. Отрицательное воздействие слуха можно уменьшить, скомпрометировав его автора — тогда и доверия к информации будет меньше. Если такового найти сложно, стоит «обнаружить» некоего врага компании, которая «распространяет ложную информацию и разрушает дружный коллектив». Важно, чтобы это была какая-то реальная личность, чтобы люди могли в нее поверить.



Анна Киселева,
маркетолог ав-
тоцентра
«Автобум»,
г. Березники:

— Мало-
му бизнесу пи-
ар, конечно,
нужен. Это ре-

путация компании, ее имидж. Но выделять пиар в отдельное направление, на мой взгляд, нецелесообразно. Пусть он будет составной частью маркетинговой политики компании. Мы создаем качественные товары или услуги, с помощью рекламы рассказываем об этом потребителю, а с помощью пиара формируем мнение о своих товарах и услугах.

Причем, пиариться можно не только спонсируя какие-то мероприятия. Способов повлиять на общественное мнение и без этого достаточно — в интернете и в прессе без труда можно найти готовые кейсы и идеи пиар-акций. А на имидж компании влияет в первую очередь работа всего коллектива и каждого человека в отдельности — от руководителя до рядового сотрудника, занимающего самую незначительную должность...



Даниил Шварёв,
компания
«Мир воды»,
г. Березники:

— Правильно организованный пиар-деятельность направлена не столько на си-

юминутный результат, сколько на достижение долгосрочных выгод. Многие путают пиар и рекламу. Но они преследуют совершенно разные цели: реклама хочет продать «здесь и сейчас», пиар — объясняет, выстраивает отношения.

Спонсорская помощь дает возможность быть на слуху, создает хорошее мнение о компании. Но заботиться об имидже компании нужно не только посредством «показных» мероприятий. Это задача для всего коллектива в целом. Потому что эффективность работы компании зависит и от того, как в ней строятся отношения меж-

ду людьми — это внутренний пиар. Имидж руководителя-бизнесмена складывается из личного имиджа и репутации его фирмы. Для бизнесмена чрезвычайно важно впечатление, которое он производит на людей, и то, как он подтверждает его своими поступками. Пиар руководителя — это составная часть пиара всего предприятия.

Технологически пиар в Березниках и Соликамске уже достиг определенного уровня. Проблема местных предпринимателей не в том, как себя пропиарить, как рассказать потребителю о стратегических планах и целях компании, а в том, чтобы сформулировать эти планы и цели.

Личные заслуги

В российском бизнесе масса примеров, как харизма и личные качества бизнесмена, владельца, лидера компании влияет на имидж компании в целом. Харизма руководителя повышает добавленную стоимость продукта. У бренда, за которым стоит яркий и нескудный создатель, больше шансов привлечь внимание потребителя. Талант, гипнотическое обаяние, экстравагантность и драйв, с которым руководители компаний предаются своему бизнесу, посылают сигнал, улавливаемый рынком. Между предпринимателями и конечными потребителями устанавливается эмоциональная связь.



Дмитрий Вашов,
агентство
путешествий
«Нужный адрес»,
г. Пермь:

— Пиар — это деятельность,

направленная на создание положительного имиджа компании для эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и общественностью. Компания стремится создать о себе мнение в обществе, которое состоит и из друзей, и из врагов, из клиентов и потенциальных партнеров. Так что, заниматься пиаром или нет — вопрос не стоит. Нужно определиться лишь с инструментами и сферой приложения сил.

Малый бизнес хочет «подружиться» со своими клиентами, показать, что он понимает их проблемы и готов оказать помощь. Заявить о себе можно, участвуя в общегородских мероприятиях, поддерживая инициативы местных общественных организаций. Тем самым влияя

на жизнь города в целом. Помогая детским домам или спонсируя создание детских спортивных секций, предприятие даже малого бизнеса может, по мере сил, содействовать благополучию общества.

Наше агентство достаточно молодое. На рынок Березников мы вышли в период кризиса. Очень важно было заинтересовать потенциальных клиентов. Поэтому мы изначально были готовы к участию в PR-проектах. Мы провели немало различных акций: устраивали дни открытых дверей, презентации новых туристических направлений, розыгрыши призов для наших клиентов.

Самой яркой акцией можно назвать участие в большом проекте «Триатлон в Пермском крае». В марте этого года мы стали партнерами Финала Кубка России по зимнему триатлону в Березниках. Получили массу положительных эмоций от по-настоящему интересного зрелища. А еще — благодарность зрителей и спортсменов. Ощущение причастности к большому и полезному делу — это дорогого стоит.

Дело даже не в том, сколько материальных средств было вложено нашей компанией в этот проект. Удивительно заряжает участие в мероприятиях, которые действительно нужны людям. Напрямую оценить эффективность пиара можно лишь в редких случаях. И как раз эта акция показала, как повышается имидж компании в реальном времени и за короткий срок.

PRоблемы с финансами

При том дефиците оборотных средств, который испытывают малые предприятия, им сложно выкроить деньги на пиар-продвижение, благотворительность и спонсорство. Получается замкнутый круг: нет пиара — нет продаж, а нет продаж — нет денег на пиар...

А как вы относитесь к корпоративному пиару? Как вы считаете, может ли малый бизнес в Березниках и Соликамске обойтись без него? Расскажите, как ваша компания налаживает «связи с общественностью»? Нужен ли вам персональный бренд?

Напишите на info.delons@gmail.com или оставьте сообщение на автоинформатор 8-809-300-9894.



Создаем
ИДЕАЛЬНЫЙ
КЛИМАТ

Системы кондиционирования
и вентиляции воздуха
поставка, монтаж, сервис

г. Соликамск, ул. Энергетиков, 36, оф. 3
Тел. (34253) 4-18-22, 8-951-93-50-415
e-mail: klim_atis@mail.ru

г. Березники
ул. Березниковская, 75, тел.: (3424) 263-436
ул. Свердлова, 134, тел.: (3424) 240-565
пр. Ленина, 55, тел.: (3424) 264-816
ул. Свердлова, 31, тел.: (3424) 260-723

Всегда в наличии:



Сеть магазинов
стройматериалов и хозяйваров

Палитра

краски, лаки, пропитки, пены, герметики

сухие смеси, линолеум, обои

ручной инструмент,
электроинструмент

садово-огородные
товары

сантехника,
керамическая плитка

посуда, бытовая химия,
товары для бани



ДЕЛАЙТЕ РЕМОНТ С НАМИ!

Трудно поверить, но это факт: Пермский край вышел на второе место в России по динамике продаж новых легковых автомобилей. За первые шесть месяцев 2011 года у нас продано на 9,1% машин больше, чем за тот же период год назад. Впереди нас — только Кемеровская область (12,4%), позади — Екатеринбург, Тюмень, Челябинск и даже Москва. Пока экономисты и аналитики рассуждают о причинах взлета регионального авторынка, бизнес пытается разглядеть за цифрами статистики ближайшую перспективу.

Дешево и сердито

За первое полугодие 2011 года россияне уже купили в два раза больше автомобилей, чем в прошлом. Лидерами продаж остаются бюджетные автомобили в ценовой категории от 250 до 450 тысяч рублей. Первые строчки рейтингов прочно занимают автомобили «АвтоВАЗ» и иномарки отечественной сборки.

В то же время, покупатели сегодня исходят не только из ценовых критериев. Они начинают придавать больше значения удобству и эстетике, как это было до кризиса.

1 159 000

новых автомобилей было продано в России к июлю 2011 года

Рост продаж составил **56%**

ПОШЛИ НА ОБГОН

Евгения Пантелеева, ep.delons@gmail.com



Станислав Долгирев,
автоцентр «Гарант-Н»
(г. Березники):

— Наши продажи выросли на 30%. На мой взгляд, совпали сразу несколько факторов: программа утилизации старых автомобилей, повышенная доступность кредитов и рост потребительской уверенности: люди перестали бояться потратить деньги.



Евгений Мезенцев,
начальник
СП «Экс-авто»
(г. Березники):

— В 2011 году продажи выросли очень существенно — процентов на 70. С начала года мы уже продали порядка 300 автомобилей.

Иномарки по-русски

Спрос на иномарки увеличивается особенно быстро. В Пермском крае продажи новых иномарок выросли более чем вдвое. Однако по-настоящему «импортных» автомобилей среди них немного. Основные продажи приходятся на модели, производимые в России.

НА 93%
выросло число иномарок,
поставленных на учет
за первые 5 месяцев 2011 года



Лидером рынка среди иностранных моделей стал **Renault Logan**.

Ему на пятки наступает **Hyundai Solaris**. Поступивший в продажу в апреле текущего года, он уже четвертый месяц подряд удерживает лидерство по объемам ежемесячных продаж среди иномарок.

На третьем месте оказался **Ford Focus**.

Далее следуют **Daewoo Nexia**, **Kia Rio** и **Chevrolet Niva**. В десятку также вошли **Opel Astra**, **Volkswagen Polo**, **Chevrolet Lacetti** и **Renault Sandero**.

Продажи новых импортных автомобилей будут постепенно замещаться автомобилями отечественной сборки. Импортировать будут те модели, которые не производятся на российских заводах и не имеют массового спроса, прогнозирует аналитическое агентство «Автостат».

МОДЕЛЬ	продано, шт.	цена, тыс. руб.
Lada Kalina	72576	от 277 до 388
Lada 2104 2105 2107	69500	от 200 до 210
Lada Priora	68298	от 318 до 430
Lada Samara	53591	от 207 до 281
Renault Logan	41934	от 329 до 477
Hyundai Solaris	40351	от 399 до 649
Ford Focus	38438	от 449 до 829
Lada 4*4	27573	от 307 до 340
Daewoo Nexia	26097	от 242 до 345
Kia Rio	24455	от 429 до 565

Мария Харламова,
бренд-менеджер
«Сильвер Моторс»
(г. Пермь):

— За полгода, с января по июль 2011 года, мы продали 750 автомобилей Hyundai. Мы приближаемся к докризисному уровню. В прошлом году за аналогичный период было продано 500 машин.

Откуда деньги, Зин?

Эксперты связывают рост продаж со стабилизацией экономики после кризиса. Дилеры указывают на реформирование банковской политики автокредитования. Сами потребители называют основной причиной рост инфляции, который подстегивает население тратить здесь и сейчас.



**ЦЕНТР
СТРАХОВЫХ УСЛУГ**



ЦЕНТР СТРАХОВЫХ УСЛУГ

г. Березники, ул. Юбилейная, 1,
оф. 402 (4 этаж)
тел.: (3424) 26-35-88,
8-951-925-90-59, 8-904-845-05-81
e-mail: centerins@yandex.ru

- все виды страховых услуг
- подбор наиболее выгодных условий
- КАСКО + ОСАГО

Широкий выбор страховых компаний в одном месте:
ВСК, РОСГОССТРАХ, РОСНО, УРАЛСИБ, МСК, РОСТРА,
ИНГОССТРАХ, МАКС, ZURICH

ООО «ВИЗАРД»

г. Березники, ул. В. Бирюковой, 7, оф. 330,
тел.: (3424) 23-90-03, 25-55-93
www.wizard.perm.ru
e-mail: info@wizard.perm.ru

ГЛОНАСС/GPS системы спутникового
мониторинга транспорта:

- автоматизация логистики
- снижение расходов на содержание транспорта

ЭКОНОМИЯ ТОПЛИВА ДО 30%!



6 БОКС



АВТОСТУДИЯ «6 БОКС»

г. Соликамск, ул. Советская, 56
(ТЦ «Гостиный двор»), бокс № 6
тел.: (253) 4-89-79, 8-902-79-85-918

- установка дополнительного электронного оборудования
- магнитолы, акустика, шумоизоляция
- установка сигнализации с сохранением
гарантии автосалона
- центральный замок
- электрозамок багажника
- тонировка профессиональной американской
пленкой SUNTEK

АВТОМОЙКА «АРКАДА»

г. Березники ул. Березниковская, 37
ул. Тельмана, 1 тел.: (3424) 23-97-19
тел./ф.: (3424) 25-78-87 8-901-268-97-19
(с 8.00 до 21.00) (круглосуточно)

- полировка стекол
- консервация двигателя
- бесконтактная мойка
- профессиональная чистка салона
- мойка двигателя
- НАНО-полировка кузова
- обработка кузова воском
- предпродажная подготовка

Наномойка
1 этап – бесконтактная мойка
2 этап – мойка наношампунем
3 этап – турбо-сушка



ПРИЧИНЫ РОСТА АВТОПРОДАЖ

Растет потребительская уверенность, связанная с достаточно стабильным экономическим положением в стране, общим снижением уровня безработицы, ростом средней заработной платы, укреплением курса рубля.



В 2007-2008 годах было продано много новых машин. По истечении трех лет большинство автовладельцев меняют автомобиль на более новый.



Действующие программы льготного кредитования, когда часть покупки нового автомобиля субсидирует государство.



Государственная программа утилизации «автохлама», по которой было продано более 600 тысяч машин.



Снижение процентных ставок и увеличение максимального лимита по банковским автокредитам.



Кредитная история

Количество потребительских автокредитов вернулось на докризисный уровень.



700 000
АВТОМОБИЛЕЙ

проданных в России с начала года, куплены в долг.

70%
АВТОМОБИЛЕЙ

в Пермском крае продаются в кредит.

2/3
КРЕДИТНЫХ
АВТОМОБИЛЕЙ

приобретается по программам льготного кредитования.



Павел Пивкин,
коммерческий директор филиала компании «ДАВ-Авто» (г. Березники):

— Спрос на автомобили был всегда, но в период кризиса он перешел в категорию отложенного. Теперь, когда экономика более-менее стабилизировалась, потребители его активно реализуют.

Кто накормит железного коня?

В 2010-2011 годах автомобильный рынок взял хороший разгон. По всем признакам динамика продаж сохранится и через год. Причин для этого более чем достаточно:

Государство, заинтересованное в росте промышленного производства, не оставит «АвтоВАЗ» и другие российские автозаводы без поддержки. Можно ожидать новых программ льготного автокредитования.

Поддерживают рынок и корпоративные кредитные программы. Так, увеличение объемов продаж автомобилей Skoda в России связано не только с программой утилизации, но и с популярностью специальной программы кредитования Skoda Credit.

Японский автопром, потерявший позиции после землетрясения, обещает полностью восстановиться уже к осени 2011 года.

Китайские автопроизводители укрепляют свои позиции на российском рынке (у китайцев можно купить не только машину эконом-класса по минимальной цене, но и машину бизнес-класса по цене «эконом»).

Расширяется производство «нашемарок» (Daimler договорился с руководством «Группы ГАЗ» об организации сборки коммерческих автомобилей Mercedes-Benz Sprinter на Горьковском автозаводе. Mazda собирается построить линию пром-сборки на Дальнем Востоке).

Судя по всему, за автопроизводителей и дилеров, продавцов бензина и страховщиков, торгующих полисами ОСАГО, можно начинать радоваться уже сегодня. Но автомобиль, даже новый, требует постоянных финансовых вложений. Его нужно где-то мыть, ремонтировать, парковать, «переобувать» в межсезонье, устанавливать дополнительное оборудование, покупать автохимию и т.п. Чем быстрее растет парк автомобилей, тем больше возможностей раскрывается перед малым бизнесом, который зарабатывает на их обслуживании.



Виктор Христенко,
глава Минпромторга РФ:

— К 2014 году Россия может стать крупнейшим авторынком в Европе с ежегодными продажами более 3 млн машин.



Трудно представить себе успешного предпринимателя, который перемещается в пространстве на общественном транспорте. Автомобиль давно перестал быть роскошью, превратившись в инструмент для бизнеса и активной жизни. Но для того, чтобы инструмент этот работал безотказно, ему самому нужен тщательный уход — своевременная замена масла, ремонт разной степени сложности, качественная мойка, сезонная замена резины, антикоррозийная обработка кузова и многое-многое другое. И чтобы все — быстро, качественно и в одном месте!

«Гарант-Н»:

сервис как преимущество

Березниковский автосалон «Гарант-Н» (ООО «Сервис-АвтоБерезники»), понимая задачи, которые стоят перед деловыми людьми, развивает все направления, в которых нуждаются автовладельцы «бизнес-класса».

Во-первых, автосалон предлагает огромный модельный ряд новых автомобилей марок как отечественного (ВАЗ, ГАЗ, ИЖ, КАМАЗ, ТагАЗ, УАЗ), так и импортного производства (Peugeot, Hyundai, Volkswagen, Chery, Lifan, Geely). Прямые договоры с заводами-изготовителями и с крупнейшими дилерами мировых автобрендов в России позволяют сократить время ожидания автомобиля до минимума.

Вы приходите в салон, выбираете автомобиль, оформляете покупку и можете сразу садиться за руль. Многие автосалоны края грешат тем, что выдают ПТС на приобретенные автомобили с большим опозданием (через месяц и более). В «Гарант-Н» эта проблема решена: после подписания нового дилерского соглашения с ОАО «АВТОВАЗ» все автомобили в Березники приходят уже с документами.

Во-вторых, салон сотрудничает с десятью банками, в том числе и по программе льготного автокредитования с процентными ставками от 2% годовых. Подать заявку и оформить автокредит можно непосредственно в автосалоне.



«Тут возможна такая схема, — объясняет руководитель отдела продаж «Сервис-АвтоБерезники» **Валерий Кивелёв**. — Покупатель делает первоначальный взнос за машину, салон добавляет необходимую для покупки сумму, а банк переводит разницу салону. Кредит можно сочетать с программой trade-in, и использовать в качестве первоначального взноса старый автомобиль».

В-третьих, «Гарант-Н» продает в том числе и коммерческий транспорт, в салоне работает представительство лизинговой компании «Европлан». Организации и индивидуальные предприниматели могут заключить договор на покупку автомобилей в лизинг непосредственно в автосалоне.

Здесь же — представительства многих страховых компаний, работающих на территории Верхнекамья. Клиенты довольны: легко сравнить условия страхования у разных компаний. К тому же тесное сотрудничество салона со страховщиками избавляет автолюбителей от множества проблем, связанных с послеаварийным ремонтом. Сервисный центр «Гарант-Н» фиксирует все наружные и внутренние повреждения, производит необходимые ремонтные работы и выставляет счет страховой компании. А клиент получает отремонтированный автомобиль и не тратит время и нервы, выбивая из страховщиков свои деньги. Согласитесь, очень актуальное предложение.

Авторизованный сервисный центр — главная гордость «Гарант-Н». Пожалуй, это единственный в Верхнекамье салон, который имеет такую серьезную базу. В боксах сервиса могут одновременно ремонтироваться сразу двенадцать автомобилей. Спектр услуг огромен: диагностика, малярные и кузовные работы, установка дополнительного оборудования, антикоррозийная обработка и шумоизоляция. Недавно появилась и новая услуга — заправка кондиционеров. Все работы сертифицированы производителями и дилерами. Ремонт в «Гарант-Н» не лишит вас заводской гарантии. Зато гарантирует, что в следующий раз автомобиль напомнит о себе, только когда придет пора сменить масло.

Автосалон «Гарант-Н»

г. Березники, ул. Металлистов, 1

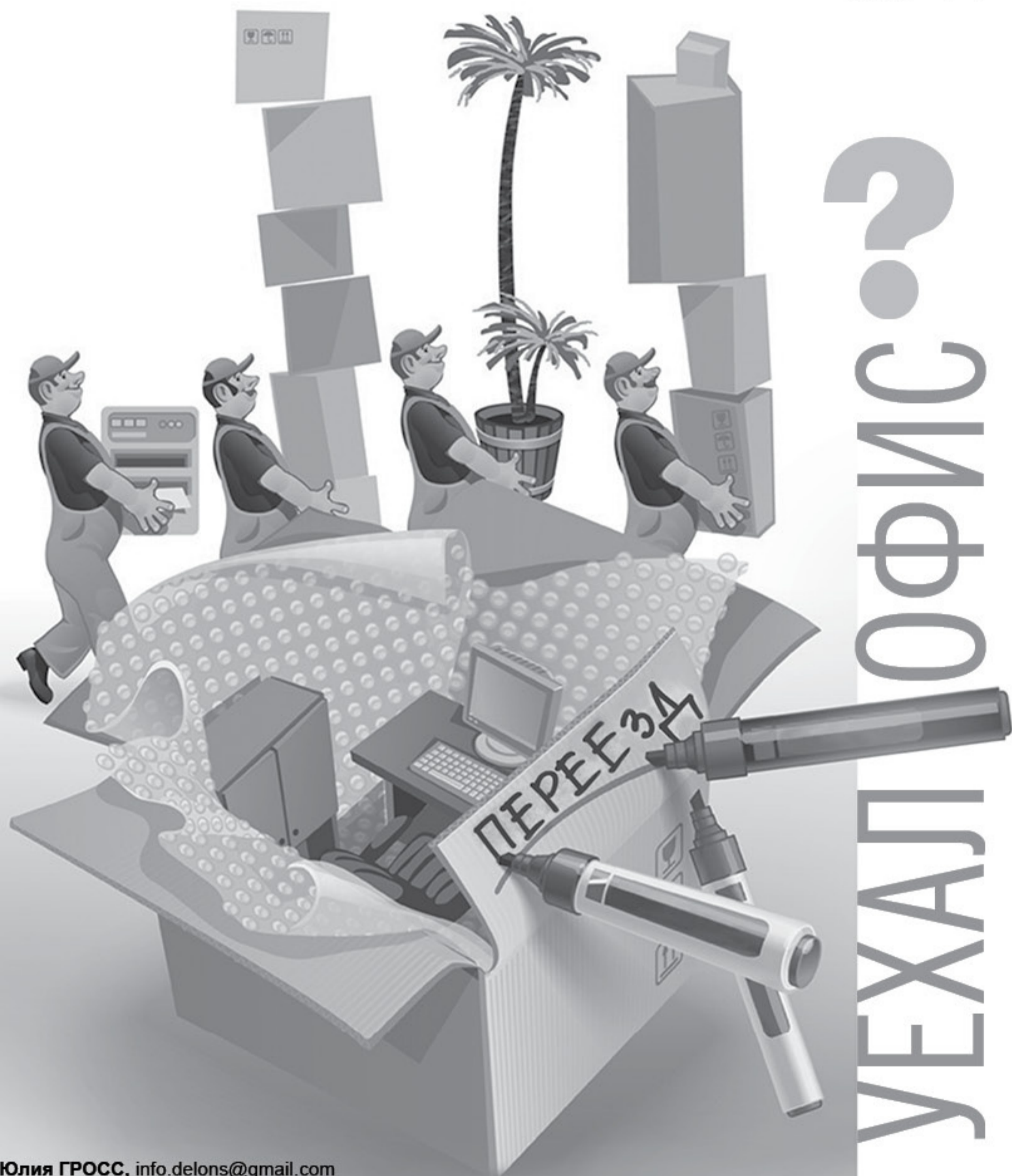
Отдел продаж: тел.: (3424) **25-60-15**

9:00-19:00

Автотехцентр: тел.: (3424) **25-60-10**

9:00-21:00

без обеда и без выходных



Юлия ГРОСС, info.delons@gmail.com

Народная мудрость гласит: один переезд равен двум пожарам. В случае, когда «переезжает» бизнес, количество забот и проблем возрастает в разы. Выгоды от переезда у каждой компании свои, и обычно они лежат на поверхности, а вот подводные камни этого процесса и масштаб предстоящей работы часто становятся понятны лишь тогда, когда точка невозврата уже пройдена. Однако многих трудностей можно избежать, если к переезду тщательно подготовиться.

КУДА УЕХАЛ ОФИС?

«Плавный» переезд позволяет перевезти компанию по частям: на новом месте оборудуются одна или две комнаты, где начинают работать по одному человеку из каждого отдела. Основной переезд компании произойдет тогда, когда новый офис начнет нормально функционировать.



Рано или поздно наступит момент, когда компании нужно сменить занимаемое помещение. Одни расширяются, другие ищут более комфортные условия для работы и улучшения своего имиджа, третьи переезжают в собственный офис, четвертые, в связи с финансовыми трудностями, подыскивают более экономный вариант.

Офисные переезды имеют различный уровень сложности. Перевозка в новое помещение немногочисленной мебели и оборудования, принадлежащих маленькой компании, особых хлопот не доставит и может производиться стихийно. Другое дело, если речь идет о масштабной транспортировке большого предприятия. Необходимо разобрать-перевезти-собрать мебель, отключить-перевезти-подключить оборудование, разместить по новым кабинетам сотрудников. Кроме того, перевозка чувствительной оргтехники, документации в бумажном виде, тяжелых сейфов оказываются на практике делом более сложным, чем в теории. Чем меньше времени по-

требуется на все это, тем меньше убытков понесет компания.

Чтобы осуществить переезд в минимальные сроки, начинать подготовку можно уже за месяц-полтора до «дня икс». И начинать стоит с решения «персональных» вопросов.

Человеческий фактор

Люди относятся к переменам по-разному. В любой компании всегда найдутся недовольные, которые будут намеренно или неосознанно саботировать переезд. Причем, в первую очередь отказаться от него могут те, у кого есть выбор — то есть самые востребованные кадры компании. Лучше всего, если они сразу станут единомышленниками руководителя в этом проекте.

Возможно, чтобы привлечь ключевых сотрудников на свою сторону, придется назначить им более высокие зарплаты или предоставить какую-либо компенсацию предстоящих неудобств. Пусть это увеличит затраты, зато позволит сохранить ценные для компании кадры.

Специалисты в области управ-

ления персоналом также рекомендуют заранее объяснить сотрудникам причины переезда. Причем выгода собственника бизнеса не должна быть первым и единственным аргументом. Поскольку офисы обычно меняют на лучшие (по площади, расположению, близости к центру города и тому подобное), то предстоящие перемены лучше обозначить как заботу работодателя об улучшении условий труда всего коллектива.

Еще одно испытанное средство — «экскурсия» для персонала в будущий офис. Они смогут оценить плюсы нового места своей работы, продумать, каким транспортом им предстоит до него добираться.

Есть ли у вас план, мистер Фикс?

Итак, «персональные проблемы» решены, но назначать дату переезда и заказывать транспорт рано. Теперь необходимо составить план-график мероприятия и детально прописать все его этапы. Профессиональные перевозчики (муверы) советуют придерживаться следующего алгоритма:



МЫ ПЕРЕЕХАЛИ!

НОВЫЙ АДРЕС:
ДЕПУТАТСКАЯ, 48, ВХОД 2, 6 ЭТАЖ
ТЭЛ: 3542014, 3542015

Под тему «мы переехали» можно заточить и рекламные макеты компании. Вот как обыграла тему переезда мебельной галереи Xilema новосибирская «Дизайн-студия Папшева». Кстати, эта работа заняла II место в конкурсе роликов и плакатов, который проводит портал ADME.RU.

Кстати, если офис компании переезжает за пределы города (например, из Березников — в Соликамск), потребуется составить дополнительное соглашение к трудовому договору. В нем будет указано, что сотрудник согласен на перевод в другое место. Такой документ должен быть подготовлен для каждого в отдельности. Большинство собственников бизнеса уверены, что для перевода персонала в удаленный от города офис достаточно их волевого решения. Между тем отсутствие письменного согласия работника на такой переезд может стать основанием для штрафа.

1 Если компания достаточно большая, разумно будет назначить координатора переезда — этот человек будет помощником руководителя в предстоящем мероприятии.

2 Распределить ответственность и функции персонала. Каждый сотрудник должен четко представлять, за какой фронт работ он отвечает. К примеру, вполне естественно, что системный администратор будет отвечать за упаковку и транспортировку компьютеров и оргтехники, бухгалтер — за перевозку финансовой документации, секретарь — за сохранность документов и архива и т.д.

3 Разработать план-схему будущего офиса: расстановка ме-

бели, размещение рабочих мест, розеток, телефонных и компьютерных гнезд для каждого из них (будет совсем не лишним предварительно проверить их наличие и исправность). Не забыть ознакомиться с планом всех сотрудников.

4 Составить перечень перевозимого оборудования, мебели и документов. (Наиболее важные документы стоит на всякий случай продублировать на бумаге или электронном носителе).

5 Закупить и за неделю до переезда раздать персоналу коробки, скотч, пленку или бумагу для упаковки вещей и документов. Чтобы избежать неразберихи на новом месте, обязать всех крупно и разборчиво надписать свои коробки — фамилия, имя, должность, содержимое.

6 Упаковать архив и документацию, составить опись коробок с документами.

7 По необходимости — разобрать и упаковать мебель (возможно, потребуются услуги специалистов-мебельщиков или такелажников).

8 Оповестить сотрудников о дне, когда будет отключена вся оргтехника в офисе (если в штате нет своего компьютерщика, придется обращаться за помощью к сервисной компании). Чтобы не парализовать работу организации на длительный срок, отключение должно произойти буквально накануне переезда. Лучше всего это сделать утром, чтобы все успели тщательно упаковать хрупкое и ценное оборудование.

Светлана Ванькова (РА «СПК-рекламные технологии», г. Березники) делится своим «переселенческим» опытом:

— Незадолго до переезда надо обязательно сделать в офисе генеральную уборку. Вы сможете в спокойной обстановке избавиться от бумажного «спама», неисправной канцелярской мелочи и других скопившихся за годы работы ненужных вещей. Тогда вам не придется отвлекаться на это во время сборов в новый офис.

Поехали!

Итак, вещи упакованы, у персонала — чемоданное настроение. Настало время оставлять насиженные места и отправляться

в дорогу. Здесь тоже именуются свои «фишки», способные облегчить перевозку офиса.

— Чтобы минимизировать потери и убытки компании, можно организовывать переезд в нерабочее время, например, в рождественские каникулы, конечно, если все сотрудники дадут на это свое согласие, — советуют одни.

— Начинать переезд можно в любую пятницу, — считают другие. — Если не хватит времени — можно «прихватить» немного от субботы. Зато в понедельник утром сотрудникам останется только разложить вещи по местам, протереть пыль и начать работу.

— Если время позволяет, можно провести плавный переезд компании, — добавляют третьи. — Например, вы оборудуете на новом месте одну или две комнаты, где начинают работать по одному человеку из каждого отдела. А основной переезд компании произойдет тогда, когда начнет функционировать новый офис.

Муверы рекомендуют на время перевозки офисного имущества разбить сотрудников на две группы. Одни будут отвечать за отправку мебели и коробок из старого офиса, другие — встречать их на новом месте, показывать грузчикам, что и куда ставить. Сам процесс переезда затягивать не нужно — одного-двух дней для компании среднего масштаба (30-50 человек персонала) вполне достаточно.

— Морально мы готовились к переезду две недели, а переехали за один день, — вспоминает с улыбкой **Андрей Пантелеев** (охранное агентство «Полют», г. Соликамск). — Мы люди военные, да и опыт переезда уже был. Сначала составили план — кто за что отвечает, организовали транспорт и — готово! У нас очень сложное оборудование, его надо не просто разобрать-перевезти-собрать, но еще и быстро и правильно настроить на нужную радиоволну. Так что переезд старались организовать максимально четко.

Получается, что в «день икс» без грамотно составленного плана тоже не обойтись.

Оптимальный его вариант будет примерно таким:

1 Вынос, погрузка, транспортировка вещей в новый офис (начинать лучше с тяжелой мебели, затем — оргтехника и документы, напоследок — все остальное).

2 Разгрузка, доставка в помещение, распаковка мебели и техники, вещей первой необходимости.

3 Сборка и расстановка мебели.

4 Подключение оборудования и проверка исправности телефонов и оргтехники.

5 Проверка наличия вещей и документов согласно описи.

6 Обустройство сотрудников на новом рабочем месте.

Кстати, правила хорошего тона диктуют не оставлять на прежнем месте горы мусора. И не торопитесь сразу делать в новом офисе генеральную уборку — все равно в процессе обустройства придется еще не раз сверлить, крепить, приколачивать и т.д.

Ищут пожарные, ищет милиция...

Но и это еще не все. Когда трудности переезда остаются позади, приходит время заняться регистрационной документацией компании. Изменение адреса юридического лица подлежит регистрации в налоговой службе в трехдневный срок.

Для этого как минимум необходимо: оформить и собрать документы (в том числе договор аренды или собственности на новое помещение), оплатить госпошлину и отвезти бумаги в налоговую инспекцию.

Не стоит забывать и о других надзорных инстанциях. Вряд ли представители СЭС или Гос-

пожнадзора будут настроены дружелюбно, «проплутав» долгое время в поисках переехавшей организации. Их тоже нужно уведомить о смене фактического адреса компании.

О любых изменениях в реквизитах компании требует сообщать в большинство банков. Это условие часто закрепляется при составлении договоров на банковское обслуживание. Чтобы подтвердить, что компания действительно своевременно сообщила о переезде, можно направить в банк письменное уведомление. Обязательной формы для него не установлено, поэтому его составляют в произвольном виде на фирменном бланке компании.

Ориентир — клиент!

Разумеется, известить о перемещении офиса нужно всех партнеров и клиентов. Для компаний, чье общение с потребителем сводится к телефонным звонкам и обмену корреспонденцией, это не составит труда — достаточно будет электронной или SMS-рассылки. Если же деятельность предприятия завязана на личном общении с клиентами, то способы оповещения могут быть различными.

— Мы свою клиентскую базу «перетянули» мгновенно, — гово-

Гражданский кодекс РФ не содержит общей законодательной нормы, регламентирующей понятия «юридический» и «фактический» адреса организации. Однако юридически местом нахождения компании считается адрес, указанный в ее учредительных документах. Нахождение организации по другому адресу вполне может быть квалифицировано налоговыми органами как создание обособленного подразделения.

Таким образом, после смены офиса рекомендуется внести соответствующие изменения в учредительные документы — указать новый адрес, по которому размещился офис. В этом, в первую очередь, заинтересован сам собственник бизнеса — любой организации лучше иметь постоянный адрес (юридический, фактический и почтовый), который всегда будет точно известен представителям государственных органов. Уведомления об уплате налога, требования об уплате налога и сбора, акты налоговой проверки, решения о привлечении к налоговой ответственности и так далее отправляются по почте, а руководству компании важно своевременно получать подобные документы.

рит **Александр Власов** (сеть магазинов «Хозяюшка», г. Березники), — просто разослали всем факсы и электронные письма.

— Мы сами развезли своим клиентам письменное уведомление о смене адреса, — вспоминает Андрей Пантелеев. — Пока готовились к переезду, успели доставить каждому. Это был трудоемкий процесс, зато сегодня мы уверены — наши клиенты нас не потеряют.

Извещать своих партнеров и клиентов лично предпочитает и **Олег Казаков** (компания «Консалтинг групп», г. Березники):

— У меня, как правило, решение о «перемене мест» зреет и формируется в течение месяца, так что сообщить о новом адресе нашего офиса я успеваю всем — кому по телефону, кому при личной встрече.

Новая контактная информация должна обязательно появиться на сайте компании, в справочных и рекламных материалах, на фирменных бланках, визитках и других документах. Там же можно изобразить карту-схему проезда к новому офису.

Сообщение о смене адреса и номеров телефонов часто размещают в местных СМИ — это помогает не потерять потенциальных клиентов. С этой же целью нужно постараться оставить о себе какую-

то информацию в своем бывшем офисе. Например, разместить неподалеку от него яркий банер с картой-схемой проезда (с согласия нового владельца помещения). Или напечатать листовки с указанием нового адреса, чтобы компания-преемник вручала их посетителям.

Компаниям, работающим в сфере B2C, имеет смысл вручать такие листовки или визитки всем, кто посещает компанию в последние дни ее работы по старому адресу. Можно заказать яркие наклейки с анонсом предстоящего переезда компании и указанием нового адреса, а затем по возможности прикреплять их на упаковку товаров или выполненных заказов.

С телефонными номерами проще — достаточно подать соответствующие сведения в справочную службу 11809 или подойти в офис телефонной компании и оформить заявление о перерегистрации своих телефонных номеров на новый адрес. Последний вариант избавит собственника от дополнительных расходов (корректировки текста рекламы, внесения поправок в документацию и др.).

Для компаний, которые работают с конечным потребителем, переезд — это еще и прекрасная возможность заполучить новых клиентов. Большой рекламный щит или вывеска, празднично оформлен-

Еще один немаловажный момент, пусть и не имеющий прямого отношения к теме офисных переездов. В соответствии с требованиями ФЗ №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» собственник(и) бизнеса обязаны сообщать о всех изменениях (в том числе и обо всех изменениях в паспортных данных) в регистрирующий орган. За неисполнение предусмотрена административная ответственность в виде штрафа 5000 рублей. Если на ваше имя зарегистрировано несколько предприятий, или вы являетесь соучредителем нескольких ООО, изменения нужно вносить во все документы. Иначе сумма штрафа увеличивается в прямой пропорции.

ный вход в новый офис несомненно привлекут внимание прохожих. А среди них могут оказаться и потенциальные клиенты «новоселов». Традиционный способ — листовки в почтовые ящики и объявления на подъездах окрестных домов, размещение рекламы в близлежащих торговых центрах и магазинах.

Логическим завершением всех «переселенческих» мероприятий может стать корпоративный праздник. Не обязательно приглашать многочисленных гостей и торжественно разрезать красную ленточку — отметить переезд можно своим коллективом. Причем, желательно чтобы руководитель публично поблагодарил всех участников переезда и поздравил с началом нового этапа в жизни компании.



Большой рекламный щит, вывеска или празднично оформленный вход в новый офис несомненно привлекут внимание прохожих, среди которых могут оказаться и потенциальные клиенты «новоселов».

Podium

Очарование Италии

Все прекрасные принцессы становятся королевами. А королевы никогда не теряют лица, надевая на себя нечто бесформенное. Podium может вам оставаться королевой в любой ситуации!



Женщины, вне зависимости от возраста, стараются следить за модой. Им важно знать, какие тренды, полоски, принты, цвета сегодня в фаворитах. А еще лучше — иметь возможность примерить и приобрести вещи, отвечающие их взыскательному вкусу. Все свежие идеи модной индустрии вы найдете в новых коллекциях итальянских дизайнеров, представленных в березниковском мультибрендовом магазине Podium.

Ставку на итальянские бренды в Podium сделали не случайно. Италия всегда была и остается флагманом мировой моды, на работы итальянских модельеров ориентируется вся мировая фэшн-индустрия.

Среди десятков модных домов Италии можно отыскать настоящие «бриллианты». Именно такие коллекции, сочетающие шик и элегантность, оригинальный крой и безупречное качество, разыскивает и привозит в Березники магазин Podium.

Podium — это всегда актуальные и нетривиальные модели женской и мужской одежды и аксессуаров. Если вы равнодушны к моде, не хотите одеваться «как все», стремитесь к созданию собственного неповторимого образа — отправляйтесь в Podium, и поскорее! Потому что осенне-зимние коллекции двух новых итальянских модных марок — Denny Rose и Kor@Kor уже поступили в продажу.

Denny Rose

Главное преимущество стиля от Denny Rose — разнообразие. Здесь можно найти одежду на любой случай: строгие костюмы и классические брюки для офиса, элегантные платья для романтических свиданий и короткие кокетливые

платья, туники и джинсы, стильные футболки и модные сумки и, конечно же, оригинальные аксессуары, которые добавят изюминку любому наряду.

В новой коллекции Denny Rose «Осень-зима 2011/12», представленной в магазине Podium, любительницы темного найдут элегантные платья, уместные даже самым пестрым летом. Экстравагантные особы обрадуются необыкновенно коротким, но теплым шортам, в которых можно покрасоваться и осенью.

Denny Rose — это всегда модные цвета и удивительные сочетания. Многие модели поражают своей смелостью и новизной. Одеваясь в Denny Rose, вы шагаете в ногу со временем. Это нечто большее, чем просто одежда. Это изысканный стиль жизни. Это выбор современной женщины.

DENNY ROSE®

Kor@Kor

г. Березники, ул. Юбилейная, 46, тел.: (3424) 25-66-06
пн-пт: 10:00—19:00, сб-вс: 10:00—18:00



Kor@Kor ориентируется на уверенных в себе женщин — молодостью и стремлением к свободе дышит каждая новая коллекция. Для березниковских модниц Podium отобрал лучшие модели из осенне-зимней коллекции «Kor@Kor-2011/12». Здесь вы найдете как одежду для повседневной жизни — жакеты, пальто, кожаные куртки, платья и трикотаж, так и вечерние наряды.

Очень женственный стиль верхней одежды — в ней нет никаких излишеств, куртки и пальто подчеркивают силуэт, обтягивающие платья из различных материалов от атласа до кружева, необычные детали, трикотаж великолепного качества, широкая цветовая палитра — все это итальянская одежда Kor@Kor.

Попробуйте Kor@Kor на «вкус». Будет это классическая белая блузка с запахом или топ шоколадного цвета на бретельках — любая вещь займет достойное место в вашем гардеробе, сделав вас элегантной итальянской моделью.

Кстати, принято считать, что эксклюзивные дизайнерские вещи — это очень дорого. Но брендовые бутики отличаются от обычных магазинов одежды тем, что представленные в них коллекции одежды меняются ежесезонно. А вещи, которые не успели найти своего покупателя в сезон, продаются со значительным дисконтом. Например, сейчас в Podium можно приобрести вещи из весенне-летней коллекции со скидками свыше 70%!

Вещи, которые мы носим,

должны гармонировать с нашим внутренним

состоянием и подчеркивать только достоинства.



В Podium вы получите удовольствие и от процесса покупки, и от обладания изумительными вещами. И качество одежды, и уровень сервиса здесь отвечает званию «элитный».



ЕДА ДЛЯ НАРОДА

Структура общественного питания в Березниках и Соликамска начала меняться. На рынок выходят демократичные заведения и фаст-фуд. Вообще, нечто подобное происходит по всей стране. Но у Верхнекамья, как всегда, свои особенности и свои резоны.

Ксения ДУТЛОВА, kdutlova@gmail.com

Ресторатор Антон Табаков, владеющий полудюжиной самых пафосных заведений Москвы, недавно посетовал на отсутствие среднего класса. Мол, число людей, которые в принципе могут позволить себе посещать рестораны хотя бы раз в неделю, невелико. Поэтому вместо ресторанов высокой кухни в первопрестольной открываются недорогие кафе и сети быстрого питания.

В провинции, где со «средним классом» всегда было хуже, чем в столице, общепит тяготел к двум полюсам. Например, в Березниках и Соликамске работали одно-два дорогих, по местным меркам, заведения, где привыкла про-

водить время местная элита, и множество забега-ловок формата «пиво с шашлыком», отличающихся весьма специфическим контингентом посетителей. «Прослойке» со средним кошельком оставалось

довольствоваться единичными заведениями общедоступного фаст-фуда, а также ведомственными столовыми и буфетами, обслуживающими крупные предприятия, учебные заведения и госучреждения.

После кризиса картина начала меняться. Количество заведений общепита медленно, но верно увеличивается, причем основная масса новых точек ориентируется как раз на посетителя со скромными дохо-

За последний год количество заведений общественного питания в Березниках увеличилось с 71 до 74. Сюда входят 11 ресторанов, около 40 кафе и пара столовых открытого типа. Остальные заведения — это бары и закусочные. Количество предприятий общепита в Соликамске выросло с 28 до 32.

Наибольшим спросом у жителей обоих городов пользуются места, где можно быстро и недорого перекусить, провести время с друзьями, с семьей.

В Соликамске можно пообедать на сумму от 60 рублей. В Березниках средний чек начинается от 100 рублей.

дами. Сами рестораторы уверены, что «премьер» могло быть и больше — новые заведения просто негде открывать.

Мест нет

Развитие общепита напрямую зависит от рынка коммерческой недвижимости. В Березниках практически все торговые центры, введенные в эксплуатацию за последние несколько лет, предусматривают наличие фуд-корта. Соликамским рестораторам приходится довольствоваться точечными объектами, которые далеко не всегда позволяют реализовать все задумки. Например, руководство недавно открывшегося в центре города кафе Chocolate вынуждено искать дополнительное помещение для банкетного зала. При этом цены на недвижимость в Соликамске почти не уступают пермским.

Из-за дефицита помещений основной формат новых заведений — небольшие кафе и закусочные прилавочного типа (по информации соликамского филиала ООО «Фирма «Амикон»»). Кафе Chocolate и ресторан «Каспий» — исключения, подтверждающие правила.

В Березниках картина другая: здесь открываются и кафе, и ресторанные комплексы, однако львиная доля их принадлежит пермским сетевым операторам. Более современные технологии, четкая концепция заведения, раскрученная марка и единые стандарты качества помогают сетевикам собирать основной урожай.

Максим Авхачёв,

заместитель генерального директора, ООО «Технологии климата» (г. Пермь):

— Когда мы открывали магазин в «Агроснабе», я несколько месяцев жил в Березниках. Сейчас несколько раз в месяц приезжаю к вам в командировку. Естественно, приходится как-то решать вопрос с питанием. Откровенно говоря, выбирать у вас особенно не из чего. Может быть, есть в городе хорошие кафе, но информации о заведениях очень мало, разброс по качеству — значительный, поэтому лучше я пойду туда, где заранее знаю, чем меня будут кормить и как будут обслуживать.

Чаще всего обедаю в ресторанном комплексе «Тсуру» в ТЦ «Мелодия». Хотя, в Перми я предпочитаю рестораны их конкурентов «Планета Суши» — там вкуснее. После работы можно сходить в Club 7 — тоже сетевой проект, неплохая кухня, хотя недешево: средний чек, если в него включен алкоголь, никак не меньше 1000 рублей.

Довелось посетить некоторые местные заведения. Общее впечатление: достойный интерьер, приемлемый ценник, но второй раз ни в одно из

Березниковские предприниматели пытаются бороться с иногородними конкурентами их же оружием: создают сети под единым брендом (пример — блинные «Масленица», ООО «Лапландия») или объединяют несколько «разнокалиберных» заведений. В такой связке работают кафе «Вечернее», ресторан «Арбат», столовые при горадминистрации и первой горбольнице (ИП Захарова), комплекс питания «Центральный» (ООО «Винни-Пух и Ко») включает в себя бар, кафетерий, ресторан и кулинарию. Эффект масштаба позволяет снизить себестоимость конечного продукта. К тому же подобные сети зачастую имеют централизованное производство, за счет чего уменьшаются расходы на персонал, оборудование, электроэнергию и т.п.

них я бы не пошел. Обслуживание повсеместно оставляет желать лучшего. Порции очень маленькие. Видно, что при приготовлении блюд используются полуфабрикаты. Что-то явно готовят заранее, а потом просто разогревают в микроволновке. Есть какие-то ограничения: например, в одном кафе сказали, что доставят мне обед, только если я сделаю заказ не менее определенной суммы. В Перми такого уже давным-давно нет.



Более 60% работающих, не посещающих столовые в обеденный перерыв, питаются «самостоятельно»: 42% приносят обед из дома, 20% покупают готовую еду в магазине.

В соликамском общепите пермяков существенно меньше — при нынешней насыщенности торгово-развлекательными объектами Соликамск иногородним сетевикам не интересен. Местные игроки чувствуют себя гораздо вольготнее, чем их коллеги в Березниках. Но отсутствие серьезной конкуренции имеет свою обратную сторону: у предпринимателей пропадает стимул работать над качеством своей услуги. По мнению потребителей, именно это, а вовсе не «особый менталитет» горожан, является главной причиной отставания ресторанно-кафешного бизнеса в Соликамске.



Питание во время рабочего дня
— ниша с большим потенциалом
для развития.

Елена Осадчая,

представитель фармацевтической компании
(г. Пермь):

— По роду своей деятельности я часто бываю в Соликамске и Березниках: приезжаю сюда два раза в месяц на протяжении трех лет. За это время в сфере местного общепита, по-моему, ничего не изменилось. Единственное место, которое приходит на ум — это «Чикен». Но там можно перекусить только в крайнем случае. Лучше съездить в Березники.

Думаю, ситуация с общепитом в Соликамске не изменится, пока не будет конкуренции. Если бы кафе было больше, они бы боролись за клиентов, заботились бы об уровне обслуживания, о качестве кухни.

Для человека, который прибывает в город не надолго, достойным решением будет питание в гостинице. Человек, если он устал, готов заснуть в любом гостиничном номере. Но психологически чувство комфорта и спокойствия может дать прием пищи «как дома». Я имела возможность сравнить. Выбор свой сделала давно и окончательно. В отеле «Президент» не только домашняя, теплая обстановка, но и отличные завтраки на выбор, обед и ужин по заказу. Вдали от дома всегда приятно почувствовать заботу и индивидуальный подход.

— Потребительское поведение жителей Верхнекамья ничем не отличается от привычек населения большинства провинциальных промышленных городов, — говорит член стартап-команды, открывшей в Соликамске кафе Chokolade, **Вера Шкатова**. — У нас был опыт запуска заведения в Нижнем Тагиле. Там нам говорили то же самое: «Наши люди в ре-

сторанах обедать не привыкли, у нас другой менталитет...» Но прошло уже девять месяцев, кафе в Тагиле работает, приносит прибыль. Причем, проект вышел на окупаемость быстрее, чем мы рассчитывали. В Соликамске, я уверена, будет то же самое.

Люди готовы обедать и ужинать вне дома. Сегодня они не ходят в кафе потому, что им просто некуда пойти. Повернитесь «лицом к народу»: предложите клиентам вкусную еду из свежих продуктов, сделайте доступные цены, обеспечьте профессиональный сервис и все получится.

Поговорим о перспективах

По данным исследовательского центра «Комкон», 17% жителей городов с населением менее 150 тысяч посещают ресторан не чаще раза в месяц, 22% бывают там раз в полгода, еще 10% — не чаще одного раза в год. Около 50% всех опрошенных вовсе не посещают рестораны. Для большинства поход в ресторан ассоциируется с праздником (свадьба, юбилей, корпоративный вечер).

Специфический спрос формирует соответствующее предложение. Больше всего березниковские и соликамские заведения любят спецобслуживание. Праздничные мероприятия приносят им до 50% всей выручки. Причем, наценка на банкетные блюда нередко достигает 300-400%. Проведение одной свадьбы или юбилея оказывается выгоднее, чем неделя работы в штатном режиме. Некоторые заведения (березниковское кафе «Ялта», ИП Овчинникова) и вовсе работают «по запросу», открывая двери только для обслуживания мероприятий.

Наиболее выгодные позиции на березниковском рынке общественного питания заняты пермскими компаниями, которые работают в формате «быстрого питания» и ориентируются на клиентов со средними доходами.

г. Березники		
ТРЦ «Мелодия»	Ресторанный комплекс Casa Mia, «Тсуру» и «Халва»	Компания RestUnion, г. Пермь
ТРЦ «Миллениум»	Кафе «Виват-буфет», пивной клуб «Боб»	Группа компаний «Норма», г. Пермь
ТРК «Оранж Молл»	Ресторанный комплекс Club 7	ООО «А-Тур-Фастфуд», г. Пермь
ТЦ «Молодежный»	Пиццерия «Венеция»	ИП Арефьев, г. Березники
ТЦ «Семья» («Универсам-2»)	Фуд-корт «Цыплята по-английски», Viva la Pizza, «Кофе Эксперт»	ЗАО «Алендвик», г. Пермь
ЦУМ (открытие запланировано на начало сентября)	Фуд-корт «Цыплята по-английски», Viva la Pizza, «Кофе Эксперт», «Пельмешки без спешки»	

г. Соликамск		
ТРЦ «Бисмарк-1»	Фуд-корт «Цыплята по-английски», «Кофе Эксперт»	ЗАО «Алендвик», г. Пермь
ТРЦ «Бисмарк-2»	Кафе «Ели-Пили»	ООО «Ели-пили», г. Соликамск
ТЦ «Гостинный двор»	Кафе «Солнечный дворик»	ИП Савельева, г. Соликамск
ЦУМ	Закусочная «Пионер»	
ТЦ «Орбита»	Закусочная «Орбита»	

Питание во время рабочего дня — ниша, потенциал которой далеко не исчерпан. По данным сайта «Бизнес-планирование в общепите» www.business-obshepit.ru, только 16% трудящихся посещают столовую при предприятии. 12% совмещают посещение кафе с деловыми переговорами. 20% покупают готовую еду в магазине. 42% носят с собой еду из дома. Вообще не питаются в течение рабочего дня только 10%. То есть, более 60% работающего населения — потенциальные клиенты рестораторов. «Точки питания», которые сфокусировались на обслуживании этой категории потребителей, чувствуют себя вполне уверенно.

— Для наших городов это лучший формат, — считает владелица соликамской сети столовых Людмила Савельева. — Не у всех есть время и деньги на посещение ресторана, а забежать в обеденный перерыв в столовую может каждый. Дневной оборот столовой «Солнечный дворик» в «Гостином дворе» практически такой же, как у «Камы», притом что количество посадочных мест в «Каме» втрое больше.



Хуже всего обстоит дело с заведениями, где можно провести досуг: куда люди ходят без особого повода и не за хлебом насущным.

■ КОНКУРЕНЦИЯ

— Многие заведения отказываются от бизнес-ланчей, — говорит директор ресторана «Эдем» **Елена Мичкова** (г. Березники). — Прибыли такие обеды приносят меньше, чем блюда из основного меню. При этом трафик посетителей большой, обслуживать нужно быстро — это повышает требования к персоналу. Я сама в обеденное время выхожу в зал и работаю вместе с официантами, чтобы гостям не приходилось долго ждать. Но эти усилия себя оправдывают. Стабильный поток клиентов в дневные часы приносит стабильный доход. К тому же, если ты хочешь выстроить отношения с клиентами, заработать их лояльность, продемонстрировать свои возможности — лучшего повода, чем бизнес-ланч, не найти. Часто бывает, что человек, который приезжает к нам обедать, потом заказывает у нас обслуживание. Выбирая, где провести фуршет, вечер с друзьями или семейный обед, он скорее вспомнит место, где он уже был и где ему понравилось.

Хуже всего в Березниках и Соликамске пока представлены заведения, куда люди ходят без особого повода и не за хлебом насущным — места, где можно провести досуг. На то есть объективные причины: доходы населения не растут, при этом траты на

питание остаются высокими. Сравните: среднестатистический москвич тратит на питание 35% своих доходов, из них 28% — это расходы на посещение кафе и ресторанов. Для жителей Пермского края эти цифры соотносятся как 45% к 3% (данные Росстата).

Впрочем, определенные сдвиги наметились и в этом направлении. Соликамский предприниматель **Николай Кун** (управляющий кафе «Подкова») планирует открыть в центре города ресторано-развлекательный комплекс в русском стиле.

Ресторан для взрослых, рассчитанный на 150 посадочных мест, в дневное время будет работать в формате кафе, а вечерами предполагается проводить там торжественные вечера, шоу-программы и корпоративы. Второй зал комплекса будет детским. В нем, помимо кафе со специальным меню для детей, установят различные аттракционы. Предприниматель уверен, что его затея будет пользоваться успехом: в подобном формате в Соликамске сегодня работает только одно заведение, но оно находится в северной части города.

Еще более заметные изменения ожидают рынок к 2013 году: по информации из краевого минторга, к этому времени в Березниках и Соликамске должны открыться рестораны McDonalds.

Местные рестораторы научились зарабатывать на тех потребителях, которые не ходят в их заведения. Выносная торговля выпечкой и мясными полуфабрикатами дает соликамской столовой «Кама» дополнительную прибыль в 15%. Ресторан «Эдем» в Березниках реализует пельмени собственного производства в торговых сетях города, а выпечку — через собственный отдел в торговом центре «Радуга».



ФИРМА
Пластик



● Упаковка, одноразовая посуда для кафе, ресторанов



● Бытовая химия для обслуживания пунктов общественного питания



● Упаковка для цехов, изготавливающих полуфабрикаты



● Кондитерские изделия, приправы и снеки

● Договоры на обслуживание

● Наличный и безналичный расчет

● Бесплатная доставка в офис заказов любого объема

А еще мы соберем вашего ребенка в школу! Большой выбор кантотоваров.

Г. СОЛИКАМСК,

● УЛ. ЛЕСНОЙ ПОСЕЛОК, 12

БАЗА "УТБ", СКЛАД №1, ТЕЛ.: (34253) 9-00-37

● УЛ. ВСЕОБУЧА, 176, ТЕЛ.: (34253) 7-24-50

Г. КРАСНОВИШЕРСК,

● УЛ. ГАГАРИНА, 66, ТЕЛ.: (34243) 9-07-53



КЛАССИКА ПЛЯЖНОГО ОТДЫХА

Египет • Таиланд • Индия (ГОО)
• Арабские Эмираты • Израиль
Китай • Вьетнам • Индия
• Шри-Ланка • Индонезия (Бали)
Куба • Мексика • Доминикана
• Бразилия • Перу



www.sputnik-rmk.ru

A vibrant, stylized illustration of a tropical resort. In the foreground, a woman in a light blue dress is seated on a wooden bench, looking towards the right. The background shows a sandy beach area with several palm trees, a swimming pool, and vintage cars. People are seen walking and relaxing in the scene. The overall atmosphere is one of a classic vacation spot.

**Сделай шаг
НАВСТРЕЧУ
НОВЫМ впечатлениям!**

БЕРЕЗНИКИ, К. Маркса, 60
☎(3424)27•55•55, 27•55•33

СОЛИКАМСК, Северная, 45
☎(34253)4•77•88, 4•77•99

пр. Ленина, 28
☎7•44•44



БИЗНЕС ПОД МАРШ МЕНДЕЛЬСОНА

Евгения ПАНТЕЛЕЕВА, ep.delons@gmail.com

К В 2010 году в Соликамске и Березниках было зарегистрировано 2280 браков. Если учесть, что самая скромная свадьба обходится в 40 тыс. рублей, в свадебном бизнесе наших городов ежегодно крутится более 90 млн рублей (почти 3 млн евро!). Прибавьте сюда корпоративы, юбилеи, выпускные вечера, дни рождения и детские утренники — праздничный бизнес весьма прибылен. И все же, самые большие деньги приносят именно свадьбы. «Самый важный день в жизни» отмечают с размахом: экономить на свадьбах в России не принято, даже если для молодоженов этот брак — не первый.

Пару лет назад свадебные агентства активно обсуждали вопрос, кому достанется \$10 млн, которые решил потратить на свое шуточное бракосочетание миллиардер Михаил Прохоров. Увы, «свадьба века» не состоялась: олигарх, с головой ушедший в политику, нашел более практичное применение своим деньгам. Однако пожаловаться на отсутствие доходов труженики свадебной индустрии явно не могут.

Свадебные традиции — из числа сакральных и нерушимых: сначала ЗАГС (согласно опросам ФОМ, в гражданском браке живут только 9 % россиян), потом

застолье для родных и близких. На организацию последнего, а также на подбор платья, поиск фотографа, визажиста и так далее уходит минимум два месяца, то есть все

время после подачи заявления. Освободить влюбленные головы от лишних забот охотно берутся специализированные свадебные агентства.

В крупных городах свадебный бизнес перешел в их руки всего пять-семь лет назад. Как говорит директор московского агентства Wedding Consult **Ксения Афанасьева**, в 2003 году в Москве было только три специализированных вендинг-компании (от англ. wedding — свадьба, бракосочетание). Сегодня в столице более 200 свадебных агентств.

Верхнекамский бизнес только начинает осваивать новую нишу. Брачующиеся в Березниках и Соликамске по привычке подключают к организации свадьбы родственников и друзей. Тем не менее, модные веяния проникают и в глубинку: за последний год в наших городах открылось четыре свадебных агентства.

Сегодня местный вендинг-рынок выглядит так: 7 компаний практикуют организацию свадеб «под ключ», 4 салона специализируются на продаже и прокате свадебных платьев. Самый большой кусок свадебного пирога «съедают» частники — представители творческих профессий, зарегистрированные как ИП, или любители, которые занимаются организацией праздников в свободное от основной работы время.

Как рождаются агентства

В свадебный бизнес попадают люди двух категорий — экс-

работники рекламных или event-агентств и те, кто оказывает подходящие к свадебной тематике услуги (фотографы, визажисты, певцы). Как правило, все они «варятся» в одной профессиональной тусовке и время от времени получают от коллег предложения поработать вместе, а роль «агентства» в таких творческих союзах чаще всего играет ведущий, человек с опытом проведения подобных мероприятий.

Объединяясь в одну команду, легче найти клиентов. Во-первых, выручает взаимная реклама — получивший заказ фотограф может порекомендовать клиенту своего тамаду и наоборот. Во-вторых, стоимость рекламной информации и комплексных услугах, размещенной в местных СМИ, обойдется дешевле, чем персональные объявления. Поддерживает бизнес и размещение рекламы в специализированных журналах, с которыми сотрудничают ЗАГСы.

Поначалу «свадебные» заказы воспринимаются как дополнительный источник заработка.

Один знакомый попросил провести вечер, другой, и «сарафанное радио» сделало свое дело. Доходы начинают расти, заказы становятся регулярными, времени на организацию торжеств требуется все больше и больше. Постепенно становится ясно, что бизнес этот стабилен, приносит неплохие деньги, и в общем-то стоит заняться им вплотную, организовав собственное предприятие.

— Мы с мужем проводим праздники уже несколько лет, — рассказывает **Светлана Сапрыкина**, хозяйка свадебного салона «Саша + Света» (г. Соликамск). — Работали на юбилеях, банкетах, свадьбах. Я — тамада, муж — ди-джей. Работаем на себя, а не на «чужого дядю». Перспектива открыть свадебный салон и увеличить спектр услуг привлекала давно. Арендовали помещение, приобрели свадебные наряды, укомплектовали штат: теперь у нас есть свой собственный фотограф, оператор, парикмахер. Расширяя услуги, начинаешь больше зарабатывать, меньше тратиться на рекламу.

— Я начинала с парикмахерской, — рассказывает **Елена Шестакова**, владелица свадебного салона «Медовый месяц» (г. Соликамск). — Закончила курсы визажиста, дизайнера, оказывала услуги тамады. Можно сказать, знаю этот бизнес изнутри. Поэтому, наверное, до сих пор на плаву. 10 лет назад свадебная ниша в Соликамске пустовала, и мы были первыми, кто стали предлагать людям не одну услугу, а комплекс.

Другой путь — когда агентство «вырастает» из салона свадебных платьев.

— Вначале ты добавляешь в свой ассортимент аксессуары, вроде бутоньерок, сумочек и подвязок. Потом — украшения для автомобилей (их молодожены берут «в аренду»). Потом начинают сыпаться предложения о

Кто зарабатывает на свадьбах?

- полиграфисты
- фотографы, операторы
- музыканты
- флористы
- педагоги танцев
- устроители фейерверков
- владельцы автотранспорта
- магазины подарков
- турагентства
- салоны платья
- ювелирные салоны
- дизайнерские фирмы
- рестораны
- салоны красоты

сотрудничестве от других участников и распорядителей свадебного ритуала, появляются постоянные партнеры, и вот ты уже занимаешься организацией свадьбы «под ключ», — рассказывает **Айсылу Ахмарова**, салон «Счастливое мгновение» (г. Березники).

Профессионализм дороже денег

Постепенно «созревают» и клиенты свадебных агентств. Люди начинают понимать, что организовать свадьбу — не так легко, как может показаться на первый взгляд. Да, на запросы «свадьба в Березниках» или «свадьба в Соликамске» Яндекс выдает сотни ссылок на фотографов, ведущих,

Ксения Афанасьева, директор свадебного агентства Wedding Consult: — У нас ведь люди талантливые — любят проявить свое творческое начало. Традиция такая. Мы с этим боремся, показываем



на примере удачных свадеб, что на свадьбе и родственники, и друзья, и сами молодые должны в первую очередь отдыхать, развлекаться и радоваться. Заниматься обзвоном подрядных организаций, контролем всего происходящего должны профессионалы.



Свадебный бизнес в Березниках и Соликамске находится на этапе становления, но предпосылки для его развития — налицо. Повышение благосостояния населения сопровождается желанием избавиться от лишних хлопот. Рост рынка вендинг-услуг происходит не за счет роста числа свадеб, а за счет большей доли пар, которые решили обратиться за помощью по организации свадеб к профессионалам.

фото: Максим Татарин

флористов, визажистов и прочих. Но он не предоставляет информации о том, что именно скрывается за ссылкой: какого качества услуги смогут предоставить эти люди, не подведут ли они?

— Во-первых, не сталкиваясь ранее с подготовкой свадьбы, клиенты даже представить себе не могут, сколько време-

ни занимает организация, — говорит **Кристина Китова**, «Свадьба под ключ» (г. Березники). — Самостоятельная подготовка свадьбы отнимает очень много сил, ресурсов, так что после подготовки, собственно, никакой свадьбы уже не захочется. Во-вторых, благодаря агентству, у вас всегда будет человек, ответственный за все «косяки» — его задача не допустить и решать проблемы. Так что никаких троюродных бабушек, забытых у Вечного огня, и «не успели украсить зал!» — вы сможете просто наслаждаться своей свадьбой, а за порядком будет смотреть специальный человек. Также не забывайте, что агентства провели намного больше торжеств, чем вы, и знают о каких-то небольших, казалось бы, нюансах, которые на самом деле очень важны. Например, специальный человек-хостесс, который займется рассаживанием гостей, Все вроде бы мелочи, но именно из них и складывается идеальное торжество.

Денежный вопрос тоже перестает быть камнем преткнове-

ния: на фоне общих расходов на свадьбу, услуги агентства выглядят довольно скромно. Тем более что большинство клиентов заказывают агентству лишь какую-то часть своего праздника. Кроме того, агентства стараются не делать большую накрутку на «посторонние» услуги.

Например, если агентство подключает к организации свадьбы, скажем, флористов, их услуги для клиента будут стоить столько же или чуть-чуть дороже (с учетом комиссии агентства), чем при обращении напрямую. Агентству, как постоянному клиенту-«оптовику» делают хорошие скидки. Это может значительно удешевить общую стоимость.

— За организацию свадьбы «под ключ» мы берем фиксированную плату — 37 тысяч рублей, — рассказывает **Анастасия Козич**, агентство «Свадебный гид» (г. Пермь). — В основном пермские свадебные агентства берут за свои услуги 10-15 % от бюджета свадьбы. Все услуги третьих лиц, которых подыскивает агентство, оплачиваются отдельно. Но, как

Сколько стоит свадьба

Тамада (обычно в союзе с ди-джем): от 1000 рублей в час.

Платье невесты: прокат — от 1500 тыс. рублей, продажа — от 6000 рублей

Костюм жениха: от 4000 рублей

Прическа, макияж невесты:

1500-2000 рублей

Видеосъемка: 7-8000 рублей

Банкет: в среднем 1000 рублей с человека (без спиртного)

Украшение машины: от 500 рублей (в прокат)

Украшение зала: от 2000 тыс. рублей

ЗАГС: живая музыка от 700 рублей

Итого: самая «бюджетная» свадьба обойдется в 40 тыс. рублей

Для сравнения:

нанять ведущего «с именем» — от 19 тыс. рублей

полет на воздушном шаре — от 3000 рублей



P
r
i
d
e

PRIDE

H
O
T
E
L

г. Березники
Большевикский проезд, 5
тел./факс: (3424) 22-68-52
e-mail: info@pride-hotel.com
www.pride-hotel.com



«Прайд-отель»
гостеприимство
VIP-уровня



Свадьба
Свадьба — самый светлый праздник,
который соединяет два любящих сердца.
Этот день непременно
должен стать лучшим днем
в вашей жизни.
Гостиница «Прайд-отель» поможет
сделать его незабываемым!

КАФЕ-БУТИК

Отпразднуйте ваше первое
семейное торжество в кругу
самых близких людей

- Уютный банкетный зал
на 30-35 человек
- Камерная атмосфера,
изысканный интерьер, настоящий
камин с живым огнем
- Кухня от шеф-повара —
для самых взыскательных гостей



ГОСТИНИЦА

- Романтический номер для молодоженов
- Compliments молодым от «Прайд-отеля»: шампанское, фрукты, завтрак в номер
- Чистка свадебных нарядов — подарок химчистки «Евролюкс»

■ СВАДЕБНЫЙ БИЗНЕС

правило, клиент платит не больше того, что он потратил бы, покупая эти услуги самостоятельно.

Изнанка праздника

Веддинг-агентствам присуща общая черта — универсальность. Они берутся устраивать не только свадьбы, но и корпоративные вечеринки, презентации, банкеты и т.д. Во-первых, услуги достаточно стандартные (организация фуршета, украшение зала, концертная программа, услуги ведущего, фото-и видеосъемка). А во-вторых, специализироваться исключительно на свадьбах рискованно — слишком уж велика зависимость от сезона.

Пик спроса — лето: на это время приходится до 60% всех свадеб, и 80% доходов всех агентств, далее по популярности следует сентябрь-октябрь, менее всего востребован зимний период. Рейтинговыми считаются также праздничные и красивые даты.

— В этом бизнесе свои заморочки, — резюмирует **Анжелика Петухова**, владелица салона сва-



фото: Максим Татаринов

На чем зарабатывают агентства?

- 1) Написание сценария, организация и проведение торжества;
- 2) Предоставление комплекса услуг — от свадебного платья и туфель до заказа лимузина.
- 3) Организаторы чаще всего выступают посредниками между клиентом и компаниями, специализирующихся на определенных сервисах — флористике, такси и т.д. У каждого агентства есть свой круг подрядчиков — цветочные магазины, парикмахеры, рестораны.

дебной моды «Красотка» (г. Соликамск). — У нас то пост, то май, то високосный год, то еще что-нибудь...

— Работать в таком небольшом городе, как Березники,

можно и оставаясь частником, — говорит **Кристина Китова**. — Открывают агентство те, кто предоставляет более широкий спектр организационных и консультативных услуг. Для проведения од-



- ✦ Свадебные, вечерние, детские платья: прокат и продажа
- ✦ Оформление залов и машин
- ✦ Профессиональная организация торжеств: свадьба, юбилей, корпоратив, детский праздник

СВАДЬБА
ПОД КЛЮЧ

Новое поступление!
www.svadbakluch.ru

Наш новый адрес:

г. Березники, ул. Юбилейная, 46

Тел.: (3424) 25-05-02,

8-909-72-68-156

них только свадеб организовывать фирму смысла не имеет. Надо предлагать населению услуги по проведению любых праздников. Это, кстати, поможет не только пережить «мертвый сезон», но и уменьшит зависимость от участвовавших финансовых кризисов...

Еще одна особенность свадебного бизнеса — большое количество подрядчиков-частников, каждый из которых может оказаться «слабым звеном». Подстраховаться на случай форс-мажора довольно сложно: сопутствующие услуги чаще всего оказывают физлица, которые нигде не зарегистрированы. С такими даже договор не заключишь. А любая накладка в день свадьбы грозит агентству потерей репутации.

— Наша фирма работает в сфере пассажирских перевозок, в этом году решили расширить список услуг и вышли на свадебный рынок, — рассказывает индивидуальный предприниматель-перевозчик **Николай Даниленко**. — В общем, работа не пыльная — главное, чтобы те, с кем работаешь, не подводили. Недавно был случай: клиент заказал два микроавтобуса белого цвета. Один у

нас есть, второй нашли через партнера. Вечером накануне свадьбы контрольный созвон — выясняется, что второй автобус угодил в аварию и приехать не сможет, а предупредить об этом заранее меня забыли. Ситуация — хуже не придумаешь. Я в бешеном темпе начинаю обзванивать всех, кого только могу найти (проблема еще и в том, что я привлек клиента низкой ценой на аренду), цены мне называют запредельные, но подвести клиента нельзя. В результате второй автобус я нашел, заказчика не подвел, но сработал себе в убыток.

— Мы несем гораздо более большую ответственность за качество предоставляемых услуг и профессионализм работающих у нас людей, — говорит **Юлия Ромодина**, хозяйка свадебного салона «Гармония» (г. Соликамск). — Частники отработали плохо — ищи их потом. А фирмы на виду.

Наконец, свадебному агентству «полного цикла» необходимо успевать за ветреной свадебной модой, постоянно расширять «репертуар» услуг и идей. Для этого нужны не только креативные мозги, но и соответствующие

площади, а с коммерческой недвижимостью в Березниках и Соликамске сами знаете, как...

— Все местные салоны ютятся на крохотных площадях, поэтому похожи, как близнецы, — убеждена **Светлана Ковалёва**, свадебный салон «Шик» (г. Соликамск). — Очень хочется открыть салон, где каждое платье висит на своем манекене, с парой примерочных, зоной отдыха. Но, к сожалению, это не формат наших городов.

— Десятью платьями сегодня никого уже не удивишь, — считает **Анжелика Петухова**, нужна коллекция минимум из двухсот, тогда клиенты не поедут искать свадебное платье в другой город.

— Мы бы давно открыли агентство в Соликамске, но не можем найти помещения, — признается **Кристина Китова**. — Размещать свадебный салон в офисных центрах нет смысла. Салону нужно не менее 30-50 кв. метров в месте с большой проходимостью, например, в торговом центре или на первых этажах зданий вдоль «красной линии».

А вот необходимость удивлять клиентов бурным полетом фантазии, по замечанию участни-

Проблему сезонности свадебного бизнеса можно решить, если отказаться от узкого профиля и превратить вендинг-агентство в агентство по организации праздников самого широкого профиля. Риски, связанные с действиями партнеров-подрядчиков, минимизировать сложнее: либо принимать нужных специалистов в штат, либо работать с частниками по договору.

фото: Максим Татаринов





г. Березники,
ул. Пятилетки, 36
Универсам «Семья», ТЦ «Радуга» (1 этаж)

ювелирный салон «Алмаз»

г. Соликамск,
ул. Северная, 70, ЦУМ, 2 этаж
торговый дом
«Алмаз-центр»

Обручальные кольца В «АЛМАЗЕ»:

- гладкие:
 - широкие и узкие
- с алмазной гранью
- с фианитами
и бриллиантами
- двухсплавные

**При покупке
двух колец —
СКИДКА 5%.**

Первые упоминания об обручальных кольцах, точнее об обряде обмениваться обручальными кольцами относятся еще к Древней Греции. «Линией жизни» называли древние греки артерию, которая проходит через безымянный палец руки. А кольцо испокон веков служит символом единства душ и вечной любви.

Конечно, со времен Гомера, Платона и Аристотеля жизнь изменилась очень сильно, однако обручальные кольца по-прежнему остаются неизменным атрибутом свадебного торжества. Современные женихи и невесты надевают друг другу на палец, как правило, кольца из золота, хотя в последнее время традиционные формы, цветовая гамма и дизайн этих моделей не являются догмой. Материал, декор, оттенки цвета могут быть разными, главное — взаимное чувство, которое символизируют эти кольца.

ков рынка, стоит не так остро. Количество новобрачных, мечтающих «кутнуть на последние», сильно уменьшилось. В основном люди — за «умные свадьбы», в ходу дотошная калькуляция расходов и отказ от излишеств.

Взросший было интерес к тематическим свадьбам постепенно сходит на нет. Год назад пермяки и жители Верхнекамья играли свадьбы в греческом, морском, парижском стилях, в виде церемонии «Оскар» и даже в стиле «Реальных пацанов». Сейчас большинство молодоженов выбирают более-менее традиционную церемонию — красивый семейный ужин в обстановке, помогающей прочувствовать глубокий смысл торжества. Главное требование — все должно быть красиво, со вкусом и безупречно организовано.

Театральность и оригинальность не забыта, но ее либо переносят на второй день свадьбы, либо ищут в другом: планируют удивительные путешествия, выбирают диковинные платья невест и угощения гостям. А еще в ходу сюрпризы. Если раньше в 99 процентах случаев за организацию свадьбы отвечала невеста, то теперь в бой идут женихи, причем до конца держат в тайне от избранницы подробности торжества. Главное — молодые все больше смотрят друг на друга, а не на то, какое впечатление они производят на своих родственников и гостей. И, благополучно миновав все формальные и неформальные церемонии, попадают в те 76 процентов россиян, которые, согласно опросу ФОМ, считают, что их брак удался.

Максим Татаринов



свадебный фотограф
(г. Пермь):

— В Перми, Соликамске и Березниках большинство свадеб проходят по традиционному сценарию: выкуп, торжественная регистрация, иногда венчание в церкви, прогулка и банкет с шоу-программой.

Выкуп везде проходит одинаково. Регистрировать брак в Перми принято не в помещении ЗАГСа, а в просторных, нарядных и красиво украшенных залах дворцов культуры и отелей. Летом молодожены часто заказывают регистрацию на открытом воздухе.

Не отстают и Березники: ваш брак торжественно регистрируют в одном из дворцов культуры, в усадьбе Голицыных в Усолье, или непосредственно на месте проведения банкета. Соликамский ЗАГС выездные регистрации не проводит.

Время до начала банкета принято проводить в поездках по местным достопримечательностям и просто красивым местам. Молодожены всех городов здесь солидарны. Исключение — свадьба по-европейски (отсутствие выкупа, венчание в церкви, фотосессия молодоженов, выездная церемония и банкет на свежем воздухе, отъезд новобрачных в отель).

Пермь может предложить множество свадебных услуг, начиная от необычных букетов и средств передвижения: карет, лимузинов представительского класса, лимузинов-хаммеров и ретроавтомобилей. Свадьбы с большим бюджетом часто пользуются услугами аниматора, развлекающего гостей во время прогулки.

Нет в Перми недостатка и в местах проведения банкета с профессиональными ведущими, оригинальным сценарием, живой музыкой, разнообразной шоу-программой, ресторанным обслуживанием. Вопросами организации свадеб занимаются, преимущественно, агентства. Уровень организации обычно высокий, работать на таких свадьбах очень приятно. В Соликамске и Березниках организацией свадеб чаще всего занимаются молодожены и их родственники.

В Перми услуги свадебного фотографа стоят от 8 тысяч (это низкий уровень). Хорошие фотографы оценивают себя дороже: от 15 до 25 тысяч за полный день. Если прибавить сюда изготовление свадебной книги, стоимость возрастает до 30 и более тысяч рублей.

В Соликамске и Березниках расценки гораздо скромнее. Фотограф, работающий весь день, может обойтись молодоженам в 5-7 тысяч рублей.

фото: Максим Татаринов



Париж, хибачи... и Анна Семенович

Большинство предпринимателей — трудоголики. Ради достижения своей цели они готовы трудиться без сна и отдыха, без выходных и праздников. Но лето — это такое время, когда можно и нужно сбавить деловые обороты — почаще выбираться на природу, найти время для хобби, жарить шашлык, купаться, общаться, радоваться и воплощать в жизнь самые невероятные идеи. Чтоб долгими зимними вечерами было, что вспомнить. Руководители компаний рассказали журналу «Дело НС», чем их порадовало лето.



Любовь Носова,
директор ГРК «Пингвин» (г. Соликамск):

— В июле в нашей гостинице останавливалась Анна Семенович со своим коллективом.

Для нас это был своеобразный экзамен — ведь мы, в какой-то степени, представляли лицо города. Да и звезды такого масштаба наверняка привыкли к высокому уровню обслуживания. Экзамен сдали — гости остались довольны, мы услышали много теплых слов в свой адрес. Мне самой лето подарило долгожданный отпуск.



Татьяна Воловик,
директор туристического агентства «Аврора-тур» (г. Березники):

— Не так давно в нашем офисе появился большой аквариум на 400 литров. Его я получила в подарок от постоянных клиентов. Неожиданно и очень приятно! Теперь с удовольствием занимаюсь разведением рыбок. Золотых, на счастье!



Екатерина Сальникова,
сеть магазинов «Палитра», маркетолог (г. Пермь):

— Лето нас радует сезонным увеличением продаж. Есть и глобальные события — мы открыли новый магазин в Чусовом. Отметим день рождения — год магазину в Губахе. В честь этого проводили специальные акции, лотереи для покупателей. Устроили праздник и для коллектива. В Перми сейчас возводим новый склад, восемнадцатый по счету. Это позволит увеличить запас товара, привозить больше новинок. Есть достижения и в личном плане: я закончила магистратуру, защитила диссертацию. И в честь этого сделала себе подарок — купила билеты в Абхазию. Скоро поеду в отпуск!



Юлия Якимова,
директор проектной организации «Арх-идея» (г. Соликамск):

— Мы переехали в новый офис. Теперь у нас все так, как нам нравится: черный зеркальный потолок, люстры-планеты, фотообои с синим морем. Еще у нас появилось новое направление — изготовление витражей для разработанных нами интерьеров. А я научилась готовить блюда японской кухни «хибачи» — овощи, креветки и шампиньоны обжариваются в соусе на сильном огне, процесс идет мгновенно, все соки и витамины сохраняются, очень вкусно!



Александр Ташлыков,
салон-магазин «Праздник»
(г. Березники):

— В это лето осуществилась мечта моей супруги — мы съездили в Европу, побывали в Париже, поднимались на Эйфелеву башню, отдохнули в Диснейленде. С начала лета вместе с сыном пропадали на рыбалке, купили навигатор, эхолот — вся рыба наша! Загораем и купаемся в Пешково. Детям здесь очень нравится! Не забываем о работе — хотя и лето, уже работаем над поставкой новогодней продукции.



Сергей Мокрушин,
директор компании «Метаком-сервис»
(г. Березники):

— Мы сделали долгожданный ремонт в офисе — заменили полы. Обновили коллектив — приняли сотрудника с большим стажем и опытом работы. Возлагаем на него большие надежды. Этим летом исполнилась моя давняя мечта: вместе с супругой мы побывали в Вене. Необыкновенный город, очень красивый, уютный, располагающий к неторопливым прогулкам, пропитанный музыкой Моцарта и Шуберта... Теперь мечтаем вернуться туда еще раз. А еще недавно я перечитал книги братьев Стругацких. Их романы насыщены таким глубоким смыслом, который невозможно постичь полностью после первого прочтения. Каждый раз открываешь для себя новые пласты.



Татьяна Чистякова,
управляющая магазинами
«Гулливёр», «Гулливёр Бэби»
и «Домашний Рай»
(г. Соликамск):

— Лето меня радует само по себе — теплом, солнцем. Оживаешь после долгой уральской зимы. Не хочется сидеть на месте. Сейчас мы занимаемся ремонтом нового помещения — перевезем туда парикмахерскую. В ней планируем открыть дополнительную услугу — установить инфракрасную сауну. А еще я купила новую машину — KIA Sportage.

Отдыхайте с «Норд-Лайн»

Любая работа, какой бы творческой она ни была, на 80% состоит из рутины, требующей от человека серьезной отдачи и умения держать себя в рамках норм корпоративной культуры. Даже самому слаженному и дружному коллективу периодически нужен отдых, который разбавит трудовые будни приятными впечатлениями, поможет ближе познакомиться с коллегами, посмотреть на компанию другими глазами.

Опытные бизнес-тренеры советуют: лучший отдых — перемена обстановки. Офисным работникам и специалистам, которые проводят в помещении весь рабочий день, больше всего по душе совместные выезды на природу. Соликамская туристическая компания «Норд-лайн» готова организовать для ваших сотрудников яркий, запоминающийся уик-энд.



Любителям активного отдыха - сплавы по рекам Прикамья

База отдыха «Норд-Лайна» расположена в селе Пянтег Чердынского района, в 120 км от Соликамска. Уютный гостевой дом в эко-стиле с шестью спальнями и большим холлом может одновременно принять до 25 гостей. Рядом с домом — деревенская баня, а в 50 метрах от подворья — река Кама, чистая, прозрачная, не испорченная промышленными стоками.

Вы только представьте, какой это кайф — в пятницу вечером, после напряженной рабочей недели приехать в деревню, на свежий воздух, напариться в жаркой баньке и нырнуть голышом в прохладную речную воду... И это — только начало!

Следующий день сулит новые впечатления и удовольствия. Сценарий выходных «принимающая сторона» формирует с учетом пожеланий своих гостей. Тем, кто предпочитает «стационарный» отдых — с шашлыками и коллективными играми — предложат провести время на территории базы. В развлекательную программу можно включить конкурсы и упражнения на командообразование.

Любителям активного отдыха устроят сплав по рекам Прикамья. Особой популярностью пользуется сплав по верховьям Камы. Здесь очень красивые места — песчаные плесы, на которых удобно организовать стоянку, искупаться, пофотографироваться. Все снаряжение и оборудование предоставляет турфирма. Весь путь вместе с туристами проделывают опытные инструкторы, имеющие специальное образование и соответствующие сертификаты.

В 2011 году компания «Норд-Лайн» получила лицензию на осуществление туроператорской деятельности и статус оператора внутреннего туризма

Другой вариант — посещение природных и исторических памятников Верхнекамья. Узкая улочка, Каменный город, Полюд, Ветлан, Чердынские церкви — вы наверняка много раз слышали об этих местных достопримечательностях. Но, признайтесь честно: в

последний раз вы были там, в лучшем случае, в студенческие годы... Времени не хватает, да и организовать такую поездку самому — хлопотно. «Норд-Лайн» возьмет на себя все заботы. Вам предложат несколько маршрутов, обеспечат транспортом (компания приобрела пассажирскую «ГАЗель», рассчитанную на 13 че-

Отдых в Пянтеге доступен каждому: аренда дома — 300 рублей в сутки с человека. Еще 300-350 рублей с человека — доставка из Соликамска до Пянтега и обратно.



ловек), и будут сопровождать группу от начала до конца поездки, обеспечивая безопасность и знакомя вас с неизвестными фактами истории Пермского края.

Поклонникам эко-туризма в Пянтеге тоже есть, чем заняться: летом — грибы-ягоды, рыбалка (опытные проводники покажут самые «урожайные» и «клевые» места), зимой — лыжные прогулки и катание на конных упряжках.



Безопасность и комфорт - вашему отдыху ничто не помешает

«Норд-лайн» организует отдых не только для трудовых коллективов. Пянтег — отличное место для встречи с друзьями, юбилея и даже свадьбы. Сюда часто приезжают семьи, чтоб провести время с детьми — в городской суете так трудно выкроить на это время...

Между прочим, детский отдых — одно из постоянных направлений деятельности «Норд-лайна». И это говорит о многом. Работа с детьми предполагает большую ответственность, четкое выполнение всех санитарных норм и повышенное внимание к вопросам безопасности. Летом в Пянтеге работают спортивный и военно-патриотический лагеря. Вот уже четыре года компания сотрудничает с Пермской гимназией №4. В Перми она считается элитным учебным заведением. Большинство детей, которые там учатся, неоднократно бывали за границей, видели и Париж, и Барселону, привыкли к определенному уровню комфорта. Тем сильнее и ценнее впечатления, которые они получают от путешествия по родному краю...



г. Соликамск, ул. Советская, 56 / 2, оф. 4
тел.: (34253) 7-03-69, 8-902-79-570-17



Планета
Сеть турагентств

отдых без проблем

Знаете, сколько людей должны включиться в работу, чтобы вы на пару недель съездили в какую-нибудь самую обыкновенную Турцию по самому обыкновенному пакетному туру? Порядка трехсот! Менеджеры туристических компаний, служащие банков и страховых компаний, сотрудники авиакомпаний и водители, встречающие и отельные гиды, персонал отелей и аниматоры... А начинается все — с менеджера турагентства, в которое вы приходите за путевкой...

Фактически полномочия турагента заканчиваются в тот момент, когда клиент получает на руки свой пакет документов. Но ситуаций, когда туристу может понадобиться помощь, во время отдыха возникает сколько угодно, — объясняют менеджеры соликамского офиса сети турагентств «Планета» **Светлана Макуха** и **Вероника Бартули**. — Как правило, все эти моменты лежат вне зоны ответственности агента. Но клиенту проще и удобнее иметь дело с тем, кто продавал ему тур.

— С какими наиболее типичными проблемами сталкиваются наши туристы за границей?

Светлана Макуха: В первую очередь, это вопросы, связанные с перевозкой, размещением и сервисом в отеле, экскурсиями, заказанными заранее услугами. Туристов не встретили в аэропорту. Потеряли багаж. Вместо заказанного отеля привезли в другой. Номер в отеле — не той категории, которую турист бронировал... Доля таких проблем, в зависимости от страны, колеблется от 15% до 70%. Сбои и накладки неизбежны даже у очень опытных игроков рынка. Но мы не ищем виновников, на которых можно переложить ответственность, а стараемся сделать все, что в наших силах, чтобы как можно быстрее решить проблему.

Вероника Бартули: В разгар сезона отели, особенно на массовых направлениях, часто грешат овербукингом — продают больше мест, чем имеют в наличии. В таких случаях мы всегда связываемся с туроператором и добиваемся, чтобы нашему клиенту как можно скорее предложили другой отель, классом не ниже того, что был заказан. Иногда срабатывает так называемый «человеческий фактор»: клиент сознательно выбрал «свободное заселение» (roh) — это значит, что в отеле его могут поселить в любой свободный номер. Но, сравнив свой номер с другими, человек остался недоволен. Юридически мы не несем за это ответственности, но все равно пытаемся уладить дело в пользу туриста, чтобы у него не осталось негативного осадка от путешествия.

— Во время заграничной поездки возникла критическая ситуация, или человек заболел и ему нужна медицинская помощь — чем агентство может помочь в таких случаях?

Светлана Макуха: Турагентство не может решить



Вероника Бартули

— Часто возникают проблемы с charterными авиаперелетами. Например, этим летом все рейсы на Турцию из Перми одного крупного туроператора вылетают в час ночи, хотя в расписании обозначено время вылета — 04:30. Иногда авиакомпании меняют расписание полетов всего за пару дней до отправления. Представьте: вы приезжаете в аэропорт, а вам сообщают, что ваш самолет улетел несколько часов назад! Наша задача — быть в курсе, и заранее предупредить клиента обо всех изменениях.

— Однажды мы организовывали свадебное путешествие для большой компании. В последний момент клиенты перенесли поездку на неделю, нам пришлось перебронировать отель на новые даты. И вот, восемнадцати гостям подтвердили заселение, а жениху с невестой — нет: все номера оказались заняты. Катастрофа! Мы задействовали все ресурсы: вышли на оператора, вели переговоры с администрацией отеля, добрались даже до их директора, и он из своего «личного фонда» выделил нашим молодоженам президентский люкс. Молодые были в восторге...



Светлана Макуха

всех проблем. Но мы понимаем, что ЧП — это всегда стресс. Тем более в чужой стране, без знания языка. Затруднения вызывают даже элементарные вещи — как пользоваться транспортом, как найти и купить нужное лекарство, как позвонить, где разменять деньги... А если случилось что-то серьезное, человек впадает в панику. Он звонит в агентство, потому что не знает, что предпринять. Задача менеджера — успокоить, сориентировать — к кому обратиться за помощью, подсказать — как правильно себя вести, чтобы эту помощь получить... Но все-таки, главная ответственность турагента — предусмотреть все риски, предупредить клиента о возможных проблемах.

Вероника Бартули: Мы всегда расспрашиваем своих туристов о состоянии их здоровья. Акклиматизация, смена часовых поясов, повышенная влажность воздуха, экзотическая пища — все это может стать причиной обострения хронических заболеваний. Есть страны, в которые мы категорически не рекомендуем ездить людям пожилым, имеющим проблемы с давлением, у которых больное сердце или печень. Пакетный тур включает стандартную страховку, которая гарантирует медицинскую помощь в экстренных случаях. Но мы всегда советуем своим клиентам брать страховку с полным покрытием.

Светлана Макуха: Одновременно с путевкой лучше оформить еще и страховку от невыезда. Собираясь в визовую страну, туристы обычно узнают, дали им визу или нет, в последний момент... Кроме того, такая страховка поможет, если вы сдаете путевку из-за внезапной болезни (вашей или кого-то из членов семьи), проблем с имуществом: в квартире случился пожар, вас залило, обокрали и т.д., перед поездкой вы получили повестку из суда или из военкомата...

Сеть турагентств «Планета»
13 лет на туристическом рынке
Соликамский филиал
работает с 2004 года

г. Соликамск,
ул. 20-летия Победы, 119,
(гостиница «Соликамск»), оф. 1
тел.: (34253) **7-61-88, 4-84-08**

Жизнь
щедр на неожиданности. Не все ее сюрпризы оказываются приятными. Поэтому нам очень важно, чтобы наши туристы знали: что бы ни случилось, мы сделаем все возможное, чтобы отдых оставил только счастливые воспоминания.



Хотите скрепить ваши отношения узами брака, но официальная церемония с утомительным застольем вам не по вкусу? Сыграйте свадьбу на другом конце планеты! Такая свадьба скорее напоминает театральное представление, чем традиционную «процедуру бракосочетания». Вместо ЗАГСа и марша Мендельсона вас будет ждать украшенная цветами лодка и свидетельство о браке на пальмовом листе. Если вы уже стали мужем и женой, но хотите еще раз пережить ощущения самого прекрасного дня в вашей жизни, закажите символическую свадебную церемонию — она будет еще необычнее, чем официальная. Турфирмы помогут спланировать свою поездку так, чтобы ощущение праздника не покидало вас в течение всего путешествия, и каждый день сулил новые сюрпризы.

Юлия ГРОСС, info.delons@gmail.com

СВАДЬБА БЕЗ ГРАНИЦ

Япония: далекая и близкая

Любое путешествие — это история на всю жизнь. Поездка в Японию — особенная история. Тем более, если это свадебное путешествие!



Страна восходящего солнца, до середины XIX века закрытая для остального мира, сегодня охотно принимает туристов. Для жителей Пермского края, путешествие в Японию начинается с поездки в Москву, откуда самолет летит прямо до Токио. В Токио вы увидите площадь императорского дворца, японский сад Хаппоэн, поучаствуете в чайной церемонии. Посетите район Асакуса с его храмом Сэнсодзи и сувенирной улицей На-

камисэ, фешенебельный район Гиндза.

Один день посвящен экскурсии в национальный парк Хаконэ, расположенный у подножия красавицы-горы Фудзияма. Вас ждет путешествие по горному озеру Аси, посещение долины «великого кипения» Овакудани, где ни на минуту не прекращается вулканическая активность, обеденная трапеза и купание в горячих источниках Юнэссан. В программе поездки предусмотрено посещение самурайского города Камакура, знаменитого своими храмами и статуей Большого Будды.

Потом у вас будут еще три счастливых дня в Токио. Вы можете гулять по городу или взять дополнительные экскурсии в города Киото, Нара, Осака.

Туристическое агентство «Акварин» является поклонником Японии. Туристов здесь угощают ассорти из японских суши, сашими и роллов. Постоянный партнер «Акварина» — суши-магазин «Яки-Тори».



ТУРИСТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО
Акварин
Бесплатная доставка суши и роллов от «Яки-Тори»
ЯКИ-ТОРИ АВТОСУШИ (3424) 26-46-00 www.yaki-tori.ru
г. Березники (3424) 26-56-50
ОТДЫХ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ



Свадебный рай

Вьетнам — залитая солнцем страна ярких красок. Здесь всегда чистое, ярко-бирюзовое море, окаймленное золотистыми песчаными россыпями пляжей, мягкий климат и комфортные отели. Путешествие во Вьетнам предназначено для истинных романтиков, которые способны любить несмотря и вопреки, кто ищет настоящую любовь и счастье в современном суетном мире. Будущие супруги могут заказать здесь организацию свадебной церемонии.



Если вы еще не решили, какой город выбрать для проведения свадебной церемонии, рекомендуем остановить свой выбор на Фантьете. Этот известный курорт очаровал не одно поколение европейцев. Больше всего он знаменит своими дюнами — розовые и белые барханы песка представляют собой удивительное зрелище. Хотите провести несколько дней в личном свадебном раю? В Фантьете вам предложат любую роскошь. Вы можете заказать свадебную церемонию прямо на живописном берегу, среди раскидистых пальм. А после регистрации брака можно отправиться на экзотическую джип-экскурсию или выбрать активный вид отдыха — подводное плавание или походы.

Кстати, полученный во Вьетнаме сертификат о регистрации брака будет действительным и на территории России. Просто представьте его в российский ЗАГС — и вам оформят свидетельство.

Фантьет славится высоким сервисом обслуживания и отличной кухней с огромным выбором морепродуктов, а свадебные банкеты местных отелей — выше всяких похвал!

Итак, если вы готовы отрешиться от всех и вся и посвятить несколько дней лишь любимому человеку — этот тур создан для вас и ваших желаний. Перед вами распахнут свои двери лучшие свадебные отели и бунгало Фантьета, вас будет почтительно приветствовать вышколенный персонал. После свадебного путешествия вы влюбитесь в эту страну и, несомненно, захотите сюда вернуться.



г. Соликамск, ул. Набережная, 105
(ТД «Алмаз-Центр», 3 этаж)
тел.: (34253)7-64-81, 8-952-3388-338
sdoroga@yandex.ru

Проведи Новый Год
под солнцем!
Новинка сезона —
о.Пхукет

Вьетнам:
вылеты 25.12, 28.12, 30.12
о. Пхукет из Перми — вылет 25.12.
Паттайя — вылеты 20.12, 02.01.
Спешите! Предложение ограничено
Кредит на лучших условиях.
Рассрочка

Что может быть романтичнее?

г. Березники
ул. К. Маркса 48, оф.125
тел.: (3424) 29-25-00
8-902-47-90-745
teatrmira@mail.ru



Предъявителю
данного
купона —
скидка до **7%**

"ТЕАТР МИРА"

Самые актуальные и самые интересные
самые свежие и традиционные направления

по самой низкой цене
ТУРЫ В ЛЮБУЮ ТОЧКУ ЗЕМНОГО ШАРА

ИЗ МОСКВЫ И ЕКАТЕРИНБУРГА — ЭКСКУРСИОННЫЕ ТУРЫ, ШОП-ТУРЫ И ПЛЯЖНЫЙ ОТДЫХ
ИЗ ПЕРМИ — ЕГИПЕТ, ИНДИЯ, ТАЙЛАНД, АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ, САНАТОРИИ, ЛАГЕРЬ «ХИПТОН»

Мальдивы — это жемчужина Индийского океана с белоснежными пляжами, прозрачной голубой водой, удивительными коралловыми пещерами, подводными рифами и бирюзовыми лагунами. Идеальное место для тех, кто хочет беззаботно и с комфортом провести несколько дней наедине со своей второй половинкой. Мальдивские острова очень маленькие, но они вмещают тысячи влюбленных сердец и хранят воспоминания о каждой влюбленной паре, когда-то здесь побывавшей. Открывая свой свадебный альбом с фото, вы каждый раз с нежностью будете вспоминать эту сказку.

Свадебный пакет весьма обширен. Сама церемония может проходить на пляже, в отеле, на необитаемом острове, на яхте и даже под водой — все зависит от вашей фантазии.

Вопрос с проживанием вы тоже можете решить по своему вкусу — к вашим услугам прибрежные или водные бунгало в выбранной вами части острова. Вам будут гарантированы уединение, покой и тишина. Или, может быть, вы предпочтете комфортный отель с приветливым персоналом и роскошным банкетом?

Хотите, чтобы этот день запомнился не только вам, но и вашим друзьям? Пригласите их на церемонию! Впечатления от этого дня надолго останутся в памяти всех присутствующих.

Следует помнить, что свадебная церемония на Мальдивах не является официальной. Но для молодоженов, наслаждающихся медовым месяцем, это возможность еще раз сказать «Да!» любимому и дорогому человеку. А супругам со стажем, отмечающим годовщину свадьбы, путешествие на острова подарит заряд романтики и теплоты.



А вы бывали на Гаити?



Долгими зимними вечерами приятно вспомнить о лете. Особенно, если этим летом вы связали свою судьбу с любимым человеком на прекрасном острове Гаити, в Доминиканской республике.

Свадьба в Доминикане — это экзотично и удивительно волнующе. Обычно свадебные церемонии проходят в отелях, но здесь вам предложат на выбор берег моря, яхту и живописные горы.

Организация торжества тоже может быть разной — от уединенного праздника в хижине до многолюдного, яркого костюмированного шоу. Любой из выбранных вариантов — это удивительное по красоте мероприятие.

Но внимания влюбленных заслуживает не только сама церемония свадьбы. Доминикана — уникальное место для отдыха. Здесь можно нежиться на роскошном пляже, заниматься спортом, совершать экскурсии. После того, как вы получили долгожданное брачное свидетельство, отправляйтесь в свадебное путешествие по острову, чтобы лучше узнать эту страну с ее удивительной природой, традициями и культурой.

Вы сможете побывать в уникальных заповедниках, увидеть архитектурные памятники, большинство из которых сосредоточено в столице Санто-Доминго. Поклонники активного отдыха получают возможность позаниматься серфингом, парусным спортом, дайвингом. Коралловые рифы, фантастические пещеры, богатый подводный мир Атлантического и Карибского моря — каждое погружение становится маленьким приключением. Одним словом, свадебный тур в Доминикану — отличное начало вашего совместного пути, возможность сделать первые дни медового месяца яркими и экзотичными.

Вы сможете побывать в уникальных заповедниках, увидеть архитектурные памятники, большинство из которых сосредоточено в столице Санто-Доминго. Поклонники активного отдыха получают возможность позаниматься серфингом, парусным спортом, дайвингом. Коралловые рифы, фантастические пещеры, богатый подводный мир Атлантического и Карибского моря — каждое погружение становится маленьким приключением. Одним словом, свадебный тур в Доминикану — отличное начало вашего совместного пути, возможность сделать первые дни медового месяца яркими и экзотичными.

Море и солнце без томительного ожидания визы

Пляжный отдых в 30 странах мира, Россия, Украина, Египет, Турция, Тайланд, Черногория и др.



+30 по Цельсию™
агентство отдыха без виз
просто отдыхай

г. Соликамск,
ул. Советская, 45а
тел.: 8-951-92-73-130

Единая служба отдыха без виз
(бесплатная поддержка клиентов)
г. Балашиха (34253) 4-96-96
www.303030.ru

Почувствуйте себя королем и королевой

турфирма
РОССИТА
безвизный (шенген)

Свадьба — в любой стране!
Романтическое путешествие (по Вашему желанию и возможностям).
Экскурсии. Отдых на море. Вылеты из Перми.
Санатории. Курорты. Демидково — от 1350 руб./сутки.

г. Березники, ул. К. Маркса, 48, оф. 305
Тел.: (3424) 292-468, 8-902-809-53-63
e-mail: roa_ber@mail.ru, www.rossitatur.ru

Средневековые города, рыцари на белых конях, праздничные церемонии в роскошных замках. Сказка? Вовсе нет! Это Чехия, волшебная страна, где седая древность сочетается с современностью. Каждый год сюда приезжают влюбленные пары.

У бракосочетания в Чехии много сценариев — от регистрации в пражской ратуше до театрализованного представления в древнем замке.

Представьте на секунду, что вы будете чувствовать, шествуя под каменными сводами при свете факелов в торжественный зал замка в сопровождении учтивых рыцарей. Поистине, лишь свадьба в Чехии даст молодоженам шанс почувствовать себя королем и королевой из красивой старой сказки, а нежные чувства друг к другу вспыхнут с новой силой.

Чарующая прелесть Праги не оставляет равнодушным, недаром ее называют свадебной столицей Европы. Вершиной свадебных торжеств может стать церемония венчания по православному обряду в одной из столичных церквей. Надо сказать, что в Чехии церковный брак обладает законной гражданской и юридической силой — после венчания вы получите полноценное свидетельство о браке.

По-королевски роскошна светская церемония бракосочетания в архитектурном комплексе Пороховые ворота — одном из самых известных памятников средневековой Праги. Здесь начинались королевские коронационные процессии. Идеальным местом для свадебного праздника может стать и Тройский замок — элегантный чешский Версаль на севере Праги.

Все свадебные пакеты в Чехию легко комбинируются с широким выбором услуг, что позволяет трансформировать церемонию эконом-класса в VIP-свадьбу.





Путешествие на родину Афродиты

Если вы не любите пышные торжества и пустые траты, но хотите сделать этот день незабываемым, отправляйтесь в путешествие на Кипр. В последние годы свадьба на Кипре стала безумно популярной среди российских влюбленных. Аромат горных сосновых лесов, синева моря, энергетика солнца — достойная оправа прекрасных дней, проведенных наедине с любимым человеком.

Этот остров будто специально создан для романтических босоногих свадебных церемоний на пляже. По древним поверьям, именно здесь вышла из пены морской богиня любви и красоты Афродита — покровительница всех влюбленных. С тех пор считается, что купание в прибрежных водах Средиземноморья способно навсегда соединить узы брака.

Свадебную церемонию можно провести и в местном муниципалитете, и в отеле (во многих отелях есть часовни и специальные площадки для бракосочетаний).

Неважно, будете ли вы вдвоем, или ваш праздник пройдет в шумной компании — организаторы церемонии учтут все пожелания и избавят вас от традиционных предсвадебных проблем и хлопот. К тому же большинство отелей на побережье работает по системе «все включено», так что по-настоящему беззаботным для вас будет весь медовый месяц. Прибавьте к этому богатые культурные традиции острова, греческие таверны с местными деликатесами и вином, врожденное гостеприимство киприотов.

Брак, зарегистрированный на Кипре, имеет юридическую силу. Но свадьба на Кипре однозначно романтичнее и дешевле свадьбы в России — ведь это обряд венчания, свадебное путешествие и медовый месяц одновременно.

Пляжный отдых
и экскурсионные туры за рубеж
Отдых и лечение в России
Детский отдых
Речные круизы

г. Березники, ул. Мира, 39
Тел./факс (3424) 24-44-04

Мы работаем,
чтобы вы
отдыхали

Пн-пт — с 11.00 до 19.00, сб. — с 11.00 до 15.00
e-mail: express@u-link.ru

Семь футов под килем!

МОГУ ЗАБРОНИРОВАТЬ ВСЁ НА СВЕТЕ!

- Индивидуальные и групповые туры по Пермскому краю на любой вкус!
- Экскурсионные туры, пляжный отдых
- Санаторно-курортное лечение, активный отдых (весь мир, Россия)
- Помощь в оформлении документов для получения визы (в страны Европы, в т.ч. Германию, США и др.)
- Морские и речные круизы (Европа, Россия)
- Приобретение ж/д билетов
- Страхование туристов



г. Соликамск, ул. 20-летия Победы 119 (гостиница «Соликамск») 2 этаж оф. 20, 21, тел.: (34253) 7-08-90, 7-09-68

Хотите побывать в свадебном путешествии, но не покидая России? Поезжайте в речной круиз — нередко он оказывается интереснее морского и, что немаловажно, в разы экономичнее.

Разместившись на комфортабельном теплоходе, не уступающем по качеству обслуживания звездному отелю, вы сможете посетить несколько городов и при этом избежать утомительных перелетов и переездов.

Еще один плюс речных круизов — теплоходы отправляются из порта Пермь. А чтобы попасть на морской лайнер, вам придется сначала добраться до морского порта.

Вариантов времяпрепровождения у пассажиров теплохода — множество: от беззаботного загора на шезлонге и купания в бассейне до романтического ужина в ресторане с изысканной кухней и отдыхом в развлекательном центре.

С первых же часов путешествия вас захлестнет волна впечатлений и новых знакомств, а впереди — беззаботные летние дни, купание в теплых водах Камы или Волги, бесконечный калейдоскоп великолепных пейзажей по обе стороны палубы.

Ассортимент направлений 2011 года дает выбор и любителям позагорать-покупаться и тем, кто предпочитает увидеть как можно больше нового. Интересные экскурсии в каждом порту добавляют привлекательности этому способу отдыха, а ваши фотографии на фоне красивейших русских городов станут украшением вашего свадебного альбома.





(342) 210-30-05

ООО Управляющая компания «Парма-Менеджмент», направления деятельности: управление активами ПИФ, управление активами НПФ, индивидуальное доверительное управление. Лицензия ФСФР РФ профессионального участника рынка ценных бумаг на осуществление деятельности по управлению ценными бумагами № 059-09779-001000 от 21.12.2006 года, без ограничения срока действия. Лицензия ФСФР РФ на осуществление деятельности по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными фондами № 21-000-1-00067 03.06.2002 года, без ограничения срока действия. ИПИФ акций «Александр Невский». Правила зарегистрированы ФСФР России за № 0041-52698547 от 10.04.2000 года с изменениями за № 0041-52698547-1 от 27.12.2002, № 0041-52698547-2 от 14.11.2003, № 0041-52698547-3 от 22.06.2004, № 041-52698547-4 от 13.06.2006, № 041-52698547-5 от 26.02.2008, № 041-52698547-6 от 20.04.2010. ОПИФ акций «Дмитрий Донской». Правила зарегистрированы ФСФР России за № 0097-14126383 от 26.03.2003 года с изменениями за № 0097-14126383-1 от 22.06.2004, № 0097-14126383-2 от 13.06.2006, № 0097-14126383-5 от



Она спрашивает,
откуда у тебя деньги?

www.parmafond.ru

30.10.2007, № 0097-14126383-6 от 20.04.2010. ОПИФ акций «Петр Багратион». Правила зарегистрированы ФСФР России за № 0098-14126302 от 26.03.2003 с изменениями за № 0098-14126302-1 от 14.11.2003, № 0098-14126302-2 от 22.06.2004, № 0098-14126302-3 от 13.06.2006, № 0098-14126302-4 от 30.10.2007, № 0098-14126302-5 от 20.04.2010. До приобретения инвестиционных паев можно получить подробную информацию о паевом инвестиционном фонде и ознакомиться с правилами, а также с иными документами, предусмотренными Федеральным законом от 29.11.2001 N 156-ФЗ "Об инвестиционных фондах" в пункте приема заявок, расположенном по адресу 614990, г. Пермь, ул. Орджоникидзе, 15, т. (342)210-30-05, www.p-fondy.ru e-mail: info@rffc.ru, у агента – ОАО АКБ «Урал ФД», по адресу: 614000, г.Пермь, ул.Ленина, д.64 или по телефону (342) 210-59-71. Стоимость инвестиционных паев может увеличиваться и уменьшаться, результаты инвестирования в прошлом не определяют доходы в будущем, государство не гарантирует доходность инвестиций в паевые инвестиционные фонды, прежде чем приобрести инвестиционный пай, следует внимательно ознакомиться с правилами.

БИЗНЕС-СПРАВОЧНИК

	ФИРМА, АДРЕС	ПРЕДЛОЖЕНИЕ	ПРИМЕЧАНИЕ
КРАСОТА И ЗДОРОВЬЕ			
	г. Соликамск, ул. 20-летия Победы, 173в БЦ «Пять звезд», офис 304 тел.: (34253) 4-99-45, 8-951-92-30-994 Работаем ежедневно, без выходных с 9.00 до 21.00	· классический, медицинский, китайский массаж по уходу за лицом и телом — от 250 р. · оздоровительное обертывание (грязевое, шоколадное) · антицеллюлитная программа «Океан» · маникюр, наращивание ресниц, макияж · аппаратная косметология, диагностика кожи · консультация и удаление папиллом в лечебном учреждении	· корректирующее белье «Юнид» · оздоровительная косметика «Доктор Нонна» (Израиль) · акции, подарочные сертификаты · кабинет «Опытные врачи»: консультируют врачи высшей категории

НЕДВИЖИМОСТЬ			
	АН «Титул» г. Березники ул. Красноторова, 7 тел.: (3424) 23-61-69 23-58-78	СРОЧНЫЙ ВЫКУП ЖИЛЬЯ · все операции с недви- жимостью · все виды жилищных про- грамм	все предложения здесь: www.an-titul.ru

МЕБЕЛЬ			
	ООО «Содружество» г. Соликамск ул. Энергетиков, 36 (бывший СПОАТ) тел.: (34253) 9-09-59 9-01-09, 8-902-83-98-919	изготовление мебели по индивидуальным проектам	· встроенная мебель · корпусная мебель · офисная мебель · работа с любыми материалами

ОБОРУДОВАНИЕ			
	ООО «Метроник» 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.

	представительство ООО «Фирма «Амикон» г. Соликамск, ул. Советская, 56/2, оф. 27 тел./факс: (34253) 7-04-31, 8-902-807-345-8 e-mail: mamonova@amikon.ru www.amikon.ru	· оборудование (технологическое, торговое, для мини-производства, холодильное) · инвентарь, · посуда, · торговая мебель	· проектные работы · монтаж и технологическое обслуживание · автоматизация предприятий
--	---	--	---

СЕРВИС			
	Компания «ПРОМАЛЬП СЕРВИС» г. Березники ул. Ленина, 47, оф. 404 тел./факс: (3424) 26-48-29 8-951-953-11-13, 8-963-012-69-60 e-mail: promalp.serwis@yandex.ru	профессиональные услуги в области промышленного альпинизма: · мойка окон, витражей, фасада · монтаж и ремонт водосточных систем · очистка крыш, карнизов от снега · ремонт и герметизация межпанельных швов	· ремонт и покраска фасада · ремонт и установка наружной рекламы · чистка печных труб, каминов, плит, печей, мусоро-сжигателей, бойлеров · монтаж внешнего кондиционера · наладка электропроводки

СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ			
	Центр «Компаньон» 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

ФИНАНСЫ			
	ЗАО «Европлан» дополнительный офис г. Березники, ул. Пятилетки, 101 тел.: (3424) 29-92-56	лизинг автотранспорта, самоходной и специальной техники	· решение о финансирова- нии в течение 15 минут · специальные программы с автопроизводителями · зарубежные источники капитала

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

(34253) 7-06-16



РЕКЛАМА

ВСЯ

ЕЖЕНЕДЕЛЬНАЯ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГАЗЕТА

НАШ САЙТ

www.vsyareklama.net



г. БЕРЕЗНИКИ, ул. К. Маркса, 48, офис 233

телефоны:

(3424) 23-57-86, 23-70-83, 23-70-47, 8-951-92-72-140

Сеть туристических агентств



Лучший Отдых

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

- туры с вылетом из Перми, Екатеринбурга, Москвы
- пляжный отдых
- экскурсионные туры по Европе
- экзотические острова
- SPA-туры
- детский отдых
- побережье России
- аквапарки



Подари себе
«Лучший отдых»!