

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БЮЛЛЕТЕНЬ • № 100



№ 1...№ 24...№ 39...№ 54...№ 62...№ 78...№ 85...№ 99

№ 100

РУКОВОДИТЕЛЮ
(лично в руки)

Содержание номера:

100

«ФЭБ»:
зарекомендовавший себя
бренд

БИЗНЕС-ЛИДЕР

Новая жизнь заводов

**Инвестиционное
партнерство**

ИССЛЕДУЕМ РЫНОК

**Продовольственной
экспансии не будет**



25 сентября на заседании ТПП Оренбургской области первый заместитель министра экономического развития и торговли Оренбургской области Эдуард Берлин представил проект МЭРТ области, направленный на поддержание продовольственной безопасности региона...

**Есть ли бизнес в
агробизнесе?**

**Что думают
профессионалы
о продовольственных
логистических центрах?**

МЕСТО ОБИТАНИЯ

**“Фаренгейт” – здоровое
движение вперед**

НАШ ПРОГНОЗ

**Кризис ликвидности
или кризис понимания?**

ПРОДОЛЖЕНИЕ ТЕМЫ

**Продолжение битвы за
недра**

3

ИНФРАСТРУКТУРА



**Инфраструктура
для бизнеса –
благо или...**

Роль малого бизнеса в современной экономике переоценить практически невозможно. В соответствии со статистическими данными в малом предпринимательстве занято 25% от всего занятого населения области. Отрасли, в которых задействованы субъекты малого предпринимательства...

ПРОДОЛЖЕНИЕ ТЕМЫ

**ИнтерИнертный Оренбург.
Взгляд провайдера**

ИНФОРМБЮРО

**Региональный бюджет
2009 года будет
дефицитным**

ДОРОГИЕ ИГРУШКИ



Время за деньги

Время – своего рода придуманная человеком абстрактная сущность – в обязательном порядке на всем протяжении истории человеческой цивилизации сопровождается приборами для своего (желательно) точного измерения. Время, конечно, ни за какие деньги купить нельзя, но зато можно купить прибор...

23

Совместный проект с Торгово-промышленной палатой Оренбургской области, Оренбургским союзом промышленников и предпринимателей, Региональным информационным агентством “Априори” и Центром стратегического планирования и развития Оренбургской области.

Главный редактор
Денис Минаков (55-20-02)

Директор
Наталья Струнцова
Издатель ООО “Регион-Контакт”
Телефон/факс (3532) 777329.

Адрес редакции:
460000, Оренбург,
пр. Парковый, 6
Телефоны/факс:
(3532) 770228, 777329
e-mail: minakov4623@mail.ru
Полная версия журнала
в Интернет: www.orinfo.ru

При подготовке блоков новостей использованы материалы проекта “Оренбургские новости” и интернет-газеты “ВЗГЛЯД”.

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламе и сообщениях информагентств, и не предоставляет справочной информации. Перепечатка материалов из ФЭБ возможна только при согласии редакции.

Издание зарегистрировано в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Регистрационный номер
ПИ № 7-2693 от 09 марта 2004 года.
Типография:
ЦНТИ, г. Оренбург, ул. Березка, 20
Тираж: 2500 экз. № заказа ____.

Бюллетень распространяется по-средством персональной почтовой рассылки и по электронной почте среди более чем 2500 руководителей предприятий, властных и силовых структур, депутатов ЗС и городских советов, управляющих банками, страховых, риэлторских и инвестиционных компаний области, а также областных и региональных СМИ.

Подробный список рассылки можно узнать по телефону редакции (3532) 77-73-29.



II областная конференция «Практические инструменты повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса»

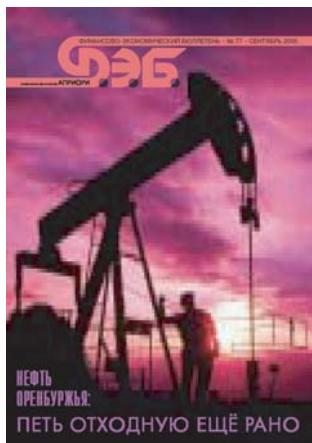
Поддержка: Торгово-промышленная палата Российской Федерации



29-31 октября 2008 г.
 г. Оренбург



29 октября 2008 года	
11-00 – 11-30	Открытие выставки «Услуги в Оренбуржье»
30 октября 2008 года	
10-00 – 10-30	Регистрация участников
10-30 – 13-00	<p>Открытие конференции. Приветствия</p> <ul style="list-style-type: none"> - Губернатора Оренбургской области А. А. Чернышева; - председателя Законодательного Собрания Д. В. Кулагина; - приветственное слово от ТПП РФ. <p>Пленарное заседание. Выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> - президента Торгово-промышленной палаты Оренбургской области В. А. Сытежева; - министра экономического развития и торговли Оренбургской области А. К. Мелихова; - ответственного секретаря Комитета РСПП Б. Б. Вишневского, г. Москва; - вице-президента, директора по внешним связям Департамента обслуживания клиентов малого бизнеса Банка «ВТБ 24» (ЗАО) Н. А. Карисаловой, г. Москва; - директора по продажам ЗАО «ЭР – Телеком Холдинг» А. Г. Кормушкина; - руководителя Департамента регионального развития и взаимодействия с эмитентами ОАО «Фондовая биржа РТС» Л. М. Урсковой, г. Москва.
13-00 – 14-00	Перерыв
ЗАСЕДАНИЯ «КРУГЛЫХ СТОЛОВ»	
14-00 - 15-30	<p>1. «Финансовая поддержка предпринимательства: новый этап развития».</p> <p>Президент Оренбургского областного фонда поддержки малого предпринимательства В. И. Склонюк.</p> <p>Руководитель Департамента регионального развития и взаимодействия с эмитентами ОАО «Фондовая биржа РТС» Л. М. Урскова, г. Москва.</p>
14-00-15-30	<p>2. «Инновационное развитие предприятий малого и среднего бизнеса».</p> <p>Директор Оренбургского филиала Всемирного технологического университета И. П. Белов.</p> <p>Генеральный директор ООО «ТЮФ ЗЮД Русланд» Йохен Шольц.</p>
14-00-15-30	<p>3. «Вовлечение, мотивация и развитие персонала. Эффективные кадры для успешного предприятия».</p> <p>Глава представительства Немецкой Академии менеджмента Нижней Саксонии Андреас Йопт.</p> <p>Директор НОУ «Школа Карьеры» Н. Н. Посадская, г. Самара.</p> <p>Директор учебного центра НОУ «Школа Карьеры» Ю. Н. Акифьева, г. Самара.</p>
15-30-17-00	<p>4. «Современный менеджмент в сфере муниципального управления».</p> <p>Проректор по учебной работе Moscow Business School Е. В. Шульгина, г. Москва.</p>
15-30-17-00	<p>5. «Маркетинг на современном малом предприятии».</p> <p>Генеральный директор «Fine Consulting» А. Мишин, г. Москва.</p> <p>«Тенденции развития маркетинга в малом бизнесе России» Директор Школы бизнеса «Агрант» И. Сергеева, г. Уфа.</p>
15-30-17-00	<p>Семинар-презентация «Повышение эффективности управления предприятиями на основе внедрения систем менеджмента».</p> <p>Руководитель Московского филиала Ассоциации по сертификации «Русский регистр» А. Г. Елизарев, г. Москва.</p>
17-00	Заключительное заседание. Принятие резолюции Конференции. Фуршет (по приглашениям).
31 октября 2008 года	Закрытие выставки



«ФЭБ»: зарекомендовавший себя бренд

Вы держите в руках юбилейный номер журнала «Финансово-экономический бюллетень» № 100. Естественно, нам интересно, как наши постоянные читатели оценивают содержимое издания. Причем услышать хотелось не только похвалы (юбилей как-никак), но и критические замечания. Нам необходимо понимать, над чем предстоит работать, чтобы быть еще полезнее читателям.

Сергей Грачев, первый вице-губернатор, первый заместитель председателя правительства Оренбургской области:



- Журнал вызывает интерес, прежде всего потому, что является единственным периодическим изданием в области, специализирующемся на экономической тематике. «ФЭБ» привлекает тем, что многие проблемы рассматриваются с разных точек зрения, то есть истину не навязывают, а ищут в спорах и дискуссиях.

Считаю правильным, что «ФЭБ» чуждо политианство при анализе экономических процессов. Журнал информирует, пусть даже в чем-то и ошибается, но никого не обслуживает и ничего не лоббирует – это главное.

Посоветовал бы расширить авторский актив. И вовсе не обязательно, чтобы это были непременно авторы «с портфелями». Возможно, читателей заинтересует мнение главы фермерского хозяйства, заготовительного кооператива, владельца частной гостиницы и т. д. На мой взгляд, могут получить хороший отклик публикации о том, как влияют экономические процессы на жизнь конкретной семьи. Одним словом, стоит попробовать «очеловечить» цифры и экономические термины, теснее связать их со всем тем, что происходит в повседневной жизни реальных людей.

Наверное, стоит подумать над полиграфическим исполнением и оформительской концепцией. «Лицо» «ФЭБа» в этом плане может и должно быть более выразительным.

Виктор Доценко, заместитель председателя Законодательного Собрания Оренбургской области:



- «ФЭБ» занимает достойное место среди местной периодики. У него нет конкурентов, так как журналисты профессионально освещают экономические события области. Другого подобного издания я не знаю!

Большой плюс журнала в том, что там представлена местная аналитика, которой больше нигде не найти. Но издателям нельзя останавливаться на достигнутом. Журнал должен стать более динамичным в плане разработки возможных сценариев развития событий на политическом и экономическом поле Оренбуржья. Мне лично в журнале хотелось видеть больше интересных интервью с различными гостями, зарисовок и меньше рекламы. В подобном издании, я полагаю, реклама должна быть одно-

значно исключена.

Я искренне желаю, чтобы «ФЭБ» выжил, именно выжил в столь сложных, по нынешним временам, условиях и в дальнейшем также обеспечивал читателей ценной информацией. Это и станет его главным достижением!

Александр Коган, депутат Госдумы РФ:

- В журнале меня привлекает особый стиль журналистов, в частности, главного редактора. Хочу пожелать всему коллективу «Финансово-экономического бюллетеня», чтобы в будущем форма продолжала также достойно соответствовать содержанию.



Андрей Шевченко, председатель Оренбургского городского совета:



- Журнал не-праздный, весьма интересен специалисту, и в то же время не «сухой»: информация подается живо и грамотно. Свежий номер всегда читаю одним из первых в подборке прессы. На сегодня «Финансово-экономический бюллетень» является

единственным специализированным местным изданием, глубоко раскрывающим тонкости экономики и объективно освещющим финансовую политику.

Что касается нововведений в журнале, то у меня одно дополнение: хотелось бы чаще видеть материалы о результатах работы городского совета. Ведь именно наш депутатский корпус формирует предпосылки для социально-экономического развития Оренбуржья.

Роман Гафаров, первый заместитель главы Орска:

- Прежде всего, я хочу от всего сердца поздравить коллектив редакции «ФЭБа» и всех преданных читателей журнала с выходом сотового номера. По роду деятельности чтению прессы я традиционно уделяю большое внимание. «ФЭБ» читаю «от корки до корки» с первого номера. На мой взгляд, он заслуживает похвалы не только в связи с юбилеем. Это издание привлекательно для «живых» и думающих читателей. Журнал мне был полезен всегда: и когда я возглавлял бизнес, и на нынешней должности. Интересен формат издания - региональный экономический вестник, в котором можно почерпнуть информацию о тенденциях в деловой жизни региона. Журнал состоит из небольших достоверных информационных статей - это удобно, потому как не у всех есть время читать длинные материалы.

Это действительно полезное для широкого круга читателей издание. Но, мне кажется, не хватает публикаций о стратегии развития Оренбургской области и муниципальных образований. К сожалению, бытует широкое мнение, что рынок сам все расставит по своим местам, и в текущем, а уж тем более долгосрочном перспективном планировании нет необходимости. Актуальная для индустриальных городов Оренбуржья тема диверсификации экономики до сих пор не нашла достойного отражения в периодических изданиях. Хотя нынешнее падение цен на никель на ведущих мировых биржах заставляет нас серьезно задуматься над этой проблемой.

Хочется также видеть на страницах



журнала публикации о совершенствовании системы управления как в муниципальных учреждениях, так и в отдельно взятых организациях и предприятиях.

По моему мнению, «ФЭБ» должен поднимать вопросы кадрового дисбаланса в регионе. Например, в Орске переизбыток экономистов, юристов, бухгалтеров. При этом острая нехватка инженерно-технических работников и грамотных рабочих самых распространенных профессий. В решении этой задачи необходимы совместные усилия власти и бизнеса.

Считаю нужным на страницах журнала обратить внимание на вопросы развития малого бизнеса, привлечения на территорию области крупных торговых сетей. Этот сегмент малого бизнеса. По своей природе прибыльный и энергичный может смягчить последствия любого экономического кризиса.

Надеюсь, что все проблемы, которые стоят сейчас перед нами, найдут отражение на страницах «ФЭБа», и он будет помощником в работе.

Хочу пожелать творческим сотрудникам журнала идти в ногу со временем, всегда смотреть на происходящее, руководствуясь интересами читателей.

Аркадий Пронин, директор, главный редактор телеканала «Орен-ТВ»:

- Я рад, что подобный журнал выходит на территории Оренбуржья. Я считаю, что это единственное серьезное периодическое издание в области. И в этом его главное преимущество перед остальными журналами-однодневками, пытавшимися однажды написать на экономические темы. «Финансово-экономический бюллетень» как долгожитель заявил о своих правах на дальнейшее существование.

Главный минус журнала в том, что он регионального значения, а не межрегионального или межнационального. Делать подобное издание в рамках провинциального города сложно и экономически невыгодно. Поэтому будущее журнала, по моему мнению, в кооперации с другими крупными журналами Приволжского федерального округа. Или даже Казахстана. Почему бы и нет?

Выжить с коллективом из несколь-

ких человек, взваливших всю ношу издания журнала на свои плечи, экономически невыгодно. От этого страдает качество содержания журнала. Поэтому надо расширяться и расти за рамки Оренбуржья.

Виктор Шориков, руководитель службы по связям с общественностью ОАО «Уралмаш»:

- Когда-то я занимался основанием «Финансово-экономического бюллетея».



Это мое любимое детище! Журнал полезный, замечательный и, главное, умный. В этом его главное преимущество перед другими изданиями. Интеллектуальные материалы заставляют аудиторию журнала задумываться о насущных экономических проблемах. Сотый выпуск – важный этап в развитии «ФЭБа», позволяющий подвести определенные итоги в работе. От всей души поздравляю весь коллектив журнала и желаю дальнейшего долголетия!

Вячеслав Лагуновский, директор исполнительной дирекции Оренбургского союза промышленников и предпринимателей:



- «Финансово-экономический бюллетень» всегда стремился и стремится быть независимым и объективным информационным источником, всецело иллюстрирующим состояние социально-экономического развития Оренбургской области. Основным достоинством журнала, по моему мнению, является тот факт, что на сегодняшний день это одно из серьезных изданий региона, исследующих экономику области конкретно по отраслям.

В дальнейшей работе журнала хотелось, чтобы были учтены следующие пожелания. При проведении какого-либо анализа стараться минимизировать публистику, но в большей мере опираться на мнения местных авторитетных экспертов в области экономики. Также более широко и полно об-

суждать интересные события, происходящие в деловой жизни общества Оренбуржья: более подробно и красочно рассказывать о семинарах и конкурсах, обращаться к горячим дискуссиям и спорам в сфере экономики и политики. Я бы еще предложил ввести рубрику, связанную с подробным представлением лидеров рабочих и инженерных профессий области.

Зоя Музыка, председатель Правления АКБ «Форштадт»:



- Во-первых, «Финансово-экономический бюллетень» является одним из лучших деловых изданий, исчерпывающие освещают все значимые события экономической стороны жизни региона. Во-вторых, сами материалы, какими бы сложными они не были, преподносятся профессионально и грамотно. А профессионализм всегда вызывает уважение. Журнал, по моему мнению, может похвастаться интересным дизайном.

Давать советы профессионалам в своем деле – опасная тема. Как читатель, хочу пожелать разносторонности и оригинальных подходов при разработке тем. Иногда аналитические обзоры слишком часто посвящаются одним и тем же субъектам рынка – это наводит на определенные мысли. Поздравляем вас с юбилейным выпуском и от всей души желаем дальнейшего процветания и незаангажированности. «Цезарь должен быть вне подозрений!»

Максим Зайцев, начальник регионального управления по связям с общественностью компании «ТНК-ВР - Оренбург»:



- В создании «Финансово-экономического бюллетеня» есть частичка и моих усилий. Сейчас приятно осознавать, что журнал стал самым компетентным и интеллектуальным изданием сферы экономики и финансов в Оренбургской области. «ФЭБ» глубоко раскрывает заявленные темы и проблемы, предоставляя

читателям скрупулезно собранный и тщательно скомпонованный набор фактов.

Важно отметить, что журнал воспринимается как информационный инструмент, имеющий четкую целевую аудиторию, заинтересованную в предлагаемой ежемесячно информации, чем не могут похвастаться другие издания, которые порой и не представляют, для кого они создают материалы.

Что касается будущего журнала, то можно двигаться еще глубже в плане содержания. Но не переусердствовать! Иногда журнал бывает «суховат». Я думаю, если внести чуть больше эмоций и дозированно сделать акцент на человеческий фактор, к примеру, освещать жизнь тех же «випов» не как руководителей, а как простых обычных людей со своими увлечениями и наклонностями, слабостями и желаниями, то это внесет свежую струю в развитие журнала и расширит аудиторию. Не углубляться в светскую хронику, но, придерживаясь интеллектуального плана, рисовать людей и отражать события с точки зрения высокой культуры и искусства.

В скором времени хотелось бы увидеть также новое полиграфическое исполнение журнала, другой дизайн и более высокое качество печати.

Александр Зеленцов, генеральный директор ОАО «ОРИХ»:



- Я считаю, что журнал растет на глазах, тем самым «развлекая» ту аудиторию, для которой предназначен. Глубоко проработанные материалы делают «ФЭБ» объективным по сравнению с другими изданиями.

Но ничего, к сожалению, не бывает совершенным. «ФЭБ» чаще стал представлять интересы учредителей. К примеру, не хочет ОСПП критики в свой адрес, так ее и нет в журнале. Если печатное издание лоббирует интересы одного или нескольких лиц или групп, то интерес со стороны читателей теряется. Недаром сейчас катастрофически падает подписка на газеты и журналы. Аудитория обращается к тому же интернету в поисках нескольких источников информации для составления полной и объективной картины сегодняшнего дня. Среди электронных изданий можно обнаружить и те, которые пред-

ставляют оппозицию. Именно оппозиционности не хватает современным СМИ. И здесь «ФЭБ» также не исключение! Экономическое сообщество Оренбуржья не было подготовлено к наступающим последствиям мирового кризиса. В журнале не было тех самых «колокольчиков», иными словами, предупреждений о грядущем обширном кризисе. Это произошло вследствие того, что критический и оппозиционный настрой к событиям пространства области и Российской Федерации отсутствует.

Александр Салтанов, генеральный директор ОАО «Новосергиевский механический завод»:



- С удовольствием читаю журнал. Распространяю его среди специалистов. Как говорится, из первых уст получаешь информацию о деловой жизни города и области. О нововведениях в бизнесе я узнаю только со страниц «ФЭБа». Преимущество журнала в том, что там содержится объективная информация в отличие от других изданий, переполненных рекламой. В будущем на страницах «Финансово-экономического бюллетеня» хотелось бы познакомиться с узко специализированными детальными материалами о жизни предприятий области: не только реклама, строящаяся исключительно на создании положительного образа структуры, но и представление конкретных реальных проблем и решений соседей по бизнесу.

Хотелось бы подписываться на журнал, но подписка дороговата. Подожду до лучших времен!

Анатолий Седых, директор ЗАО «Термокабель Электропечь»:



- Хороший региональный журнал с полезными и понятными материалами. Аналогичного журнала в области нет. Затрагиваемые темы для меня всегда очень интересны, поэтому прочитываю журнал от корки до корки. «Финансово-экономический бюллетень» я

бы отнес к злободневным изданиям, так как он остро реагирует на меняющуюся действительность. Предлагаемые рубрики и материалы меня вполне устраивают, так что говорить о смене политики журнала не приходится.



**Виктор Сытежев,
президент ТПП
Оренбургской
области:**

- Я постоянно читаю «ФЭБ» и полагаю, что подобное издание необходимо. «Финансово-экономический бюллетень» служит своеобразной площадкой, где не только обсуждаются важные экономические проблемы Оренбуржья, но и рассматриваются различные пути решений. Важно отметить, что на страницах журнала отражена жизнь именно местных бизнесменов и предприятий. Хотя в «ФЭБе», по моему мнению, порой недостаточно конкретного опыта конкретных людей или организаций. Это, естественно, влияет на характер публикаций. Иногда аналитические материалы носят несколько поверхностный и пространный характер.

Хочу пожелать сотрудникам редакции, чтобы в будущем журнал более чутко реагировал на экономические

процессы и четко улавливал актуальные темы. Желательно, чтобы «ФЭБ» расставлял акценты на подводных течениях экономической жизни области и обнажал те проблемы хозяйственников и госслужащих, которые не обсуждаются публично.

**Александр Хабаров,
директор «РГС-Поволжье»-
«Управление по
Оренбургской области»
(«Росгосстрах»):**



- «ФЭБ» на сегодняшнем рынке периодических изданий Оренбуржья звучит как зарекомендовавший себя бренд. «ФЭБ» всегда был и остается для меня интересным изданием! Отличительной особенностью журнала является то, что он посвящен исключительно оренбургскому пространству и среде, что, безусловно, бесценно для современных читателей. «ФЭБ» регулярно предоставляет местные новости и аналитические материалы, которых никогда не почерпнуть ни в каком интернете. Я всегда слежу за актуальными темами и проблемами, профессионально раскрываемыми сотрудниками редакции.

На страницах журнала в будущем хотелось бы видеть еще больше аналитики и меньше материалов «на правах рекламы».

Также хочу пожелать успехов и дальнейшего бурного творчества всему коллективу журнала!



**Игорь Ветлугин,
руководитель
ООО «Компания
«Мехатроника»:**

- Журнал мне нравится, но в целом отношение к «ФЭБу» ровное. Читаю его регулярно, чтобы быть всегда в курсе тенденций экономической жизни Оренбуржья. Необходимо подчеркнуть, что в последнее время журнал сбавил темпы в плане злободневности. В связи с этим хочу, чтобы прибавилось аналитических материалов, посвященных реальной экономике и реальным проблемам. Предлагаю более конструктивно отражать на страницах «Финансово-экономического бюллетеня» сложные вопросы взаимоотношения бизнеса и власти. Неплохо бы также ввести рубрику, посвященную участию предприятий малого и среднего бизнеса в тендерах на право заключения государственных контрактов.

Уважаемые читатели!

ОТ РЕДАКЦИИ

Мы благодарим всех тех, кто, будучи нашими первыми читателями, остались ими и по сей день. Мы ценим ваше доверие и стараемся его оправдать. Неизменным критерием всех наших внутренних реформ было одно – стремление быть востребованными вами, уважаемые читатели. И сегодня, разбирая вашу почту и читая поздравления, мы можем с уверенностью сказать – нам удалось завоевать ваше доверие, стать журналом, очередной номер которого ждут с нетерпением. Спасибо нашим уважаемым авторам, внештатным корреспондентам. Особая благодарность руководителям и

специалистам организаций, принимающим активное участие в обсуждении проблем, которые поднимаются на страницах журнала. Мы верим, что наша совместная работа и далее будет получать высокие читательские оценки. Мы надеемся на дальнейшее сотрудничество и приглашаем оформить подписку на 2009 год.

Для оформления подписки необходимо факсом или по электронной почте отослать заполненную заявку. После чего для заключения договора наш менеджер свяжется с контактным лицом, указанным в заявке.

Стоимость подписки на 1 адрес на год (12 номеров) – 9

600 рублей. Скидки: по 10% за каждый следующий выпущенный номер и бонус для подписчика – бесплатное размещение 1 страницы материалов и своего рекламного баннера на нашем сайте в течение подписного года.

По всем интересующим Вас вопросам Вы можете обратиться в дирекцию журнала по адресу: 460000, г. Оренбург, пр. Парковый, 6, каб. 151, тел./факс: (3532) 78-38-04 или написать нам по электронной почте:

strunzova@mail.ru,
minakov4623@mail.ru

С уважением ко всем вам и вашему ДЕЛУ,
коллектив ФЭБа.

Новая жизнь заводов

Президент группы компаний «Армада» Андрей Аникеев говорит о производственной и торговой экономике с таким воодушевлением, что волей-неволей начинаешь записывать. В эксклюзивном интервью «ФЭБу» создатель одного из самых амбициозных региональных торгово-развлекательных центров России утверждает, что молл «Армада» – лишь первая очередь запуска огромного проекта.

– Каким образом произошло превращение мощного текстильного производства в центр покупок и развлечений?

– Наш комбинат – один из крупнейших в Европе. Его общая площадь составляет более 300 000 квадратных метров. К девяностым годам произошло серьезное устаревание оборудования, которое устанавливалось в СССР несколько десятилетий назад. Производство стало проигрывать конкурентам из-за рубежа. Кроме того, изменились условия на рынке отрасли. Производить пряжу стало откровенно невыгодно, так как текстильное производство не могло конкурировать в изготовлении нитей с химическими заводами. Поэтому от неконкурентоспособных технологических процессов нам пришлось отказаться. При этом освободились большие площади, и неминуемо возник вопрос: каким образом ими распорядиться? С одной стороны, их можно законсервировать. Однако это опасно

постепенным износом здания и его конструкций – ведь чтобы поддерживать хорошее состояние, необходимо содержать пустующие площади, а это довольно дорого. И мы создали программу, реализация которой стала новой жизнью крупного завода. Это реконструкция высвободившихся площадей, превращение их в бизнес-парк полного цикла. В него войдут: полноценный текстильный кластер по производству и продаже мягкой мебели, торгово-развлекательный комплекс, деловые и логистические центры. Старт работы молла «Армада» – первый шаг на пути реализации этого глобального проекта.

– Каковы первые результаты реконструкции? Успешным ли оказался запуск торгово-развлекательного центра?

– Более чем успешным. Молл «Армада» сдается пусковыми техническими очередями, а официальное открытие мы планируем на декабрь. 26 сентября откры-



Президент группы компаний «Армада»
Андрей Аникеев.

лись первые три гипермаркета крупнейших федеральных сетей – «Хоум Центр», «Детский мир» и «Техносила». Все три компании зафиксировали российские рекорды по продажам на день открытия, то есть Оренбург стал лидером продаж среди всех городов, где ранее открывались магазины этих сетей. Например, у «Техносилы» порядка 200 магазинов в России, а рекордные продажи – в нашем городе. Это окончательно убедило меня в том, что Оренбург сегодня обладает более высоким потенциалом, чем принято думать о городах, не достигающих миллиона жителей. Он заслуживает более серьезного внимания и инвестиций со стороны российских и международных компаний. Сегодня за выходные молл «Армада» посещают более 50 000 человек, это солидный московский уровень. Если принять во внимание, что пока у нас открыты лишь первые гипермаркеты, прогнозы на дальнейшее развитие самые оптимистичные.

– В какой стадии находится реализация других проектов «Армады»?

– В модернизацию производства мы инвестируем серьезные средства. Сегодня «Армада» является одним из европейских лидеров по изготовлению мебельных тканей. В дальнейших планах – увеличение объемов их производства и налаживание собственного изготовления мягкой мебели. Вместе с нашими партнерами, крупнейшим российским дистрибутором по продаже ткани «Арбен» и лидирующей торговой мебельной сетью «Цвет диванов» мы создадим единую сеть продаж оренбургской мебели, завоюем рынки Урала и Поволжья. Реали-



зация проекта делового центра также уже началась. Весной следующего года заработает его «стержень» - многофункциональный федеральный центр одного окна, создаваемый совместно Министерством экономики РФ и Правительством Оренбургской области. В МФЦ можно будет получить практически все услуги федеральных, региональных и муниципальных служб, причем в одном месте. Для «Армады» это дополнительный поток посетителей порядка 5-10 тыс. человек ежедневно. Другие площади бизнес-парка также находятся на стадии проектирования либо реконструкции и будут запущены в 2009-2010 годах.

– Некоторые эксперты и журналисты высказывают предположения, что проект «Армада» нанесет ущерб текстильному производству комбината.

– Хочу заверить всех экспертов, что текстильное производство не останавливалось и останавливаться не будет. Мы не говорили о

годня говорят все. Чтобы их преодолеть, необходима добрая воля. Например, проект МФЦ в «Армаде» сегодня движется с большой скоростью именно потому, что федеральные и региональные власти заинтересованы в скорейшем запуске центра. Я всегда высказываюсь за тесное сотрудничество всех существующих сил и очень благодарен правительству области и лично губернатору за поддержку, оказываемую нашему комбинату. Сегодня это полностью соответствует федеральной политике и Указу президента РФ Дмитрия Медведева о поддержке текстильного производства.

– Можно ли говорить о влиянии масштабных проектов, сопоставимых с «Армадой», на экономику города и региона в целом?

– Конечно. Чем больше реализуется таких масштабных проектов, тем эффективнее будут развиваться региональная экономика и ее инфраструктура. В нашем случае это идет на пользу не только



проекте реконструкции, так как хотели дождаться первых результатов, а не делать голословных заявлений. Это масштабный, сложный проект с большим объемом инвестиций. Здесь во многом нужна поддержка оренбургского муниципалитета и правительства области. Что такое запуск крупного проекта сегодня? Это прохождение огромного количества инстанций, начиная от поиска инвесторов и заканчивая вводом в эксплуатацию. Иногда это настоящий ад бюрократических препон, и об этом се-

«Армаде», но и городу, области. Вслед за запуском работы МФЦ будет проведена реконструкция моста на улице Конституции, затем могут быть реализованы и другие инфраструктурные проекты. В итоге экономика Оренбурга становится более конкурентоспособной. Я считаю, что практически все города конкурируют друг с другом, как конкурируют предприятия. Крупные компании борются за финансовые потоки, за рынки сбыта, сотрудников. Точно так же, хотя и менее заметно, конкуриру-

Цифры «Армады»

Проектная реконструируемая площадь бизнес-парка – **300 000 м²**.

Площадь делового центра – **30 000 м²**, из них **10 000 м²** – многофункциональный федеральный центр единого окна.

Торгово-развлекательные площади – **130 000 м²**.

Состав молла – около **200** магазинов и развлекательных площадок, включая мультиплекс на **9** кинозалов, **14** кафе и ресторанов, семейный развлекательный центр, бильярд и боулинг, каток и др.

Самые крупные гипермаркеты молла – «Вестер» (**16 400 м²**), «Хоум Центр» (**12 000 м²**), «Техносила» (**4 800 м²**), «Детский мир» (**3 400 м²**), «Цвет диванов» (**3 500 м²**).

Готовится к реконструкции экспоцентр с выставочным залом площадью **5 200 м²**.

Емкость стоянок личного автотранспорта – **3 500** автомобилей.

Планируемое количество рабочих мест в бизнес-парке «Армада» около **5 000** чел.

Официальное открытие молла «Армада» – конец **2008** года.

Запуск очередей делового центра – весна-лето **2009** г.

Окончательный срок сдачи бизнес-парка «Армада» – **2010** г.

ют города – за инвестиции, за экономически активных жителей. В условиях такой жесткой конкуренции развивается региональная экономика ХХI века. Журнал «Forbes» поставил наш город на 12 место по уровню бизнес-привлекательности среди всех российских городов. Оренбург должен развиваться, чтобы не потерять высокий потенциал. Если наш город выдержит эту конкуренцию, то он станет более сильным и экономически независимым. А от этого выигрывают все оренбуржцы.



Инвестиционное партнерство

По оценкам авторитетного в области экономики российского журнала «Эксперт», «Газпромбанк», наряду с ВТБ и Сбербанком, входит в первую группу финансовой устойчивости банковской системы страны по состоянию отрасли на 1 января 2008 года. Занимая важное место в функционировании российской экономики, «Газпромбанк» является привлекательным деловым партнером для крупного бизнеса, в том числе и в деле реализации инвестиционных проектов. Привлекательность кредитно-финансового учреждения, прежде всего, формирует его подтвержденная и проверенная надежность, ресурсы третьего по величине банка России, богатый опыт инвестконсультирования и прочный деловой авторитет.

Философия современного бизнеса такова: нельзя стоять на месте, однажды добившись определенных результатов. Для повышения эффективности производства в условиях региональной экономики особое значение имеет способность предприятий гибко использовать рыночные инструменты и механизмы в процессе финансирования своей хозяйственной деятельности и, прежде всего, потенциал банковской системы. Поэтому в настоящее время крупные предприятия развиваются экстенсивно и интенсивно, опираясь на квалифицированную финансовую поддержку банков.

«Газпромбанк» предлагает бизнесу мощный инструмент развития – инвестиционное консультирование. Это комплекс банковских услуг по финансовому ориентированию, экспертизе и кредитованию – серьезная и ответственная работа. И здесь необходимо понимать, что от качества сопровождения проекта инвестиционным консультантом напрямую зависит результат его выполнения и дальнейшая эффективность. Поэтому доверять свой бизнес нужно только профессионалам.

Богатый опыт

«Газпромбанк» – один из лидеров рынка инвестиционно-банковских услуг. Значительным преимуществом банка является возможность привлечения собственных финансовых ресурсов в сделку в интересах клиента, что позволяет клиенту использовать синергии широкого комплекса финансовых инструментов и оптимально структурировать риски реализуемых проектов и сделок.

Оренбургский филиал «Газпромбанка» оказывает услуги инвестиционного кредитования предприятий и организаций на строительство новых объектов и производственных мощностей, на техническое перевооружение, расширение и реконструкцию действующих предприятий. В рамках реализации инвестиционного проекта филиал проводит работу по составлению бизнес-плана, расчету и обоснованию основных планов проекта и его описанию. Банк оказывает услуги по рекомендации построения организационной структуры предприятия, соответствующей типу проекта. Анализирует проект и оценивает целесообразность его финансирования за счет инвестиционного банковского кредита. Выявляет совокупный анализ результатов текущей деятельности предприятия и

планируемых результатов проекта, подготавливает экспертное заключение. Филиал предоставляет инвестиционный кредит на реализацию проекта и осуществляет текущий контроль его выполнения, обеспечивая профессиональное сопровождение проекта от его зарождения до выполнения.

Опыт «Газпромбанка» в сфере инвестиционного консультирования действительно богат. На счету банка – успешные проекты, реализованные в ведущих секторах экономики: нефтяной и газовой промышленности, металлургии, электроэнергетике, машиностроении, горнодобывающем секторе, строительстве и транспорте, потребительском секторе и секторе высоких технологий.

Оренбургский филиал «Газпромбанка» занимается финансированием долгосрочных инвестиционных проектов с 2001 года. Среди наиболее значимых работ – инвестиционное кредитование технического перевооружения Оренбургского нефтегазоконденсатного месторождения ООО «Оренбурггазпром», где за период 2001-2005 годов освоены кредитные ресурсы в объеме 820 миллионов рублей. Реализован инвестиционный проект по разведке и добыче в Восточной части Оренбургского нефтегазоконденсатного месторождения: объем кредитных ресурсов, выданных ЗАО «Стимул», составляет 45,5 миллиона долларов США сроком до 2010 года. Банком выданы кредитные ресурсы в размере 375 миллионов рублей на освоение Рождественского нефтегазового месторождения. Предоставлен инвестиционный кредит на развитие и добычу Чкаловского месторождения в сумме 15 миллионов рублей и кредит в размере 50 миллионов рублей на техническое перевооружение объекта установки по подготовке нефти и газа при дожимно-насосной станции «Загорская», а также на строительство скважин и производство работ по бурению на Сайфутдиновской площади в Тюзском районе Оренбургской области. Для осуществления крупных инвестиционных проектов филиал использует механизмы привлечения средств как головного офиса банка, так и своих собственных.

Среди недавних проектов филиала – строительство нового цементного завода в Новотроицке. Филиал выиграл тендер, объявленный инициаторами строительства ОАО «Уральская Сталь» и ООО «Южно-уральская Горно-перерабатывающая Компания». Генеральный директор ООО «ЮУГПК» Ан-

дрей Дианов сотрудничеством с банком доволен и признается, что «выбор банка для реализации проекта был не случайным – компании нужен именно такой надежный партнер как «Газпромбанк» в лице его Оренбургского филиала». Новый завод полностью покроет потребность Оренбургской области в цементе, который сейчас завозится в регион из других субъектов.

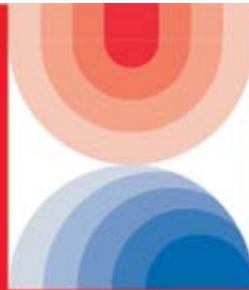
Таким образом, филиал имеет положительный и эффективный опыт выполнения экономически значимых, сложных и действительно нужных области инвестиционных проектов в рамках реализации «Стратегии развития Оренбургской области до 2030 года», которая предусматривает инновационный путь развития экономики региона и невозможна без привлечения в работу банковской системы, способной обеспечить экономику необходимыми финансово-кредитными ресурсами.

Высокий класс

В плане следования мировым стандартам инвестиционно-банковской деятельности «Газпромбанк» отвечает всем требованиям законодательства, имея соответствующие высокие рейтинги международных агентств, богатый опыт финансового консультирования и кредитования инвестиционных проектов. Так, в 2007 году агентство Standart & Poor's повысило долгосрочный кредитный рейтинг «Газпромбанка» с BB+ до инвестиционного уровня BBB-, краткосрочный кредитный рейтинг возрос с B до A-3. Агентство Moody's Interfax оценивает «Газпромбанк» по национальной шкале на максимально возможных уровнях: долгосрочный Aaa.ru и краткосрочный RUS-1. Наивысший рейтинг A++ присвоило банку агентство «Эксперт РА» как высокий уровень надежности с позитивными перспективами. Информационный центр «Рейтинг» на протяжении последних семи лет относит «Газпромбанк» к банкам группы А, то есть к высшей категории надежности. Признание мировых аналитиков еще раз подтверждает высокую финансовую устойчивость «Газпромбанка» и его преимущества на рынке инвестиционно-банковских услуг.

Опыт и рейтинг «Газпромбанка» позволяют ему выступать в качестве инвестиционного консультанта при получении бюджетных ассигнований из Инвестиционного фонда РФ для реализации инвестиционных проектов. Инвестиционный консультант во всем процессе получения предприятием госассигнований играет одну из главных ролей эксперта финансовой эффективности будущего проекта, во многом от его профессионализма зависит сам факт выполнения проекта. Поэтому всегда разумно и в этом вопросе положиться на опыт и потенциал «Газпромбанка».

ГПБ (ОАО). Генеральная лицензия ЦБ РФ №354.
На правах рекламы.



РусьБанк



ВКЛАДЫ с дополнительной защитой

www.russbank.ru

При размещении денежных средств во вклады «Универсальный», «Классический», «Накопительный», «Пенсионный» и «Элитный» на суммы свыше 450 тысяч рублей, клиент имеет право застраховать вклад по специальной программе «Русь-Банк – Росгосстрах. Страхование вкладов». Договор страхования вкладов предусматривает безусловную франшизу в размере 400 тысяч рублей, согласно положениям Федерального Закона от 23.12.2003 № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации». Страхование осуществляется на основании Правил № 70 ООО "РГС-Столица". Условия договора вклада представляются по первому требованию в любом отделении банка.

*Процентная ставка 13,5% указана для вклада «Классический» (при сроке от 733 до 1080 дней и сумме свыше 450 001 руб.) в рублях РФ. Годовая процентная ставка по вкладу при досрочном расторжении договора банковского вклада - 1 %. Выплата процентов по вкладу осуществляется по окончании срока вклада путем присоединения к основной сумме вклада.
ООО «РГС - Столица». Лицензия С № 0977 50 от 11.05.06. ОАО «Русь-Банк». Генеральная лицензия ЦБ РФ № 3073. Реклама.

Ставка - до
13,5%
годовых в рублях



тел.: (3532) 77 17 62, 77 15 86

ул. Маршала Жукова Г.К., д. 48



Продовольственной экспансии не будет

**25 сентября на заседании ТПП Оренбургской области
первый заместитель министра экономического развития
и торговли Оренбургской области, Эдуард Берлин
представил проект МЭРТ области направленный на
поддержание продовольственной безопасности региона,
под названием «Создание интегрированного областного
продовольственного центра».**

До начала своего выступления Эдуард Михайлович подчеркнул, что предлагаемый проект – это на данный момент скорее концепция, предлагаемая для конструктивного обсуждения. В фокусе интереса разработчиков проекта – бизнес, без которого просто не будет проекта.

Для чего нужен этот проект? Суть проблемы, над решением которой трудится оренбургское МЭРТ, заключается в том, что на данный момент регион находится на пороге продовольственной безопасности: 43% продуктов питания на оренбургских прилавках – привозные, это при том, что мы – сельскохозяйственный регион.

Как ни парадоксально, но загвоздка кроется вовсе не в отсутствии производства сельхозтоваров, а в затруд-

нении сбыта производимой, прежде всего личными подсобными и малыми фермерскими хозяйствами, продукции. Именно ЛПХ занимают сегодня наибольший удельный вес в структуре продовольственного производства (по данным на 2007 г. – 51,7%). Доля КФХ за последние 8 лет тоже существенно выросла (до 8,3%). То есть как минимум 60% производителей продовольственных товаров испытывают проблемы со сбытом произведенной продукции. И если продать перекупщику товар с/х производитель может лишь за 5-6 руб. (так, например, стоит молоко), то конечный покупатель на рынке приобретает его уже за 20 руб. Таким образом, вся прибыль остается в карманах посредников.

Организовать сбыт можно и по

другим каналам, например, через торговые сети. Однако последние к местному производителю лояльности не проявляют, что понятно, так как еще одной проблемой местных товаров является почти полное отсутствие маркетинга и в целом неприспособленность сельхозтоваропроизводителей к работе в рыночных условиях (отсутствие брендов, штрих-кодов). Такое положение дел ставит местные товары в проигрышное положение по сравнению с привозными, уже известными покупателю, что помещает под сомнение эффективный сбыт закупленной сетевиками партии местного товара.

Кроме всего прочего, среди проблем отрасли также числятся: отсутствие первичной переработки и монополизм в сфере глубокой переработки сельскохозяйственной продукции, а также отсутствие крупных системных поставщиков продуктов питания по единым стандартам качества для обеспечения государственных (муниципальных) заказов. Дело в том, что выращивание скота и получение в результате мяса – это длительный процесс, поэтому в этой отрасли есть смысл заключать фьючерсные контракты: на будущую поставку мяса и мясопродуктов. Сегодня же таких гарантированных поставщиков у государства нет. Для производителей такая схема – это тоже плюс, так как гарантирует сбыт «выращиваемой» сегодня продукции.

Цели проекта очевидны: обеспечить население продовольствием хорошего качества по доступным ценам, а предприятия – широким сбытом.

Каким образом это предполагается достичь? Для начала предлагается создать некий единый региональный бренд качества: «Попытку такого рода 15 лет назад уже предпринимал Довгань, но, правда, у него были другие цели», – отметил Эдуард Берлин. Сегодняшняя задача, стоящая перед производителями, состоит в получении действительно качественного бренда. Качество будет регулярно подтверждаться сертификатами, его качество должны будут отслеживать лаборатории. Эти мероприятия направлены на завоевание доверия потребителя, на получение его положительного отклика на региональную продукцию.

Следующей задачей является создание логистического центра со

складами и транспортом в Оренбурге, Орске и Бузулуке. Такой набор городов выбран не случайно: «Таким образом, мы стремились охватить восток и запад области», - подчеркнул Эдуард Берлин.

Планируется также создать собственную розничную сеть из 90 магазинов шаговой доступности: «При этом их не обязательно строить, в новую сеть могут включаться уже существующие торговые точки». Присутствующими было отмечено, что идея весьма актуальна, особенно для исторического центра города, жители которого испытывают трудности с приобретением продуктов питания непосредственно рядом с домом. Кроме того, в рамках проекта предлагается организовать сеть комбинатов питания, в которые будет поставляться местная сельхозпродукция.

Всего под реализацию задуманного потребуется около 220 тыс. кв. м площадей, в том числе 165 тыс. - на систему логистических центров, 25,5 тыс. - под магазины розничной торговли и 20 тыс. - для организации комбинатов питания. Более 50% всех площадей планируется разместить в Оренбурге, остальные распределить между Орском и Бузулуком.

Следующим пунктом программы значится создание системы первичной переработки продукции, куда относятся убойные цеха, молоко-приемные пункты, цеха первичной обработки овощей. Упомянутые объекты будут ориентированы на производство сельхозсырья для реализации как в рамках логистической системы, так и на промышленные предприятия (мясокомбинаты, молкомбинаты, овощные консервные заводы) для более глубокой переработки. Продукция этих предприятий также будет поступать в логистическую сеть для отправки конечным потребителям, которыми, как и в первом случае, могут выступать государство, торговые точки, комбинаты питания, общепит.

Эдуард Берлин отметил, что сейчас на рынке нет доминанты оренбургских предприятий, а министерству хотелось бы, чтобы именно местные производители доминировали: «Но может ли наш производитель сам выстроить такую цепочку? Конечно, нет. Малый бизнес с этим не справится, это под силу только крупным корпорациям». При этом докладчик несколько раз во время своей речи

Размещение объектов инфраструктуры ОИПЦ



7

28

Формирование цены продукции



10

Схема функционирования системы ОИПЦ



подчеркнул, что эта система не является государственной, государство не управляет ею. Отношения внутри системы, по мнению Эдуарда Михайло-

вича, должны строиться как взаимовыгодные и необходимые для всех сторон, участвующих в проекте: «При этом участники системы будут играть

по заданным правилам, каждый из них будет предсказуем, что даст возможность этому механизму эффективно функционировать, без сбоев».

К слову, об участниках проекта. Схема реализации, по замыслу оренбургского МЭРТ, представляет собой частно-государственное партнерство, которое предполагает участие трех сторон: государства, бизнеса и науки. На науку при этом возлагается разработка инноваций и стандартов качества, на бизнес – вся основная работа по финансовому обеспечению и собственно реализации задуманного, на государство – общее руководство.

По предварительным оценкам весь проект стоит около 2 млрд руб., в структуре финансирования преобладает частный инвестиционный капитал: собственные средства, инвестиции, займы, выпуск ценных бумаг. Средства государства будут поступать в систему посредством госзаказа, предоставления субсидирования части процентной ставки по привлеченным инвестиционным кредитам и госгарантий. Кроме того, планируется привлечь и кредитные ресурсы банков.

Так как же это все должно функционировать? Логистический центр, главный элемент системы, выступающий координатором спроса и предложения на продовольственном рынке, на первом этапе изучает потребность в тех или иных продуктах, в соответствии с результатами исследования формирует и размещает заказы среди поставщиков, заключает сельхозтоваропроизводителями

фьючерсные сделки на будущий товар. На втором этапе ЛРЦ кредитует и инвестирует процесс производства и реализации продукции, а в дальнейшем обеспечивает поставки товара потребителю в четко установленные сроки.

От сельхозтоваропроизводителей требуется произвести и поставить в срок заказанный товар либо в ЛРЦ, либо непосредственно потребителю и рассчитаться по полученным займам, а также оплатить услуги логистики.

Потребитель вначале оплачивает часть стоимости фьючерсного контракта, а после получения товара производит окончательный расчет.

Что касается порядка ценообразования, то структура цены, по мнению разработчиков проекта, должна

выглядеть следующим образом: 75% – отпускная цена производителя, 20% – торговая наценка, 5% – стоимость услуг логистики. То есть оплата услуг ЛРЦ не должна быть по карману производителя, который финансирует эти 5%.

По поводу представленной структуры цены представитель ГП «Оренбургоблпродконтракт» поинтересовался, какому конкретно производителю пойдет 75% цены? Ведь в производственной цепочке их может быть несколько, и действительно ли эти средства дойдут до тех, кого должна поддержать эта программа, то есть до ЛПХ и КФХ. Ответа на этот вопрос так и не прозвучало.

Теперь о том, каким образом планируется продвигать проект. Высокие ставки сделаны на современные средства коммуникации, в первую очередь Интернет, где планируется и рекламировать и привлекать инвесторов, то есть проводить электронные выставки, вести агитацию в сети, а также размещать инвестиционные меморандумы на сетевых инвестиционных площадках. Через Интернет можно донести какую-то информацию разве что до бизнеса, но вот внимание потенциальных покупателей привлечь вряд ли удастся, гораздо более эффективными представляются различного рода демонстрации, презентации, а также реклама в печатных СМИ.

Одним из факторов продвижения проекта выступает также формирование имиджа регионального продукта как экологически чистого. На что известный эколог Марк Цинберг, присутствовавший на заседании, отметил, что в этом случае складывается парадоксальная ситуация: продукт

будет позиционирован как экологически чистый, а предприятие, его выпускающее, в то же время является экологически грязным. Это связано с тем, что, по его словам, вопросам экологии в производстве продуктов питания уделяется очень мало внимания. В качестве примера он привел Новотроицк, где основными загрязнителями окружающей среды выступают 4 предприятия пищевой промышленности: по производству пива, хлеба, молока и мяса. Они регулярно нарушают экологические нормы, но никто их не останавливает, так как на проведение мероприятий по модернизации производства нужны затраты, при осуществлении которых неизбежно повышаются цены, что еще больше не устроит государство. Однако именно государство выделением финансирования способно повлиять на улучшение экологической ситуации, чего пока не делается.

Далее встает вопрос, кто собственно будет «стоять за прилавком»? Оценочная потребность в кадрах, по мнению разработчиков, составляет всего около 1000 чел. Хватит ли этого на обслуживание огромного комплекса? Кроме того, большая часть работников требуется с техническим образованием: инженеры, повара, технологии, которых в городе дефицит.

В целом, успех проекта почти целиком зависит от заинтересованности в нем бизнеса и его финансовых и организационных вложений в детище МЭРТ, но на данный момент у представителей бизнеса гораздо больше вопросов к создателям проекта, чем предложений по его реализации.

Елена Лукина.

Коллективу сотрудников, генеральному директору ОАО «ПО «Стрела» А.М. Маркману

Уважаемые коллеги!

Сердечно поздравляем вас со славным юбилеем – 80-летием со дня образования завода!

Трудно переоценить навсегда вошедшие в историю страны ваши достижения в укреплении обороноспособности страны, развитии научно-технического потенциала отрасли, строительстве сотен тысяч метров жилья и объектов социальной сферы Оренбурга. Отрадно видеть, что преемственность поколений и традиции сохраняются сегодня. Пройдя трудные времена, предприятие уверенно смотрит в будущее.

От всей души поздравляем с праздником всех, для кого Оренбургский машиностроительный завод является неотъемлемой частью жизни. Искренне желаем вам новых производственных заказов и высококачественного их исполнения, бодрости духа, здоровья и успехов в труде на благо России и родного Оренбуржья!

Учредители и редакция ФЭБ.

Есть ли бизнес в агробизнесе?

Российский агропромышленный комплекс, пожалуй, один из самых архаичных в континентальной Европе. Хоть мы и располагаем и огромными посевными и пастбищными площадями, и богатыми агроклиматическими ресурсами, и при желании можем (как, собственно, и было когда-то) кормить и себя и всю Европу в придачу. Однако сегодня РФ закупает продовольствие за рубежом, так как своего банально не хватает. Почему так происходит, на самом деле, давно известно. Но, стремясь увеличить объемы отсталого промышленного производства, поднять экономику, государство долгое время мало внимания уделяло сельхозотрасли. Просто руки как-то не доходили до аграриев. Спохватились недавно, в 2006 г., когда запустили нацпроект «Развитие АПК». Но его успешности, как уже видно сейчас, помимо всего множества вечных проблем, которыми приправлен наш агрокомплекс, мешает еще один немаловажный нюанс. В Оренбуржье он особенно заметен.

Архаизм местных сельхозтоваропроизводителей заключается даже не в устаревшем и зачастую на 75% изношенном оборудовании, хотя модернизация основных фондов – важная задача повышения конкурентоспособности АПК. Но вот только произвести продукт – это еще не все, его еще требуется эффективно сбыть, чтобы оправдать вложенные затраты и получить прибыль. Однако многие агропредприятия Оренбуржья сегодня по инерции живут по законам планово-распределительной экономики, когда слово «рыночный» было почти ругательным. Сегодня же рыночный подход к своей деятельности – основное условие получения прибыли, так как сбыт произведенной продукции вовсе не гарантирован, на рынке присутствует множество конкурентов, и покупатель может предпочесть их товары местному производству.

Объем продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (в действующих ценах) за январь–июль 2008 г. составил 12857,9 млн руб., а оборот розничной торговли по продовольственным товарам – 33061,8 млн руб., то есть местные товары обеспечивают около 39% оборота. Основными площадками реализации продовольственной продукции местного производства традиционно являются розничные рынки. Но доля оборота розничных рынков в общем товарном обороте неуклонно снижается и сегодня составляет 17,2% (против почти 30% в 2006 г.) Покупатель все чаще идет в ближайший магазин, где покупает привозной товар и остается вполне этим доволен. Хотя и по качеству местный продукт чаще всего не уступает «соседскому», товарооборот местной продукции составляет незначительную долю в оборо-

те розничных торговых сетей. Так, например, доля продаж местных товаров не превышает 18% в общем товарообороте компании «САМ» – одной из крупнейших розничных торговых сетей области. Оставшиеся 82% – продукция из других регионов РФ: из Московской, Самарской, Пензенской, Калининградской, Белгородской обл., Башкортостана, Татарстана, Ставропольского края. Как заявляют наши эксперты, всего более 20 субъектов РФ регулярно поставляют товар на продовольственный рынок Оренбургской области.

Доля продуктов иностранного производства на продовольственном рынке Оренбургской области очень невелика. Это, чаще всего, алкогольная продукция, кондитерские и макаронные изделия класса «премиум», морепродукты, соусы. То есть импортная продукция «погоды» на продовольственном рынке не делает, социальной значимости не имеет (кроме, разве что, куриных окороков, которые по-прежнему широко поставляются в регионы), конкуренции местным производителям не составляет. Востребована импортная продукция скорее только в магазинах уровня «премиум».

Что касается ассортиментной структуры товаров, выложенных на прилавках торговых сетей, то она, как правило, не превышает 50%, за исключением хлеба, выпечка которого практически везде обеспечивается местными производствами. Например, доля присутствия местных товаропроизводителей в основных товарных группах торговой сети «САМ»: молочная продукция – 40–45%, мясная продукция – 35–40%, хлеб – 100%, мучные кондитерские изделия – 15–20%, алкогольная продукция – 5%,

Причины упадка сельхозотрасли в РФ

В силу низкой рентабельности сельское хозяйство страдает в большей мере, чем другие отрасли, от декапитализации, технической деградации. Отсутствие необходимых денежных поступлений привело к физическому износу большей части основных средств сельхозпредприятий, многократному сокращению закупок новой техники и оборудования. Тяжелое финансовое положение вызвано, главным образом, незначительными денежными поступлениями от реализации продукции из-за низкого уровня цен на нее, а также недостатком собственных оборотных средств для сезонного финансирования производства и недоступностью банковского кредита. В силу этого широко используются формы товарного кредита (государственного и частного), бартерных сделок, взаимозачетов.

Сегодня сельхозпредприятия в большинстве своем закредитованы, в основном, по централизованным кредитам, платежам в бюджеты и внебюджетные фонды. Основная часть этих долгов приходится на пени и штрафы за просроченные платежи, так как существующая система налогообложения не учитывает сезонный характер производства и поступления финансовых ресурсов в сельское хозяйство.

В условиях либерализации торговли сельское хозяйство оказалось незащищенным от монополизированных отраслей промышленности. Ценовой пресс со стороны массы посредников привел к многократному снижению доли сельских товаропроизводителей в розничной цене конечного продукта.

В результате девальвации рубля 1998 года вначале складывалась благоприятная ценовая ситуация на продовольственном рынке. Ее сохранение на последующие годы позволило бы обеспечить рентабельное производство в АПК. Однако последовавший затем рост цен на горючее и другие ресурсы усилил межотраслевой диспаритет цен.

газ. напитки – 15%, мясо птицы – 50–55%, мороженое – 20%.

Обратите внимание, доля местных товаров в таких наиболее популярных товарных группах, как молочные продукты и мясо птицы, довольно высока, но, тем не менее, реализация местной продукции обеспечивает лишь 18% оборота. Как можно это объяснить? Видимо, большим спросом пользуется все же привозной товар.

А теперь о причинах, почему так про-

исходит. Как уже отмечалось, в рыночных условиях немаловажное значение, даже в такой, казалось бы, обеспеченной постоянным спросом и сбытом отрасли как АПК, имеет рыночное позиционирование товара, то есть наличие бренда, проведение маркетинга, способность грамотно организовать поставку своего товара (логистика). По словам Сергея Исаева, коммерческого директора компании «САМ», торговой сети просто невыгодно в настоящее время выкладывать на полках продукцию многих оренбургских производителей: «Мы хотели бы расширить наш ассортимент местной продукцией, т.к. лояльность к ним покупателей очень велика, но из существующих производств немногие работают современно: рекламы нет, логистика не отстроена, оборудование старое, маркетинговой политики нет вообще». То есть сбыть такую продукцию довольно затруднительно, так как на рынке присутствует множество более конкурентоспособной продукции других регионов.

Проблема сбыта производимой в регионе сельхозпродукции стоит очень остро: рынки заполнены посредниками, торговые сети на местный товар смотрят скептически. При этом не стоит пускаться в банальное поругание и тех, и других. Сетевики неохотно принимают оренбургских производителей вовсе не потому, что не хотят торговать их товаром: «В нашей торговой сети происходит отбор не поставщика, а продукта, который поставщик предлагает к реализации. Самое главное – ликвидность продукта, которая складывается из узнаваемости и востребованности бренда, лояльности к нему покупателя, качества, цены, постоянства наличия товара на полках магазина», - комментирует ситуацию Сергей Исаев.

Предприятия различных форм хозяйствования	Крестьянские фермерские хозяйства (КФХ)	Личные подсобные хозяйства (ЛПХ)	Сельхозпредприятия различных форм собственности
Численность по данным 2007 г.	6734	289000	671
Производство и реализация основных наименований продукции (на 2007 г.), тыс. тонн, в том числе:	15,6	421,9	474,8
скот и птица на убой в живом весе	1,4	22,3	37
молоко	11,8	252,2	129,3
яйца	2,4	147,4	308,5

Из требования ликвидности продукта вытекают и требования к поставщику:

- обеспечение продукта рекламной поддержкой, современной упаковкой. Применение современных маркетинговых технологий – обязательно;
- обеспечение оптимального соотношения «цена-качество» (кстати, многие производители сыра предпочитают сбывать свой товар в др. регионах – Московская, Челябинская обл., т.к. там можно продать сыр по более выгодной цене);
- ритмичность и своевременность поставки продукции в торговые точки (логистика);
- грамотное оформление сопроводительной документации (многие местные производители ведут документооборот вручную).

Кто из оренбургских производителей способен сегодня соответствовать этим требованиям? Разве что крупные организации, скажем, Оренбургский молкомбинат или Орский мясокомбинат. Но более 60% местного АПК – это малые формы хозяйствования, ЛПХ и КФХ. Кто будет учить их маркетингу?

Кроме того, у многих сельхозпроизводителей, помимо умения сбывать свой товар и понимания рыночных отношений отсутствует, и сама возможность их применять, так как средств на такую роскошь, как маркетинг, просто не хватает. Почему не хватает? Потому что прибыльность низкая, а низкая она

потому, что сбытовые каналы узкие. Вот вам и замкнутый круг.

Разрубить gordiev узел оренбургского АПК, однако, взялось государство. В области принятая целевая программа «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Оренбургской области на 2008–2012 годы», разработанная оренбургским Минсельхозом. Среди главных целей названо «повышение конкурентоспособности производимой в Оренбургской области сельскохозяйственной продукции на основе финансовой устойчивости и модернизации сельского хозяйства, а также на основе ускоренного развития приоритетных подотраслей сельского хозяйства». Объем финансирования – 37 701,3 млн руб., в том числе из областного бюджета – 22 528,5 млн руб. Тратить их планируется по нарастающей, то есть максимальное финансирование АПК получит в 2012 г., а в 2008 г. на реализацию программы выделено чуть больше 3 млрд руб.

За первое полугодие АПК профинансирован на 1,7 млрд руб., на которые фермеры, в том числе, закупили тракторы и комбайны, всего около 1000 машин. Но вот только одних сельхозпредприятий в области около 700, а еще 6734 КФХ, больше чем 289 тыс. ЛПХ. И каждому предприятию требуется, как минимум, по две машины...

Почему у нас не получился обзор рынка продовольствия?

Первоначально мы хотели подготовить обзор продовольственного рынка Оренбурга не только со слов представителей торговых сетей, но и «привлечь к ответу» местных товаропроизводителей, организовать, так сказать, диалог. Но наша задумка не удалась, и вот почему. Дело в том, что как раз на стадии сбора материалов для статьи в Москве проходила выставка «Золотая осень», в которой принимали участие предприятия сферы АПК. Поэтому все производители, к которым мы обратились за информацией, были заняты подготовкой к выставке и собственно участием в ней, и в нашем обзоре участвовать отказались. Что ж, зато не зря съездили, результаты «вояжа» оренбургских аграриев и пищевиков опубликовало

Минсельхоз Оренбургской области, и стоит отметить результаты достойные.

В выставке участвовали предприятия пищепрома, сельхозтоваропроизводители всех форм хозяйствования, науку представлял ОГАУ. Итоги выставки – 77 медалей, в том числе:

- Больших золотых медалей – 6
- Золотых медалей – 42
- Серебряных медалей – 19
- Бронзовых медалей – 10
- Дипломов – 71
- Свидетельств – 6

Среди лидеров - ООО «Оренбургский молочный комбинат», ЗАО «Орский мясокомбинат», ООО «Оренбург-Иволга». Есть призеры и среди ЛПХ и КФХ, тоже принимавших участие в выставке.

Конечно, участие в выставке намно-

го важнее анализа причин низкой конкурентоспособности местных товаров. Или наши производители просто не видят в этом проблемы? Между тем, опубликованный сегодня материал с экспертными мнениями – это тоже определенный (и довольно эффективный) способ продвижения товара и создания бренда. Есть ощущение, что мозги у производителей продуктов питания до этого пока еще не созрели. Ну не понимают они такого термина как маркетинг. Вот и жалуются в приемной у министра: медальки же есть – так что еще надо-то? Вывод напрашивается весьма банальный: продукция есть, продукция качественная, достойная золотых медалей, но... продавать мы ее не умеем!

Что думают профессионалы о продовольственных логистических центрах?

Эдуард Берлин,
заместитель министра
экономического развития и
торговли:



- Надо понимать, что система продовольственного интегрированного рынка Оренбургской области – это не просто сбыт или производство продукции, это система от поля и до прилавка. Все эти звенья должны быть взаимосвязаны и работать в одной системе координат. Соответственно, ее надо координировать и подчинить правилам, которые будут выгодны всем участникам.

- А чем плоха нынешняя организация продовольственного рынка?

- Проблема в том, что по России сегодня (а Оренбургская область не исключение) 42 процента товаров завозится из-за рубежа. Местных товаров на прилавках очень мало. Это мы и хотим исправить.

Нам необходимо понять: что нужно производить, в каком количестве, как построить финансовые схемы, как осуществлять логистику и продвижение товаров на прилавок, решить маркетинговые вопросы. Задач много...

- Что даст предлагаемая система простым горожанам?

- Это даст им качественный продукт по доступным ценам.

- Государство каким образом будет участвовать в этой системе?

- Государство должно дать первый толчок, и затем займется координацией. А деньги будут от частных инвесторов. Сейчас мы презентуем программу с тем, чтобы найти инвестиции на ее доработку, написание бизнес-плана. А потом под него будут привлекаться уже крупные инвестиции. Если рамочко оценить общую стоимость проекта, то она составляет около 3 млрд рублей.

Сергей Буданов,
генеральный директор
ОАО “Оренбургоптторг”:



- Нам предложена обычная нормальная схема движения товара от производителя к конечному потребителю. Только введены в нее еще центры государственного регулирования. Все это названо как партнерство государства и бизнеса. У меня возник только один вопрос: кто будет отвечать за деньги?

Дело в том, что производство – это один вид бизнеса, со своими параметрами, которые нужно выдерживать: качество, объемы, рентабельность. Логистика – это несколько иная отрасль, где так же есть свои требования к бизнесу. Невыполнение любого из этих требований ведет к очень простому последствию – деньги просто растворяются. Кто будет нести ответственность?

Существует естественный регулятор всех этих процессов под названием “рынок”. Так вот, на рынке ведется предпринимательская деятельность, сопряженная с риском. Согласно Гражданскому Кодексу РФ, прописана ответственность за эту деятельность, и я как предприниматель понимаю, чем рисковую. И предпринимательская рыночная деятельность хороша тем, что один ее условия использует таким образом, что получает прибыль, а другой – убытки. Когда же мы ее загоняем в определенные рамки (достаточно жесткие), то мы получаем неоптимальную систему, при любом сбое ведущую к неполучению запланированного результата. Впрочем, не мне учить господина Берлина, который сам вырос из бизнеса.

Марк Цинберг,
президент
фирмы
“Экобиос”:

- Одно из са-



мых замечательных мест в проекте – это организация магазинов шаговой доступности. 90 магазинов общей площадью 30 000 кв.м – это действительно серьезный проект. Но хотелось бы обратить внимание на другой аспект.

Основная задача проекта – это формирование таких конкурентоспособных цен на оренбургскую продукцию, чтобы все наши самаро-уфимо-башкирские товары забыли дорогу на оренбургский рынок. Безусловно, в цене на продукцию основная масса стоимости должна быть возвращена производителю. А они, к сожалению, практически не соблюдают законы РФ об охране окружающей среды. Вы можете спросить: а причем здесь цена? Связь очень прозрачна.

Вот пример. Город Новотроицк: самыми опасными предприятиями по сбросу отходов в водоемы являются четыре предприятия пищевой промышленности – молочный, мясоперерабатывающий, хлебный комбинаты и всеми любимая пивоварня «Ивана Таранова». Роспотребнадзор ставит вопрос о приостановлении деятельности этих предприятий. Логичный вопрос: у них нет очистных сооружений, у них нет необходимых документов – почему они вообще работают? Вполне возможно, их остановка – лишь вопрос времени. Внедрение же природоохранных мероприятий – процесс очень дорогостоящий, который неизменно скажется на цене продукции.

Поэтому, вывод следующий – мы можем оказать поддержку местным товаропроизводителям, но если они не будут соблюдать мероприятия по охране окружающей среды, то наша поддержка может быть никому и не нужна. Ужесточение экологического контроля просто приведет к закрытию предприятий, или заставит их выпускать неконкурентоспособную

по цене продукцию. Хочу, чтобы разработчики системы обратили на этот аспект особое внимание. Кроме того, вряд ли экологически грязное предприятие имеет право заявлять, что выпускает экологически чистую продукцию.

Иван Жабин, глава Софиевского сельского совета:

- Мне кажется, сначала мы должны обсудить производство продуктов питания, а потом уже говорить об их продвижении. Ведь животноводство – это самая отсталая отрасль сельского хозяйства.



Чтобы получить мясо, нужно сначала произвести молоко. Хорошо, выделили средства, закупили 5-10 коров, получили молоко. А механизма сбора молока нет. Ведь основные объемы его производятся малыми формами хозяйствования – фермерами и личными подворьями. Вот министерства на это и должны обратить внимание – создание системы сбора продовольственного сырья.

Мы в свое время такой сборный пункт создали. И получили столько проблем, что проще из села уехать, чем продолжить эту деятельность. Мы ежедневно собирали молоко, раз в 2 недели должны были рассчитываться за него, но проходит один, два, шесть месяцев, а молокозаводы так и не спешат с нами рассчитаться. И только когда генеральному директору «Оренбургмолока» пригрозишь приходом казаков, только тогда деньги выплачиваются. Вот такой у нас рынок.

Наше стадо было доведено до 1 тыс. голов, и сразу на селе заработали другие отрасли – строительство, например. Перестали закупать молоко, стадо сократилось до 400 голов – молодежь стала уезжать. Таким образом, искусственная дотация производства молока хотя бы до 10 руб. за литр (а в идеале и до 15) позволила бы нам за три года создать такое стадо, которое решило бы проблемы и с молоком, и с мясом.

Мало того, мы молоко должны производить с троекратным запасом от внутренних потребностей области,

с тем чтобы его поставлять на московский и питерский рынки. Ведь Молдова виноград растит не для того, чтобы его весь съесть.

Марина Быкова, директор закупочной конторы:

- Идея интересная, новая, но я мало в нее верю. В первую очередь из-за изменений цен. Если мы будем гарантировать производителю какую-либо цену, а рынок в этот момент будет неблагоприятен, то кто будет отвечать за убытки? Выход есть – в дотациях, но они должны быть в гораздо большем объеме. Государство этих денег давать пока не собирается.



Владимир Савинков, замдиректора ГУП «Оренбургглоблпродконтракт»

- Идея хорошая, но практическое ее воплощение вызывает вопросы. Вот тут говорилось, что закупочная цена на мясо на рынке 85 рублей, а продажная – 250. Но это говорят те, кто в этой системе не вращается. Мы ведь на рынке берем то, что нам нравится – шейку, заднюю часть. А в корове это мясо составляет всего лишь 20 %. А остальное продавец сдает по бросовым ценам. Продавец в среднем на килограмм имеет 3-5 рублей дохода. Именно поэтому, например, многие магазины, бросившиеся торговать свежим мясом, через месяц-два оставляют эту затею.



На рынке уже создана определенная система продаж. Привезли свежее мясо – продавец знает, что 20 кг. лучшего мяса у него купят богатые, в 2 часа дня приедут мясокомбинаты и он им отдаст сало, после появятся предприятия общепита – им отдали остатки. И на следующий день на рынке опять появляется качественное свежее мясо. Эта система уже работает, а мы пытаемся такую же создать в большем масштабе.

Есть и еще проблемы. Рестораторы хотят отборного мяса. А где его

взять? Вот у нас сейчас есть заказ из Москвы на такое мясо, серьезные объемы. Но мы не можем подобрать бычков, чтобы они были хотя бы по 300 кг. Не забывайте, что те же дойные коровы могут пойти только на горячую переработку, из них делают тушенку. Нет в Оренбургской области сегодня стада, соответствующего требованиям всех участников рынка. Вот и поступает к нам импортное продовольствие.

Или другой пример. Сегодня нам оренбургские производители картофеля предлагают его по 10 рублей за кг., а вчера позвонили из Удмуртии и назвали цену 6 руб. за кг. Ну, и у кого я возьму картошку?

Поэтому сначала нужно изучить рынок, сравнить все и сделать выводы: насколько система будет работать, насколько она будет направлена на поддержку нашего сельхозтоваропроизводителя.

Мало того, открою вам секрет. Мы были на совещании в Москве, и нам уже предложили начать работу с одной из национальных (по масштабу) сетевых заготовительных компаний. Т.е. время перекупщиков-одиночек прошло, на рынок выходят серьезные деньги и серьезные игроки. Сами понимаете, московский и питерский рынки сбыта просто огромны. Так что нам нужно задуматься не только о том, как это все продать, но и о том, где все это взять, поскольку продукция будет скуплена на корню и вывезена за пределы области.



Дмитрий Сюсюра, проректор ОГАУ:

- Меня смущает непроработанность механизмов взаимодействия. Рынок меняется очень сильно, если мы зафиксируем цену, то частник среагирует на изменение рынка гораздо оперативнее. Из положительных тенденций отмечу, что раз бизнес участвует в подобных обсуждениях, значит, есть надежда, что он видит в сельском хозяйстве возможности для получения прибыли, а значит, и есть тема для разговора.

Хочу отметить, что ценообразование в сельском хозяйстве практически не отслеживается органами государственной статистики, что серьез-

но тормозит приход инвестиций в эту отрасль. Со своей стороны, готов заявить о желании нашего вуза участвовать в реализации данной программы, особенно, в части проведения маркетинговых исследований.

Максим Зияев, председатель гильдии рестораторов:

- Что касается гарантированных поставок в общепит города Оренбурга



га, то у нас будут очень жесткие требования к качеству продукции – и молока, и мяса. Например, 90% мяса должно быть вырезкой. Куда будет деваться остальное мясо – нас не волнует. Готовы ли поставщики в рамках этой системы на такое обслуживание – нам это будет интересно.

Виктор Тан, председатель Оренбургского совета областного Союза потребительских обществ:

- Глядя на эту программу, отмечу, что резко от нее отмахиваться ни в



коем случае не нужно.

На собственном опыте отмечу, что в период нестабильности на рынке получить что-то от сельхозтоваропроизводителя невозможно. У него нет элементарных оборотных средств на закупку подорожавших кормов, например. Поэтому вопрос цены и перераспределения средств за поставленную продукцию становится ключевым.

Маркетинговые коммуникации в условиях кризиса

Такова тематика однодневного практического семинара Торгово-промышленной палаты Оренбургской области с участием одного из крупнейших в России теоретиков и практиков маркетинга и массовых коммуникаций Михаила Дымшица (г. Москва).

Семинар даст ответы на вопросы:

- Как жили службы маркетинга различных компаний в “тучные годы”?
- В чём следует ограничить “маркетинг” при упорядочивании расходов?
- Что становится главным в маркетинговом комплексе компаний в кризисный период?
- С кем и какая маркетинговая коммуникация становится основной в данный период?
- Какие уроки для маркетинга кризисного периода следует запомнить на будущее?

Михаил Дымшиц проведет мастер-класс и ответит на практические вопросы участников.

Приглашаются руководители предприятий, директора по маркетингу, руководо-

дители соответствующих служб банков, финансовых, страховых, компаний. По окончании семинара слушатели получат сертификат участника семинара.

Дата и время проведения семинара – 20 ноября 2008 года с 10.00 до 17.00, с кофе-брейком.

Место проведения мероприятия – конференц-зал ТПП по адресу: Оренбург, пр. Парковый, 6.

Справки по телефону: (3532) 23-62-86.



СПРАВКА ФЭБ

Михаил Дымшиц: Master of NLP (1995)

В маркетинговом бизнесе с 1991 года. Менеджер по маркетингу страховой компании «РОСНО». Директор по маркетингу страховой компании «Медведь». Директор отдела исследований РА «Партнер» APR Group. Консультант группы «МОСТ» по политической социологии и маркетингу.

С 1997 года возглавлял отдел исследований и стратегического планирования РА «Медиа Артс FCB». Клиенты: - Bristol-Mayers-Squibb (Upsa, Efferalgan, Fervex, Clariol); Biersdorf (NIVEA); Rilken; Bingo-Lotto; Citroën; Концерн «Калина»; «Святой Источник»; ТК «ТНТ»; ТОРН (Aquarelle, «Кедровый бальзам»).

С 2001 года - учредитель и генеральный директор компании «Дымшиц и Партнеры» (www.dnp.ru).

Клиенты компании с 2001 года: Росгосстрах; Тройка Диалог; БИНБАНК; Мастер-Банк; РБР (Русский Банк Развития); ПЧРБ (Первый Чешско-Российский банк); Межрегиональный Почтовый банк; Кинокомпания Централ Партнершип; Телеканал «ТНТ»; Ресторан-кофейня «Аристократ»; Ресторан Nostalgie; Сеть московских казино (Golden Palace, Кристалл, Империя); Увельская Крупяная Компания; Сеть магазинов одежды Finn Flare

«Безопасная» выставка

В первые дни октября в Оренбурге проходила X специализированная выставка «Техинформ. Связь. Безопасность», организованная Правительством Оренбургской области, администрацией города Оренбурга, Торгово-промышленной палатой и ОАО «УралЭкспо».

За 9 лет выставка неоднократно меняла свое назначение. Первоначально главным ее участником были информационные технологии. Компании предлагали компьютеры, комплектующие, программы, игры – все новое и интересное.

Сегодня обеспечение безопасности позволяет любому предприятию функционировать в спокойном режиме, и выставка больше внимания уделяет темам физической, информационной, экономической безопасности, компаниям, предоставляющим услуги по охране здоровья людей, охране помещений, защите информации.

В программе выставки прошли семинары компаний «Мехатроника» и фирмы «ОренИнформ». Выставка «Техинформ. Связь. Безопасность» явилась своеобразным смотром достижений, развития высоких технологий и их внедрения во все сферы жизни.



Проект «Здоровый офис» - довольно молодой, реализуется в России с 2005 г., но предметы офисного интерьера, разработанные с учетом анатомических, физиологических, психологических и эргономических особенностей человека, уже завоевали признание и популярность во многих городах нашей необъятной родины. География успешных продаж весьма широка, от Центра до Дальнего Востока: Москва, Самара, Екатеринбург, Томск, Комсомольск-на-Амуре, Хабаровск – всего более 20 городов. Теперь этот список пополнился еще и Оренбургом, где официальным (и единственным) представителем этого концептуального и весьма перспективного проекта выступает фирма «Фаренгейт». Компания всегда на пике новейших тенденций мебельной индустрии, и нет ничего удивительного, что именно «Фаренгейт» принес в наш город столь необычную и интересную линейку изделий.

О принципиальном содержании и функциональных особенностях новой офисной мебели корреспонденту ФЭБ поведала руководитель и идейный вдохновитель проекта «Здоровый офис» в России - Ирада Мехдиева.

- Ирада, в чем заключается принципиальное отличие данной офисной мебели от традиционной?

- Мебель, созданная по проекту «Здоровый офис», - это, прежде всего, комфортная рабочая среда. Поскольку на работе мы проводим существенную часть своей жизни, важно, чтобы время, проведенное в офисе, не отражалось негативно на нашем здоровье, а, следовательно, и на здоровье наших будущих детей. Отсутствие физической активности на рабочем месте – это эпидемия, охватившая весь мир, и причина развития множества заболеваний как физиологического, так и психологического характера. Вследствие этого снижается общая трудоспособность и продуктивность всего коллектива – основного ресурса любой компании.

Гиподинамия на рабочем месте – очень опасное явление. По оценкам экспертов ВОЗ, более 2 млн чел. в мире, которые в силу профессиональной специфики вынуждены вести малоподвижный образ жизни, ежегодно уходят из жизни из-за болезней, вызванных недостатком физической активности.

Основные ошибки организации рабочего места, которые мы можем перечислить, это, прежде всего:

1. Предметы, блокирующие самые ми-



“Фаренгейт” – здоровое движение вперед

10 октября в салоне мебели «Фаренгейт» состоялась презентация новой линейки офисной мебели по проекту «Здоровый офис». Это новое веяние мебельной культуры, направление, органично вписывающееся в общее увлечение здоровым образом жизни.

нимальные движения, которые нельзя настроить под себя.

2. Организация трех рабочих зон (рабочей, посетительской и для документов) не предусмотрена.

3. Наличие «мертвых зон» рабочего пространства.

4. Мебель и техника, не сохраняющие температурный режим.

5. Депрессивная колористика, приводящая к потере психологического здоровья.

Изделия, представленные в рамках проекта, помогают избежать этих распространенных ошибок и тем самым существенно повысить фактор здоровья каждого работника, а также трудоспособность и эффективность всего коллектива.

Офисное кресло из «рассадника сколиоза» вполне может превратиться в удобный тренажер, не вызывающий застойных явлений и болевых ощущений от вредного для организма процесса сидения. Планировка рабочего стола с эргономичными вырезами не стесняет движений и позволяет эффективно организовать рабочий процесс с обустройством трех рабочих зон, а также помогает избегать так называемых «мертвых зон» – неиспользуемых пространств (к примеру, за ЖК монитором), которые лишь увеличивают плату за квадратные метры.

- Какие материалы используются при производстве мебели, и каким образом это влияет на рабочую обстановку?

- Используемые материалы и цветовые решения подбираются также по принципу максимального учета эргономики человека, его психологических и физиологических особенностей.

Так, к примеру, сетка для оформления кресел используется не случайно, она более гигиенична, чем кожа, так как позволяет телу дышать. Все поверхности, к которым прикасаются руки, выполнены из натуральных материалов (дерево, стекло), которые создают психо-эмоциональный комфорт, их приятно касаться.

Для различных вспомогательных поверхностей, боковин, дверок шкафов используются материалы и цвета, позволяющие сохранить температурный режим, ведь повышение температуры на каждый градус после +26° снижает работоспособность человека на 10%.

Различные цвета по-разному отражают и поглощают солнечный свет и потому могут сильнее остыть или нагреваться. В этой связи использование серых цветов, в равной степени пропускающих и отражающих излучение, позволяет снизить колебания температуры в офисе.

Кроме того, серые поверхности не раз-

Согласно закону «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 1999 г., каждое повышение температуры на 1 градус после +28° сокращает рабочий день на 1 час.

Снижение температуры также приводит к негативным последствиям. В этом году глава одной из страховых компаний Хедж вместе с коллегами исследовал условия труда в офисном здании штата Флорида. Выяснилось, что когда температура в помещении падала с 25 до 20 градусов, количество ошибок из-за нажатия не тех клавиш на компьютере увеличивалось на 74%, а скорость печати уменьшалась на 46%.

дражают зрение, так как мы их практически не замечаем, что снижает психоэмоциональное и зрительное напряжение работников.

Вообще психологическому комфорту уделяется значительное внимание при разработке здоровой офисной мебели. Так как от эмоционального состояния и настроя производительность зависит не меньше, чем от физически комфортных условий труда. Поэтому мы учтываем все 4 типа темперамента при выборе пород дерева и цветов, такой подход позволяет полнее раскрывать индивидуальность и потенциал каждого работника. В связи с повышением понимания важности этого фактора во многих компаниях сегодня можно встретить так называемую «солянку», когда одно рабочее место может отличаться от соседнего, а не быть выполненным в абсолютно одинаковой манере.

- К какому ценовому сегменту можно отнести такую мебель?

- Данная продукция несколько дороже аналогов, поскольку за здоровье сегодня так или иначе приходится платить. Но все же лучше заплатить сейчас за удобное кресло, чем потом за таблетки и массажистов. Проект по уровню цены приближается к нижней границе бизнес-класса, стоимость одного оборудованного рабочего места помещается в пределах 1500-2000 дол.

- Кто ваши крупнейшие заказчики?

- В Москве мы обставляли офисы таких организаций, как МДМ-Банк, Майерс-групп, Сити-FM и другие.

- Как бы Вы оценили Оренбург в качестве будущей площадки продаж?

- Оренбург – очень перспективный для продаж нашей продукции город. Не вызывает сомнений сильное «качество» города и наличие необходимой финансовой составляющей. Кроме того, в Оренбурге довольно высок уровень «понимания» такого рода продукции, высоко ценится ка-

чество, комфорт, а также много внимания уделяется взаимоотношениям между людьми.

По словам директора компании «Фаренгейт», Виктории Поповой, проект действительно уже вызвал живейший интерес со стороны многих предприятий и организаций города: «Пробные продажи ведутся на протяжении уже двух месяцев, и те, кто ранее сделал небольшие заказы и опробовал эту продукцию, сегодня уже размещают более крупные заявки. На данный момент таких заявок от различных оренбургских компаний набралось довольно много и объем продаж мы планируем на уровне 70 рабочих мест в месяц».

«Здоровый офис» – одна из последних новинок, привлеченных фирмой «Фаренгейт» в Оренбург. Именно в этом заключается один из основных принципов работы компании, положенных в основу ее стратегии, – снабжать оренбургского потребителя каждый раз чем-то новым, отличным от того, что предлагают конкуренты.

«Мы обновляем ассортимент каждые три месяца, то есть каждые три месяца мы начинаем работать с новым поставщиком. Причем мы отбираем поставщиков по принципу их «новизны» для города: мы стараемся привозить в Оренбург то, чего здесь до этого еще не было», – делится с нами Виктория Попова.

Фирма «Фаренгейт» является представителем крупнейших российских производителей мебели: «Шатура», «Европа», «Феликс». Теперь этот список пополнился еще и фирмой «Гауди», которая и занимается производством мебели по проекту «Здоровый офис».

Компания зарекомендовала себя как надежный партнер для многих крупных предприятий города и области: «Мы сотрудничаем практически со всеми банками Оренбурга, поставляем мебель для таких компаний как «ТНК-ВР», «Газпром добыча Оренбург», «Волгателеком», «Оренбургэнерго». Помимо Оренбурга, поставки ведутся и по области: в Бузулук, Бугуруслан, Орск, Саракташ».

Покупка мебели – это не поход за продуктами, предметы интерьера нуждаются в грамотном сопровождении при продаже, именно поэтому один из главных лозунгов компании гласит: «Покупка мебели должна стать радостным событием». Действительно, мебель создает среду, в которой мы проводим свою жизнь, интерьер – один из ее важнейших аспектов, и смена обстановки посредством покупки новой мебели – действительно событие в жизни любого человека. Для того чтобы это изменение произошло с максимальным комфортом, не омраченное различными

неприятными сюрпризами вроде случайной царапины, оставленной в процессе неосторожной сборки, компанией «Фаренгейт» организован высочайший сервис обслуживания клиентов.

Проявление индивидуальности – одна из важнейших черт современного человека. Люди склонны проявлять свое не повторимое «я» в одежде, аксессуарах, при покупке средств передвижения, а также при обустройстве интерьера. Компания с большим вниманием относится к индивидуальным потребностям потребителей, именно потому сегодня «Фаренгейт» – это не только торговля офисной, жилой мебелью, кухонными гарнитурами ведущих российских производителей, но и уже более двух лет – собственное производство, позволяющее в полной мере реализовать индивидуальный подход к клиенту и воплотить в жизнь практически любую фантазию.

16 лет успешных продаж, организация собственной производственной линии, индивидуальный подход к каждому клиенту и «новаторский» принцип и стиль работы компании не могли оставаться незамеченными. Компания регулярно становится призером различных конкурсов и выставок. Одно из последних достижений – диплом «Лучшее предприятие области», присужденный на недавно прошедшем VIII областном конкурсе «Лидер экономики». Кроме того, заслуги лично директора компании Виктории Поповой были отмечены медалью «Женщина-руководитель года».

«На сегодняшний день можно с уверенностью сказать, что для нас нет невыполнимых заказов, – заключает директор компании Виктория Попова, – мы можем поставить любую офисную, жилую, кухонную мебель с соблюдением любых индивидуальных и личных запросов наших клиентов».

**Салон офисной мебели «Фаренгейт»
Пр-т. Победы, 118, 2 этаж (территория Завода бурового оборудования).
Телефоны: (3532)75-03-48, 75-68-07.
E-mail: farengate@bk.ru**



Кризис ликвидности или кризис понимания?

Российский фондовый рынок за последнее время испытал самые большие за несколько лет трудности. Ведущие российские компании и банки за один день теряли до трети своей рыночной стоимости. Естественно, что всех россиян (и оренбуржцы здесь не исключение) волнует: насколько это опасно для их сбережений, которые они хранят в банках, как поведут себя "народные IPO", подорожают ли кредиты и можно ли будет их вообще получить? Что будет с ценами? Стоит ли срочно покупать жилье или автомобиль? Тратить или подождать?

В поисках ответа на этот вопрос мы посредством всемирной сети Интернет обратились к различным источникам и специалистам самого разного профиля. И результат мониторинга ответов нас, мягко говоря, разочаровал. Мнения специалистов на этот счет разделились. Одни советуют переждать пик кризиса и обещают, что ситуация должна выровняться, другие призывают активно использовать сложившееся положение. Но никто так и не решился дать достаточно внятного ответа — чем этот кризис грозит россиянам?

Тем не менее, нам удалось выявить ряд тенденций в рекомендациях специалистов и аналитике, публикуемой в сети, которые мы и хотим предложить вашему вниманию. Тем более, что редакция ФЭБ надеется инициировать или поучаствовать в серьезном "круглом столе" на эту тему. О результатах разговора на нем обязательно будет известно нашим читателям.

Итак, что будет во время кризиса...

...с ценами?

Сегодняшнее развитие событий в мировой и российской экономике может привести к значительному снижению рыночной стоимости некоторых явно переоцененных компонентов потребительского спроса — бензина, квартир, земельных участков под дачи и т.п.

- На 5-9% подорожает мясо, — говорит руководитель аналитического отдела информационно-аналитического центра «Интегрум» Игорь Чесноков. — Причина — Россия прекращает его закупки у более чем 15 американских предприятий. А российские регионы не в состоянии обеспечить себя данной продукцией в необходимом объеме. До конца года на 9-12% увеличится в цене молочная продукция. Натуральное молоко — на 20%. Рост начнется уже в ноябре. Одна из причин — новые правила, разделяющие продукты на молоко, молочные и

молокосодержащие продукты. На этом фоне подорожает всё «натуральное». Меньше всего (благодаря рекордному урожаю) вырастет стоимость хлеба — на 3-4% к ноябрю. К подорожанию приведет повышенный спрос на продовольствие на мировом рынке.

Золото в ноябре-декабре 2008 г. подорожает на 14% — до 800 долл. за унцию. Эксперт Международного института экономики и финансов Евгений Надоршин объясняет:

— В периоды нестабильности в мировой экономике золото, как правило, растет в цене (так как другие инструменты для инвестиций уже не пользуются спросом).

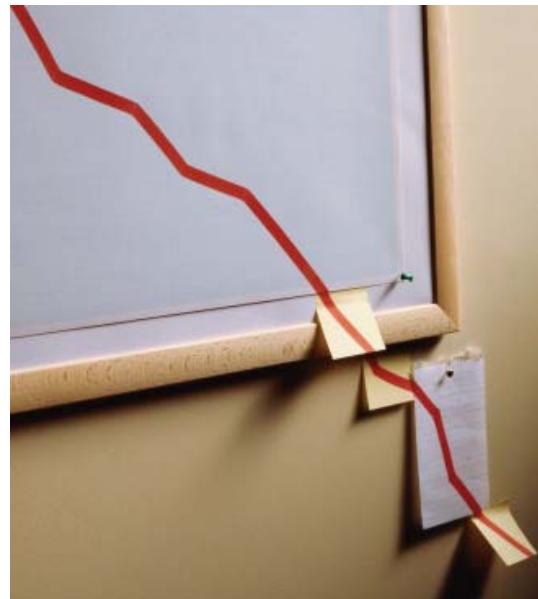
К концу года кредиты могут подорожать еще минимум на 4%, максимум — на 5%.

— Кредитные ставки уже выросли, — рассказала «АиФ» руководитель Клуба банковских аналитиков Марина Медведева. — Повышение и ужесточение условий кредитования будет происходить и дальше. Причина понятна — острая нехватка наличности. Государство сделало вливания, но большую их часть получат госбанки. Сегодня ставка по ипотеке — 15% годовых, по потребкредитам — 18%. К началу 2009 г. эти показатели будут 20% и 23% соответственно.

— Из-за того, что автокредиты стали менее доступными, объем продаж новых автомобилей может упасть на 25-30%, но на ценовой политике дилеров это не скажется, — считает директор аналитического центра «Автостат» Сергей Целиков.

— Потому что им нужно будет восполнить «упавший» объем. Скорее всего, чтобы привлечь покупателей, автосалоны будут предлагать различные бонусы, например, в виде бесплатной установки дополнительного оборудования.

О резком падении спроса на машины сообщили уже несколько автоконцернов Европы. У BMW сентябрьские продажи упали на 14% (в том числе на 16% в Западной Европе), у Saab — на 30%, у Opel



— на 14%. Компания General Motors объясняет падение продаж в Европе мировым финансовым кризисом и высоким уровнем инфляции: для поддержания прежних темпов развития недостаточно даже бурно развивающихся рынков вроде России. В целом в Старом свете продажи машин в сентябре уменьшились на 6,17%. Любопытно, что спрос на сделанные в Корее малолитражки Chevrolet вырос на 3,36%.

«Мировой финансовый кризис, который долго казался проблемой исключительно для банков и страховых обществ, явился в реальную экономику, — комментирует в четверг газета *Saddeutsche Zeitung*. — В Германии первой под ударом оказалась самая важная сфера — автомобильная промышленность. Застой на рынке уже почувствовали все немецкие производители. Одни должны закрыть заводы, другие исправляют прогнозы продаж. Финансовый кризис приводит к тому, что европейцы будут воздерживаться от покупки машин».

Президент России Дмитрий Медведев совершенно неожиданно потребовал выяснить, почему же в нашей стране такие высокие цены на бензин. По словам господина Медведева, нужно узнать, существует ли говорят нефтяных компаний, и «принять самые решительные меры антимонопольного регулирования вплоть до возбуждения уголовных дел», передает РБК. А существующее положение дел Дмитрий Медведев назвал «бездобразным».

Президент заявил, что после того, как цены на нефть на мировых рынках упали почти в два раза, нефтяные компании должны в двухнедельный срок снизить цены на нефтепродукты на внутреннем рынке. Федеральная антимонопольная служба уже направила в компании «ЛУКОЙЛ», «Газпромнефть», «Роснефть», «Сургутнефтегаз», ТНК-ВР, «Татнефть» и НК «Альянс» письма с предупреждением о возможном возбуждении

ний дел по факту неснижения стоимости бензина на внутреннем рынке.

... с недвижимостью?

Сегодня, как и 10 лет назад, когда случился дефолт, рынок жилья находится в ожидании коррекции, демонстрируя стабильность просто в силу своей инертности. Опыт показывает, что финансовые потрясения неизбежно приводят к снижению цен на недвижимость. Период выхода из кризиса, в зависимости от его тяжести, продолжается не более полутора лет, а затем рост быстро наверстывает упущенное.

Элитное и строящееся к концу года может «упасть» на 15-20%. Вице-президент Российской гильдии риелторов Константин Апрелев считает:

— Многие в квартиры просто вложили деньги. Сегодня, когда у них есть потребность в наличности, они будут жильё продавать. На рынке появится много «лишних» жилметров, и цены могут пойти вниз. Рынку строящегося жилья остро не хватает средств. Неизвестно, будут ли вообще закончены некоторые объекты.

Квартиры эконом-класса (стандартные «панели», вторичный рынок) подешевеют только в том случае, если кризис ещё углубится: предприятия обанкротятся, люди потеряют работу и не смогут платить за аренду. Тогда хозяева жилья, потеряв постоянный источник дохода, выставят его на продажу.

— Стоимость жилья в некоторых регионах России может упасть в результате финансового кризиса и недостатка ликвидности у девелоперских и строительных компаний. Таково мнение президента фонда «Институт экономики города» Надежды Косаревой.

А вот что заявил газете «ВЗГЛЯД» генеральный директор компании «Финэкспертиза» Агван Микаелян: «Сейчас стало очевидно, что в ближайший год падение цен на недвижимость будет в пределах 30–50%, что обусловлено отсутствием внятных перспектив ипотечного кредитования. Кстати, в последние годы уровень цен на объекты недвижимости поддерживался, прежде всего, ипотечными кредитами, причем при падающем спросе. В таких условиях банкам продать изъятые квартиры даже по стоимости кредита не удастся».

... с банками?

Проблемы нашей финансовой системы в том, что российские банки брали большие кредиты на Западе. Их надо отдавать, а перезанимать теперь крайне сложно, поэтому кредитным организациям остро не хватает денег. Частично решить эту проблему сможет госпомощь. Но всё равно определённые трудности у кредитных организаций могут возникнуть. Представьте, те, кто давал кредиты под 9% годовых, сейчас подняли ставки до 14-15%. Это явно не привлечёт но-

вых заёмщиков. Что касается внешнего банковского долга (на 1 июля 2008 г., по данным ЦБ, он составлял 192,8 млрд руб.), то проблем с его выплатой тоже не должно возникнуть. Те банки, которые брали кредиты под 5% годовых, давали ипотеку под 15%. Так что у них есть 10%-ный запас прочности.

Сейчас все банки «заманивают» россиян повышением ставок по депозитам. За сентябрь и начало октября они в среднем повысились на 1,5–3%. Наименьший рост наблюдается в банках с государственным участием, наивысший — у тех, кто сегодня испытывает серьезные проблемы с ликвидностью или вовсе балансирует на грани банкротства. Чтобы хотя бы сократить отток средств, они предлагают процент намного выше рыночного.

... с ипотекой?

По данным Росстата, за последние две недели из 400 банков, предоставлявших ипотечные кредиты, на рынке осталось не более 15. Целый ряд факторов свидетельствует о том, что требования по ипотеке стали жестче. Так, почти во всех банках увеличился первоначальный взнос — теперь он составляет не менее 20% по сравнению с 5-10%, актуальными еще летом. Процентные ставки по ипотечным кредитам выросли на 3-4 пункта: средняя ставка по ипотеке в долларах сегодня составляет 14%, в рублях — 17%. В некоторых банках ставки доходят до 23% в рублях. Стоит подчеркнуть, что многие банки не говорят об официальном сворачивании ипотеки, могут даже дать заемщику одобрение, но после этого всячески тянут время и не выдавать клиенту кредит, откладывая сделку на неопределенное время в связи со сложившейся ситуацией.

Первичный рынок в настоящее время практически перестал кредитоваться. Застройщикам фактически нельзя получить в банках аккредитацию новых объектов. По тем же объектам новостроек, которые получили аккредитацию ранее, стало невозможно оформить кредит уже самому заемщику.

Будущее ипотеки сейчас во многом зависит от действий Агентства по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК), которому правительство выделило 60 млрд рублей. Эксперты считают, что финансовые вливания должны привести к резкому изменению ситуации на рынке ипотеки в сторону, как минимум, стабилизации объемов кредитования на уровне начала 2008 года.

... с инвестициями?

Хранить накопления под матрасом — означает каждый месяц терять их часть из-за инфляции. Деньги должны работать, но государство «страхует» лишь банковские вклады. Чтобы гарантированно сберечь накопленный миллион,

его надо разбить на части и положить в разные банки. Даже если случится невероятное, и все они обанкротятся, государство вернет все до копейки.

А вот любые другие вложения средств (в ПИФы, векселя, займы, акции и т.д.) совершаются исключительно под свою ответственность. Можно ориентироваться на рейтинги прибыльности компаний или инвестиционных фондов, но их составляют живые люди из частных фирм, которые могут ошибаться. Учитывая, что на дворе мировой финансовый кризис, никто не даст абсолютно верного прогноза не только на 3 года вперед, а на ближайшие полгода. И даже если мнения всех самых титулованных экспертов совпадают, это всего лишь рекомендации, а не гарантии. Если вложения не принесут ожидаемой прибыли, никаких обязательств составители рейтингов или прогнозов не несут.

В ПИФы, которые работают с акциями, надо вкладываться в последнюю очередь. И не менее двух третей своих сбережений оставлять в консервативных финансовых инструментах — облигациях промышленных корпораций, которые восстанавливают свою стоимость в первую очередь, и в банковских вкладах.

Главный редактор журнала «Финанс» Олег Анисимов считает перспективной сейчас покупку акций, однако заявляет, что делать это нужно очень грамотно, используя стратегию долгосрочных инвестиций, которая рассчитана на 5-10 и более лет. В этих масштабах, безусловно, рынок вырастет, говорит эксперт. Если не спеша инвестировать в акции каждый месяц, то финансовый результат, в конечном счете, будет положительный, ведь впервые за несколько лет люди получили возможность купить акции дешево.

... с зарплатами?

Уровень з/плат не будет расти такими темпами, как это было в 2007-2008 гг. З/платы стабилизируются. Многие крупные компании, не сокращая в настоящее время персонал, начали проводить мероприятия по оптимизации численности. К чему это приведет? Скорее всего, в 2009 году пройдут сокращения и в промышленном секторе.

... с промышленностью?

Вот интересное мнение Юлии Латыниной: «Есть некоторое количество российских компаний, у которых большой объем долга. Например, МТС. Или «Русал» Олега Дерипаски, боровшегося за контроль над «Норильским никелем» с Потаниным и набравшего около 14,5 млрд долл. долга.

В минувшую пятницу 20% канадской «Магны», контролируемой «Базэлом», ушли по margin calls. Что случится, если «Русал» не сможет расплатиться по другим кредитам? А ничего. Части империи Дерипаски отойдут кредиторам. Их кто-

то купит. Ради бога. В России есть куча компаний, которые стоят в кэше. У Михаила Прохорова куча наличности. У Магнитогорского металлургического комбината есть куча наличности, потому что бухгалтерия Магнитки вряд ли знает слово «дивергентив». У «Сургутнефтегаза» есть куча наличности, потому что Богданов всю жизнь стоит в кэше.

Евгений Чичваркин, хозяин успешной, но перекредитованной «Евросети», только что продал свою компанию за 500 млн долларов. Стивен Дженнингс, хозяин «Ренессанс капитала», только что продал за 500 млн долл. компанию, которую он год назад отказался продавать ВТБ за 3 млрд долларов.

Для потребителя при этом ничего не изменилось. «Евросеть» не перестала продавать телефоны. «Ренессанс» не перестал оказывать услуги. Почему участь Дерипаски или любого другого перекредитованного предпринимателя должна отличаться от участи Чичваркина?»

... с фондовым рынком?

Текущие цены на активы не отражают фундаментальной стоимости компаний даже с учетом вероятного замедления отечественной экономики и снижения будущих корпоративных прибылей. Рыночная капитализация ряда российских компаний сейчас меньше, чем сумма принадлежащих им денежных средств. Доходность к погашению облигаций некоторых компаний с государственным участием в настоящий момент составляет 20-25%, что также не является отражением нормальной рыночной ситуации.

Таким образом, текущие цены российских активов не могут быть объяснены с точки зрения здравого смысла, и основная причина их падения - кризис доверия участников рынка друг к другу, и, как следствие, желание перевести любые активы в денежные средства любой ценой, что и породило панические настроения на биржах.

Дело в том, что на российских рынках

сейчас просто нет покупателей. И это главная, если не единственная причина его падения. Вот в США склоняется кипетческий «пузырь», абсолютно не ясно, как сработает план Полсона. Европа и Азия зависят от капризов потребителей Штатов, у них тоже вся надежда на план Полсона, чтобы американские домохозяйки начали больше покупать их товаров. В России же просто не организовалась еще класс отечественных инвесторов. Зато именно в России понятно и эффективно будет вхождение государства на рынок в роли покупателя.

По мнению аналитиков УК «Райффайзен Капитал», раз в 5-10 лет рынкам свойственно впадать в непредсказуемое лихорадочное состояние, которое мы сейчас и наблюдаем, но в подавляющем большинстве случаев рано или поздно акции возвращаются к своим фундаментально обоснованным уровням.

При подготовке статьи использовались материалы газеты «ВЗГЛЯД», RB.RU

Инструкция поведения во время финансового кризиса

Автор - генеральный директор холдинговой компании "КИТ Финанс" Леонид Бершидский



1. Напишите не завещание, нет, - резюме. Или приведите уже существующее в соответствие с реальностью. Вполне вероятно, оно вам скоро понадобится вне зависимости от того, кто вы по профессии и где работаете. Если вы финансист, особенно аналитик, этот совет для вас лишний – вы уже написали. Если вы маркетолог, пишите скорее – маркетинговые бюджеты всегда режут первыми. Если вы не помните, когда у вас в последний раз был 12-часовой рабочий день, – пишите не откладывая, компании в поисках тех, кого сократить, избавятся от всех недостаточно загруженных, то есть не перегруженных работой. Ну, а если вам кажется, что вы незаменимы, подумайте, выстоит ли ваша компания в отсутствии заемного финансирования и падения спроса на все, кроме дешевых товаров первой необходимости. И если у вас есть сомнения – пишите. А когда напишете, обдумайте, в какие три места вы это резюме сможете отправить или отнести в случае чего. Будьте готовы.

2. Внимательно изучите свой личный баланс. Сначала пассивы. Есть ли у вас долги? Какие они? Перечислите все кредитные договоры. Если договор дает банку возможность без согласования с клиентом изменять процентную ставку, сделайте все, чтобы кредит погасить. Даже если он ипотечный и большой. Потому что может наступить момент, когда ежемесячные платежи станут для вас неподъемными. Постарайтесь также погасить все валютные кредиты. Рубль переоценен, и времена, когда падающий доллар позволял брать практически беспроцентные кредиты людям с рублевой зарплатой, прошли. Не гасить можно рублевые кредиты со ставками до 15% – есть высокая вероятность, что они-то как раз окажутся для вас по сути беспроцентными. Ну, а браты новые кредиты сейчас стоят, только если у вас нет другого выхода. В этом случае стоит даже поторопиться – деньги будут дорожать быстро и неумолимо.

3. Теперь активы. У вас есть сбережения? Если они вложены в паи ПИФов или акции крупных компаний, и вложены не в начале октября 2008 года, трогать эти изъеденные мышами сбережения уже нельзя. Рано или поздно рынок отрастет. Он всегда так делает. Вопросом «когда лучше себя не мучить. После августа 1998 года рынку понадобилось почти пять лет, чтобы вернуться к пиковым значениям 1997-го. Не стоит рассчитывать на быстрый отскок и сей-

час. Просто считайте, что этих денег у вас нет – вы стали гораздо более долгосрочным инвестором, чем хотели. Но в историческом масштабе это не беда. Если же деньги на депозитах в банках, помните, что Система страхования вкладов защищает сбережения до 400 000 руб. и не складывайте яйца в одну корзину. Впрочем, для досрочного отзыва вкладов сейчас нет оснований: государство явно настроено избежать жертв в банковской системе, а денег у него не в пример больше, чем в 98-м. Вот весной следующего года ситуация, возможно, будет выглядеть похоже для вкладчиков: и деньги, и добрая воля государства конечны.

4. Если часть ваших активов – недвижимость, первым делом не рассчитывайте на рост доходов от ее сдачи в аренду, скорее закладывайте их падение. Арендные ставки упадут раньше, чем цены продажи. Надо быть готовым и к тому, что в следующем году обменять московскую «трешку» на домик в Провансе, что вполне возможно сейчас, будет проблематично. Цены на недвижимость сравнительно устойчивы, потому что это все-таки по сути не спекулятивный рынок, и главный стабилизатор этого рынка в кризисные времена – нежелание продавцов расставаться с собственностью по цене ниже той, что была уплачена за квартиру или дом. Но жилье все-таки неизбежно подешевеет хотя бы потому, что ипотечные кредиты сейчас окончательно становятся недоступными. Даже те немногие банки, которые до сих пор их выдают, устанавливают высокие ставки и становятся все придирчивее к заемщикам. Между тем именно доступность ипотеки в последние годы гнала цены вверх, что бы ни говорили об иных причинах риэлтеры.

5. С активами и пассивами разобрались – настало время подумать о движении денежных средств, то есть о том, как приходят и уходят ваши наличные. Для того чтобы покупать предметы роскоши время сейчас исключительно плохое. Деньги могут скоро понадобиться на необходимое, а понты будут выглядеть смешно даже в глазах тех, кого они еще недавно впечатляли. Помните, на какие глупости вы привыкли тратиться в последние пять лет – и о том, как, в сущности, эти глупости вам надоели. Смените супермаркет на более дешевый – вы будете благодарны себе за это решение уже совсем скоро, когда деньги придется считать. Отложите дорогие поездки – они скоро станут существенно дешевле, в том числе и из-за неизбежного при глобаль-

ном кризисе падения цен на нефть, которое ущербует авиабилеты. Ну и понятно, что у владельцев гостиниц, например, есть много возможностей для снижения цен – их средства инвестированы в недвижимость, которая должна все время приносить хоть какой-то доход, а не пустовать.

6. Приготовьтесь к тому, что не только на новом месте, но и на старом вам будут платить меньше, чем вы привыкли. Сперва похудеют или исчезнут бонусы, в каком бы секторе вы ни работали. Потом, возможно, начальник предложит всем лояльным сотрудникам затянуть пояса и принять понижение в зарплате. Весьма вероятно, что он даже начнет с себя, потому что он помнит 98-й год или уже посоветовался с коллегами, а также потому, что ему легче урезать личное потребление – для этого у него более разнообразные возможности.

7. Задумайтесь о душе. Когда кризис закончится, такой возможности у вас опять не будет.

8. Требуется ревизия патриотизма, который мог у вас развиться в 2000-е годы. Вы думали, что при Путине в России наступила стабильность? Зря. Это был бурный рост, имеющий больше общего с подъемом на американскую горку, чем с плавной ездой по проспекту на мерседесе. Вы в этом росте были неповинны – его вызвали рост цен на нефть и низкие процентные ставки; ваша зарплата росла быстрее вашей производительности. Путин тем более был ни при чем. Вы думали, Россия встала с колен? Она все это время просто шла по своим делам и идет сейчас, кто бы в ней ни размахивал флагом или ни ноносил начальство. Америка вошла в настоящий кризис – с падением цен на недвижимость, массовыми увольнениями, падающим потреблением – раньше России. В этом ей повезло: она и раньше начнет выкарабкиваться из ямы. Нам все, что мы в последнее время узнаем плохого про Америку, только предстоит. Если у Путина был какой-то план, он, скорее всего, заключался не в этом. Когда реальность начинает кусаться, на вещи лучше смотреть трезво.

А в остальном – жизнь продолжается. Любой кризис – это часть экономического цикла, и при любом кризисе всегда говорят, что мир больше не будет прежним. Но все возвращается на круги своя, и течение этой синусоиды изменить невозможно.

Россия теряет миллиардеров

По оценкам журнала *Forbes*, 25 крупнейших российских бизнесменов потеряли 62% своего состояния

Российские миллиардеры, включая алюминиевого магната Олега Дерипаску и владельца футбольного клуба «Челси» Романа Абрамовича, за последние пять месяцев финансового кризиса лишились 230 млрд долларов. Со временем дефолта 1998 года это крупнейшая потеря бизнесменов. Такие оценки дает журнал *Forbes*. Издание оценивает потери 25 российских бизнесменов в 62% их состояния. Примерно на столько упал российский фондовый рынок с мая по сегодняшний день.

Результаты основаны на подсчете уровня снижения ценных бумаг компаний, принадлежащих олигархам, а также снижения других акций в их портфелях. Эта потеря в 4 раза превосходит состояние богатейшего человека в мире Уоррена Баффета. «В 1998 году в руки олигархов перешли огромные суммы, — заявляет Марк Мобиус, председатель Templeton Asset Management Ltd. — Теперь происходит обратное».

Самый богатый русский в списке — Олег Дерипаска, владелец РУСАЛа, — потерял больше 16 млрд долларов и уступил за долги свои доли в Hochtief AG и Magna International Inc. Роман Абрамович понес убытки на общую сумму 20 млрд долларов.

Созданы гарантии продовольственной безопасности

Губернатор Алексей Чернышев сообщил, что объемы выпуска, например, хлебных продуктов превышают потребности области в 7,6 раза, масла растительного — в 2 раза, яйца — на 47%.

Основы продовольственной самодостаточности края в текущем году дополнительно упростились благодаря полностью оправдавшимся надеждам на хороший урожай зерновых и зернобобовых культур. Их валовые сборы (на 18.09.08) превысили 3,6 миллиона тонн при потребности в продовольственном зерне 400 тысяч тонн, фуражном — около 600 тысяч тонн.

В хозяйствах всех категорий предусмотрено произвести 210 тыс. тонн скота и птицы на убой и 820 тыс. тонн молока. С начала года сельхозорганизации увеличили производство скота и птицы — на 8%, молока — на 8,2%, яиц — на 9,1%, продуктивность молочного скота почти на 17% превышает уровень прошлого года.

Для обеспечения экономической доступности



ности продовольствия в городах и районах открыто 22 с/х кооперативных рынка, где жители области могут покупать сельхозпродукцию без посредников. Также проводятся областные, городские и районные ярмарки. В Оренбуржье цены на хлеб, молоко, растительное масло, ряд других продуктов питания — одни из самых низких в Приволжском федеральном округе, по мнению правительства Оренбуржья.

В Оренбуржье нет оснований для паники на финансовом рынке

Об этом заявил губернатор области Алексей Чернышев на совещании с министрами областного правительства. По его мнению, банки области не имеют заимствований в иностранных банках, они способны продолжить кредитование частных акционеров, которым нужны оборотные средства и физических лиц при условии обеспечения гарантий их платежеспособности.



продал в апреле свою 25%-ную долю в «Норникеле» Олегу Дерипаске, как раз перед тем, как цены на никель начали снижаться. Стоимость доли обвалилась с 13 млрд долларов 24 апреля до 3,38 млрд долларов 6 октября. Тогда как часть сделки Прохоров получил наличными — 7 млрд долларов.

«Не критикуйте меня за пик во время чумы», — пошутил Прохоров на встрече с журналистами 30 сентября после приобретения половины «Ренессанс Капитала» за 500 млн долларов. Эта сумма оказалась на четверть меньше стоимости инвестбанка год назад, когда его пытались поглотить ВТБ. «Кризис — это пик возможностей, — сообщил Прохоров. — Абсолютный пик», — горько добавил он после тяжелой паузы.

Губернатор подчеркнул, что благодаря пакету законов, подписанному Президентом РФ, обеспечено 100-процентное страхование вкладов в объеме до 700 тысяч рублей для всех вкладчиков, которые входят в систему страхования вкладов. Эта норма действует с 1 октября текущего года, то есть уже фактически вступила в действие после опубликования закона. И если даже с каким-то банком будут проблемы, компенсацию вкладчики смогут получить в течение нескольких дней.

Учитывая, что 93% вкладов жителей области составляют менее 100 тысяч рублей, они могут чувствовать себя спокойно и стабильно в условиях сложностей на международных финансовых рынках.

Алексей Чернышев также поручил министерству экономического развития и торговли области осуществлять постоянный мониторинг цен на продукты питания, не допускать их необоснованного повышения.

В ФЭБ №99 в материале "Оренбуржцы смогут лично обратиться к Владимиру Путину" допущена ошибка. Должность руководителя общественной приемной Геннадия Аверьянова следует читать "председатель комитета ЗС области". Мы приносим свои извинения Геннадию Михайловичу и председателю ЗС области Дмитрию Владимировичу Кулагину.

33 или 73?

Современный минерально-сырьевой комплекс стройиндустрии Оренбуржья развивается на базе крупных, средних и мелких месторождений общераспространенных полезных ископаемых (строительные камни, глины, известняки, пески, ПГС). На 1 января 2008 года территориальным балансом запасов учтено 183 месторождения ОПИ, из них 82 месторождения находятся в распределенном фонде и 101 - в нераспределенном фонде, т.е. в государственном резерве. 26 месторождений ПГС с запасами 70 млн куб.м (40 млн куб.м в распределенном фонде) и 31 месторождение строительных песков с запасами 161 млн куб.м (102 млн куб.м в распределенном фонде). Непосредственно в Оренбургском и Сакмарском районах области расположены 10 месторождений ПГС (с запасами 32 млн куб.м) и 3 месторождения строительного песка (с запасами 11,5 млн куб.м). Из них только одно месторождение находится в государственном резерве (Песчаное-2, с запасами ПГС в объеме 2 млн куб.м).

На территории области добчу песка и ПГС в соответствии с лицензиями на право пользования недрами осуществляют 33 организации. Министерство природных ресурсов указало следующих недропользователей: ГУП «Оренбургремдорстрой», ОАО «Оренбургдорстрой», Дормостремонт МО «Г. Оренбург», ЗАО «Силикатный завод», ООО «Уралсиликат», ООО «Римит», ООО «Недра», ЗАО «Аир-1», ООО «Минерал», ООО «Промстройинвест», ЗАО «ВильРам». По результатам оценки рынка НСМ в Оренбуржье, проведенного оренбургским УФАС, в настоящее время зарегистрировано 73 предприятия, владеющие лицензией на добчу нерудных строительных материалов, в том числе и на добчу песка и ПГС. При этом антимонопольная служба ссылается на данные Министерства природных ресурсов, земельных и имущественных отношений Оренбуржья. Почему в ответе на наш запрос служба Коннова забыла указать еще 40 организаций, неизвестно. Если только предположить, что за месяц лицензию получили сразу 40 фирм. Впрочем, спишем это на неточность запроса журналистов. Главное, что ответ от чиновников был дан вовремя, что вообще-то большая редкость.

В 2007 году на территории области добыто 570,0 тыс. куб. м ПГС и 545,0 тыс. куб. м строительного песка. Такой уровень добчи песка и ПГС в области представители власти определяют как дефицитный. Причина - в резко возросших объемах строительства жилья и дорог не только в области, но и за ее пределами.

Сейчас министерством подготовлено к лицензированию два участка недр, содержащих месторождения ПГС - Песчаное-2, расположенное у пос. Приуральский Оренбургского района, и Дворики, расположенное у с. Сакмара Сакмарского района.



Продолжение битвы за недра

В 98-м номере ФЭБа в материалах «С места - в карьер!» и «Кому ПГС? Свежая, только что добытая!» мы обратились к проблемам рынка песка и ПГС в Оренбургском регионе. Выяснилось, что этих материалов достаточно для нужд области. Но некоторые представители стройиндустрии продолжают бить тревогу, говоря о сложившемся положении. Так совпало, что УФАС по Оренбургской области в тот же момент начало проверку организаций, ведущих добчу этих НСМ. В том числе и на предмет монопольного положения на рынке. Случайна ли данная проверка? Активизировалось и Министерство природных ресурсов, земельных и имущественных отношений Оренбургской области, предоставив полнейшую информацию на запрос редакции. Мы выполняем обещание перед читателями и сообщаем результаты проверки УФАС и официальные данные, которые несколько отличаются от информации, озвученной нашими стройэкспертами.

Конкурсы (аукционы) по предоставлению права пользования недрами проводятся в соответствии с Положением о порядке и условиях проведения конкурсов и аукционов, разработанным и утвержденным министерством от 28.05.2008 №993-р. Условия проведения конкурса (аукциона) по каждому конкретному участку недр и размещаются в областных и издаваемых на территориях соответствующих муниципальных образований СМИ. Вот только в каких конкретно СМИ, представителями властей не уточняется. В этих же СМИ публикуются и требования к претендентам на право пользования участками недр с ОПИ. Пользователями недр могут быть предприниматели, в том числе участники простого товарищества, иностранные граждане, юридические лица.

Недропользователи не жалуются в ФАС. Или не жалуют?

В прошлом материале «Кому ПГС? Свежая, только что добытая!» мы отразили мнения ряда экспертов, полагающих, что на рынке песка и ПГС идет лоббирование интересов и наблюдается доминирование определенных компаний. По их мнению, существуют опасения, что лицензии выдаются «по личной симпатии» тем фирмам, которые на рынке НСМ недавно. Некоторые недропользователи открыто пеняли министерству на то, что оно не дает производителям строительных материалов пробиться на рынок песка и ПГС, получить лицензию и нормально работать.

- Сегодня ни одно предприятие стройиндустрии в Оренбуржье не имеет своего производства по добче ПГС, - заявляет исполнительный директор Ассоциации предприятий строительной индустрии Иван Дрожжин. - Я так думаю, что сотрудничество предприятий, добывающих ПГС, и производителей бетона на договорных условиях с акцентом на качестве продукта приведет к той золотой середине, которая позволит создавать продукт по норм-

мальной цене. Монополий на добычу ПГС в этом случае не будет!

Михаил Конов, министр природных ресурсов области, подчеркивает в ответ, что в торгах могут участвовать все заинтересованные предприятия строительной отрасли региона. Также министр уточняет:

- Конечно, некоторые строительные организации могут в своих структурах предусматривать и добычные подразделения, оснащая их соответствующим горным оборудованием и квалифицированными кадрами (геологами, маркшейдерами, горными мастерами). В данном случае, такие организации должны получить, в установленном порядке, лицензию на право пользования недрами и осуществлять добычу полезных ископаемых, соблюдая требования по рациональному использованию недр и охране окружающей природной среды, установленных для всех недропользователей, без выделения приоритетов для отдельных категорий пользователей недр.

Руководитель Управления федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области Владимир Окшин исключает доминирование определенных структур на рынке песка и ПГС:

- По результатам исследования конкурентной среды на рынке НСМ, можно сказать, что конкуренция развита слабо, но среди предприятий, занимающихся добычей песка и ПГС, никто не занимает стабильно доминирующего положения на протяжении последних лет.

- О возможности ценовых манипуляций с целью извлечения дополнительной прибыли на рынке песка и ПГС сказать сложно, - добавил руководитель местного ФАС.

Но ведь так тому и быть: заявлений от хозяйствующих субъектов о нарушениях антимонопольного законодательства не поступало и не выявлено. При подготовке материала мы интересовались у недропользователей, если есть доказательства незаконных действий властей, почему же они не обращаются в оренбургскую ФАС? В ответ они только пожимали плечами и грустно вздыхали, аргументируя это тем, что всем вокруг якобы известно, как выдают лицензии. Но публично озвучить так никто и не решился. Вывод – нет аргументов, а есть опасения за уже существующий бизнес. В общем, исследование рынка, проведенное ФАС, серьезных нарушений законодательства как со стороны чиновников, так и со стороны недропользователей не выявило. Вопрос закрыт?

В данных анкетирования предприятий-потребителей песка и ПГС, проведенного в сентябре, можно выделить следующие проблемы, которые они отметили:

- низкое качество сырья;

- сбои в поставке сырья из-за природно-климатических условий;

- необоснованное повышение цены.

Обращаясь к анализу роста цен за последние 3 года на песок и ПГС, можно сделать вывод, что по сравнению с 2006 г. цены

увеличились на 40%-60%. Причину столь резкого скачка цен в оренбургском УФАС комментировать отказываются:

- Несмотря на резкое увеличение цены на песок и ПГС за 2006-2008 гг., нельзя однозначно говорить о наличии нарушений антимонопольного законодательства, так как это может быть обусловлено различными факторами, и нужно проводить дополнительные исследования, - пояснил Владимир Окшин.

Несмотря на то, что цены на песок и ПГС рванули вверх, это незначительно оказывается на увеличении стоимости жилья в Оренбурге. По данным опроса организаций, осуществляющих строительство зданий, доля песка и ПГС в затратах на строительство составляет от 5% до 15%. Соответственно, увеличение стоимости жилья прямо пропорционально не зависит от увеличения стоимости песка и ПГС.

На 2007-2009 гг. разработана областная целевая программа воспроизводства минерально-сырьевой базы Оренбургской области. К сожалению, она не призвана сдерживать цены на песок и ПГС. В ее рамках проводят научно-исследовательские, тематические и поисково-оценочные работы. Они направлены на выявление закономерностей размещения месторождений ОПИ, обеспечение прироста запасов ОПИ и дальнейшее их использование.

Проведение запланированных работ по геологическому изучению недр и воспроизведству минерально-сырьевой базы ОПИ обеспечит прирост запасов сырьевой базы для развития местной стройиндустрии на 5%, уменьшение степени истощаемости ресурсного потенциала области, стабильность и выявление перспектив развития минерально-сырьевой базы области, а также послужит основанием для разработки стратегии воспроизводства минерально-сырьевой базы на долгосрочный период.

Что касается таких вопросов, как уровень добычи, уровень потребности НСМ и прочие, то, по данным оренбургского УФАС России, данную информацию на основании п.1 ст.26 Федерального Закона № 135-ФЗ от 26.07.2009 г. «О защите конкуренции» можно отнести к коммерческой тайне, которая не подлежит разглашению.

Помимо выводов, сделанных в материале «Кому ПГС? Свежая, только что добытая!», выяснилось, что одна из серьезных проблем отрасли в том, что люди элементарно не могут найти общий язык, в частности, чиновники и недропользователи. Первые постоянно ссылаются на букву закона. Вторые талмудам не доверяют. Вернее, слабо их знают. А может просто жалко дополнительных средств на профессиональную консультацию юриста? Но объединяет и тех, и других отсутствие желания пойти навстречу друг другу. Чиновникам бы спуститься с высот своих законов до реальных проблем людей, а недропользователям, избавившимся от страха, до

конца идти в разрешении этих проблем.

Русло Урала расчистят?

Сейчас заканчивается проведение научно-исследовательских и ревизионных работ по выявлению и изучению участков русел рек Урала и Тобола на территории области. В результате «должен появиться комплекс мер» (!) по берегоукреплению и расчистке русел, при котором реки не только избавятся от грязи и ила, но и будут выявлены намывные песчаные и песчано-гравийные косы, которые без ущерба реке можно ликвидировать, получив гравий. Исследование рек производят специализированная организация ООО «Геотехцентр», с которой заключен госконтракт. Работы рассчитаны на 3 года. По завершении этого срока будут выделены участки русел рек, рекомендованные к расчистке, с указанием очередности проведения и объемов работ, с учетом противопаводковых и водоохраных мероприятий. Первые результаты по проведенным обследованиям русел рек в границах Оренбургского района планируется получить в конце этого года.

Директор ООО «Оренбургская геологоразведочная экспедиция» Артур Эйгельс объяснил всю сложность данного проекта:

- Существует уже подрядчик, который выполняет работы по расчистке русел. Работы должны быть закончены к 2009 году. На исследование и на проектные работы, насколько мне известно, отведено 1,5 года. По-моему, это небольшой срок для такой масштабной проблемы. За этот период изменится не только рельеф дна, объем прохождения воды, но и инфраструктура берегов. Это все подробно надо изучить. Например, если начать очистку русла рек в районе Татарской Каргалы, соответственно, увеличится объем прохождения воды через эту деревню. И через 1-2 года неожиданно может выясниться, что подмоет берег колхоза им. Ленина, и половина деревни канет в воду.

Моя компания с большой бы осторожностью взялась за расчистку рек. Если делать все правильно, то это требует достаточно серьезных финансовых вложений. В процессе расчистки русел будут возникать не только технические, но и экологические проблемы, которые, возможно, удастся разрешить не сразу, а по ходу работы, что приведет к дополнительным расходам.

Поэтому важно оценить и правильно организовать работу в том месте, где одна проблема может повлечь за собой другую. На этом пути не обойтись без ошибок, как признается Артур Эйгельс, но спрогнозировать ситуацию и сделать мониторинг обязательно нужно. Вести очистку русел рек – очень непростая задача, так как это требует большого количества техники и специалистов, которые могут и должны снизилировать возникающие риски.

Виктория Ендякова.

Инфраструктура поддержки малого предпринимательства – совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных, коммерческих организаций, непосредственно обеспечивающая нормальные условия жизнедеятельности (оперативное оказание услуг) и процесс воспроизведения малого бизнеса в целом.

Огромный потенциал данного сегмента бизнеса подтверждается ежегодно возрастающими в него инвестиционными вложениями. Прирост инвестиций в основной капитал малых предприятий только за 2007 год составил 239,0 процента от уровня 2006 г.

В течение ряда лет малое предпринимательство Оренбургской области развивается с положительной динамикой, обеспечивая занятость населения области, внося свою долю в формирование консолидированного бюджета, наполняя рынок отечественными товарами, работами и услугами.

По состоянию на 1 января 2008 года, в области зарегистрировано 69,2 тыс. СМП, в том числе 9,9 тыс. (14,3 процента) юридических лиц, 52,7 тыс. человек (76,1 процента) индивидуальных предпринимателей и 6,6 тыс. (9,6 процента) крестьянских (фермерских) хозяйств.

В малом бизнесе работают более 248 тыс. человек, что составляет 25 % от всего занятого населения области.

На долю субъектов малого предпринимательства 2008 года приходится:

68,5 % оборота розничной торговли;

26,0 % объёма платных услуг, оказанных населению;

82,3 % объёма бытовых услуг, оказанных населению;

42,0 % объёма работ, выполненных по виду деятельности «строительство».

Малое предпринимательство является своеобразным индикатором развития экономики региона как наиболее чувствительный к изменениям экономический организм.

Гармоничное развитие данного субъекта экономики зависит от многих факторов, к их числу можно отнести законодательную базу, информационные ресурсы, консультационные службы, финансовые учреждения и т.д. Все в совокупности это составляет инфраструктурой малого предпринима-



Инфраструктура для бизнеса – благо или...

Роль малого бизнеса в современной экономике переоценить практически невозможно. В соответствии со статистическими данными в малом предпринимательстве занято 25% от всего занятого населения области. Отрасли, в которых задействованы субъекты малого предпринимательства, разнообразны, начиная от традиционной торговли и оказания услуг, до выполнения строительных работ.

тельства. Отсутствие или низкая работоспособность одного из перечисленных сегментов снижает эффективность деятельности всей системы и тормозит развитие малого бизнеса.

В Оренбуржье инфраструктура, скорее, есть

Формирование и развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства должно быть приоритетным направлением в проводимой политике каждого субъекта Российской Федерации. В соответствии с реализуемой в России государственной политикой поддержки и развития малого и среднего бизнеса, регионы должны иметь обя-

зательный набор объектов инфраструктуры, к которым можно отнести:

общественные предпринимательские организации, которые содействуют объединению усилий предпринимателей для решения их проблем;

торгово-промышленные палаты; разного рода образовательные структуры, осуществляющие повышение квалификации предпринимателей и обучение персонала предприятий;

информационные агентства и специализированные печатные издания;

фонды поддержки малого предпринимательства;

организации микрофинансирования и структуры, специализирующиеся на оказании иных финансовых услуг субъектам малого предпринимательства;

консалтинговые фирмы, оказывающие разного рода услуги предпринимателям;

специализированные государственные структуры;

технопарки и бизнес-инкубаторы.

На сегодняшний день в Оренбургской области инфраструктура поддержки и развития предпринимательства представлена огромным количеством учреждений различного профиля деятельности. Давайте разберемся с ними по порядку, оставляя вне обзора нормативно-законодательную составляющую. На сайте Министерства экономического развития и торговли представлен состав инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса в количестве восемнадцати объектов. Безусловно, что эти предприятия являются частью инфраструктуры, однако они ее не исчерпывают. Инфраструктура поддержки бизнеса, на наш взгляд, представлена также всеми коммерческими предприятиями, направление деятельности которых соответствует профилю описываемой инфраструктуры. В целом, в результате проведенного исследования инфраструктуры было выявлено, что она соответствует потребностям бизнеса, хотя и существуют определенные диспропорции по количеству предприятий в разных сегментах инфраструктуры, но они, как правило, вызваны потребностями и состоянием рынка.

«Если говорить в целом, то состояние инфраструктуры соответствует потребностям бизнеса». **Вячеслав Склонюк, ГНО «Оренбургский областной фонд поддержки малого предпринимательства».**

«Состояние инфраструктуры поддержки бизнеса не в полной мере соответствует потребностям бизнеса». **Виктор Сытежев, президент ТПП Оренбургской области.**

Количественно и качественно наиболее развитыми сегментами инфраструктуры являются консалтинговые фирмы и организации, оказывающие бухгалтерские, аудиторские, оценочные, финансово-кредитные и юридические услуги. Именно в этих сегментах разворачивается основная конкурентная борьба. Услуги большинства представленных сегментов максимальны стандартизованы, а число специалистов, обладающих определенной квалификацией, постоянно растет, расширяя круг лиц, имеющих возможность предложить данную услугу рынку.

**«Учет и контроль - вот главное, что требуется...»
(В. Ленин, «Государство и революция»)**

Необходимость существования сегмента бухгалтерских и аудиторских услуг переоценить невозможно. Отсутствие бухгалтера на предприятии грозит ему остановкой деятельности как в прямом, так и в переносном смысле. Учитывая, что вся деятельность предприятия связана в определенном смысле с движением денежных средств, то бухгалтер в этом процессе является регулировщиком, знающим правила этого движения. Взаимодействие предприятия с внешней средой - с фискальными органами, осуществляется также по правилам бухгалтерского и налогового законодательства.

Целью бухгалтеров является обеспечение постановки и ведение бухгалтерского учета на предприятии, целью аудиторов - независимое соблюдение правил ведения бухгалтерского учета. Перечень услуг, предоставляемых организациями такого профиля, практи-

чески одинаков: постановка бухгалтерского учета; ведение бухгалтерского учета; восстановление бухгалтерского учета; составление налоговых деклараций; анализ финансовой и хозяйственной деятельности; составление бухгалтерской отчетности и т.п.

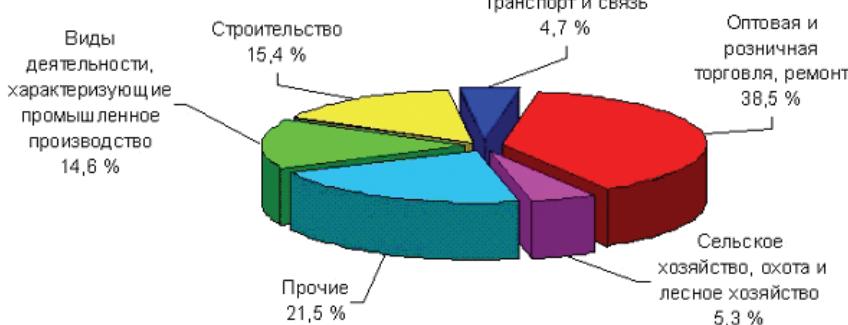
Чаще необходимость таких организаций продиктована тем, что современное налоговое и бухгалтерское законодательство трактуется неоднозначно. Часто сложно найти ответы на спорные вопросы, касающиеся налогообложения, а любая ошибка в бухгалтерском учете может не только свести на нет деятельность организации, но и привести ее к краху. Чтобы не допустить этого, необходима помочь бухгалтерского консультанта или аудиторской организации, которые не только независимо проверят правильность ведения бухгалтерского учета, но и помогут в дальнейшем предотвратить ошибки.

Наиболее успешные участники данного сегмента рынка практикуют комплексный подход к решению проблем предпринимательства.

«Изначально концепция развития компании предполагала, что мы будем оказывать бизнес-сообществу максимально широкий спектр услуг, связанных не только с подтверждением достоверности отчетности, но со всеми вопросами функционирования предприятия, начиная с его создания, заканчивая формированием оптимальной налоговой модели, постановкой управленического учета, финансовым, правовым, бухгалтерским консалтингом и пр. Данная концепция сегодня с успехом реализуется». **Олег Гремпель, генеральный директор БДО Юникон СОВА.**

«...Цель - ... увеличение стоимости капитала».
(К.Маркс, «Капитал»)

Оценочные услуги - относительно новый, но динамично развивающийся сегмент инфраструктурного рынка. Основная цель оценочных компаний - помочь предпринимателю определить рыночную стоимость того или иного объекта. Цели такой оценки могут быть разные. Основной целью, конечно же, является определение рыночной стоимости залогового имущества, хотя круг вопросов, решаемых



оценщиком, гораздо шире. При проведении операций с имуществом, будь то взнос в уставной капитал, покупка, продажа и сдача в аренду, залог для получения кредита, объединение или выделение предприятия, продажа бизнеса, без оценки не обойтись.

На сегодняшний день в Оренбурге действует более 60 индивидуальных предпринимателей, занимающихся оценкой, и фирм, в составе которых по договорам работают профессиональные оценщики. Основное их отличие - опыт работы и спектр оказываемых услуг. Главные требования - наличие специального образования и членство оценщика в солидной саморегулируемой организации оценщиков, объединяющей специалистов на федеральном уровне.

Кровеносная система бизнеса

Рынок финансово-кредитных услуг на территории области представлен различными инструментами: кредиты, гарантии, лизинг. Деятельность предприятий, работающих в данном сегменте рынка, заключается в обеспечении развивающихся предприятий финансовыми ресурсами.

Кредитованием бизнеса в настоящее время в Оренбурге занимаются более 40 банков и их филиалов. Помимо банков, сектор кредитования представлен организациями, которые осуществляют выдачу микрокредитов. Микрокредит предполагает выдачу малых по объему финансовых средств на короткий срок под проценты, ставка которых значительно выше, чем при банковском кредитовании. Получить такой кредит значительно про-

ще, чем в банке. Платой же за доступность будет более высокая процентная ставка. Наиболее крупным представителем данного сегмента является ГНО "Областной фонд поддержки малого предпринимательства".

"По финансовому блоку у фонда поддержки предпринимательства альтернативы практически нет". Вячеслав Склонюк, ГНО "Оренбургский областной фонд поддержки малого предпринимательства".

Хотя есть и альтернативные участники рынка микрокредитования, к их числу относится НП "ОПОРА", оказывающая услуги микрокредитования на всей территории области, а не только в рамках города Оренбурга. Кстати, вопрос получения кредитных ресурсов является актуальным для периферийных городов области.

"В городе недостаточно развита финансовая поддержка предпринимательства, особенно на ранней стадии развития. За исключением банков, финансовая помощь оказывает только фонд "ОПОРА", выдавая микрокредиты на короткий срок". Роман Гафаров, первый заместитель главы г. Орска.

Другим инструментом финансово-кредитного сегмента в Оренбургской области является предоставление гарантий предпринимателям, сталкивающимся с нехваткой залогового имущества для получения кредитования в банке. В данном секторе рынка так же

лидирует Областной фонд поддержки малого предпринимательства.

Кому деньги в аренду?

Достаточно эффективным инструментом, направленным на поддержание предпринимателей в осуществлении их деятельности, является лизинг. Лизинг - финансовая аренда, в значительной степени гибкий механизм, позволяющий приобрести объекты основных средств и получить при этом значительные льготы по налогообложению. В оренбургском лизинговом сегменте рынка присутствует на сегодня ряд компаний: "Вектор Лизинг", "Европлан", "Оренбурггазпромлизинг", "Региональная лизинговая компания", "УралСиб".

Фемида на службе

Замыкает блок наиболее развитых элементов инфраструктуры сегмент юридических услуг. Важность данного сегмента инфраструктуры поддержки предпринимателей так же сложно переоценить, как и сегмент бухгалтерских и аудиторских услуг. Все очень просто: живя в правовом государстве и не зная законов, можно навлечь на свой бизнес значительные беды. Вопросов, касающихся правовой стороны вопроса на предприятии, очень много, начиная от оформления предприятия и заканчивая его закрытием. Вся жизнь предприятия связана с юридической деятельностью. Оформление договоров, представление интересов предприятия в различных инстанциях - задача инфраструктурного сегмента юридических услуг. Делать бизнес без юридического сопровождения - дело практически бесполезное. Прак-

Алекс Сервис

18 лет на Оренбургском рынке оргтехники



2008

Preferred Partner
hp



RISO

Комплексные ИТ-решения для вашего бизнеса!

460026, г. Оренбург, ул. Полигонная, 6, (3532) 70-59-69

www.alex-service.ru info@alex-service.ru

тически каждая организация рано или поздно сталкивается с необходимостью законного решения правовых проблем, но далеко не все могут составить правовые документы или защищать свои интересы в суде. Предприниматели должны помнить основное правило, что лучше получить квалифицированную юридическую консультацию в момент планирования какой-либо деятельности, нежели пытаться выпутаться из уже созданной негативной ситуации.

Перечисленные сегменты инфраструктурного рынка: аудит, бухгалтерские услуги, оценка и финансово-кредитные услуги - сегменты с высоким уровнем конкуренции. Несмотря на это, на сегодняшний момент рынок далек от насыщения и в перспективе потенциально возможно появление новых участников.

"У нас пока еще развивающийся рынок, и, в принципе, сегодня новый игрок имеет хорошие шансы выйти на рынок и успешно развиваться, при условии наличия стартового капитала и грамотной маркетинговой политики. Безусловно, раньше это было легче, но рынок развивается, становится более плотным, конкурентная среда - более агрессивной, и завтра выйти на рынок будет еще сложнее". Олег Гремпель, генеральный директор БДО Юникон СОВА.

Фокус-группы

Следующий блок сегментов инфраструктуры поддержки предпринимательства характеризуется более низкой конкуренцией. Этому есть логическое объяснение. Если услуги в рамках первого блока чаще всего обязательные и прописаны законодательными актами, то услуги второго блока не предполагают обязательного законодательного закрепления. Роль их заключается в оказании квалифицированной помощи предпринимателям, желающим успешно развивать свой бизнес, а не топтаться на одном месте. То есть тем, кто смотрит в будущее своего бизнеса, а не создает однодневных фирмочек.

Второй блок представлен такими сегментами как: финансово-экономическое консультирование, маркетинговые услуги, защита интеллектуаль-

ной собственности и экспертиза.

Мнения экспертов сводятся к тому, что существует некий дефицит фирм в данном блоке инфраструктуры поддержки предпринимательства, обусловленный, с одной стороны, неготовностью рынка, а с другой стороны недопониманием предпринимателями необходимости пользования ими. Однако предприятия, успешно работающие на рынке, успешны подчас именно потому, что владеют определенным набором рыночной информации, позволяющей своевременно реагировать на изменение конъюнктуры, планировать будущее и принимать правильные управленческие решения в настоящем.

Институт планирования

Область рынка услуг финансово-экономического консультирования в Оренбургской области представлена рядом компаний. В рамках данного сегмента предпринимателям оказываются услуги по бизнес-планированию, финансовому анализу деятельности предприятия и поиску инвестора. Огромная доля данного рынка закрывается с помощью финансового анализа деятельности предприятия, основная цель которого - определить зависимость предприятия от внешних источников финансирования. Учитывая узкую направленность остальных услуг данного сегмента и относительно низкую готовность рынка к их восприятию, данный сектор развивается слабо. Чем это обусловлено?

Основным фактором является отсутствие четкого понятия о таком инструменте, как бизнес-планирование, и возможностях, которые он открывает перед пользователями. Изучить деятельность предприятия (нового или действующего) с помощью компьютерной модели, заглянуть в будущее, выявить узкие места в деятельности предприятия, провести анализ влияния возможных рисков и степени их воздействия на производственный и финансовый процесс на предприятии, разработать программу мероприятий по предотвращению или снижению потенциальных ущербов - это является желанием любого менеджера или директора.

Этот вид услуг достаточно молодой и организаций, которые его оказываю, не так много.

В Оренбурге к их числу можно отнести такие организации, как ТПП Оренбургской области, Фонд поддержки малого предпринимательства, Фонд со-

действия инновациям "Паутинка".

Бизнес-планирование - это одна часть сегмента рынка финансово-экономического консалтинга, другой же стороной является процедура поиска инвестора. Деятельность чрезвычайно необходимая и полезная. Многие предприятия, которые начинают свою деятельность с нуля, не имеют, в силу ряда причин, возможности получить ни один из традиционных способов финансирования (кредит, лизинг и пр.). Несмотря на это, их бизнес очень интересен и выгоден. Так вот, единственным выходом в этой ситуации является либо привлечение проектного финансирования (под бизнес-план), либо поиск стратегического партнера, желающего вложиться в этот бизнес. Для этого, например, создавалась в 2004 году специализированная организация - Фонд содействия инновациям «Паутинка», которая занимается профессиональной разработкой бизнес-планов и предложением их инвестору. Высокий кадровый потенциал в этом направлении так же имеет Торгово-промышленная палата Оренбургской области.

Измерим рынок

Вопросы, волнующие любого предпринимателя: "Что делать?", "Что будет пользоваться спросом у покупателей?". С них начинается вся предпринимательская деятельность и этими же вопросами она продолжается. Ответ на него можно получить только с помощью проведения маркетингового исследования. Выходы, основанные на интуиции, больше относятся к телевизионным передачам, и малоприменимы в рыночной экономике. Изучение конкурентов, их продуктов (услуг), определение целевых потребителей предлагаемой продукции и качественная обработка полученной информации - вот тот необходимый минимум мероприятий, который обязан провести предприниматель перед предложением своего товара на рынок. Подобный мониторинг рынка позволит ответить на вопросы: стоит ли выходить на рынок с данным продуктом, и какая от этого может быть отдача? Получить точный ответ на вопрос "Сколько я заработаю?", естественно, не получится, но определить направление движения на рынке и примерный результат вполне возможно.

Маркетинг, с одной стороны, - процесс достаточно сложный и требующий определенных знаний и

умений, и далеко не каждому под силу самому реализовать комплекс маркетинговых мероприятий. С другой стороны, процесс, безусловно, необходимый для предприятия, чтобы успешно существовать в рыночной среде. Необходимо отметить, что маркетинговые исследования должны проводиться профессионально и продуманно на всех этапах, начиная от выбора типа маркетингового исследования и заканчивая методами обработки данных и формой представления результатов, а конкретное управленческое решение, конечно же, - дело самого предприятия.

В Оренбургской области данный сегмент рынка представлен такими компаниями как: "Арт-компани", "Межрегиональный маркетинговый центр "Оренбург-Москва", "Профит", "Южно-Уральский Центр Социальных исследований", Бюро маркетинга ТПП Оренбургской области. Часть из этих организаций занимаются маркетингом несистемно, что называется «до кучи», специализируясь, по большей части, на социологических опросах. Профессиональные маркетинговые исследования в Оренбургской области пока еще в новинку, слишком мало заказчиков.

Патенты и знаки

С развитием производства большое значение приобретают средства защиты бизнеса от недобросовестных действий конкурентов. К ним относятся: копирование, паразитирование и дискредитация. И если последняя может проявиться лишь в рекламе, то введение потребителя в заблуждение относительно истинного производителя продукции (паразитирование) происходит при использовании похожего коммерческого обозначения – сходного по звучанию или внешнему виду наименования, упаковки, самого продукта. Чтобы этого не случилось, необходимо защитить свою интеллектуальную собственность, к которой относятся те средства индивидуализации, о которых говорилось выше.

На защиту доброго имени производителя товаров (услуг) может стать зарегистрированный товарный знак. Всеми особенностями процесса регистрации товарных знаков в Роспатенте владеют, пожалуй, только специалисты отдела патентов и товарных знаков Торгово-промышленной палаты Оренбургской области.

Право на истину

Отдельным сегментом инфраструктуры поддержки предпринимательства является независимая экспертиза. Экспертиза необходима предпринимателям для того, чтобы юридически грамотно разобраться в проблемах, связанных с некачественным исполнением договорных обязательств, и рассчитать или определить убытки или ущерб, связанный с этим фактом.

К услугам экспертизы прибегают:

- при недоставке товаров или поставке некачественных товаров;
- при изготовлении продукции не в соответствии с заявленной в спецификации к контракту;
- для определения ущерба при нерациональном использовании материалов и денежных средств;
- для определения размера ущерба при пожаре или затоплении;
- для получения преференций при отгрузке товаров на экспорт;
- при выходе из строя оборудования в течение гарантийного срока.

Сотрудничество без границ

В последнее время предприниматели все больше интереса проявляют к работе с зарубежными партнерами – это и поставки товаров, и покупка технологического оборудования, и работа с инвесторами. Но внешнеэкономическая деятельность имеет ряд специфических особенностей по сравнению с торговыми отношениями внутри России, связанных с юридическим оформлением сделок, таможенным оформлением, транспортным обеспечением, различного рода ограничениями, валютным регулированием и т.д. Поскольку большинство предпринимателей с этими особенностями не знакомы, то эти проблемы решаются с помощью внешнеэкономического консультирования.

Учиться, учиться и учиться!

“Кадры решают все” - эта фраза остается актуальной, ведь для осуществления хозяйственной деятельности предприятий необходимы квалифицированные кадры, способные решать производственные и экономические задачи как в масштабах своего предприятия, так и в масштабах региона, государства.

Жизнь на месте не стоит, технический прогресс движется вперед, совершенствуется законодательство и вно-

сит свои корректизы в работу. Для того чтобы шагать в ногу со временем необходимо обучение специалистов в различных сферах их деятельности, в том числе и путем проведения семинаров, совещаний, конференций, курсов по подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров. Современный кадровый голод заставляет предприятия задуматься о достойной смене. Однако учебные заведения в силу своей громоздкости не всегда успевают за изменениями рынка и его потребностями, в этом случае помогают различные узкие специалисты, осуществляющие подготовку кадрового резерва.

Представленное многообразие сегментов инфраструктуры оказывает положительное воздействие на развитие предпринимательства. Естественно, существуют неразвитые и слаборазвитые сегменты этой инфраструктуры; их развитие – дело ближайшего будущего. Однако никакое развитие не может обойтись без поддержки государства.

«Получая государственную либо муниципальную поддержку, организации инфраструктуры сочетают в себе реализацию государственной политики развития предпринимательства, представляя услуги предпринимателям на льготной основе и бизнес». Роман Гафаров, первый заместитель главы г. Орска.

Инфраструктура развития предпринимательства – это инструмент для бизнеса. Нужен инструмент – он им воспользуется, не нужен – он его не возьмет в руки. С другой стороны, чтобы умело пользоваться инструментом, предприниматель должен понимать, для чего это ему. Как показал анализ, инфраструктура развития предпринимательства в большей или меньшей степени есть, хотя отсутствуют некоторые элементы, особенно важные для инновационного развития предпринимательства – это гарантийные и венчурные фонды. Но проблема в том, что подавляющее большинство субъектов инфраструктуры сосредоточено в крупных городах Оренбургской области, в основном, в Оренбурге, в сельских районах их практически нет. Да и как они появятся, если на них нет спроса. И откуда возьмется спрос, если нет предпринимателей. Вот и существует такой дисбаланс между городом и селом.

ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС – глубокое расстройство финансовой системы страны, сопровождаемое инфляцией, неплатежами, неустойчивостью валютных курсов, курсов ценных бумаг.

Особенно непросто приходится бизнесу: ведь оставшиеся игроки кредитного рынка серьезно ужесточили требования и даже залоговые кредиты выдают с большой неохотой. Причиной отказа может послужить любой нюанс, встреченный аналитиком банка в личной биографии заемщика или в корпоративной документации. Даже будучи уверенным в своей честной репутации бизнесмен может не получить кредит, оставшись в полном недоумении, почему так случилось, ведь банк о причинах отказа не сообщает. Выяснить наперед возможные придирики банка не получится: в сегодняшних условиях почти каждый месяц меняются критерии отбора заемщиков.

РЕЦЕССИЯ – относительно умеренный, некритический спад производства или замедление темпов экономического роста, уменьшение валового внутреннего продукта в течение продолжительного времени.

Высока вероятность того, что добросовестные организации, регулярно пользующиеся овердрафтом, вернув его в срок, не получат повторного финансирования ввиду отсутствия достаточного количества денежных средств у обслуживающего банка. Как следствие – сокращение рабочих мест и уменьшение объема продаж.

Попав в финансовый омут, каждый пытается выплыть по-своему. Кто-то сам барахтается, порой довольно долго, а иногда и не очень, кто-то цепляется за таких же утопающих рядом, и они вместе идут ко дну, а тот, кто точно знает, что сам не выберется – вызывает помочь со спасательным кругом. Такая помощь, конечно, не приедет сама, за нее нужно обратиться и сделать это нужно раньше, чем с головой уйдешь под воду. В общем, спасение утопающих – это, как всегда, дело рук самих утопающих.

Собственники бизнеса и управляемцы – это грамотные специалисты своего дела, но они слабо представляют, какие подводные камни могут ожидать их под гладким морем кредитования.

Банкам и бизнесменам в процессе общения трудно обойтись без квалифицированного посредника, ко-

Финансовый кризис – будут ли кредиты?

С телевизоров вещают, что американская рецессия и общемировой экономический негатив не затронут Россию, или в самом пессимистическом случае – «заденут рукавом». Однако на практике все складывается не совсем так. Отголоски мировых финансовых проблем уже слышны и в Оренбурге: большинство банков приостановили свои ипотечные программы, автокредитование свернуто в 90% кредитных учреждений, ряд национальных банков сокращает свою филиальную сеть и закрывает допофисы.

торый понимал бы потребности и нужды обоих, так как подходы к ведению дел у владельцев бизнеса и кредитных учреждений слишком разные. Именно таким «буфером» между двумя сторонами и выступает «специально обученное» третье лицо – кредитный брокер.

КРЕДИТНЫЙ БРОКЕР – юридическое лицо, посредник между заемщиком и кредитором, действующий преимущественно за счет и по поручению клиента.

После скрупулезного анализа информации о вас и вашей компании брокер анализирует возможные «шероховатости», из-за которых кредит может быть «не согласован», и помогает их устраниТЬ. Имея большой опыт и зная, что может послужить причиной отказа, грамотно формируется пакет документов, и одобрение по нему получается очень быстро. Такие услуги предоставляет «Оренбургская лига брокеров». Имеющая общероссийскую аккредитацию более чем в 50-ти крупнейших банках, компания содействует в получении крупных кредитов (от 1 до 300 млн руб.), обеспеченных залогом в любых городах РФ: недвижимость, транспорт, товары в обороте и др. активы. Учитывая, что параметры оценки платежеспособности клиента во всех банках абсолютно разные, ориентироваться в них могут только специалисты, прошедшие специальную подготовку во всех головных офисах этих банков.

70% новых клиентов Лига получает не посредством рекламы, а через рекомендации прежних клиентов, что выступает ярким подтверждением доверия к организации и эф-

фективности ее работы.

По признанию специалистов Лиги брокеров, труднее всего работать с клиентами, уже сделавшими несколько безуспешных попыток получить кредит. Так при продуманном подходе предприниматель мог быть одобрен, а после отказа получить положительное решение в этом банке практически невозможно. С выбором банка важно не ошибиться, так как в условиях дефицита ликвидности ряд банков принимают заявку и долго молчат, в надежде, что завтра будет финансирование, и они смогут выдать кредит по этой заявке. Зачастую деньги нужны быстро. Брокер, при наличии срочной и мотивированной потребности в финансировании, выберет банк, у которого действительно есть необходимые ресурсы, и поможет их получить.

ДЕФИЦИТ ЛИКВИДНОСТИ – увеличение продаж до уровня, который не обеспечен оборотным капиталом.

Ценность услуг в том, что клиенты брокеров не получают отказов (а статистика по ним все же ведется). Если у вас есть какая-то возможность получить кредит – вы его получаете. В противном случае вам честно сообщат, что на финансирование рассчитывать не следует, и ничто не мешает вам это проверить.

ООО «Оренбургская лига брокеров»

Оренбург, пр-т Победы, 4

Тел.: (3532) 92-81-03, 92-81-63

Факс: (3532) 45-20-35



Наименование организации	Показатель									
	Бухгалтерские услуги			Финансово-кредитные услуги			Показатель			
	Микрокредиты	Гарантии	Лизинг	Юридические консультации	Маркетинговые услуги (в т. ч. выставочная деятельность)	Оценочные услуги	Патентные услуги и регистрация товарных знаков	Экспертиза	Внешэкономическое консультирование	Финансово-экономическое консультирование
Арт-компани					+					
Аудит-21 век	+			+	+	+				+
Аудитинкон	+			+						+
Аудит-налог	+			+						+
Аудит-НТ филиал	+			+						+
Аудиторский-вектор	+			+		+				+
Аудит-Профи	+			+						+
Аудит-Стандарт	+			+						+
БДО Ю никон СОВА	+			+		+				+
Вектор Лизинг			+	+						
Выставочный центр Урал-Экспо					+			+		+
Гарант, аудиторско-правовой центр	+			+		+				+
Гарант-Оценка						+				
Евробизнес	+			+						+
Европлан				+	+					
Золотые страницы						+				
Инвесткредитконсалтинг						+				
Инфокон						+				
Консалтинговая группа РИМ						+				
Кредитно-финансовый консультант	+		+							
Кредо						+		+		+
Мегаполис Бухгалтерия, Налоги, Право	+			+						+
Межрегиональный маркетинговый центр Оренбург-Москва					+					
Объединенная Консалтинговая группа					+					
ОИЖК	+	+			+	+	+			
ООФПП	+	+	+		+				+	
ОПОРА		+			+					+
Оренбурггазпромлизинг				+	+					
Оренбург-Оценка						+				
Оренбургская ипотечно-консалтинговая компания					+	+	+			
Оренбургская лига брокеров	+			+						+
Оренбургская финансовая компания						+			+	
Оренбургский инновационный центр							+			
Оренбургский удостоверяющий центр	+			+						+
Оренбургфинстрой							+			
Оренбуржье Международная Аудиторская Компания	+			+		+				+
ОСПП					+				+	
Оценка						+				
Оценка плюс						+				
Оценочная компания Красная цена						+				
Промоценка							+			
Профит						+				
Региональная лизинговая компания				+	+					
Регион-ТЭК										+
Российская коллегия оценщиков, РО							+			
PCM Консалтинг						+				
Слог-Аудит	+				+		+			+
Торгово-промышленная палата Оренбургской области	+			+	+	+	+	+	+	+
Урал Аудит	+				+					+
УралСиб, лизинговая компания				+	+					
Центр обучения Деловая инициатива										+
Центр оценки ипотеки							+			
Центр оценки областной							+			
Центр оценки Оренбургский Дом							+			
Центр по антикризисному управлению	+				+		+			+
Центр экспертиз	+				+		+			
Эксперт							+			
Эксперт-центр	+				+		+			+
Экспертъ-Ф					+	+	+			
Экспресс-аудит 99	+				+					+
Энпракт							+			
Южно-Уральский Центр Социальных исследований						+				



Новая компания образована на базе «Оренбургской ипотечной риэлторской компании» и отдела продаж «Оренбургской ипотечной инвестиционно-строительной компании», занимавшегося реализацией первичного жилья, проинвестированного Корпорацией.

Ранее в базе предложений инвестора насчитывалось порядка 200 объектов первичного жилья, что при ежемесячном потоке клиентов до 400 человек оказалось недостаточным. Для решения проблемы несответствия предложения жилья сложившемуся спросу была создана компания, получившая название «Региональный центр «ОИЖК-недвижимость».

Заниматься специалисты ООО «РЦ «ОИЖК-недвижимость» будут формированием единой базы предложений как первичного, так и вторичного жилья. Уже сегодня в базе Центра насчитывается порядка 500 объектов, выставленных на продажу не только в Оренбурге, но и в городах

На рынке появился потенциальный лидер

В ОАО «ОИЖК» состоялась встреча с представителями СМИ, в ходе которой журналистам была представлена новая компания - ООО «Региональный центр «ОИЖК-недвижимость».

области. Среди них немало квартир в новостройках: 13а, 20-м и других микрорайонах областного центра.

В состав РЦ входит три отдела:

- отдел операций с недвижимостью, в котором работают риэлторы, осуществляющие поиск и подбор жилья с первичного и вторичного рынков. Главная задача данного отдела - сформировать такую базу предложений, которая бы удовлетворяла любые потребности клиентов «РЦ «ОИЖК-недвижимость». По мнению руководства новой компании, такое ёмкое предложение жилья в одном месте позволит клиентам экономить время и усилия при его поиске и покупке.

- отдел продаж, состоящий из специалистов по недвижимости, тесно взаимодействующих с клиентами, помогающих им сориентироваться в многообразии предложений рынка жилья и подбирающих для них подходящие варианты. Услуга подбора жилья – бесплатна и для тех, кто приобретает недвижимость на собственные средства, и для тех, кто намерен воспользоваться ипотечным кредитом.

- отдел правового сопровождения, кото-

рый осуществляет оформление недвижимости в собственность.

Слаженная работа трех отделов позволяет полностью контролировать процесс выбора, покупки и оформления жилья в собственность.

Перед новой компанией ставятся задачи по оказанию широкого спектра услуг, в числе которых: выкуп жилья, поиск, продажа, обмен объектов жилой недвижимости и услуги по аренде. Есть в портфеле компании и сравнительно новый для нашего рынка вид услуги – «управление недвижимостью». Основная цель оказания данной услуги - снизить риск для владельца недвижимости при сдаче объекта в аренду.

«Региональный центр «ОИЖК-недвижимость» рассчитан не только на покупателей, но и на продавцов недвижимости, предпринимателей.

Вопросы специалистам ООО «Региональный центр «ОИЖК-недвижимость» можно задать по телефонам: (3532) 30-50-03, 78-09-83, 77-03-61 или по адресу: переулок Шевченко 6, каб. 2.

Реклама типографии “Союз”



Бизнес без опасности

Наверное, сегодня уже не встретишь ни одного руководителя крупного предприятия или небольшой фирмы, который ни разу не сталкивался с фактами различного рода фальсификации и подлога документов. Некоторые инциденты могут и не нанести серьезного ущерба организации, однако в отдельных случаях может понадобиться дорогостоящая помощь самых квалифицированных юристов и адвокатов для защиты своих интересов в суде. Кроме того, чтобы доказать свою невиновность и непричастность к операциям, якобы совершенным по флигранно подделанным фальшивопечатниками документам, придется скорее всего раскошелиться на услуги профессионального криминалиста и в целом потратить массу времени на судебный процесс.

сколькими степенями защиты.

Каким же образом работает эта технология? Подделка оригинального оттиска мошенниками будет значительно затруднена, если в изображение будут намеренно внесены различные особые метки, которые незаметны на первый взгляд и напоминают обыкновенные «огрехи», возникающие при небрежном оттиске печати. Для того чтобы контрольные метки были незаметны непосвященному наблюдателю, они должны быть очень малы. Для этого печать должна быть изготовлена с высокой точностью – более 1000 точек на дюйм. Для идентификации контрольных меток применяется специальный шаблон с легендой (описание и указание месторасположения контрольных меток). Идентификация проводится путем наложения контрольного шаблона на проверяемый оттиск. Если обнаружены различия оттиска с легендой на шаблоне, это будет означать, что оттиск осуществлен фальшивой печатью.

В изображение может быть дополнительно внесена химическая метка — элемент, скрытый от глаз постороннего наблюдателя и видимый только в ультрафиолетовом свете (для удобства можно приобрести ручку или брелок с ультрафиолетовым фонариком), злоумышленник даже не заподозрит, что перед ним печать с секретом.

Порядок безопасной эксплуатации печатей и штампов:

- Изготавливайте печати методом лазерной гравировки.
 - Используйте водостойкую штемпельную краску, это поможет легко идентифицировать фальсификацию на струйном принтере (его чернила размываются водой).
 - Не используйте основную печать на все случаи жизни - это значительно упрощает для поддельщиков получение образца оттиска. По возможности пользуйтесь специализированными печатями - "Для договоров", "Для пропусков", "Для удостоверений", "Для актов" и т.д. Придать официальный статус специализированных печатей можно распоряжением руководителя предприятия.
 - Страйтесь не ставить печать на чисто белое или однотонное поле документа.
 - Ведите учет печатей и штампов организации. Контроль за изготовлением, использованием и хранением печатей и штампов возлагаются на подразделение организации, ответственное за делопроизводство.
 - Храните печати в надежно запираемых и опечатываемых шкафах.
 - Долговременное использование одной и той же печати упрощает ее подделку. Печать рекомендуется периодически менять - хотя бы раз в год. При этом официально фиксировать факт уничтожения старой печати.
 - Изготавливайте печати с защитными элементами.

Защита печати, как и защита любого другого стратегически важного объекта, должна быть комплексной, чтобы обеспечить пресечение преступных замыслов по всем возможным фронтам наступления, и помимо перечисленных выше нетрадиционных методов, для повышения уровня безопасности применяются также и более известные, как, например, микротекст - микроширифт типа "белый текст на черном фоне", расположенный по внешнему кольцу обода клише печати. Размер элементов микротекста составляет всего от 0,5 до 0,8 мм., и чтобы обеспечить высокое разрешение и четкость оттиска таких мелких элементов преступникам придется сильно постараться. Такого качества микроширифта можно добиться только при помощи метода лазерной гравировки с толщиной луча не более 1,5 дюйма.

Одной из немногих фирм, предоставляющих такую уникальную услугу на оренбургском рынке, является фирма «Печати», изготавливающая печати с применением лазерной технологии, что обеспечивает высокий уровень изготовления печатей с защитой. Менеджеры фирмы «Печати» в интервью нашему изданию сообщили, что в скором времени планируется организовать в Оренбурге еще и изготовление печатей по так называемой флеш-технологии. Печати такого вида также могут быть оснащены всеми уровнями защиты, применяемыми для лазерных клише. Но основное преимущество этой технологии заключается в более высоком удобстве оснастки: нет необходимости использовать «подушку»

ОТТИСК МНОГОЦВЕТНОЙ ПЕЧАТИ ПО ФЛЕШ-ТЕХНОЛОГИИ



ОТТИСК ПЕЧАТИ



КОНТРОЛЬНЫЙ ШАБЛОН

ЛЕГЕНДА:
 1. Микротекст
 2. Краска
 3. Деформация звездочки
 4. «Волюс» вырезанный из печати
 5. Химическая метка
 6. Двухцветная печать



ТОЧНО СОВМЕСТИТЕ ШАБЛОН С ОТТИСКОМ ПЕЧАТИ

и размер всего механизма печати существенно уменьшается. Однако, такая печать обеспечивает не менее 3 тыс. оттисков.

Такое устройство весьма удобно для мобильных людей, так как нет необходимости носить с собой штемпельную подушку и краску. Флеш-технология также позволяет использовать в изображении оттиска два и более цвета, что также можно рассматривать как дополнительный уровень безопасности. Кроме того, печать с элементами разных цветов выглядит бо-

лее привлекательно. Сейчас лишь единицы оренбургских предприятий используют в своих печатях несколько цветов и, как правило, редко заботятся о дизайне оттиска. Однако в общемировой практике к печатям относятся скорее как к элементу корпоративной культуры с соответствующими дизайнерскими элементами, особому знаку, отличающему данную организацию от всех прочих. Используя современные технологии изготовления печатей, можно не только обезопасить себя, но и сделать печать предметом гордости компании, показателем высокого корпоративного статуса. К сожалению, в нашей ментальности пока закреплено отношение к печати, как к обыденному явлению, не требующему особого внимания со стороны руководства организации. Ведь таким небрежным отношением к идентификационной метке фирмы, в конечном счете, могут воспользоваться, но работой над ошибками в этом случае

придется заниматься уже после возможных нежелательных последствий.

Фирма «Печати»

Ул. Туркестанская 5, офис 502
 Тел. (3532) 94-42-94, 94-41-94

Кроме того, в ближайшее время фирма «Печати» приобретает новый лазерный гравер высокого качества для изготовления печатей. В комплект такого оборудования входят концентратор лазерного луча, линза с фокусным расстоянием 1 дюйм, специальная прецизионная плита. Такой лазерный гравер позволяет изготавливать гербовые печати по ГОСТ Р 51511-2001 и печати с уникальным макетом.



Алексей Геннадьевич (ООО «Нефтеэнергомонтаж»).

В рамках конкурса для учащихся ПУ №46 был проведен «Мастер-класс», на котором своим опытом поделился победитель областного конкурса профессионального мастерства среди сварщиков 2003 и 2005 годов Юрий Иванович Черкашов - начальник учебного пункта ЗАО «Оренбургнефтехиммонтаж». Глядя на то, как «будущие сварщики» с энтузиазмом наблюдали за мастером сварки, хочется отметить искреннюю заинтересованность молодежи в этой профессии.

Победителям вручены ценные подарки и соответствующие дипломы, а все конкурсантам награждены дипломами участников.

Благодарственными письмами Оргкомитета VI областного конкурса мастерства сварщиков организаций Оренбургской области и выставки сварочного оборудования и материалов «Сварка-2008» отмечены Головной аттестационный центр сварщиков, Оренбургский индустриально-педагогический колледж, ООО «Инвертор-плюс», Фирма «ЛС», ООО «Газтехмонтаж» и ООО «Оренбургблгаз».

На торжественной церемонии закрытия конкурса перед участниками выступили организаторы состязания, члены судейского жюри и наблюдатели. Они отметили, что почти половина участников показала уровень знаний и умений, достойный для представления на Всероссийских соревнованиях, что подтверждает значительный прогресс профессионализма конкурсантов. Они отметили, что такие конкурсы способствуют распространению передового опыта, стимулируют заинтересованность сварщиков в повышении квалификации, поднимают престиж профессии и, в конечном итоге, способствуют повышению технического уровня сварочного производства предприятий.

Подведены итоги VI областного конкурса профессионального мастерства среди сварщиков области

Он состоялся с 8 по 10 сентября 2008 года на базе Оренбургского индустриально-педагогического колледжа. В рамках конкурса была организована выставка сварочного оборудования и материалов «Сварка-2008». Организаторами выставки и конкурса стали Министерство промышленной политики и инноваций Оренбургской области, Оренбургский областной союз промышленников и предпринимателей.

В конкурсе приняли участие 57 специалистов от 36 предприятий области, большинство из которых уже не первый год направляют специалистов на соревнования с коллегами. Это такие предприятия, как ООО «Газпром добыча Оренбург», ОАО «Уральская Сталь», ОАО ПО «Стрела», ОАО «Оренбургблгаз», ЗАО «Оренбургнефтехиммонтаж», ОАО «Бузулуктяжмаш», ОАО «Новотроицкий цементный завод», ОАО «Новосергиевский механический завод», ООО «Рекстрем», ООО «Хунор» и многие другие.

Участникам конкурса предстояло продемонстрировать свои теоретические знания и выполнить непростое практическое задание. Наряду с опытными сварщиками в конкурсе приняли участие молодые. Средний возраст участников составил 36 лет. Самому молодому на момент проведения конкурса исполнился 21 год, самому опытному – 61 год. Молодые сварщики продемонстрировали высокий уровень мастерства и многие из них не уступили своим наставникам, отеснив прошлых призеров на 10-11 места. Практически во всех номинациях произошла смена лидеров. Для оценки профессионального мастерства сварщиков было образовано квалифицированное жюри, в которое вошли представители таких организаций и предприятий, как Аттестационный центр сварщиков Оренбургской области, Управление по тех-

нологическому и экологическому надзору Ростехнадзора по Оренбургской области, ООО «Газпром добыча Оренбург», ООО «Газтехмонтаж», ОАО ПО «Стрела» и другие.

Рассмотрев результаты практической и теоретической частей конкурса, жюри приняло решение признать победителями и присвоить звания «Лучший сварщик Оренбургской области 2008 года» в следующих номинациях:

«Газовая сварка»:

1 место - Ляшан Вячеслав Григорьевич (ООО «Газтехмонтаж»);

2 место – Федоров Владимир Иванович (ООО «Хунор»).

«Механизированная сварка»:

1 место - Васильев Сергей Владимирович (ООО «Газтехмонтаж»);

2 место – Маркин Алексей Михайлович (ЗАО «Оренбургнефтехиммонтаж»);

«Ручная аргонодуговая сварка»:

1 место - Сиднев Дмитрий Владимирович (ОАО «Уральская Сталь»);

«Ручная электродуговая сварка» среди аттестованных сварщиков:

1 место - Осипов Максим Александрovich (ЗАО «Оренбургнефтехиммонтаж»);

2 место – Куракин Александр Иванович (ООО «Газпром добыча Оренбург»);

2 место – Саламаткин Сергей Анатольевич (ООО «Газпром добыча Оренбург»).

1 место среди неаттестованных сварщиков «Ручной дуговой сварки» занял Самарцев

ИнтерИнертный Оренбург. Взгляд провайдера

В предыдущем номере журнала мы опубликовали обзор рынка интернет-провайдеров Оренбурга. Но сделали его неполным, представив лишь общую ситуацию на рынке и оценив потребности клиентов в тех или иных услугах. Сегодня мы дополняем обзор, вводя еще один взгляд на рынок – взгляд самих провайдеров.

Для этого мы приводим вам разговор, который на протяжении нескольких дней осуществлялся между представителем (к сожалению, по-желавшим остаться неизвестным) одного из крупнейших провайдеров региона и нашей редакцией. Конечно, такой разговор может быть и нашей выдумкой (это уж пусть решает каждый для себя), но тезисы, приводимые той или иной стороной, на наш взгляд, заставляют всерьез задуматься о понимании провайдерами проблем клиентов. Для полноты ощущений мы периодически будем цитировать и представителей компаний, которые открыто ответили на поставленные нами вопросы. Но, к сожалению, далеко не на все. В частности, нам так и не удалось убедить провайдеров региона в необходимости раскрыть данные по объему оказанных услуг, количеству и качеству абонентов, суммарному трафику. Отказ прикрывался банальным слово-сочетанием – «коммерческая тайна». Вот ответ, пришедший от «Волгателекома»: «На вопросы, связанные с количеством абонентов, распределению по видам доступа к Интернет, объему трафика, компания информацию не предоставляет».

С этого и начался наш разговор.

Редакция

То, что зажимают информацию – это ведь от осознания своей слабости, а не силы. Сильный демонстрирует достижения, слабый – скрывает недостатки. Просто бояться, что в рекламе – компания самая крутая, а на цифрах – так себе. Именно в этом и состоит главная коммерческая тайна. Прости, но я своим скучным умом не понимаю, что тайного в общем количестве клиентов или суммарном трафике. Только то, что цифры слабенькие и над ними могут посмеяться.

Провайдер

Наш целевой сегмент – малый и

средний бизнес. Это не consumer рынок. Для них имеет смысл готовить компретдложения и объяснять на личных встречах: почему, что сколько стоит, что приобретаем, каковы преимущества и т.д. Тупое сравнение цифр не даст картины владения услугой. Потому и не размещаем мы цен на сайте. Ну возьмет потенциальный клиент в руки сравнение твое, скажет: «Класс! Ух ты, как дешево у Х-телеkom подключение!». Да. Это так. И если сравнивать цены на рынке домовых сетей – там, да. Вполне приемлем такой подход. Качество услуги и пакет потребительский практически одинаков у ЭР-Телеkom, Уфанет, Корбины и КТС. Время подключения MTTD и восстановления сервиса MTTTR практически равны. Так что остается 2 последних компонента маркетинговой смеси: cost и communication, сиречь цена единовременного платежа и ежемесячные расходы + удобство общения с оператором (удобный для обслуживания офис, сотрудники, которые знают, что посыпать клиента матом – это не очень хорошо, и т.д.).

А между строк твоего сравнения не прочитает никто что «да ну на хрен этот Х-телеkom», потому как срок устранения проблем у клиента – космический, ежедневные перебои со связью и, как у сотовых операторов, – мгновенное отключение в момент, когда кончились деньги на балансе + необходимость клиенту договариваться о выводе 220В на крышу для питания абонентского комплекта (т.е. при проверке конфликт с пожарниками и ТСЖ). Кроме того, в таблице же не укажешь, что такая-то компания в течении всего срока действия договора вышедшие из строя или украденные абонкомплекты восстанавливают за свой счет (потому что все они страхуются за наш счет).

Это ведь тоже не будет видно за



Провайдеры о...

...конкуренции

Интересный аспект проявился, когда мы попытались выяснить у самих интернет-провайдеров лидеров рынка. Practically никто из них не оспорил лидерство ОАО «Волга Телеком» (по разным оценкам абонентская база лидера составляет от 70 до 75 тыс. абонентов Интернет), но при этом звучало тысяча оговорок. Какие-то из них были действительно объективными: крупнейшая телекоммуникационная компания региона обладает развитой инфраструктурой, мощнейшим штатом и финансовым ресурсом, практически не имеет проблем с прокладкой сетей. С другой стороны, каждый провайдер счел своим долгом отметить неповоротливость лидера, отсутствие эффективной политики, практическую невозможность решения конкретных проблем конкретного клиента, низкое качество услуг. Кроме того, ряд директоров отметили, что их компании являются лидерами в узком сегменте рынка. Так, **Артем Кошелев, директор «Кей-Телеком»**, считает, что его компания является лидером в сегменте «радиодоступ». Хотя, как мы уже отмечали, способ передачи данных для большинства клиентов не имеет никакого принципиального значения. Поэтому такое лидерство – условно, т.е. «сегментарный» лидер в целом на рынке может быть и во второй десятке.

По мнению **специалистов Оренбургского филиала ОАО «Волгателеком»**, оренбургский рынок еще не достиг насыщения – это развивающийся рынок, однако уже сегодня конкуренция на нем довольно высока. В самом «Волгателекоме» свое лидерство объясняют большим спектром предоставляемых услуг, в т.ч. ДВО, расширением клиентской базы и, обратите внимание, улучшением качества услуг и качества обслужи-

вания. Не высоким, а именно улучшением. Это называется – «а над качеством мы работаем». Т.е. у компании хватает такта не противоречить всем участникам рынка, заявляя о беспримерном качестве. Такая позиция вызывает уважение, тем более если работа над качеством действительно ведется. Пока же на виду только серьезные маркетинговые шаги, позволившие за последние годы уронить цену трафика в несколько раз. Мы уже отмечали в предыдущем обзоре, что сегодня рынок правит цена, и большинство провайдеров именно на этом делают акцент. Следом за ней идут: скорость передачи данных, условия подключения, дополнительные сервисы. Но, как считают в **ОАО «Волгателеком»** в скором будущем рынок цены сменится рынком качества: «Когда рынок сетевых услуг будет близок к насыщению, люди будут выбирать не цены, а качество услуг, предоставляемых операторами». И вот тут «альтернативные» операторы рынка вполне могут дать бой лидеру. Так что последнему некуда деваться, кроме как вкладываться в качество. Замечу как пользователь услуг «Волгателекома»: если год назад на решение проблем со связью уходило до суток (а дозвониться до службы техподдержки можно было вообще никогда), то сегодня проблема решается за несколько часов. Динамика есть (жалко только, что и проблемы тоже).

Не оригинален и **директор ООО «Алекс-Сети» Олег Вальтер**: «Лидирующие позиции на этом рынке занимают те компании, которые предоставляют низкие цены на оборудование и трафик, быстрое и качественное подключение».

Представители компании «ЭР-Телеком» не видят пока серьезной конкуренции на рынке: «Телекоммуникационные компании пока только осваивают российские пространства и сегодня являются скорее партнерами по структуризации рынка, нежели конкурентами. Однако этот период будет достаточно непродолжительным».

Вот как характеризует рынок **директор филиала «РТЦ-Оренбург» ОАО «Региональный технический центр» Дмитрий Никифоров**: «Рынок интернет-услуг в Оренбургской области сформирован, основные участники определены. Пока правила игры на рынке в значительной степени диктует фактический монополист ОАО «Волгателеком». В течении года ожидается выход на рынок Оренбурга еще не менее двух серьезных игроков».

строками, показывающими, что стоимость установочного платежа больше чем у оператора «XXX» и «YYY».

Редакция

Представь. Я клиент, хочу провести себе Интернет в офис (или сменить провайдера, который мне долго обходится при нестабильной связи). Начинаю искать варианты. Поскольку клиент я продвинутый, то Интернетом пользоваться умею. Мониторю предложения различных фирм, сравниваю различные заявленные в Инете позиции. Ну, плюс кое-какую аналитику почтываю (под этот критерий попадает и наш журнал).

Наши опросы показывают, что в большинстве случаев приоритетом является все же цена. ЦЕНА! Т.е. поиск я буду осуществлять именно по этому критерию (впрочем, не забывая о сервисах, качестве и условиях подключения).

И тут выясняется, что по цене идет жесткая конкуренция, что меня, как клиента, еще больше привлекает. Выбираю 2-3 компании для дальнейшего анализа и окончательного выбора. Но дело в том, что вас среди этих компаний уже нет – вы сознательно отключились от процесса выбора. Ваша ставка – прямые продажи, а это работа со связанными руками.

Провайдер

Ничего подобного. Я тоже так раньше думал. А сейчас, по итогам двух полных лет ведения статистики, могу сказать со всей определенностью, что отказ по причине дорогоизны, лишь около 40% отказов от заключения договора на услуги связи. О каком большинстве случаев речь, это же менее половины!

В Оренбурге работают именно прямые продажи. Транзакционный канал продаж ЗДЕСЬ, увы, не работает. Опыт крупных городов говорит о том, что такая модель вполне успешна, но в более мелких городах транзакционный канал и ориентация на входящие звонки – не работает. Пробовали мы это в 2006 году, причем по всей стране.

Редакция

Кроме того, такой подход (цена – это не главное, главное – качество и сервис) типичен для VIP-услуг. А это очень узкий сегмент потребителей. Да еще и очень капризный, требующий действительно «виповости», а не псевдо.

Провайдер

Точно! Именно в этом и состоит бизнес-модель развития на начальном этапе. Мы продаем дорого услугу высокого качества. Нам ниже лезть нельзя – там физлица. Выше – нет смысла. Там корпоративные клиенты, у которых и цикл продаж огромен и значение их оттока очень существенно.

Кроме того, чаще всего в организме того сегмента, что лежит выше нашей цели, уже есть подразделения (своего рода «придворные операторы связи»), занятые оказанием услуг связи аффилированным структурам. Нельзя объять необъятного, вот мы и работаем там, где нам хватает ресурсов и агри достаточно высокое.

Редакция

Что элитного, даже элитарного вы можете предложить потенциальному клиенту? Вроде, по моей информации, ничего особенного от остальных.

Провайдер

Конечно, ничего особенного. Ты ведь знаком с нашей услугой только заочно, по сайту, да еще по результатам поиска в Яндексах-гуглях.

Редакция

Так, а где я вас должен искать: инфы для выбора мало, менеджер ваш пока до меня не дошел, услуги – стандартные, цена – не известна? В чем маркетинговый ход?

А по поводу качества связи. Я думаю, что сейчас любой провайдер большой двойки-пятерки-девятки будет про связь конкурентов говорить приблизительно то же, что и ты: у нас все отлично, у конкурентов – сплошные сбои. И мне как потенциальному клиенту верить этим рассказам будет совсем не с руки. Причем, никому. А доказать ни ты, ни конкуренты то, что связь устойчивее, быстрее никогда не смогут. Ибо нет таких исследований и критериев. Поэтому и не верят нормальные клиенты таким рассказам. А раз нельзя оценить качество связи, то оценивают... что? Правильно, цену!

Провайдер

Дело тут не в поливании операторов помоями. Доказать надежность услуги клиенту можно и нужно. Причем не голословными утверждениями, а реальной статистикой. У любого оператора есть цифры, характеризующие среднее время восстановления сервиса за период. Дей-

ствительно, перебои связи по тем или иным причинам есть у всех. Поэтому надежность оценивается не по суммарному времени перебоев подачи услуги совокупно по клиентам и не по тому же показателю, но в среднем на одного клиента, а именно - по срокам восстановления сервиса. Это цифры, которые говорят красноречивее всего. Впрочем, в телекоме принято эти цифры оставлять для анализа операционной деятельности менеджменту компании, а клиенту предоставлять для ознакомления гарантированное время восстановления сервиса. Будешь опрашивать операторов, запрося хохмы ради такой параметр и сразу встанет ВСЁ на свои места. Обретут "вес" все декларации клиентоориентированности и надежности.

Редакция

Кстати, пока писал тебе ответ, позвонил представитель другого оператора. Я ему рассказал о нашей переписке, так он сказал неплохую фразу: "Раз реагируют на нас, значит, мы еще шевелимся. А помоев я сейчас на всех могу столько вылить, вот только ты же мне не поверишь?"

Давай вернемся к сервисам. На мой взгляд, нужно сначала сделать так, чтобы клиент к тебе пришел. Для этого, собственно, и существует маркетинг. И максимальное открытие инфы о себе и услугах - это серьезный маркетинговых ход. Позиция: ну ты же у нас не был, поэтому о нас ничего и не знаешь, она несколько ущербна. А что вы сделали, чтобы я к вам зашел? Чем меня привлекли?

Кто-то привлекает ценой (кстати, 40% отказа из-за цены - это просто огромная цифра, на мой взгляд, а ведь есть еще и показатель выбора из-за цены - он более объективен, там цифры 55-57%), кто-то рекламными акциями. Кто-то стоимостью подключения. В 70% случаев - это материальная выгода. А качество, причем подтвержденное данными только самой компании, - это голословщина. У тебя есть результат независимого аудитора качества связи? Причем авторитетного? Нет? Тогда, свои собственные данные можешь нарисовать какие угодно (что, не сомневаюсь, и сделают все компании, если бы мы задали им вопрос про время восстановления сервиса). Кто может дать независимые объективные данные? Это как про вкус колбасы спорить: вроде все едят, только у

каждого свой любимый сорт. Объективности здесь никогда не будет.

Провайдер

Не, ты не понял. Важен сам факт - декларирует оператор этот параметр или даже не думает об этом. Я больше чем уверен, что спроси ты о том, сколько у кого среднее время восстановления сервиса и прописано ли оно в договоре с клиентом, - будешь поражен задумчивостью собеседников. У нас в договоре указано предельное время. Если этого не сделано - нам можно выкатить претензию. А это уже не "вкус колбасы", а реальные потери дохода и реальная палка в руках клиента. Чего греха таить - мы по этим претензиям теряем деньги.

Вообще, ты в Связьнадзоре-то был при подготовке материала? Полный перечень операторов есть только у них. Цифры тебя приятно поразят. Например, только тех, кто имеет лицензию на дальнюю связь в Оренбуржье, аж 64 штуки было на начало года, а уж более мелких, типа нас, так вообще сотни. Кроме регулятора рынка тебе тут никто толком не поможет.

Редакция

По поводу Связьнадзора. Нет у них ничего. Вернее есть, но давать не хотят. Пробить эту стену трудно. Кроме того, меня волнуют не игроки с лицензиями, а игроки, которые работают. Именно среди них выбирает клиент. Ему моя статья и должна помочь. Он не будет запрашивать инфу в Связьнадзоре, он будет искать ее там, где она доступна. Именно в яндексах-гуглях. Поэтому твоя ирония здесь не очень понятна.

Провайдер

Ирония моя вполне понятна. Ты выступаешь с позиции клиента и ни фига не видишь подводных камней, одни цены в голове. Представь, что клиент подключился к оператору, проработал месяц, другой, третий. Все нормально. А потом наступает квартальная проверка "Россвязьохранкультуры" (как-то так по-новому зовут "Связьнадзор"). Он выявляет факт использования оператором частот, на которые нет разрешения, или тот факт, что лицензия просрочена. Соответственно выносится постановление, оператор штрафуется и т.д., вплоть до конфискации оборудования. Что делать клиенту в этом случае? Кусать локти от того, что не проверил лицензии и срок их дей-

... качество

Для успешной работы на телекоммуникационном рынке недостаточно просто построить сеть, даже технически совершенную. Важно обеспечить максимально комфортный сервис. Это утверждение верно для любого бизнеса, в том числе и для телекоммуникационного. Утратить доверие клиента легко. И если это произойдет, он уже вряд ли вернется - ведь других вариантов достаточно. Выбирать провайдера можно по многим параметрам - по стоимости услуг, по известному бренду. «Но пройдет еще немного времени, и стоимость предоставления услуг по широкополосным сетям у всех ведущих операторов унифицируется, - прогнозируют специалисты компании «ЭР-Телеком», - как сейчас это происходит на рынке мобильной связи. И вот когда все остальные параметры станут одинаковыми, клиент выберет услуги того провайдера, с которым надежно и удобно работать каждый день. Это и есть лучший сервис».

С ними согласен **директор филиала «РТЦ-Оренбург» ОАО «Региональный технический центр» Дмитрий Никифоров**: «Качество услуг пока, увы, - на втором плане, но в дальнейшем значимость этого фактора будет только расти. Наша компания, как часть крупного федерального оператора, придает большое значение уровню сервиса».

... проблемах

По мнению **директора ООО «Алекс-Сети» Олега Вальтера**, основные проблемы, с которыми сталкиваются провайдеры, - это высокая стоимость трафика от магистральных провайдеров и низкая техническая грамотность пользователя, а так же отсутствие высококвалифицированных специалистов.

«Высокая стоимость интернет-трафика - общая проблема многих российских регионов, в т.ч. Оренбургской области, - считает **Дмитрий Никифоров**. - В ближайшее время цена на оптовый трафик будет снижаться, в связи со строительством магистральных линий связи. Свои магистральные каналы строит в стране и «КОМСТАР-ОТС».

Монополия МРК на «последнюю милю» имеет общероссийский характер. Доступ альтернативным операторам к ней фактически закрыт. В результате ставка делается на строительство собственных сетей, что в будущем должно привести к уменьшению себестоимости услуги и соответственно - сни-

жение тарифов для конечных пользователей». Еще одну проблему для развития рынка он видит в том, что в области относительно мало домохозяйств имеют компьютеры.

А вот директор «Кей-Телеком» Артем Кошелев считает, что основная проблема рынка сегодня – это его перенасыщенность. Еще одна проблема – это профессионализм сотрудников. По его мнению, это обусловлено узкой специализацией деятельности, соответственно компании ведут борьбу за ценных сотрудников, переманивая их друг у друга.

... кадрах

Интересную философию воспитания кадров демонстрирует **компания «ЭР-Телеком»**: «Сейчас на рынке труда продолжается жесткая конкуренция, которая будет только усиливаться. Именно поэтому принципиальная позиция нашей компании – Личность стоит дороже, чем профессионализм. Личность – это та основа, тот базис, на котором строится профессионал».

А вот Дмитрий Никифоров, директор филиала «РТЦ-Оренбург» ОАО «Региональный технический центр», считает, что конкуренции скорее нет, однако факт «перетекания» сотрудников имеет место. «По моим наблюдениям, при достижении определенного уровня профессионализма сотрудников, они стараются найти работу в Москве и в других регионах с более высокими уровнями заработной платы».

... роли государства

Директор ООО «Алекс-Сети» Олег Вальтер считает, что контроль за рынком необходим, чтобы не допустить монопольного положения крупных игроков: «Несомненно, регулирование данного рынка необходимо, это гарантирует качественное обслуживание пользователей и возможность роста местных интернет-провайдеров. Поскольку данный вид услуг очень популярен сейчас, растет количество фирм, их предоставляющих. Однако есть опасения, что крупные интернет-провайдеры поделят рынок между собой, не оставляя выбора пользователю».

А вот Артем Кошелев не видит необходимости дополнительного вмешательства регулирующих органов: «Регулирование рынка интернет-провайдеров осуществляется со стороны Правительства РФ, что, с нашей точки зрения, является достаточным».

ствия при оформлении договора на услуги связи. Кстати, когда выдается лицензия, то проводится аудит всех параметров связи оператора. Тем самым контролирующим органом.

Редакция

По лицензиям. Если я лох, и не проверил лицензию и не прописал штрафные санкции за срыв в договоре – так мне и надо. Тут обсуждать нечего. Для серьезного клиента такие действия – автоматом.

Моя позиция – позиция клиента – она единственно верная. Я потребитель услуг – я выбираю, кому отдать деньги. Значит, все мои критерии выбора верны.

А вот про аудит давай поподробнее. Ты утверждаешь, что у каждого провайдера есть сертификат (или заключение), в котором говорится, какая пропускная способность его канала, максимальная нагрузка, время отклика, в том числе и его реакции на проблемы абонента. Если это так, то почему эти цифры скрываются провайдером? И как можно измерить реакцию на проблемы абонента? Секундомером и представителем аудитора? Если же этот параметр устанавливает сам провайдер (как вы себе), то что мне мешает заявить клиенту, что все проблемы будут решены в течение 3 часов. Потом могут быть претензии? Да, убытки возможны. Но, во-первых, далеко не все клиенты будут их требовать. Во-вторых, проблемы можно объяснить чем угодно, и 3 часа превратятся в 10. В-третьих, есть множество условий, которые клиент наверняка не соблюдает, а их можно забыть в договор и только при их соблюдении давать 3 часа. В общем, таких хитростей много. А во всеуслышание заявить – 3 часа. Как ноутбук за 1000 рублей (но только по воскресеньям, в 6.45 утра, при наличии банки меда и рога носорога).

Только пойми правильно, я думаю, что заявленное у вас время – честное. Но для клиента это преимуществом не является. Ибо у конкурента – 3 часа.

Но в целом ваш рынок характеризует такой параметр, как практический полная закрытость информации. Т.е. есть прайс-лист и перечень дополнительных услуг. И то, и другое, по сути, – реклама. Серьезной же информации, в том числе и той, о которой говоришь ты, практически нет.

А если кто-то и делает попытку

добиться ее получения (как мы своим обзором), то наталкиваемся на такие эфемерные и абсолютно пустые в применении к данному рынку понятия, как «коммерческая тайна». Но об этом я тебе уже писал.

А вы пробовали продавать услугу высокого качества недорого? Мне кажется, что в условиях ценовой конкуренции это самый верный шаг.

Провайдер

А вот и нет. Опять взгляд не журналиста, а потенциального клиента: цену ниже – самое главное. Открою тебе еще одну сокровенную тайну. Пробовали. Снижение платы за подключение (пробовали до 1000-3000 рублей) дает существенный прирост абонентской платы, который через 6-8 месяцев нивелируется оттоком абонентов. За этот период они своими регулярными платежами не могут покрыть убытки, понесенные из-за отсутствия единовременных установочных платежей. Наращивание абонентской базы такими методами выгодно только тем компаниям, которые пытаются себя продать.

И, кстати, в наших анкетах среди причин отказа от нашей связи «дороговизна» стоит далеко не на первом месте.

Редакция

А вот причины отказа, которые люди указывают в анкетах, – это просто. Мало кто из бизнесменов (а именно с ними вы работаете) решится вот так вот запросто сказать в анкете «да у меня на вашу связь денег нет» (как бы ответ не был сформирован, его суть именно такая). Это удар не только по самолюбию, но и по престижу, если вдруг кто узнает. Поэтому причину отказа проще написать любую – вплоть до слишком длинной юбки секретарши генерального директора провайдера. Проверить же все равно никто не сможет да и не будет. Да и отказ из-за цены, и выбор из-за цены – ну очень разные вещи. Как раз на те 30-40 %, на которые не совпадают данные наших исследований и твоих.

Впрочем, наш спор может продолжаться до бесконечности. Спасибо тебе, Провайдер, что своими честными комментариями дал возможность нам, твоим реальным и потенциальным клиентам, хоть немного приблизиться к пониманию того, как ты ведешь бизнес.

Беседу с Провайдером записал
Денис Минаков.

Региональный бюджет 2009 года будет дефицитным

Положительная динамика развития Оренбургской области позволяет ставить амбициозные задачи и на перспективу. Ежегодный экономический рост планируется на уровне 108-109% за счет повышения конкурентоспособности предприятий, усиления инновационной и инвестиционной активности.

Доходы консолидированного бюджета на 2009 год прогнозируются в размере 67 млрд рублей, что на 38% больше уровня 2007 года. Расходная часть бюджета предусмотрена в сумме 76 млрд рублей, что на 29 млрд рублей больше расходов 2007 года (рост 61%).

По словам чиновников, при формировании первого трехлетнего бюджета, как и в прошлые годы, было сделано все, чтобы он имел ярко выраженную социальную направленность. Так, на образование, здравоохранение, культуру, физическую культуру и спорт, социальную политику будет потрачено 70% от всего объема расходов.

В проекте бюджета предусмотрено увеличение фонда оплаты труда бюджетников на 30%, повышение с 1 января 2009 года МРОТ с 2500 до 4330 рублей. В целом повышение оплаты труда обойдется консолидированному бюджету в 5 с лишним млрд рублей. Параллельно возрастут все денежные выплаты, производимые из бюджета области. Их общий объем оценивается в размере около 30 млрд рублей, что на 5,6 млрд больше, чем в текущем году. То есть предстоит «выдавать людям на руки» половину собственных доходов. В 2009-2011 годах будет продолжено финансирование инвестиционных проектов. Наряду с легкой промышленностью из областного бюджета оказывается поддержка машиностроительному комплексу в виде субсидирования процентных ставок по взятым кредитам.

Большие надежды возлагаются на малый и средний бизнес. Увеличение его доли в экономике будет достигнуто за счет роста государственной поддержки субъектов предпринимательства. Опережающее развитие агропромышленного комплекса предстоит обеспечить за

счет увеличения господдержки и более полного внедрения ресурсосберегающих технологий. В 2011 году прогнозируется довести объем продукции данной отрасли до 78,4 млрд рублей.

На реализацию областной целевой программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции и продовольствия на 2008-2012 годы» только из областного бюджета планируется за 4 года направить 22,5 млрд рублей. Общий объем финансирования программы составит более 37 млрд рублей.

С 2008 года из бюджета области прекращено субсидирование предприятий, т.е. население будет платить 100% расходов. В то же время почти 400 млн руб. выделяется на предоставление гражданам субсидий по оплате услуг ЖКХ. При этом предлагают оформить субсидию тем, чьи расходы на оплату жилья и «коммуналки» превышают 18% (!) совокупного дохода семьи.

Дорожное хозяйство в 2009 году получит 7,4 млрд рублей, что в 1,5 раза выше расходов текущего года. Поскольку в этом году практически завершается газификация области, высвобождающиеся средства будут направлены на дорожное строительство. К 2010 году объем указанных расходов должен достичь 5 млрд рублей. На благоустройство дорог муниципальных образований в бюджете запланировано около 500 млн рублей. Говоря о приоритетах в этой отрасли, губернатор обратил особое внимание на необходимость строительства межпоселковых дорог, особенно тех, по которым перевозят школьников.

Глава области подробно остановился на реализации крупного инфраструктурного инновационного проекта по созданию международного транспортного коридора «Западная Европа – Западный Китай», участок которого пройдет по территории Оренбуржья.

В ходе V Форума руководителей приграничных регионов России и Казахстана, состоявшегося в Актобе, в присутствии президентов Дмитрия Медведева и Нурсултана Назарбаева, министром транспорта РФ Игорем Левитиным и министром транспорта и коммуникаций РК Сериком Ахметовым был подписан Меморандум о сотрудничестве и развитии автомобильных дорог. В соответствии с этим документом ввод российского участка транспортного коридора планируется на 2013-2014 годы.

В консолидированном бюджете области расходы на образование предусмотрены в объеме 17,4 млрд руб., на здравоохранение и спорт – 12,6 млрд руб., или на 5 млрд выше уровня 2007 года. В 2009 году также будет обеспечено финансирование областной целевой программы «Дети Оренбуржья» - 65 млн рублей.

В сфере капитального строительства средства будут направляться на завершение начатых объектов и лишь в исключительных случаях - на новые. На эти цели в областном бюджете предусмотрено: на 2009 год - 6,4 млрд рублей, на два последующих года ешё 16 млрд рублей. Алексей Чернышев заявил, что приоритетным будет строительство тех объектов, которые имеют софинансирование из федерального бюджета.

В 2009 году будет обеспечено финансирование областных целевых программ: «Социальное развитие села до 2010 года» - более 784 млн руб., «Развитие ипотечного кредитования» - 345 млн руб., «Обеспечение жильем молодых семей» - 373 млн руб., «Переселение граждан из ветхого и аварийного жилого фонда» - почти 100 млн руб. Кроме того, предусматриваются субвенции органам местного самоуправления на обеспечение жильем по договорам социального найма в размере 250 млн рублей.

Губернатор подчеркнул, что через реализацию этих программ органы власти помогут гражданам лишь в частичном решении жилищных проблем. Бесплатным будет только социальное жилье, но на его строительство в областном бюджете предусмотрено всего 200 млн рублей.

В Актюбинске прошел форум глав приграничных территорий

В Актюбинске в сентябре состоялся V Международный форум глав приграничных территорий с участием президентов двух стран, Дмитрия Медведева и Нурсултана Назарбаева.

Свои достижения на форуме представили более 25 областей и регионов России. В рамках этого события обсуждались вопросы продовольственной и энергетической безопасности, состоялись бизнес-форум крупнейших предпринимателей обеих стран и выставка товаропроизводителей.

Развитие промышленности Оренбургской области было представлено проектом широкомасштабной реконструкции сталеплавильного и прокатного производств ОАО «Уральская Сталь». Итогом завершающейся на комбинате реконструкции стало увеличение объемов производства стали до 2 млн тонн в год, а также возможность создания специальных марок стали высоко востребованных на рынке. Всего после реконструкции комбинат станет выпускать более 4 млн стали в год.

«Для нас очень почетно участие в Форуме руководителей приграничных регионов двух государств, - говорит Владимир Саранцев, коммерческий директор ОАО «Уральская Сталь». – Граница с Казахстаном у нашей области самая продолжительная, поэтому развивать отношения необходимо. Цель участия в форуме – продемонстрировать собственные инновационные достижения и посмотреть на успехи других предприятий области и стран. «Уральская Сталь» плодотворно сотрудничает с казахстанскими партнерами уже долгое время. Участие в выставке создает дополнительный стимул для расширения партнерских отношений».

На форуме «Иновации и инвестиции – 2008» впервые демонстрировались достижения местных ВУЗов

Оренбургским областным союзом промышленников и предпринимателей совместно с Министерством промышленности и инноваций Оренбургской области 1-3 октября т.г. в

Оренбурге проводился региональный Форум: «Иновации и инвестиции -2008».

В дни работы форума состоялась презентация инновационных продуктов более 50 предприятий регионов России, в том числе 24 представителей Оренбургской области (ООО «Газпром добыча Оренбург», ОАО «Оренбургнефтепродукт», ОАО «ПО «Стрела», ОАО «Гидропресс», ОГУ и др.). Участники и гости ознакомились с экспозицией предприятий Новосибирска, Челябинска, Екатеринбурга, Москвы, Санкт-Петербурга и Оренбургской области, представивших инновационные разработки в области нефтехимии, машиностроения, медицины и других отраслей.

В рамках форума состоялся круглый стол на тему: «Перспективы расширения использования природного газа в Оренбургской области». В ходе заседания участники приняли решение активировать работу по данному вопросу и внесли предложение по активному использованию компримированного газа в Оренбургской области в Комиссию по размещению производственных мощностей.

В рамках форума состоялась научно-практическая конференция «Иновационно – промышленный потенциал Оренбургской области», на которой рассмотрены вопросы состояния инновационной инфраструктуры региона и координация инновационной деятельности на государственном, региональном и корпоративном уровнях.

По мнению экспертов, результаты форума: «Иновации и инвестиции -2008» свидетельствуют об успехе данного мероприятия, что, безусловно, положительно скажется на инновационном развитии предприятий Оренбургской области.

В «Газпром добыче Оренбург» перевыполнен план за сентябрь

В ООО «Газпром добыча Оренбург» подведены итоги выполнения плана за сентябрь 2008 года. Превышен запланированные объемы по добыче газа, конденсата, нефти.

План по переработке газа перевыполнен на 0,7 процента, нестабильного конденсата - на 31 процент, нефти - на 1,3 процента. Гелия произведено больше намеченного на 3,1 процента, этана - на 2,2%, широкой фракции легких углеводородов - на 0,3%, одоранта - на 16,3 процента.

Комбинат «Южуралникель» пополняет парк ж/д цеха

ОАО «Комбинат «Южуралникель», входящий в компанию «Мечел», пополняет парк подвижного состава железнодорожного цеха.

В железнодорожный цех ОАО «Комбинат Южуралникель» прибыли очередные думкары, предназначенные для вывоза из плавильного цеха гранулированного шлака. Думкары изготовлены «Орским вагоностроительным заводом», что позволяет оперативно решать технологические вопросы изготовления, учитывая все пожелания заказчика, исключить затраты на транспортировку вагонов до комбината. Всего в 2008 году для железнодорожного цеха закуплено 11 новых единиц подвижного состава и отремонтирована ходовая часть тележек десяти думкаров.

«УралСиб» застраховал воздушные суда авиакомпании «Orenair»

По условиям договора АВИАКАСКО сроком на один год застрахованы три пассажирских самолета средней дальности ТУ-154, которые выполняют внутрироссийские и международные рейсы. Общая сумма ответственности по ним составила более 78,9 миллионов рублей. Страховой полис покрывает все риски, связанные с повреждениями, гибелью или пропажей без вести воздушных транспортных средств.

В Оренбурге возрождается традиция чествования передовиков производства

В ноябре 2008 года состоится II городской слет передовиков производства «Человек труда». Его участниками станут победители конкурсов профессионального мастерства, лучшие в своей профессии.

Руководителям предприятий и организаций различных отраслей и сфер экономики Оренбурга необходимо было представить до 14 октября 2008 года в Комитет экономики и перспективного развития администрации города (ул. Советская, 60, каб. №529) сведения о работниках (с указанием полного наименования предприятия, ФИО, занимаемой должности и профессии), прошедших конкурсный отбор профессионального мастерства.

За дополнительной информацией обращаться по тел.: 98-73-02, 98-73-93, 98-70-24.

Свое и чужое

Наиболее известными и престижными часовыми брендами выступают Patek Philippe, Breguet, Vacheron Constantin, Bovet, Franck Muller, Maurice Lacroix, Perrelet, Zenith – швейцарские и отчасти немецкие марки. Изделия упомянутых марок – показатель престижа и высокого статуса их обладателя, они не занимают первых мест по объемам про-



Constantin, в 2005 г. отпраздновавшая свое 250-летие.

Какая «швейцария» действительно элитна?

Классифицировать все часовые бренды на определенные слои или группы весьма затруднительно. Обычная градация идет по нарастающей: средний класс, бизнес-класс, премиум, люкс. Но вот с разносной брендов по этим категориям возникают проблемы: такое распределение зависит от территории продажи и даже от субъективного мнения каждого отдельного продавца или коллекционера. Ни у кого не вызывает сомнений, что часовая корона образована, как минимум, пятью выше упомянутыми марками, к которым можно присовокупить еще ряд других (по разным оценкам группу «люкс» образуют до 30 брендов). Фирмы такого уровня полагают ниже своего достоинства открывать свои салоны

но с президентом компании, господином Филиппом Штерном, после чего, если вам дадут добро на право ношения этих часов, то они станут вашими... через 5 лет! В год часов этой модели выпускают всего несколько штук, и за каждым экземпляром выстраивается длинная очередь.

Спускаясь чуть ниже по лиху закрученной лестнице башни часовых брендов, попадаем в премиум-сегмент, гра-



Время за деньги

Время – своего рода придуманная человеком абстрактная сущность – в обязательном порядке на всем протяжении истории человеческой цивилизации сопровождается приборами для своего (желательно) точного измерения. Время, конечно, ни за какие деньги купить нельзя, но зато можно купить прибор, который не позволит ни одной доле секунды проскользнуть незамеченной. Речь пойдет о самых точных и надежных наручных часах и, как показывает практика, наблюдать за точным ходом времени – удовольствие не из дешевых.

даж. Лидеры рынка в этом вопросе – так называемая большая четверка: Rolex, Omega, Cartier и TAG Heuer, которые также относятся к весьма уважаемым маркам.

Фактором, помесяющим часовой бренд на самый высокий уровень, является наличие собственного производства деталей для готовых изделий или, как принято говорить, своей мануфактуры.

Тем не менее мануфактура – это способность фирмы самостоятельно производить базовые механизмы и основные детали, а не все составляющие своих часов. По сути, не существует ни одной фирмы, производящей абсолютно все детали для готовых часов. Многие марки пытаются позиционировать себя как мануфактурные, хотя на самом деле таковыми не являются, истинные мануфактурщики – лишь немногие. В этом узком списке можно встретить такие бренды как Bovet, Franck Muller, Patek Philippe, Breguet, Vacheron Constantin. История производства часов этих марок длится уже более ста лет. Старейшей мануфактурой является Vacheron



и представлять свою марку в городах, с численностью населения менее 1 млн чел., независимо от наличия спроса на их продукцию в этих городах.

Вообще, помимо демографии, существует целая система критериев отбора будущих мест продажи и даже... потенциальных владельцев таких часов! Так, к примеру, чтобы заиметь эксклюзивные часы «Sky Moon Tourbillon» от Patek Philippe (стоимостью, кстати, около 1 млн дол.) нужно пройти собеседование лич-

ницы которого, как уже отмечалось выше, плавают, и разные специалисты по-разному его выделяют. Специалисты ТД «Диамант», одного из крупнейших продавцов швейцарских часов на оренбургском рынке, помещают на эту ступень Omega, Maurice Lacroix, Perrelet, Carl F. Bucherer. По мнению же другого нашего эксперта, эти бренды едва ли дотягиваются до нижнего сегмента бизнес-класса, в который «Диамантом» зачисляются Rado, Raymond Weil, Longines. Еще ниже располагается эконом-классика, например, Auguste Reymond.

Помимо линейной градации, можно выделить также особые группы, такие как «фэшн» и «спорт». К первой относятся все часы, выпускаемые под известными торговыми марками: Gucci, Versace, Guy Laroche и т. д. Сегмент «спорт» может быть выделен на основании специфических признаков и назначения изделий. К примеру Oris швейцарский бренд, «одевающий» пилотов гонок «Формулы-1», а точнее команду BMW-Williams.

Что такое «GRANDE Complication»?

Группу изделий, объединенных названием «GRANDE Complication» можно охарактеризовать так: «В этих часах есть все, что может быть в часах, и даже больше». В это «больше» могут входить, например, индикатор лунных фаз и карта звездного неба и другие еще более необычные функции. К часам в высшей мере усложненной комплектации относятся упомянутое чуть выше творение мастеров фирмы Patek Philippe - «Sky Moon Tourbillon». Механизм этих часов, состоящий из более чем 1720 деталей и 55 драгоценных камней, заключает в себе около 25 функций: вечного календаря с ретроградной стрелкой даты, минутного репетира, турбийона, дисплея звездного времени, а также отображения ночного неба с движением звезд, орбиты и фаз Луны. Уникальная карта звездного неба северного (или по запросу южного) полушария, выполненная из драгоценных металлов, находится на обратной стороне часов под прозрачным сапфировым стеклом и отображает движение звезд и Луны, меридиан прохождения Сириуса и Луны, а также призывающую и убывающую фазы Луны. В дополнение к этому, две стрелки, исходя

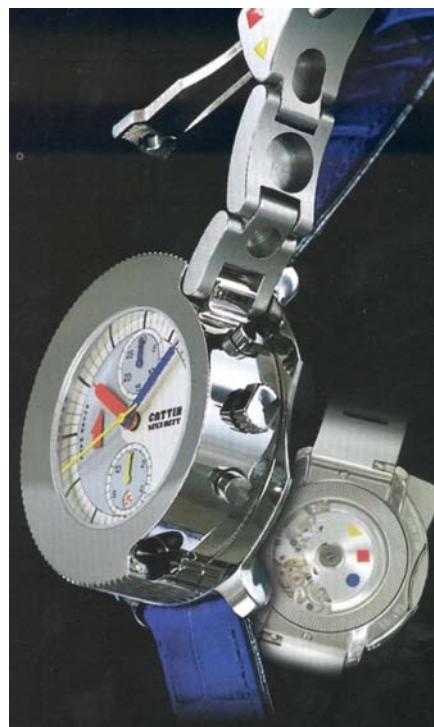


ящие из центра, показывают звездное время по 24-часовой шкале. Часы «Sky Moon Tourbillon» являются самыми сложными наручными часами, входящими в обычное производство компании Patek Philippe, кроме того, это одни из самых сложных часов в мире.

Обратите внимание на присутствие в названии слова «турбийон». Турбийон - механизм, компенсирующий влияние гравитации Земли на точность хода часов, когда они находятся в вертикальном положении. Представляет собой анкерный механизм, помещенный внутрь мобильной платформы с балансом в центре, и совершающий полный оборот вокруг собственной оси за одну минуту. Изобретен в 1795 году Абрахамом Луи Бреге (A.L.Breguet).

Все опрошенные нами эксперты на вопрос «Для чего нужен турбийон в наручных часах?» отвечали единодушно и кратко: «Для понтов». На самом деле, это очень дорогой и сложный механизм, стоимость часов, оснащенных турбийоном, стартует с отметки 30 тыс. дол. Но дело в том, что механизм этот был придуман в далеком 1795 г., когда часы носили не на руке, а в кармане. «На сегодняшний день смысл и необходимость турбийона в наручных часах фактически отпадают, так как механизм, зафиксированный на запястье, за минуту тысячу раз меняет свое положение в пространстве относительно вертикальной плоскости», - объясняет сертифицированный часовой мастер салона «Диамант» Дмитрий Джунджузов.

Кроме всего прочего, часы могут быть не просто точными, а особо точными, то есть хронометром. Хронометр - особо точные часы, прошедшие ряд тестов на точность и получившие соответствующие сертификаты. Погрешность хода хронометров составляет всего несколько секунд в сутки при использовании в обыч-



ных температурных интервалах.

Существуют и другие специфические группы швейцарских часов, например, авиационные хронографы, специальные модели для ныряльщиков и т. д.

Но основной потребитель таких изделий - это, конечно же, не пилоты и водолазы, а бизнесмены и политики, для которых важен сам бренд, дизайн, а также, естественно, набор функций.

Почувствуй разницу!

Действительно, в чем разница между часами за 100 долларов и за 100 тыс. долларов? Основными критериями при определении цены выступают преимущества и особенности корпуса, редкость, уровень сложности и качество механиз-

СЛОВАРЬ

Автоматические часы (часы с автоподзводом) - часы, в которых главная (западная) пружина взводится при движении руки благодаря вращению инерционного ротора вокруг своей оси. Первый механизм автоподзвода был изобретен Абрахамом-Луи Переле (Abraham-Louis Perrelet) в 1770 году. Современный механизм автоподзвода был впервые реализован в 1931 году компанией Rolex.

Апертура - небольшое отверстие (окно) в циферблате часов, в котором дается текущая дата, день недели и т.д.

Багет - часовой механизм удлиненной прямоугольной формы, способ огранки драгоценных камней в виде прямоугольника.

Индикатор запаса хода - индикатор в виде дополнительного сектора на циферблате, показывающий степень завода

главной пружины механических часов. Он показывает время, оставшееся до остановки часов, либо в абсолютных единицах - часах и сутках, либо в относительных.

Камни - термин, применяемый для обозначения часовых деталей, изготовленных из рубинов, сапфиров или гранатов как синтетических, так и натуральных, которые используются с целью уменьшения трения между металлическими деталями.

Репетир - сложные механические часы, имеющие дополнительный механизм, предназначенный для индикации времени с помощью звуков разной тональности. Обычно такие часы, при нажатии на специальную кнопку отбивают часы, четверти часа и минуты. В моделях Grand Sonnerie часы и минуты отбиваются автоматически, хотя могут указывать время и при нажатии на кнопку.

Скелетон - часы с прозрачным циферблатом и задней крышкой, сквозь которые виден механизм. Детали механизмов таких часов украшают ручной гравировкой, покрывают благородными металлами, а иногда декорируют драгоценными камнями.

Устрица - одна из самых известных моделей Rolex, а также запатентованный этой фирмой способ двойной герметизации механизма часов, предохраняющий его от внешних воздействий.

Частота колебаний баланса определяется числом полуколебаний балансового колеса в час. Баланс механических часов обычно делает 5 или 6 полуколебаний в секунду (т.е. 18000 или 21600 в час). В высокочастотных часах баланс делает 7, 8 или даже 10 полуколебаний в секунду (т.е. 25200, 28800 или 36000 в час).



ма. Немаловажную роль также играет дизайн и престижность самой марки.

Что делает часовой механизм дорогим? Это отнюдь не золото, сапфиры и рубины, а первую очередь его размер и толщина.

Основная причина разницы в стоимости больших и маленьких механизмов кроется в сверхсложности и трудоемкости при изготовлении миниатюрных компонентов и деталей. Например, кулачок для механизма с минутным репетиром размером в 18-20 линий обойдется в 2 тыс. дол., а тот же 10-линейный репетир может достичь цены в 10 тыс. дол.!

Аналогичная ситуация складывается и в отношении толщины механизма: чем тоньше – тем дороже. Работа над такими механизмами требует исключительной точности и строгости исполнения и может быть даже более сложной, чем изготовление меньшего в диаметре механизма. Стоимость изготовления цилиндрического баланса для сверхтонкого механизма может быть в 20 раз дороже, чем та же операция для часов обычного размера.

Из Марианской впадины – на Луну

Чтобы подчеркнуть техническое совершенство и исключительную надежность своих часов, многие известные швейцарские бренды устраивают им испытания, достойные книги рекордов Гиннесса.

Rolex, к примеру, специально для подводных экскурсий профессора Пикарда, который на батискафе «Триест» в 1960 г. исследовал океанские глубины, изготавливал модель Deep Sea Special Oyster. Эти часы, будучи закрепленными на корпусе батискафа, совершили вместе с ним погружение на дно Марианской впадины и при этом испытывали давление больше тонны на 1 кв. см. Однако корпус не пропускал воду даже на глубине 10916 м., а обычный серийный механизм

продолжал работать.

Хронограф Speedmaster Professional от Omega был признан официальными часами НАСА и сопровождал астронавтов, в том числе, и во время экспедиции на Луну в 1969 г. Эти часы на очень длинном ремешке из нейлона были надеты на запястье всех членов экипажа прямо поверх скафандра.

Вообще швейцарские часовщики очень любят увлекаться темой астрономии, и одной из вершин такой страстной увлеченности выступает модель Planetarium Copernicus от Ulysse Nardin. Вместо привычного циферблата нашему взгляду предстает календарное кольцо с планетарным диском внутри, по которому можно считывать месяц и день недели, соответствующие точному солнечному времени, положение знаков зодиака и расположение в них шести планет Солнечной системы относительно оси Земля-Солнце, а также движение фаз Луны. Ну и, конечно же, кроме всего прочего, эти часы еще и показывают текущее время.

Находясь в постоянном поиске новых возможностей удивить публику, швейцарские мастера создают все более необычные и порой даже сумасшедшие модели. Одно из интереснейших творений такого рода – прозрачные часы Quinting, «сердце» которых состоит из 11 «невидимых» кристаллов сапфира, 6 из них представляют зубчатые колеса, сообщающие движение шести часовым стрелкам. Механизм состоит из четырех моторчиков, спрятанных внутри корпуса. На разработку «невидимки» ушло более 2 лет, и общий тираж составляет около 300 экземпляров.

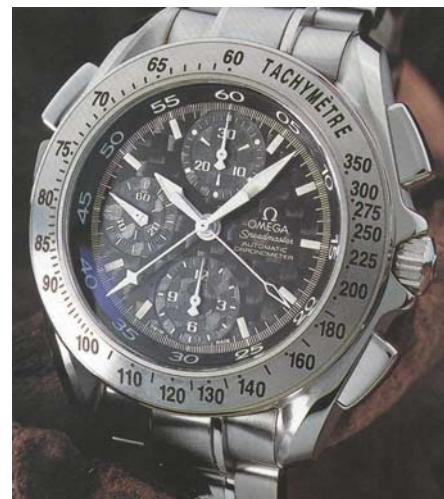
А что у нас?

Так что же из всего этого изобилия, великолепия и образцов часовой неординарности можно найти в нашем провинциальном Оренбурге? Как оказалось, улов не так уж и скучен: у нас есть все

бренды, перечисленные во втором разделе в классах «премиум» и «бизнес», а также в Оренбурге достаточно широко представлены «фэн-бренды». Конечно, марок «люкс» в нашем городе нет, и, как прогнозирует директор салона «Диамант» Александр ..., в обозримом будущем и не будет. Просто не доросли мы еще.

Разброс цен на представленные изделия довольно широк: от 20 до 650 тыс. руб., каждый бренд отличается какими-то своими особенностями, выделяющими его на общем фоне. Например, для Omega это запатентованный коаксиальный спусковой механизм, уменьшающий трение деталей, тем самым увеличивающий срок службы изделия. Фишка Patek Philippe – двойной ротор автоподзавода, Oris – это массивный корпус и каучуковые ремешки, Longines – узнаваемый дизайн, так называемый «бочонок».

В целом диапазон моделей и цен адаптирован для Оренбурга, однако на заказ вам могут доставить и более дорогие часы, не выставляемые в салоне. Что касается спроса, то, по мнению Александра ..., продавцы швейцарских часов сами формируют его в Оренбурге. Очевидное повышение уровня благосостояния общества делает это возможным. Однако ввиду последних событий в мировой финансовой сфере и нарастающих кризисных явлений спрос на подобные изделия спрогнозировать трудно. Тем не менее, анализируя тенденции последних лет, можно прийти к заключению, что люди



хотят обладать престижными атрибутами, в этом выражается их стремление к успеху. Причем часто приобретается несколько различных часов: на каждый день, на выход, для занятий спортом и т. д.

Потенциальный клиент салона швейцарских часов – это, как ни странно, прежде всего, начинающий менеджер среднего звена, то есть молодой человек, поднимающийся все выше по карьерной лестнице и желающий иметь статусную вещь. Таким людям ежедневно доводится знакомиться с множеством новых людей, встречающихся, как известно, «по одежке» (особенно это характерно для

России). В связи с этим наиболее продаваемым является низший и средний ценовой сегмент: до 150 тыс. руб.

Коллекционера вы вряд ли встретите в оренбургских салонах: часы, представленные здесь, не являются коллекционными. Ведь коллекционировать – это не значит иметь много часов, коллекционер собирает уникальные модели лимитированных выпусков, старинные шедевры часовой индустрии, и материал для своих коллекций таким людям проще всего найти в городах-миллионниках или за границей, что, как правило, они и делают...

Швейцарский сервис

...И находят, кстати говоря, видимо, с большим успехом, так как работы у единственного в городе часовщика, сертифицированного под ремонт швейцарских часов, Дмитрия Джунджузова с каждым годом все прибавляются. Это вовсе не означает, что швейцарские часы так часто ломаются, просто каждые 2 года их рекомендуется отдавать на своеобразный «техосмотр» и теперь за этим сервисом не обязательно ехать туда, где эти часы были приобретены (в Женеву, например), техобслуживание любых швейцарских часов может быть проведено и здесь. В Оренбурге знакомы с швейцарским часпромом не понаслышке: стоимость отдельных моделей, побывавших на ремонте у Дмитрия Викторовича, зашкаливает за 43 тыс. евро. То есть одни из самых элитных марок, таких, как Patek Philippe, Breguet, Vacheron Constantin, оренбургскому потребителю известны.

Фирма-производитель дает гарантию на каждое изделие порядка 25 лет, именно такой срок при условии регулярного техобслуживания могут не меняться детали механизма. 2-х годичную гарантию дает продавец, ведь самые распространенные поломки связаны не с самими часами, а скорее с поведением их владельцев. Чаще всего устраняются дефекты, вызванные ударом или воздействием воды.

Для ремонта швейцарских часов требуются специальные приборы и инструменты, которые могут быть приобретены не каждым и не везде: оборудование реализуется только через сервисные центры и только мастерам, имеющим соответствующий сертификат. На специальных приборах проверяется точность хода, густота смазки, биение колес – всего более 20 функций. В рамках техобслуживания механизму часов может потребоваться, например, промывка, осуществляемая на специальной установке, которая «крутит» детали часов со скоростью 1,5 тыс. оборотов в минуту в трех различных растворах, после чего механизм снова собирается вручную.

Средняя продолжительность ремонта составляет 10-20 суток, но чем сложнее (и соответственно, дороже) модель, тем

дольше может продолжаться ремонт, срок которого в отдельных случаях может превышать 2 мес. Один лишь финальный тест для механических часов с автоподзаводом занимает 5 суток. На проведенный ремонт тоже выдается гарантия – 1 год.

На чем зиждется отрасль сия?

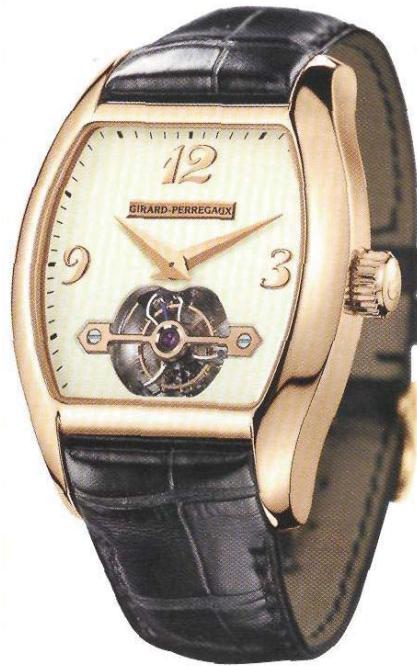
Как же выглядит сегодня рынок швейцарских часов в нашем славном городе? Следует сказать, что пока он даже не выглядит, а «выглядывает» из самого дальнего угла рынка часов вообще. Массовый часовской рынок достаточно развит: в любом крупном (и не очень) торговом центре есть отдел с часами. Есть на рынке и предложение «копий» швейцарских часов, однако неизвестно, каким они пользуются спросом, так этот сегмент рынка мы не изучали.

Наша задача состояла в характеристике рынка элитных часов, под которыми мы первоначально понимали именно швейцарские. Однако, как выяснилось впоследствии, продавцы понимают это по-другому, и, в конечном счете, из пяти салонов, позиционирующих свой товар как «элитные часы», остались только два, ассортимент которых действительно представлен изделиями швейцарских мастеров. Таким образом, мы хотели сделать большой обзор рынка элитных часов, но, как оказалось, обозревать-то и нечего.

Как уже упоминалось, в Оренбурге есть два продавца интересующих нас изделий. Это салоны «Диамант» и «Золотая середина», последний из которых отказался предоставлять хоть какую-то информацию, поэтому фактически в наш обзор входит на сегодня один продавец – ТД «Диамант».

«Диамант» был первым, кто начал предлагать швейцарские часы в Оренбурге, и до 2006 г. этот сегмент рынка вообще отсутствовал. Как поведал нам Александр ..., они начали с малого, то есть с низшего ценового сегмента. Потребителю продукт понравился, и полки постепенно стали заполняться все более дорогим товаром.

Что касается портрета основного потребителя, то о нем в целом уже было сказано чуть выше. Однако здесь следует добавить, что благосостояние покупателей салона «Диамант» не стоит на месте (как правило, растет), и вчерашний начинающий менеджер, приобретший



ранее, скажем, Longines, завтра может прийти за Carl F. Bucherer, а послезавтра разместить заказ, например, на Franck Muller.

Для оренбургского покупателя дорогие часы – показатель статусности, но в то же время такие часы не носят как «натальный крест» – одни и те же каждый день, не снимая. Это скорее аксессуар, который должен быть подобран по обстоятельствам и подходить к костюму, в связи с этим покупка одних часов, как правило, сопровождается и следующими, о чём мы тоже упоминали чуть выше.

В целом, какой вывод можно сделать из всего, что было сказано? «Швейцария» пользуется спросом в Оренбурге, и складывавшаяся до сих пор тенденция говорила лишь о его возможном расширении. Но наступающий кризис всем попутал карты, и какие-либо прогнозы сейчас строить никто не берется. Но даже при самом благоприятном развитии событий наращивание ассортимента и повышение его ценового диапазона упирается в естественный предел: численность населения Оренбурга чуть больше полумиллиона, то есть люксовые марки в нашем городе в ближайшие лет 10 не появятся. Однако при этом ничто не мешает развиваться системе заказов, реализуемой сегодня «Диамантом». В общем, время покажет...

Елена Лукина.

Кто торгует швейцарскими часами в Оренбурге?

Наименование продавца	Представленные бренды	Диапазон цен	Наличие сервиса
ТД «Диамант»	Omega, Maurice Lacroix, Perrelet, Carl F. Bucherer, Rado, Raymond Weil, Longines, Auguste Reymond, Gucci, Guy Laroche, Oris.	От 20 до 650 тыс. руб.	Гарантия на приобретенный товар – 2 года, обслуживание сертифицированным часовым мастером 1 раз в 2 года. Возможность заказа интересующей модели, не представленной в текущем ассортименте.



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА
ОРЕНБУРГСКОЙ
ОБЛАСТИ

БЮРО МАРКЕТИНГА

- проведение маркетинговых исследований полного цикла
- 5 лет успешной работы на рынке маркетинговых услуг



г. Оренбург, пр. Парковый, 6
тел.: (3532) 78-38-04, 77-02-28
e-mail: stn@orenburg-cci.ru

