

ТОВАР С ЛИЦОМ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ И БРЕНДИРОВАНИЕ

ВОЛОГОДСКОМУ СОБРУ – 20 ЛЕТ

ЧЕМ ПАХНЕТ ЗООБИЗНЕС

# БИЗНЕС и ВЛАСТЬ

Областной деловой журнал

№1(42) 2013 г.

И Н Ф О Р М А Ц И Я

Е И Д Л А Н И Е



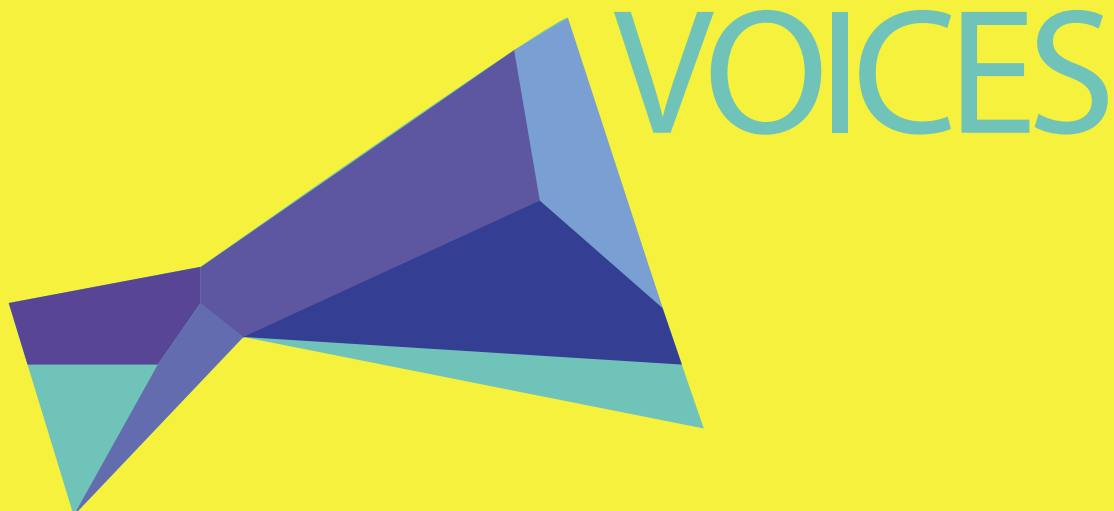
## УСПЕХ ЗАПЛАНИРОВАН

Андрей Калайда об инвестиционной программе «Череповецкого порта»

ISSN 2074-5087



9 772074 508706 >



С 5 по 9 июля 2013 года в Вологде пройдет четвертый Фестиваль VOICES. Как обычно, вологжан и гостей города ждет лучшее европейское кино и многое другое.

Фестиваль VOICES приглашает к сотрудничеству все вологодские компании и всех, кому небезразлично развитие региона. Наша цель — сделать из Вологды центр национального кинотуризма, помогать городу и области развиваться, привлекать ресурсы, создавать новый позитивный имидж. Мы хотим, чтобы Фестиваль VOICES помогал вашему бизнесу развивать отношения с партнерами и клиентами.

Давайте работать вместе — и тогда все станет возможным.

- Более 50 фильмов
- Тысячи зрителей
- Концерты и выставки
- Мастер-классы и встречи с актерами, режиссерами, продюсерами
- Ключевые национальные медиа
- Открытость к сотрудничеству

# vologda independent cinema from european screens festival



Хью Хадсон, режиссер

[voices-festival.org](http://voices-festival.org)  
[ilysenko@voices-festival.org](mailto:ilysenko@voices-festival.org)

# Содержание

5 КОЛОНКА РЕДАКТОРА

6 ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ

9 ТЕМА НОМЕРА

## ТОВАР С ЛИЦОМ

О вологодских брендах: как они создавались, как сохраняются и в каком направлении меняются.

## БЫТЬ ЛИДЕРОМ — БОЛЬШАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Вологодский оптико-механический завод производит продукцию, качество которой подтверждено на самом высоком уровне

## ФИНАНСОВЫЙ ФУНДАМЕНТ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Банк «Северный Кредит» — это индивидуальный подход к потребностям предприятий и граждан в получении кредитов.



16

## ДЕРЕВЯННАЯ ГОРДОСТЬ

Продукция ОАО «Сокольский ДОК» благодаря своему качеству известна во всем мире.

18 ТОЧКА ЗРЕНИЯ

## ВЫБОР ЕСТЬ

Владелец «ЮК-АВТО» Юрий Красильников подводит итоги 5-летней работы компании

20 B2B

## ГИК: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА БЕЗГРАНИЧНЫ

«Городская Интернет Компания» развивает бизнес своих партнеров при помощи сети Интернет.

## ВЫБОР ЗА ТЕЛЕЗРИТЕЛЕМ

Заместитель директора «ТВ-7» о возможностях регионального телевидения в продвижении бизнеса.

## РЕКЛАМА ПО-РУССКИ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ДОСТУПНАЯ КАЖДОМУ

О том, как сделать эффективную рекламу для любого бюджета, знают в агентстве «Реклама по-русски».

27 ОСНОВА РАЗВИТИЯ

Совместный проект журнала «Бизнес и Власть» и «Корпорации развития Вологодской области»

## ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОРУМ

Как и в каком направлении стоит развивать бизнес, рассуждали участники форума, который прошел в Вологде в рамках выставки «Ворота Севера».

## УСПЕХ ЗАПЛАНИРОВАН

Член совета директоров ОАО «Череповецкий порт» Андрей Калайда о настоящем, будущем порта и новых возможностях для региона.

## «ЛЕСНАЯ ПОЛЯНА»: КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК С ДУШОЙ

О современном загородном строительстве рассказывает директор УК «Лесная поляна» Владимир Калистратов.

32



## ГАРАНТИРОВАННАЯ ПОДДЕРЖКА

Сотрудники НП «Агентство Городского Развития» о банках-партнерах, поручительстве и новых возможностях малого и среднего бизнеса.



## 35 СОБЫТИЕ

### ПЛОЩАДКА ДЛЯ ДИАЛОГА НАУКИ И БИЗНЕСА

«Леденцовские чтения» вновь объединят ученых, предпринимателей и представителей власти, чтобы обсудить историю и перспективы внедрения инновационных разработок.

### ВОЛОГОДСКОМУ СОБРУ — 20 ЛЕТ

Полковник полиции Дмитрий Пушкин о прошлом и настоящем элитного подразделения вологодской полиции.

## 37 ПРОФЕССИОНАЛЬНО

### ОСТРОВКИ ДЕТСТВА С ГАРАНТИЕЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Детские площадки способны стать украшением города на долгие годы — считают в компании «КСИЛ».

## 38 АКТУАЛЬНО

### ИСТОРИЯ И ИСТОРИКИ

Декан исторического факультета ВГПУ Василий Саблин комментирует ситуацию с историческим образованием в стране и регионе.

### МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ПОЛИГОН: УНИКАЛЬНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

Владимир Боглаев о первых итогах реализации совместного проекта бизнеса, власти и профтехобразования.

### ПРЕДЕЛ СВЕТА

Как смена ресурсоснабжающей компании повлияет на ситуацию на энергорынке? Позиции заинтересованных сторон.

## 44 МЕХАНИКА БИЗНЕСА

### ДЛЯ КОМФОРТНОЙ МОБИЛЬНОЙ ЖИЗНИ НУЖЕН КАЧЕСТВЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ

Компания МТС обеспечивает качественную связь для работы и отдыха в самых разных точках Вологодчины.

### ЗАНИМАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Тенденции развиваются регионального рынка телекоммуникаций. Круглый стол с участием представителей операторов связи.



49

### ЧЕМ ПАХНЕТ ЗООБИЗНЕС

Каков он — рынок товаров и услуг для домашних животных в Вологде? Наше исследование.

## 52 СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

### КРАСОТА В СЕБЕ — КРАСОТА ДЛЯ СЕБЯ

Психологическое эссе о том, почему любой человек должен научиться нравиться в первую очередь самому себе.

### ГРАНИ КРАСОТЫ

Руководители ведущих салонов красоты Вологды рассказывают о новейших достижениях косметологии и о том, какие результаты приносят их новинки.



56

### ТАНЦЕВАТЬ...

Вологжане учатся танцевать аргентинское танго и меняют свою жизнь к лучшему.

### ЗДЕСЬ ЖИВУТ ЦВЕТЫ

Директор торговой сети «Alex Flora» Евгения Субботина о правильном выборе цветов к празднику и не только.

### КРАСИВО ПЛЫВУТ

Бассейн «Лагуна» — это место, где вологжане отдыхают, занимаются спортом, учатся и даже готовятся к родам.

## 61 ЛИЧНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ

## 72 ОБРАЗ ЖИЗНИ

### ПОЛО НА СНЕГУ

О поло-ивентах, нетрадиционных забавах для искушенных туристов. Эксклюзивно для «Бизнес и Власть» — компания «VLADI POLO».



# ПЕРЕЗАГРУЗКА

## САЙТ VOLBUSINESS.RU СУЩЕСТВЕННО ОБНОВИЛСЯ

«Бизнес и Власть» — независимый и политически нейтральный интернет-проект. Он начал свою работу еще в 2009 году, а в начале 2013 года был перезапущен. Это первый и пока единственный на региональном рынке сайт, который сочетает в себе элементы новостного портала и аналитического ресурса для деловых людей. Он содержит весомый объем разносторонней, актуальной и полезной информации об экономической и общественной жизни Вологодской области и не только.

Раздел «Новости» содержит периодически обновляемую ленту новостей — все самое важное, о чем сообщают региональные информагентства. Функция прокрутки позволяет быстро выбрать заинтересовавшую новость и прочитать ее, минуя остальные.

«Тема» — это то, что обсуждают в наших офисах и кабинетах. Деловые

новости и события регионального или федерального масштаба, которые заслуживают отдельного анализа и комментария от экспертов и официальных лиц. В этом же разделе регулярно будут проводиться голосования — вы сможете узнать, совпадает ли ваша позиция с мнением большинства посетителей сайта.

В разделе «Видео» мы говорим о том, как наладить эффективную коммуникацию между бизнесом и властью. Собеседники главного редактора — предприниматели, чиновники, топ-менеджеры, бизнес-консультанты. То есть те люди, которые имеют богатый опыт в области обеспечения взаимодействия органов государства и бизнес-структур. Первым гостем видеоблога стал Владимир Старцев, председатель правления «Клуба деловых людей Вологодской области».

«Блоги» — дайджест сетевых дневников вологжан. Рассказы

очевидцев, критические комментарии и эмоциональные отзывы по всем социально значимым темам от наиболее интересных блогеров, включая первых лиц области.

В разделе «Рубрики» вы найдете материалы, опубликованные в свежем номере журнала «Бизнес и Власть», статьи, не попавшие на страницы журнала, а также некоторые материалы из готовящегося номера. Инвестиции и госзакупки, поддержка малого и среднего бизнеса, инновации и IT, политика и общество, проблемы и перспективы развития области и областной столицы — в наших рубриках (всего их более 30) мы постарались охватить все ключевые сферы. На сайте также можно ознакомиться с архивом всех рубрик и всех номеров журнала «Бизнес и Власть».

Заходите, смотрите, комментируйте!



**В** этом номере вас ждет много интересных тем и сюжетов, одного в нем не будет — спецрепортажа о Главной новости марта, визите в Вологду Владимира Путина. С одной стороны, по причине его стремительности — к 7 марта этот номер был практически полностью сверстан. С другой, более важной стороны, результаты рабочей поездки, при всей представительности делегации, пока рано оценивать. В то время, как обыватели судачат о снятых (и спустя неделю не установленных обратно) «лежачих полицейских», эксперты отмалчиваются и разводят руками по поводу сделанных Президентом официальных и не очень официальных заявлений. Единая школьная форма? Сложно, затратно, но в принципе реализуемо. Костюмы для чиновников из отечественных тканей? Затратно и в принципе не реализуемо... На совещании глава государства заявил, что нужна борьба с контрафактом? Так кто бы спорил! Создание льняного кластера? Но ведь производство и переработка льна — это не такой уж рентабельный бизнес, и тут надо подходить крайне взвешенно, одними дешевыми кредитами и прямыми денежными вливаниями из федерального и областного бюджета не обойтись. «Вологодский текстиль» — крепкое и перспективное предприятие, но вспомним и печальный опыт Красавинского комбината, и безуспешные попытки сделать из вологодского льна официальный и полноценный бренд (читайте об этом, в частности, в материале «Товар с лицом»).

В общем, как говорят профессиональные историки (к слову, интервью с одним из них, В. А. Саблиным см. в рубрике «Актуально»), должно пройти 50 лет, чтобы событие можно было оценить объективно. А пока — о тех вопросах, на которые можно дать взвешенные ответы. Кроме брендинга, которое мы сделали темой первого в этом году номера, мы продолжаем тему региональной инвестиционной политики. О ней неоднократно писалось на страницах нашего журнала, однако теперь она представлена в новом формате. Совместно с «Корпорацией развития Вологодской области» мы начинаем совместный долгосрочный проект «Основа развития», в котором будем освещать наиболее интересные инвестиционные проекты, реализуемые на территории нашего региона.

Еще один блок материалов посвящен вопросам красоты и здоровья. Связано это, как вы догадались, с началом весны и празднованием Дня 8-е марта. Несмотря на кажущуюся «легковесность» этой темы, мы подошли к ней серьезно и с разных сторон — с психологической, косметологической и лечебно-профилактической точек зрения. Полагаю, будет любопытно не только женщинам, но и мужчинам.

Приятного и полезного чтения!

*Александр МАЛЬЦЕВ,  
главный редактор журнала «Бизнес и Власть»*

Областной деловой журнал

## **БИЗНЕС и ВЛАСТЬ**

Для тех, кто принимает решения

### **УЧРЕДИТЕЛЬ**

ООО «КОНСАЛТИНГОВЫЙ  
ЦЕНТР «ЮСКАР-ФИНАНС»

### **ИЗДАТЕЛЬ**

ООО «АН-МЕДИА»

«ОБЛАСТНОЙ ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛ  
«БИЗНЕС И ВЛАСТЬ»

### **СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ:**

ПИ № ТУ 35038, ВЫДАНО ФЕДЕРАЛЬНОЙ  
СЛУЖБОЙ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
ПО ВОЛОГДСКОЙ ОБЛАСТИ  
11 АВГУСТА 2010 ГОДА.

### **ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР**

АЛЕКСАНДР ВЕНИАМИНОВИЧ  
МАЛЬЦЕВ

### **ДИРЕКТОР**

ТАТЬЯНА ВОСТОКОВА

### **КОРРЕКТОР**

ОЛЬГА АФАНАСЬЕВА

### **НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ**

АННА АРТЕМОВА  
ВАЛЕРИЙ БУТЫМОВ  
МАКСИМ ГОРБОВ  
ЕГОР ЕЛИН  
СВЕТЛАНА ЗАРУБИНА  
ВАЛЕНТИН ИВАНОВ  
АЛЕКСАНДР НЕСТЕРОВ  
АНДРЕЙ НЕНАСТЬЕВ

### **ФОТОГРАФИИ**

НАТАЛЬЯ АНТОНОВА  
(+79212377870)  
СЕРГЕЙ БОГДАНОВ  
(+79115071234)  
МИХАИЛ ТРАПЕЗНИКОВ

### **РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ**

ТЕЛЕФОН: (8172) 708717, 765513  
ТЕЛЕФОН/ФАКС: (8172) 765512

### **E-MAIL:**

REKLAMA@VOLBUSINESS.RU

### **ОТПЕЧАТАНО**

ТИПОГРАФИЯ ООО «АКЦЕНТ ГРУПП»,  
194044, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,  
БОЛЬШОЙ САМПСОНИЕВСКИЙ  
ПР., Д. 60, ЛИТ. И


### **ТИРАЖ 4000 ЭКЗ.**

### **ПОДПИСАНО В ПЕЧАТЬ**

12 МАРТА 2013 Г.

### **ВЫХОД ЖУРНАЛА В СВЕТ**

18 МАРТА 2013 Г.

**МАТЕРИАЛЫ, ОБОЗНАЧЕННЫЕ  
ЗНАКОМ , ЯВЛЯЮТСЯ  
РЕКЛАМНЫМИ.**

**ЗА ДОСТОВЕРНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ  
ИНФОРМАЦИИ РЕДАКЦИЯ  
ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕ НЕСЕТ.**

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕРИАЛОВ  
ИЗДАНИЯ ВОЗМОЖНО  
ТОЛЬКО С ПИСЬМЕННОГО  
СОГЛАСИЯ РЕДАКЦИИ.**

**ИНФОРМАЦИОННО-  
РЕКЛАМНОЕ ИЗДАНИЕ.**

**ЦЕНА СВОБОДНАЯ.**

### **АДРЕС РЕДАКЦИИ И ИЗДАТЕЛЯ:**

Г. ВОЛОГДА, УЛ. ЧЕЛЮСКИНЦЕВ, 9, ОФ. 111,  
ТЕЛ. (8172) 708717, 765513  
E-MAIL: VOLBUSINESS@GMAIL.COM

**WWW.VOLBUSINESS.RU  
БИЗНЕСИВЛАСТЬ.РФ**



# ПРАВИТЕЛЬСТВУ ОБЛАСТИ ПОСТАВЛЕНА ОЦЕНКА «3+»

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЫЦЕВ

**Точнее, 3,55 баллов по 5-балльной шкале — таков средний результат, полученный заместителями губернатора области в рамках проекта «Команда губернатора: Ваша оценка!». В ходе беспрецедентного социального проекта органы исполнительной государственной власти опубликовали свои годовые отчеты, которым была дана «народная» и экспертная оценка. Он стартовал в Вологодской области в январе этого года, а завершился в начале марта.**

Следует сразу оговориться, что оценивание и ранжирование отдельных руководителей еще не означает автоматически их персональную оценку. Хотя бы потому, что некоторые заместители губернатора или главы департаментов были назначены на свой пост совсем недавно (например, Олег Васильев занял пост заместителя губернатора только в ноябре 2012 года). С другой стороны, оценка губернаторских «замов», курирующих тот или иной блок в областном Правительстве, отнюдь не стала средней арифметической от оценок их подчиненных — глав отдельных структурных подразделений. Например, Алексей Шерлыгин, курирующий также вопросы внутренней политики, получил максимальный среди заместителей губернатора балл — 4,22, в то время как главы подведомственных департаментов набрали все те же средние 3,5 балла.

Однако проект позволил обнаружить, кого именно из членов Правительства и как сильно уважает «народ» и властная элита.

Самые низкие оценки населения были получены по следующим отраслям: экономика, здравоохранение, дорожное хозяйство, жилищно-коммунальное хозяйство, культура, развитие информационных технологий, государственная жилищная инспекция. Комментируя на подведении итогов проекта ситуацию со здравоохранением (Александр Колинько как начальник Департамента здравоохранения области заработал 3,1 балла) Олег Кувшинников отметил: «К сожалению, даже федеральная программа модернизации, завершившаяся в 2012 году, не смогла существенно улучшить состояние сферы. Большая часть замечаний и предложений населения и экспертов касается в первую очередь

организационной работы здравоохранения, а не материального обеспечения деятельности. В данном случае приходится говорить о неэффективном менеджменте и нежелании увидеть, услышать и понять реальные проблемы, как на областном уровне, так и на местах».

Сфера дорожного хозяйства (Сергей Дрончковский) по итогам голосования набрала 3 балла из 5, сфера строительства и ЖКХ (Николай Воробьев), а также государственная жилищная инспекция области (Виктор Токарев) — по 3,1 балла. губернатор предложил своему заместителю Виктору Рябишину, курирующему все вышеназванные сферы (эксперты оценили его деятельность в 2,66 балла) подготовить предложения по их развитию, «уделив особое внимание улучшению состояния дорожного хозяйства именно на местном уровне». По итогам проекта глава региона также поручил запустить полномасштабный мониторинг проблем в сфере ЖКХ, лесопромышленного комплекса и сельского хозяйства.

Лидерами рейтинга оказались работники социальной сферы. Им губернатор выразил особую благодарность: «Хочу сказать спасибо не только действующему руководителю профильного департамента Ларисе Каманиной (4,4 балла — прим. ред.), но и бывшему начальнику Евгению Артемову, внесшему неоценимый вклад в развитие социальной сферы области».

Итогом проекта стали не только публичные выговоры и благодарности членам Правительства со стороны губернатора. Последний выступил с инициативой пересмотреть структуру Правительства, предложив создать единый блок координации, развития и функционирования народнохозяйственного и экономического

комплексов области с введением должности заместителя губернатора по развитию экономики. Координатором деятельности блока был назначен первый заместитель губернатора Андрей Травников (экспертная оценка в проекте — 3,77). Глава региона намерен также сформировать единый блок общественно-политического и социального направлений, развития местного самоуправления, правового и административного регулирования, а также ввести должность первого заместителя губернатора, координирующего всю работу по данным направлениям деятельности областного Правительства. Этот пост займет уже упоминавшийся Алексей Шерлыгин.

Однако проект, по всей видимости, организовывался не только для того, чтобы совершить очередную реструктуризацию и кадровые перестановки в Правительстве (любопытно, что придя к власти, губернатор резко сократил число первых «замов», теперь же их число выросло). Гораздо важнее было дать почувствовать обычным вологжанам, что и их мнение может быть услышано. Повышение уровня политической культуры — то, о чем так много говорится, но мало делается — вот на что на самом деле, как представляется, направлен этот масштабный пиар-проект. В конце концов, все желающие смогли ознакомиться с официальными результатами деятельности практически всех региональных ведомств, и уже на следующий год в рамках аналогичного проекта или на очередных парламентских (или губернаторских) выборах граждане, сравнив эти отчеты за несколько лет со своими внутренними ощущениями, в массе своей более осмысленно будут давать политическую оценку и губернатору, и его команде. ■



## БОРЬБА СО ВЗЯТКАМИ: НОВЫЙ УРОВЕНЬ

Пожаловаться на взяточников теперь можно главе региона. Олег Кувшинников намерен лично искоренить мздоимство среди чиновников. Как сообщает ИА «СеверИнформ», рассказать о случаях вымогательства взятки жители смогут в социальных сетях. Также глава региона отметил, что чиновники, попавшие на злоупотреблениях, будут отвечать по всей строгости закона.

«Если вам станут известны такие случаи, когда потребуют хоть копейку себе в карман, сразу же сообщайте мне. С такими чиновниками будем расставаться без раздумий, и отвечать они будут строго по закону», — написал Олег Кувшинников на своей официальной странице «ВКонтакте».

Одним из самых громких уголовных дел против чиновников последнего времени стал процесс бывшего заместителя главы Череповецкого района. Напомним, Вячеслава Рябова обвиняли в получении шести взяток. На суде прокурор потребовал для взяточника максимального наказания — десяти лет колонии. Впрочем, Рябов отделался лишь штрафом в 4,5 млн руб. Также ему запрещено занимать должности в госорганах.

## У ВОЛОГОДСКОГО ФИЛИАЛА РАНХИГС СМЕНИЛСЯ РУКОВОДИТЕЛЬ

21 января приказом ректора Российской академии народного хозяйства и государственной службы на должность директора Вологодского филиала вуза назначена Светлана Старцева, которая до этого момента работала заместителем директора.

Прежний руководитель филиала Вячеслав Приятелев перешел на работу в Правительство области, возглавив Департамент кадровой политики и государственной службы.

Вячеслав Приятелев руководил Вологодским филиалом РАНХиГС около 10-ти лет, 8 из них его заместителем была Светлана Старцева. За это время вуз успешно реализовал большое количество проектов, направленных на укрепление кадрового потенциала Вологды и Вологодской области. Академия продолжает сотрудничество с Правительством Вологодской области и Администрацией Вологды.

«План работы Вологодского филиала составлен давно, и сейчас самое главное — реализовать его на достойном уровне, как это делалось всегда», — сказала директор Вологодского филиала РАНХиГС Светлана Старцева.

Сейчас в филиале обучается 1500 студентов, в 2012 году в Вологде открылось очное отделение. В учебном заведении регулярно проводятся семинары для муниципальных и государственных служащих, а также для руководителей и специалистов коммерческих предприятий.

## ДЕФИЦИТ БЮДЖЕТА ОБЛАСТИ УВЕЛИЧИЛСЯ

На один миллиард рублей увеличилась расходная часть бюджета Вологодской области 2013 года. При этом всего лишь на 430 млн стала больше его доходная часть. Поправки в бюджет на очередной сессии приняли депутаты регионального Законодательного Собрания, сообщает ИА «СеверИнформ». 380 млн руб. будет направлено на обеспечение льготными лекарствами некоторых категорий граждан. 19,7 млн руб. пойдет на ежемесячные выплаты малоимущим семьям, в которых рождается третий и последующие дети.

По словам исполняющей обязанности начальника Департамента финансов Вологодской области Валентины Артамоновой, за счет

собственных источников расходы областного бюджета региона увеличиваются на 616,5 млн руб. Как отметила Артамонова, это средства, которые остались нереализованными с прошлого года.

«За счет остатков, которые не были использованы в прошлом году, будет профинансировано строительство дорог. Так, в ушедшем году, от «Газпрома» поступило 569 млн. 50 млн в качестве субсидий областной бюджет направит в районные бюджеты. Кроме того, вносятся поправки в статьи расходов, требующих софинансирования. Прежде всего, уточняется долгосрочная программа инвестиций в объекты капитального строительства на 40,6 млн руб. 19,6 млн руб. необходимо на Дом спорта в Белозерске, и на набережную в этом городе требуется 21 млн руб.», — отметила Валентина Артамонова.

Кроме того, в региональном бюджете предусмотрены деньги на реализацию ведомственной целевой программы по развитию и совершенствованию медпомощи онкобольным. Речь идет о сумме 22,7 млн руб. Более 30 млн выделяется на строительство двух детских садов — в Бабаевском и Никольском районах. Направляются средства в рамках софинансирования и на целевую программу «Информационное общество». Здесь речь идет о сумме в 14,7 млн руб.

Таким образом, дефицит бюджета вырос примерно на 620 млн руб. и составил 1,8 млрд, то есть 5,3%.

**ВСЕ ДЛЯ БИЛЬЯРДА**

Качественное бильярдное оборудование  
Сервисное обслуживание  
Мировые бренды

Официальный дилер компаний:  
RUTUR

Возродим бильярд до уровня искусства

Реклама

тел.: 8 (172) 701-705  
г. Вологда, ул. Чехова 1

[www.vologda-billiard.ru](http://www.vologda-billiard.ru)

# Четкая граница между ДЕЛОВЫМ И ЛИЧНЫМ

## Услуга «Персональный бюджет»

Вы больше не будете оплачивать личное общение  
сотрудников, точно разделяя деловые и частные звонки

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

 0555



**МЕГАФОН**

Связь идей и результатов





# ПОД ЗНАКОМ БРЕНДА



Зачастую мы платим не за сам товар, а за бренд. За известное имя, ставшее синонимом качества. Многие из нас согласны на солидные траты ради того, чтобы получить товар, имя которого всем обо всем говорит.

«Мы определяем бренд как торговую марку, которая в глазах потребителя вбирает в себя четкий и значимый набор ценностей и атрибутов. Продукты сделаны на фабрике. Но продукт становится брендом только в том случае, когда он приобретает множество осязаемых, неосязаемых и психологических факторов, — считает известный специалист по формированию брендов Чарльз Браймер. — Главное, о чем нужно помнить, — бренды не создаются производителем. Они существуют только в сознании потребителя».

А дальше появляются зонтичные бренды, брендинг, ребрендинг. Модные слова и очень дорогие процессы. Скажем, рейтинг мировых брендов по результатам агентства Interbrand уже несколько лет подряд возглавляет компания Coca-Cola. Сегодня это название стоит по разным оценкам от 40 до 80 млрд долларов.

Актуальное сегодня направление — территориальный брендинг. Это возможность для города и региона не просто заявить о себе, но и решить экономические проблемы, дать новый толчок развитию. Ведь благодаря раскрутке того или иного товара, услуги появляются новые партнеры, контракты и рынки сбыта. А регионам приходится конкурировать буквально за все: за инвестиции, информационные, транспортные и туристические потоки, экологические, экономические, социальные и культурные проекты, креативные эксклюзивные идеи и, конечно же, за специалистов, способных всем этим управлять. И опыт показывает, что в условиях жесткой межрегиональной конкуренции любой регион следует рассматривать как специфический товар, потребителями полезных свойств которого выступают жители, инвесторы, предприниматели, туристы и т.д.

О пользе брендов, о том, как они создаются и используются, о старых и новых торговых марках Вологодской области, власти которой все активнее пытаются использовать технологии территориального брендинга и маркетинга, мы рассказываем в этой «Теме номера».

*На фото — два вологодских бренда в одном: Вотчина Деда Мороза построена, в том числе, благодаря ОАО «Сокольский ДОК».*



# ТОВАР С ЛИЦОМ

ТЕКСТ: АННА АРТЕМОВА

**Чем знаменита Вологодская область? Маслом и кружевом, льном и Дедом Морозом. А еще северной чернью, качественными и полезными продуктами питания... С одной стороны, прилагательное «вологодское» для отдельных товаров уже стало своеобразным «знаком качества» для вологжан, туристов и других потребителей. А с другой стороны, брендинг вологодских товаров и услуг нуждается в притоке новых идей.**

## Строго по списку

Что такое бренд? Товарный знак, торговая марка, клеймо. Термин в маркетинге, символизирующий комплекс информации о компании, продукте или услуге; популярная, легко узнаваемая и юридически защищенная символика какого-либо производителя, продукта или даже целой территории. Что касается Вологодской области, то у нас официальный перечень брендов определяет Правительство области. Сейчас в нем значатся: «Настоящий Вологодский продукт», «Вологодское масло», «Вологодское кружево», «Вологодский лен», «Великий Устюг — родина Деда Мороза», «Мастера Вологодчины». Что они из себя представляют?

**1 и 2. «Вологодское масло» и «Вологодское кружево»** — два исторически сложившихся бренда нашей области, два традиционных для региона продукта, популярных как внутри, так и за его пределами. Это «визитные карточки» Вологодской области на российском и зарубежном рынках.

Более того, Роспатентом России с 1996 года зарегистрировано наименование места происхождения товара «Вологодское масло», что является инструментом защиты региональных маслоделов от недобросовестных конкурентов в других субъектах Российской Федерации.

В 2010 году единственный в стране Музей кружева открылся именно в Вологде, ведь кружевоплетение как вологодский народный промысел — один из самых популярных брендов России. Известность изделий вологодских мастериц перешагнула границы страны еще в XIX веке.

**3, 4, 5. «Настоящий Вологодский продукт», «Вологодский лен», «Мастера Вологодчины»** — коммерческие бренды, созданные сравнительно недавно с целью повышения конкурентоспособности продукции вологодских товаропроизводителей (в том числе с учетом вступления России в ВТО). Они в большей степени распространены внутри области, в меньшей — на национальном рынке.

**6. «Великий Устюг — Родина Деда Мороза»** — главный туристический бренд региона. Создан в конце прошлого века Правительством области при поддержке Правительства Москвы. Проект получил широкую известность в России и за ее пределами. Особенно после кампании 2009 года по выбору талисмана Олимпийских игр в Сочи, в которой участвовал и наш Дед Мороз. После завершения основного конкурса он был назван «Официальным Дедом Морозом Олимпиады Сочи 2014».

Несмотря на некоторые сложности с выходом проекта на запланированные темпы развития туристического сектора, проект «Великий Устюг — Родина Деда Мороза» позволил воплотить мечты многих российских детей о новогоднем волшебнике в реальность. Это главный социальный эффект национального масштаба от проекта. На уровне региона Вотчина Деда Мороза постепенно становится катализатором диверсификации экономики Великоустюгского муниципального района.



## Законная сила

Размещать на своей продукции престижные знаки «Вологодское масло», «Настоящий Вологодский продукт» и другие может далеко не каждый производитель. Правила их использования прописаны законодательно. К примеру, товарный знак «Настоящий Вологодский продукт» является собственностью Правительства Вологодской области, а его правообладатель — «Вологодский областной центр контроля качества». Сейчас знаком «Настоящий Вологодский продукт» маркируют свою продукцию 15 организаций области.

Товарный знак — это гарант того, что маркированный им товар произведен с соблюдением комплекса требований по качеству и организации производственного процесса. Список товаров, маркируемых таким знаком, насчитывает около 400 наименований. При этом сейчас за пределы области вывозится 20% маркированной продукции агропромышленного комплекса.

Товарный знак «Настоящий Вологодский продукт» зарегистрирован в Федеральной службе по интеллектуальной собственности в 2003 году. В свидетельстве о регистрации Роспатента четко определен перечень товаров, на которые можно наносить это «клеймо». Он является знаком системы добровольной сертификации «Настоящий Вологодский продукт»

и «присваивается сертифицированным товарам, работам и услугам добросовестных хозяйствующих субъектов». Система обслуживает только вологодских производителей и обеспечивает полную прозрачность условий производства. Для нас открыты: место производства сырья, время производства, кто произвел, степень соответствия качества товара вплоть до определенной партии. Также легко подвергаются проверке условия распространения, хранения и т. п.

Товарный знак «Вологодское масло» имеет интересную историю. До 2010 года «Вологодское масло», масло «Вологда» или «Из Вологды» производили не только на территории Вологодской области. Весьма серьезные компании делали продукт с соблюдением всех требований качества сырья и специфики производственного процесса и называли его так, чтобы товар ассоциировался с качественным, проверенным временем брендом. Ничего противозаконного в этом не было. Но региональный бренд рисковал раствориться в океане подделок. Возникла необходимость законодательно закрепить за вологодским маслом его территориальный признак.

По заказу Правительства области в ГНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт маслоделия и сыроделия» при участии

Департамента сельского хозяйства, продовольственных ресурсов и торговли области разработал инструментальный метод идентификации «Вологодского масла», позволяющий определить качественный и количественный состав летучих веществ, формирующий вкусовой «букет» в готовом продукте. Исследования масла, выработанного и расфасованного на восьми предприятиях шести регионов РФ, показали, что только 8% образцов идентифицированы экспертной комиссией как масло, а остальные оказались спредами, смесью животных и растительных масел. Масла, производимые в других регионах, отличались от местного по вкусовым качествам и по биохимическим и физико-механическим показателям и поэтому не были признаны «Вологодскими».

Семь вологодских предприятий-правообладателей наименования места происхождения товара «Вологодское масло» учредили некоммерческое партнерство «Гильдия Вологодских маслоделов». Кроме того, в его состав вошли Вологодский областной центр контроля качества и Вологодская государственная молочно-хозяйственная академия им. Н. В. Верещагина. Гильдия создана для того, чтобы обеспечивать постоянство и единство особых свойств «Вологодского масла», производимого на территории области, и повышать его

## Екатерина ОЖИГАНОВА, заместитель гендиректора ОАО «Учебно-опытный молочный завод» ВГМХА имени Н. В. Верещагина:

«Вологодское масло» — продукт высочайшего качества. Оно обеспечивается прежде всего строгими требованиями, которые предъявляются к сырью. Вологодское масло изготавливается только из молока, больше в его состав не входит ни один ингредиент. «Учебно-опытный молочный завод» ВГМХА им. Н. В. Верещагина контролирует качество сырья не с момента его доставки на производство, а еще на ферме. Наши специалисты изучают кормовую базу в хозяйствах, уровень профессионализма специалистов на фермах, отслеживают процесс контроля за санитарной чистотой. Это делают и сами поставщики, которых мы познакомили с особенностями производства масла и научили следить

за качеством сырья для него. Им выгодно производить высококачественное сырое молоко.

Вообще, в молочной промышленности существуют 3 сорта молока: высший, первый и второй. Наше предприятие разработало дополнительно два сорта молока, которых больше нигде нет. Это сорта «Экстра» и «Люкс». За них и за молоко высшего сорта наши поставщики получают доплаты. Скажем, сырье первого сорта в 1,5 раза дешевле, чем молоко сорта «Люкс». Кроме того, если массовая доля жира молока выше 3,4%, то поставщик получает доплату за каждую десятую процента. Поощряется и высокое содержание белка.

Весь процесс производства вологодского масла на заводе также



контролируется. Конечно, с финансовой точки зрения это очень затратная работа. Но другими путями нам не достичь такого результата и не сохранить всемирно известный бренд.



конкурентоспособность. Для мониторинга оборота и объективной оценки качества нашего брендированного масла на уровне Департамента сельского хозяйства, продовольственных ресурсов и торговли области создана дегустационная комиссия по органолептической оценке продукта.

Непростым был путь создания товарного знака «Вологодский лен». Он зарегистрирован по поручению губернатора области в 2008 году. В 2010 году заявка на регистрацию товарного знака «Вологодский лен» в отношении товаров, производимых из льна, была направлена в «Федеральный институт промышленной собственности». При проведении экспертизы ФИПС усмотрел у заявляемого бренда и уже зарегистрированного «Вологодского кружева» «сходство до степени смешения такого средства индивидуализации, как наименование места происхождения товара». В результате в апреле 2012 года ФИПС отказал в государственной регистрации заявленного обозначения «Вологодский лен».

Но вологодские предприятия продолжают производить товар,

который, по мнению специалистов, является не менее значимой «визитной карточкой» региона. Так, Вологодский льнокомбинат, пусть и не в таких объемах, как раньше, но все-таки делает льняные ткани, как и 70 лет назад. В Вологде периодически открываются все новые магазины, специализирующиеся на товарах из льна — эта продукция по-прежнему пользуется большой популярностью у вологжан и туристов. Модельеры-дизайнеры придумывают современные, удобные, качественные коллекции из льняных тканей, которые занимают первые места на различных конкурсах и показах. И в Вологде все еще ежегодно проходят ярмарки-выставки «Российский лен»...

### Не бренд, но все же

Предметом гордости производителя и всей области в целом может быть продукция, которая брендом вовсе не является, но для экономики региона значит много. Черные металлы и изделия из них, минеральные удобрения и продукция деревопереработки являются

основными статьями вологодского экспорта.

Эти виды продукции не являются товарными брендами в строгом понимании этого термина. Но специалисты говорят о том, что компании «Северсталь» и «ФосАгро» стали известными брендами, развитие которых определяется стратегиями, разработанными их акционерами. Также можно утверждать, что крупнейшие деревообрабатывающие компании выходят на уровень узнаваемости, характерной для успешных международных коммерческих брендов. В число основных предприятий лесной отрасли Правительством Вологодской области «Вологодские лесопромышленники», ЗАО «Череповецкий ФМК», ОАО ЛХК «Череповецлес», ОАО «Корпорация Вологдалеспром», ОАО «Сокольский ДОК» и другие.

### А дальше...

Не только развивать существующие бренды, но и формировать новые — вот одна из ключевых задач, которая стоит сегодня перед Правительством Вологодской области и «Корпорацией развития». Таков

## Ольга ЧАШНИКОВА, генеральный директор ЗАО «Волтри»:

Предприятию «Волтри» уже почти 40 лет. Все это время компания производила изделия из льна высокого качества, но лишь около двух лет она делает это под собственным брендом. Сейчас «Волтри» — официально зарегистрированный товарный знак. Мы считаем, что «Волтри» — это бренд, который ассоциируется с вологодским льном и высоким качеством. Хотя честно признаемся: после регистрации марки в Роспатенте наша работа ничуть не изменилась. Мы по-прежнему делаем ставку на качество. Я и мои коллеги рассматриваем лен как элемент национальной культуры, который требует уважительного и грамотного отношения. Мы уверены, что изделия из льна не могут быть обыкновенными, что называется «массовыми». В каждой вещи, которую мы производим, есть своя изюминка — ручная работа в технике вязания крючком, имитация вышивки, кружева. Это и есть наш фирменный стиль, признак бренда.

Тот уровень качества, который отличает вологодский лен, задали мы сами, наверное, поэтому соответствовать этому уровню нам несложно. Льняной трикотаж от фирмы «Волтри» изготавливается из вологодской льнолавсановой пряжи — уникального сырья, которое производится только в Вологде. Именно из такой пряжи можно делать трикотажные вещи, которые будут и красивыми, и долговечными, и приятными к телу. Мы пробовали использовать и другие виды сырья, но лучше вологодского льна не нашли ничего.

Чтобы бренд был интересен потребителю, мы используем современные технологии производства и постоянно совершенствуем применяемые приемы отделки трикотажа, работаем над дизайном. Выпускаем две коллекции одежды в год («весна-лето» и «осень-зима») и каждый месяц запускаем в производство не менее десяти новых моделей. Причем, мы внимательно изучаем рынок: пробуем сразу несколько



направлений, анализируем спрос и затем развиваем именно те линии, которые интересны покупателю.

Наша продукция постоянно пользуется спросом у ценителей стильной и качественной одежды. Ее заказывают владельцы европейских бутиков. И мы уверены, что со вступлением в ВТО для нашей продукции открываются на этом рынке огромные перспективы. Ведь то, что есть везде, не так интересно, как авторские вещи, брендовый товар.

вердикт экспертов, разрабатывавших утвержденную недавно «Инвестиционную стратегию Вологодской области до 2020 года».

По статистике, за последние годы у местных предприятий снизилась активность по вхождению в систему добровольной сертификации «Настоящий вологодский продукт». Это еще не говорит о том, что система работает неэффективно, но позволяет сделать вывод: некоторые принципы работы пора менять. В последнее время прошел ряд встреч и совещаний на региональном уровне по поводу судьбы этого зонтичного бренда, была создана рабочая группа.

Одним из способов решения проблемы является ребрендинг, другим — более активное и последовательное продвижение уже существующего бренда. В любом случае создатели инвестиционной стратегии уверены: вологжанам на роду написано развивать пищевую промышленность. Тем более, в суточной доступности от Вологодской области проживает порядка 50 млн человек потребительской базы.

Сейчас Правительство области анализирует перспективы разработки единого бренда региона, объединяющего в себя элементы шести основных брендов. По замыслу губернатора и его команды, это позволит создать эффективный механизм позиционирования Вологодской области как одного из регионов-лидеров на Северо-Западе России в ряде сфер, таких как промышленность, инвестиции, производство продуктов питания, туризм и культура.

В списке «Настоящих вологодских продуктов» сейчас значатся только товары пищевой промышленности — этого, по мнению специалистов, недостаточно. Еще одна идея — создание продуктов премиум-класса, продукции с большой добавленной стоимостью. Новые инструменты поддержки производителей в реализации местной продукции на федеральном и даже международном уровне «Корпорация развития Вологодской области» тоже разрабатывает.

Каким будет новая жизнь уже существующих вологодских брендов, какие еще товары станут брендовыми, область, страна и мир узнают совсем скоро. **BB**

*Материал подготовлен по информации, предоставленной Правительством Вологодской области, БУ ВО «Вологодский областной центр контроля качества», ОАО «Корпорация развития Вологодской области».*

## Пятерка по брендингованию

**Как создаются бренды? Вот история появления нескольких наиболее известных российских брендов.**

1. Пивная марка «**Балтика**» появилась в 1992 году. И почти сразу без масштабной рекламной кампании она стала одной из самых узнаваемых: это был первый продуктовый бренд, созданный в постсоветское время. В 1994 году «Балтика» первой из российских компаний выпустила пиво в алюминиевой банке. Спустя 10 лет компания провела рестайлинг. С тех пор наиболее успешные сорта этого пива стали рекламироваться отдельно.

2. Название «**ЛУКОЙЛ**» — аббревиатура из первых букв трех западносибирских городов, в которых начиналась деятельность компании — Лангепас, Урай и Когалым, — и указание на профиль деятельности («oil»). Название придумал Равиль Маганов, который в начале 90-х был директором «Лангепаснефтегаза». Тогда же появился и логотип компании, который должен был «создать простой и хорошо узнаваемый образ, понятный как российским, там и западным партнерам и потребителям».

3. «Пчелайн» — так в шутку абоненты «**Билайн**» называют своего оператора. В 1993 году, когда бренд только придумывали, название казалось свежим, а логотип с пчелой — необычным. В руководстве «ВымпелКома» посчитали, что слово

«Билайн» выстраивает нужный ассоциативный ряд: bee (пчела) — соты — сотовая связь.

4. Бренд «**Сбербанк**» знают, пожалуй, все поколения ныне живущих россиян. А ведь логотип у компании появился лишь в 1994 году: зеленый кружок с тремя галочками должен был напоминать копилку (и монетку) и символизировать выбор надежности и стабильности. В 2009 году компания начала ребрендинг. Впрочем, кардинально ничего не изменилось — полоски «уехали» в левый угол зеленого кружка, цвета поменяли оттенки: из изумрудно-зеленого они стали походить на салатные листья, а сам кружок, по некоторым оценкам, на «дно пивной бутылки».

5. Марка «**Северсталь**» — редкий пример удачного и относительно дешевого (на первом его этапе) брендинга. Название компании было придумано одним из ее создателей еще в 1993 году, три года спустя стиль логотипа был бесплатно разработан вологодской фирмой «Арника». Товарный знак — буква «С», символизирующая ковш с вытекающим расплавленным металлом — появился в 1997 году. Конкурс на его разработку выиграла сотрудница компании, выпускница Мухинского училища Екатерина Бушета. В качестве приза она получила 10 тыс. рублей. В 2009 году появился новый логотип компании — бело-сине-красный треугольник, который используется по сей день.

Реклама

  
**РЕГИОНТЕХСЕРВИС**

- **Техническое обслуживание и ремонт инженерных систем и оборудования**
- **Круглосуточное аварийно-диспетчерское обслуживание**
- **Профессиональная уборка помещений**

160004, г. Вологда, ул. Благовещенская, 76а,  
тел./факс: (8172) 50-72-72,  
[www.regiontehsevis.ru](http://www.regiontehsevis.ru), [rts@vologda.ru](mailto:rts@vologda.ru)





# БЫТЬ ЛИДЕРОМ — БОЛЬШАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ТЕКСТ, ФОТО: ВИКТОРИЯ МАЕ

**Вряд ли в Вологде найдется человек, который не слышал бы о Вологодском оптико-механическом заводе. Оптические прицелы для охотничьих ружей, выпускаемые предприятием, пользуются устойчивым спросом охотников и неизменным вниманием посетителей специализированных выставок.**

ОАО «ВОМЗ» сегодня — это многопрофильное предприятие, оснащенное современным технологическим оборудованием, которое позволяет изготавливать обширную номенклатуру сложных изделий. Завод обладает контрольно-испытательной станцией, сертифицированной ЦНИИ Минобороны России, а также полигоном для контроля качества и надежности выпускаемых изделий. Получение международного сертификата ISO 9001:2008 на систему качества является официальным признанием конкурентоспособности продукции ОАО «ВОМЗ» на мировом рынке.

С 2009 года Вологодский оптико-механический завод входит в состав холдинговой компании ОАО «Швабе», организованной Госкорпорацией «Ростех». Данная интеграция позволила вологодскому предприятию в короткий срок повысить конкурентоспособность выпускаемой продукции, реализовать инновационные проекты, внедрить новые технологии, повысить качество жизни работников предприятия.

В настоящее время ВОМЗ считается одним из лидеров на российском рынке оптических систем. Предприятие производит прицелы и блоки системы управления огнем

для большинства объектов бронетанковой техники, выпускаемой российскими производителями для нужд российской армии и поставки на экспорт.

За последнее время география поставок продукции производства ОАО «ВОМЗ» значительно расширилась. Продукция спецназначения пользуется высокой популярностью у военных Индии, Алжира, Кипра. Системы управления огнем производства ОАО «ВОМЗ» перешагнули через океан и завоевывают рынок Латинской Америки (в частности, Венесуэлы). Предприятие ежегодно демонстрирует свою продукцию на крупнейших международных выставках вооружения и военной техники, среди которых выставка в Индии «DEFEXPO INDIA» и французская «EUROSATORY».

Вологодский оптико-механический активно сотрудничает с ведущими научно-исследовательскими институтами, конструкторскими бюро и производственными объединениями России, расширяет контакты в сфере лицензионного производства с зарубежными странами. Одно из направлений работы в этом аспекте — развитие международной кооперации ОАО «ВОМЗ» с французской фирмой «Талес» и белорусским

ОАО «Пеленг» по производству тепловизионных прицельных комплексов «ЭССА» для танков Т-90, «ПЛИСА» для Т-80, «Сосна» для Т-72. В настоящее время руками вологодских оптиков собрано более 500 тепловизионных камер «Катрин-FC». Знаменательным событием 2012 года стало подписание договора на лицензионное производство на базе ОАО «ВОМЗ» тепловизионной камеры нового поколения «Катрин-ХР». Исполнение данного контракта позволит вологодскому предприятию производить тепловизионные камеры третьего поколения.

Являясь многопрофильным машиностроительным предприятием, завод также осуществляет производство оптико-электронных приборов гражданского назначения. Визитной карточкой Вологодского оптико-механического завода среди товаров народного потребления являются охотничьи прицелы под торговой маркой «Pilad». Эта популярность связана с высоким качеством продукции, надежностью и демократичной ценой.

В прошедшем году была проделана большая работа, результатом которой стала разработка долгосрочной программы развития гражданского (медицинского) приборостроения. Основной ее целью является создание инновационной высокотехнологичной медицинской техники для обеспечения потребности медицинских учреждений и граждан, повышения конкурентоспособности на российском рынке медицинского приборостроения, доходности бизнеса, а также качества жизни населения. **Р**



Тепловизионная камера «Catherine FC» предназначена для обнаружения, распознавания и идентификации цели, наблюдения за объектом, проведения операций по поиску и спасению. Может использоваться не только в военных целях, но и для раннего прогнозирования и контроля обстановки при тушении пожаров и ликвидации техногенных катастроф. ВОМЗ как лицензионный производитель обеспечивает сервисное обслуживание камер на протяжении всего их жизненного цикла.



Оптические прицелы дневного и ночного видения разной кратности для стрелкового оружия — надежные, простые в обращении и недорогие помощники для тех, кто увлечен охотой: от любителя до профессионала.



# ФИНАНСОВЫЙ ФУНДАМЕНТ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

ТЕКСТ, ФОТО: АННА АРТЕМОВА

**Рынок требует новой продукции и новых услуг, которые должны быть принципиально иного качества. Предприятия и организации, сумевшие своевременно ответить запросам рынка, работают успешно. Создаются новые рабочие места, пополняются бюджеты разных уровней, развивается экономика региона. Для таких масштабных проектов чаще всего используются заемные средства. Банк «Северный Кредит» стал партнером для целого ряда предприятий области, которые благодаря этому сотрудничеству вышли на новый уровень развития.**

## Настоящий вологодский

Банк «Северный Кредит» — это региональный банк Вологодской области. Главный офис находится в Вологде, есть подразделения в Череповце, Соколе, Великом Устюге, Ухте, Архангельске, Северодвинске, Печоре, Ярославле, Санкт-Петербурге, планируется открытие операционного офиса в Москве. Экономике Вологодской области это приносит большую пользу, ведь точки не открываются без экономической целесообразности, и подразделения банка «Северный Кредит» появляются в регионах с профицитными бюджетами. Таким образом привлекаются деньги на Вологодчину.

## Капитальные вложения

Привлеченные средства в первую очередь идут на поддержку бизнеса — кредитование организаций и предпринимателей. Деньги на развитие получают предприятия обрабатывающего производства, энергетического комплекса, ЖКХ, строительные компании, предприятия газовой и машиностроительной отраслей.

Ведется активное сотрудничество с объединением «Вологдалесхоз», которое работает во всех районах области. Первый результат — строительство лесоперерабатывающего производства в селе Сямжа. Это 200 новых рабочих мест и толчок к развитию экономики района и его социальной сферы.

В 2012 году банк «Северный Кредит» оказал финансовую поддержку «АПК «Вологодчина». Благодаря этому удалось завершить монтаж оборудования на предприятии, закупить сырье и начать выпуск высокотехнологичной продукции — медицинской ваты.

Благодаря сотрудничеству с банком «Северный Кредит» МУ ПАТП № 1

в 2012 году общественный транспорт в Вологде был оснащен по последнему слову техники: закуплено оборудование, запущена автоматизированная система управления пассажирскими перевозками. В ходе совместной работы МУП ЖКХ «Вологдагорводоканал» и банка «Северный Кредит» проведены строительство и монтаж очистных сооружений. За счет кредита, предоставленного банком «Северный Кредит», ГЭП «Вологдаоблкоммунэнерго» увеличило объем оборотных средств и расширило свои возможности. Поддержка банком МУП «Коммунальные системы» (г. Сокол) позволила предприятию своевременно осуществлять текущую деятельность.

## Социальные проекты

Ряд социальных проектов реализуется на территории Вологодской области также при поддержке банка «Северный кредит». В 2012 году было профинансировано строительство Ледового дворца в Вологде. Сейчас в новом спорткомплексе тренируются спортсмены, в ближайшее время его откроют для массовых катаний.

В целях развития рынка доступного жилья Вологодской области банк «Северный Кредит» принял участие в реализации федеральной программы «Стимул» совместно с НО «Фонд развития жилищного ипотечного кредитования Вологодской области». В рамках сотрудничества профинансировано строительство двух жилых домов в Вологде и одного в Череповце. Новые квартиры стали доступны вологжанам с невысоким уровнем дохода.

Учитывая тенденцию роста значеня малого бизнеса в экономике



Вологодской области, банк «Северный кредит» принимает участие в программе «Гарантийный фонд». Она реализуется Правительством Вологодской области в разрезе федеральной целевой программы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Такие клиенты часто не могут полностью обеспечить кредит залогом. И в этом случае гарантийный фонд выступает поручителем. Для сотен предпринимателей такое кредитование — единственный шанс поставить на ноги свой бизнес.

Главное, что отличает банк «Северный Кредит», — это индивидуальный, нестандартный подход к потребностям предприятий и граждан в получении кредитов, высококвалифицированные специалисты и быстрое принятие решений. **Р**

Открытое акционерное общество **Северный Кредит** коммерческий банк

г. Вологда, ул. Герцена, 27  
тел.: (8172) 76-40-00,  
факс: 76-40-90

Лицензия Банка России: № 2398 от 24.08.2012 г.

# ДЕРЕВЯННАЯ ГОРДОСТЬ

## ПРОДУКЦИЯ «СОКОЛЬСКОГО ДОКА» ИЗВЕСТНА ВО ВСЕМ МИРЕ

ТЕКСТ: ВАЛЕРИЙ БУТЫМОВ, ФОТО: СЕРГЕЙ БОГДАНОВ

**Говоря о брендах Вологодской области, известных далеко за ее пределами, нельзя не вспомнить о лесопромышленном комплексе. Крупнейшим деревообрабатывающим производством в европейской части страны, первым в России освоившим технологию изготовления клееного бруса в качестве материала для стен домов, является ОАО «Сокольский ДОК».**



руководством компании «Инвестлеспром» было принято решение поставить оборудование по производству клееной балки различных классов прочности. Эксклюзивность этой продукции в том, что за счет уменьшения сечения балки и применения высокопрочных пиломатериалов можно сохранить необходимые свойства и сэкономить

расход материала, снизить материалоемкость конструкций.

Технология производства и готовая продукция Сокольского ДОК соответствует европейским требованиям. «Например, предприятие получило международный экологический сертификат FSC — сертификат полной цепочки поставок «от заготовителя — к потребителю», в соответствии с международным стандартом Лесного попечительского совета, — говорит главный технолог предприятия Татьяна Генералова. — Или, скажем, в соответствии с европейским сертификатом EN-14080 мы выпускаем клееную балку, которая потом экспортируется на Запад: в Грецию, Италию, Францию, Германию, Финляндию. При этом существует много тонкостей. Например, в ФРГ есть свои критерии качества, и для экспорта требуется особое приложение DIN EN-1052, которое, впрочем, также имеется у комбината.

Внешнеэкономические отношения предприятие поддерживает и с Востоком — с Китаем и Японией. На японском рынке тоже свой национальный стандарт — JAS, который по ряду параметров даже строже европейского. И он соблюдается со всей ответственностью, что в очередной раз говорит о хорошем качестве производимой

продукции сокольчан. Сокольский ДОК единственный в России имеет экологический сертификат EcoMaterial Green на соответствие стандарту EcoMaterial 1.3, что говорит о высокой оценке строительной продукции.

Важнейшую роль в производстве играет сырье. В Соколе используется лучшая древесина северной части России: север Вологодской, Архангельская область, республика Карелия. На производство идут хвойные породы деревьев: ель и сосна. «Северные породы имеют отличные прочностные параметры за счет своей высокой плотности, — поясняет Татьяна Генералова. — Больше половины сырья добывается на территории области вологодской компанией «Кипелово», также входящей в группу «Инвестлеспром». Предприятие оказывает весь спектр необходимых услуг: от заготовки до лесовосстановительных работ. Однако СДОК закупает сырье также и у сторонних организаций».

«Что касается реализации производимой продукции, то хорошими показателями являются стабильные цифры поставок в различные страны Европы и Азии полного ассортимента нашей продукции, — рассказывает финансовый директор предприятия Константин Пастухов. — Говоря о России, важно отметить, что по данным коммерческой службы холдинга, предприятию принадлежит 10–15% рынка домостроения Подмосквья — такова статистика 2012 года». К слову, в Москве продукция Сокольского ДОКа известна под маркой «НЛК Домостроение».

Таким образом, ОАО «Сокольский ДОК» показывает большую инвестиционную привлекательность, а его продукция, качество которой подтверждено международными сертификатами, становится ярким и узнаваемым брендом на рынке домостроения и производства деревянных конструкций в международном масштабе. **Р**

Основанное еще в первой половине XX века, сегодня это предприятие демонстрирует самое современное техническое оснащение. Например, в 2004 году на нем был модернизирован лесопильный цех, что позволило расширить возможности обработки древесины и, как следствие, увеличить производительность самой линии. На предприятии особо отмечают, что финское оборудование гарантирует качественную обработку сырья.

Четырьмя годами позже, уже после вхождения Сокольского ДОКа в ЗАО «Инвестлеспром» — одну из крупнейших вертикально-интегрированных лесопромышленных структур в России — началась модернизация другого производственного блока, ориентированного на домостроение из клееного бруса. Она проходила в два этапа: увеличение объемов производства и улучшение потребительских свойств продукции. Это стало возможным благодаря масштабному инвестиционному проекту, проходящему при содействии «Банка Москвы». Тогда акционерами ОАО «Сокольский ДОК» было принято решение о реализации инвестиционного проекта стоимостью более 1 млрд. руб. Годом наряду с увеличением объемов производства домов из клееного бруса,





ПЛАТИ ЗА СВЕТ, НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА, НА САЙТЕ VSCENERGO.RU

# ВЫБОР ЕСТЬ

## «ЮК-АВТО»: 5 ЛЕТ НА АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ, ФОТО: ЕВГЕНИЙ ИВАНОВ

**В конце 2007 года в журнале «Бизнес и Власть» появились первые публикации о новом вологодском автосалоне «ЮК-Авто». Его владелец Юрий КРАСИЛЬНИКОВ сделал ставку на продажи автомобилей премиум-класса Toyota и Lexus, а также их сертифицированное сервисное обслуживание.**



С тех пор региональный авторынок существенно изменился: на него пришли новые игроки федерального масштаба, место одних официальных дилеров заняли другие. Кроме того, во многом благодаря экономическому кризису 2008—2010 годов ушли в небытие многие небольшие мультибрендовые автосалоны. Спустя 5 лет мы попросили Юрия Красильникова рассказать, насколько поменялись его взгляды на ведение бизнеса, и за счет чего его автосалону сегодня удается конкурировать с многочисленными автоцентрами Вологды и области.

### — Юрий Александрович, как спрос?

— Спрос на новые автомобили есть. И это несмотря на то, что количество предложений по городу за последние годы увеличилось. Те, кто когда-то купил машину у нас или поставил ее на обслуживание, приезжают к нам снова. Да и то,

что люди не только из Вологды, но и из районов едут за покупками именно к нам, доказывает, что у нашего салона уже наработан авторитет.

### — Как ваша компания пережила кризис?

— Мы его не заметили. Конечно, как и в любом деле, есть подъемы и спады. Общая экономическая ситуация для продажи больших партий машин пока не столь благоприятна, как в середине 2000-х годов. Поставщики автомобилей и запчастей поднимают цены, страховщики, наоборот, понижают расценки на ремонт застрахованных транспортных средств... Сегодня все — не только автомобилисты — считают деньги и стараются сэкономить. Но мы по-прежнему предлагаем за меньшие деньги то же качество и удобство, что и у других дилеров, а порой даже и выше уровнем.

### — За счет чего вы это делаете?

— С приходом крупных игроков на региональный рынок нам пришлось перестраиваться, искать свою нишу. Например, у нас большой выбор автомобилей с ПТС. Больше, чем у так называемых официальных дилеров или представителей. Они работают по квоте, вынуждены выставлять не только популярные модели и комплектации (которые быстро раскупаются), но и не очень ходовые. Мы же торгуем именно тем, что наиболее востребовано на рынке. Если же у нас нет запрашиваемой клиентом модели, то мы можем привезти ее в кратчайшие сроки — в течение рабочей недели. Если, конечно, это не эксклюзивная расцветка или комплектация. Почему мы обгоняем «официальных дилеров»? Потому что у тех поставщиков, с которыми мы работаем, квоты измеряются не десятками, а тысячами автомобилей. И, что немаловажно, мы за счет собственной маржи можем сделать клиенту скидку в 50—60 тыс. руб., а у официального дилера руки связаны — он, как правило, продает по той цене, которая спущена сверху...

### — Обычно, когда говорят о преимуществах дилерских центров, в первую очередь вспоминают о сервисном обслуживании, которое они должны обеспечивать.

— Я вам скажу так. Мы стояли у истоков техобслуживания в Вологде. Лично я имею в этой сфере 16-летний опыт, многие мастера работают в нашей компании с момента основания.

### — Какое оборудование вы при этом используете?

— Самое современное и доказавшее свою продуктивность.



А в каких-то случаях и уникальное. Например, оборудование для проточки тормозных дисков американской фирмы Pro-Cut есть только у нас. Если в другой компании вам предложат их заменить, то мы же их восстановим, что значительно дешевле. Далее, 3D-система схода-развала далеко не во всех сервисах есть... У нас самый большой в городе малярно-кузовной цех — более 1000 кв. м. И это не просто бравада. Будем откровенны: если машина перегоняется из бокса в бокс, то из-за перепада температур, влажности, осадков неизбежны процессы коррозии, пусть и незаметные на первый взгляд. Когда же все ремонтные и покрасочные работы идут под одной крышей, автоладельцу нечего бояться.

К тому же мы имеем все необходимые сертификаты соответствия и разрешения на сервисное обслуживание моделей Toyota и Lexus. Тем самым мы поддерживаем и продлеваем дилерскую гарантию. Что это означает в практическом плане? Есть категория клиентов, у которых истекли сроки гарантийного обслуживания, и дилерские обязательства уже не действуют.

У них есть альтернатива — остаться там, где они покупали автомобиль, или обслуживаться у нас за меньшие деньги, не теряя при этом в качестве, а в каких-то случаях получая даже более высокий уровень сервиса.

#### — Как у вас это получается?

— Норма-час у нас меньше, система оплаты гибкая, ну и, конечно, играет большую роль многолетний опыт работы с заказчиками и поставщиками. Например, за те же деньги мы можем предложить клиентам масло более высокого качества, которое лучше подходит для наших морозов. Также мы постоянно делаем и другие выгодные предложения.

#### — Неужели за годы работы не было ни одной конфликтной ситуации?

— Безусловно, без проблем не бывает в любой работе. Но мы дорожим своим именем, и поэтому все претензии и вопросы решаем не за 45 дней, положенных по законодательству, а за 3—5 дней. У нас, даже если клиент неправ, он все равно прав. За счет внутренних

резервов — тесных отношений с поставщиками, опыта, финансовых возможностей — мы находим выход из любой ситуации, не доводя ее до конфликта.

#### — Вы сказали о том, что вам пришлось менять стратегию ведения бизнеса с приходом на рынок новых игроков. Кроме оптимальной цены и высококачественного сервиса, что еще вы готовы сегодня предложить клиентам?

— Например, мы предоставляем услугу мгновенного trade-in (возможность купить автомобиль, сдавая автомобиль в зачет и доплачивая разницу — прим. ред.). Расширяем линейку автомобильных марок, представленных в салоне, — если раньше занимались в большей степени Toyota и Lexus, то теперь возим и имеем возможности обслуживать на высоком уровне французские, немецкие, южнокорейские марки. Также мы сотрудничаем со всеми крупными банками и страховыми компаниями, работающими в регионе. Наша задача показать автолюбителям — выбор есть. **P**

Реклама

www.vnebo.ru

## НАТЯЖНЫЕ ПОТОЛКИ



ЛЮБЫЕ ОБЪЕМЫ РАБОТ

КРАТЧАЙШИЕ СРОКИ  
ИСПОЛНЕНИЯРАБОТЫ ЛЮБОЙ  
СЛОЖНОСТИВЫГОДНОЕ  
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

г.Вологда

ул. С.Преминина, 1

т. 52-00-00

# ГИК: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА БЕЗГРАНИЧНЫ

ТЕКСТ: ЮЛИЯ ПЕРЕВОЗЧИКОВА, ФОТО: ИЛЬЯ АШАПАТОВ

**Все ли вам известно о возможностях, которые Интернет открывает вашему бизнесу? Используете ли вы его на все 100%? Как можно получать новых клиентов и дополнительную прибыль из виртуального мира? «Городская Интернет Компания» знает ответы на эти вопросы и готова стать гидом по просторам Всемирной сети.**



В современный век инноваций и совершенствования высоких технологий так сложно успевать за стремительно развивающимися тенденциями. Одно из новообразований — это Интернет. Пару десятков лет назад никто и представить не мог, что выйти в глобальную сеть можно будет прямо из своей квартиры или с мобильного устройства, что для поиска нужной информации не надо будет ходить в библиотеку, а для покупки товара не нужно посещать магазин. Интернет открывает широкие возможности для каждого, осталось только разобраться — как?

«Городская Интернет Компания» взяла на себя миссию — пролить свет на современные способы ведения бизнеса, и с 2011 года успешно ведет работу по ее выполнению. Тогда она представляла собой небольшую веб-студию, которая занималась

разработкой сайтов. Со временем увеличивалось число клиентов и расширялся спектр предлагаемых услуг. Штат сотрудников стал больше, изменилась и рабочая площадь. Сегодня «ГИК» — это серьезная компания, одна из лидирующих в Вологодской области, партнер крупных интернет-порталов.

## Боевые единицы

Основа любой компании — это ее коллектив. Сотрудники «Городской Интернет Компании» — это молодые специалисты, посвятившие себя сложной сфере IT-технологий. Вы можете видеть лишь результаты их кропотливой работы: отличные сайты, прекрасно оформленные, полноценно работающие, с богатым функционалом. Однако за каждым таким продуктом стоит большой коллектив работников студии, которые

потратили много рабочего и нерабочего времени, чтобы сайт стал таким, каким все его видят сегодня. В настоящий момент в компании трудятся 18 человек — представители разных направлений: отдела продаж, отдела разработки, отдела по работе с клиентами. Все они, словно по отдельным пазлам, собирают одну большую картину — ваш сайт.

А начинается все с менеджеров по продажам, именно они встречаются с заказчиками, ведут переговоры, открывают новые перспективы для развития их бизнеса. Согласовывают все технические моменты по реализации желаний заказчика с отделом разработки. После этого составляется техническое задание, руководствуясь которым команда разработчиков приступает к действию.

Ежедневно с 9:00 до 18:00, а то и дольше в офисе кипит работа. Порой творческий процесс так увлекает, что сотрудники задерживаются допоздна, чтобы довести работу до конца. Это показатель того, что в компании действительно ценят труд, любовь к своей

## ПРОДВИЖЕНИЕ В ЦИФРАХ

За 2012 год компанией «ГИК» создано 60 сайтов, более 40 сайтов на техподдержке, проведено более 30 рекламных кампаний. За прошлый год на сайты клиентов компании зашло 1568824 пользователей, которые просмотрели 5024206 страниц. «Вы не видите ни действий, ни результатов по обслуживанию вашего сайта? Хватит платить за воздух! — говорят в компании. — Получите скидку 20% на поддержку и продвижение при переходе к нам от другой компании!»



профессии, креативность и творческий подход.

Каждый новый сайт — это плод совместной деятельности, в конечном результате которой заинтересован каждый сотрудник. Программисты, верстальщики, дизайнеры, контент-менеджеры вкладывают свои идеи, предлагают новые оригинальные решения, делают все возможное, чтобы в итоге получился продукт, за который не будет стыдно. Здесь понимают важность возложенной на коллектив задачи. Ведь каждый интернет-ресурс — это лицо фирмы, это связующее звено с покупателями товаров и услуг, это надежный источник привлечения новых партнеров и основа поддержания сотрудничества с постоянными клиентами.

### Представительство бизнеса в сети

Заказывая сайт, не каждый понимает, для чего он нужен. Чаще всего звучит аргумент: «чтобы был». Такой веб-ресурс создается без перспективы на развитие, на него не заходят пользователи, но зато его адрес можно указывать в визитной карточке. И это неправильно. Сайт компании — это дополнительный способ заработка. Важно, чтобы он был «на уровне», чтобы дизайн не раздражал глаз пользователей, а вся важная информация была доступной и легко читаемой. Все эти понятия заключены в одном слове — «юзабилити», то есть удобство сайта для пользователей.

Все права собственности полностью передаются заказчику, поэтому такой сайт гордо можно назвать «своим»! Собственный сайт поможет вам заявить о себе, дать подробную информацию о товарах и услугах, найти новых клиентов и ответить на все их вопросы, выполняя роль менеджера, который работает без обеда и выходных, 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.

### Покоряя вершины

Одно из ключевых направлений деятельности компании — работы по продвижению сайтов. Наверняка, каждый из вас регулярно прибегает к помощи поисковых систем для того, чтобы найти нужную информацию. В ответ на любой запрос система выдает список сайтов, наиболее полно соответствующих данному слову или словосочетанию. Ежедневно сотни и тысячи людей ищут важные для них данные, в том числе конкретные товары и сайты

компаний, предоставляющих какие-либо услуги. В Интернете обитает огромное число заинтересованных в покупке людей. Среди них есть потенциальные клиенты любой вологодской фирмы. Отсюда возникла востребованная услуга на сегодня — продвижение сайтов в поисковых системах. Это комплексной работой по выводу сайта в ТОП-10 поисковой выдачи по определенному ключевому запросу. Важно уже сейчас занять свое место в Интернет-пространстве, дабы опередить конкурентов и прочно обосноваться на первой странице выдачи поисковой системы.

### В надежных руках

Получив долгожданный сайт, нельзя пускать его работу на самотек. В компании должен быть специалист, который бы управлял ресурсом: отслеживал его бесперебойную работу, обновлял контент. Ни один сайт не застрахован от сбоев в работе, ошибок, вирусных и хакерских атак. Если в компании такого специалиста нет, то смело можете доверить это дело «Городской Интернет Компании». Работники веб-студии предложат свой надежный хостинг, будут вести регулярный мониторинг работоспособности сайта, делать резервные копии, обновлять информацию, предоставлять статистику и отчетность по посещению веб-ресурса.

### Все внимание ваше!

Сегодня Интернет находится на втором месте по оборотам рынка рекламы, уступая место лишь телевидению. Выбрать подходящее место для размещения рекламы, настроить рекламную кампанию и вести ее от начала и до конца предлагают вам специалисты «ГИК». Размещение контекстной рекламы в поисковых системах «Яндекс» и Google, баннеров на страницах сервисов mail.ru и «Яндекса», текстово-графических блоков в социальных сетях — это далеко не весь перечень услуг по интернет-маркетингу. Компания проведет все необходимые переговоры, разработает баннеры и разместит на любом понравившемся вам сайте, где предоставляется такая возможность.

### И кое-что еще

В наше время большую популярность приобрели социальные сети, а наличие сообщества компании выгодно выделяет фирму среди конкурентов. Свою помощь в создании



группы, ведении, наполнении и оформлении предлагают специалисты «ГИК».

Позиционирование серьезной компании на рынке невозможно без созданием ее имиджа. В этом, прежде всего, поможет фирменный стиль компании. Очень важно, чтобы его разработкой занимались профессионалы.

У вас есть еще вопросы о развитии компании при помощи интернет-технологий? Обратитесь к специалистам «Городской Интернет Компании», они развеют все сомнения и поделятся с вами секретами успеха бизнеса в Интернете! **Р**



**ООО «ГИК»**  
г. Вологда,  
Пречистенская наб., 34  
тел.: (8172) 21-09-21  
[www.gik35.ru](http://www.gik35.ru)



# ВЫБОР ЗА ТЕЛЕЗРИТЕЛЕМ

ТЕКСТ, ФОТО: МАРИНА ЦЕВЕЛЕВА

**О некоторых тенденциях развития регионального медиа-рынка и использовании телевидения в качестве канала продвижения бизнеса рассказала заместитель генерального директора ООО «ТВ-7» Нина БУРАВЦОВА.**



— В феврале 2008 года «Седьмой канал» отказался от сетевого партнерства с каналом «СТС» и перешел на собственное программирование. Насколько своевременным был этот шаг, насколько сложным?

— При переходе на самопрограммирование сложности, конечно, были: потребовалось изменение лицензии, дополнительное оборудование, кадры. Но в первую очередь встал вопрос о программном наполнении: заполнить 19 часов эфирного времени в сутки достаточно сложно. Расширили производство собственных программ, ищем новые возможности закупки интересного для зрителя контента. Время показало, что за 5 лет работы в условиях самопрограммирования «7 канал» не потерял то, что было ранее наработано, и нашел нового зрителя.

— Вообще, насколько развито сегодня в стране региональное телевидение? Интересно ли оно для аудитории?

— Ну, в разных регионах, конечно, по-разному. Могу сказать о «7 канале». Мы стараемся построить

эфир так, чтобы вологжане были в курсе всего самого важного и интересного, что происходит в городе и области. Среди информационных программ несомненный лидер — это «Новости Вологды». На «Перекрестке» с гостями студии обсуждаются самые актуальные, злободневные вопросы и проблемы нашего города и области. А вологжане в прямом эфире активно участвуют в обсуждении. Новая программа «Секреты здоровья и красоты» рассказывает, как всегда быть в тонусе, делится новинками достижений медицины.

2012 год для «7 канала» стал еще и годом «большого спорта»: мы совместно с «Каналом 12» начали

трансляции хоккейных, волейбольных и баскетбольных матчей, которые теперь в прямом эфире могут посмотреть большинство жителей Вологодской области. Программа «Спорт тайм» заняла 2-е место в престижном телевизионном конкурсе «ТЭФИ-Регион».

В ближайшем будущем стартуют еще несколько новых проектов.

— Вы сказали, что среди программ собственного производства у вас лидером являются «Новости». За счет чего удается конкурировать с другими телекомпаниями, которые также транслируют региональные новостные передачи?

— Да, программа «Новости Вологды» — настоящий бренд «7 канала». Это и наработанный более чем 20-летний опыт, и профессионализм сотрудников, и помощь телезрителей, которые постоянно «подкидывают» темы, дают советы и, самое главное, не остаются равнодушными к увиденному и услышанному... Мне кажется, что наши новости отличаются «человечностью» (даже официальную

информацию мы стараемся подавать так, чтобы она была интересна вологжанам), динамичностью (за короткое время даем максимум информации), оперативностью.

Мы шутим, что рейтинги наших новостей можно не измерять: они измеряются сами по обратной связи с телезрителями (количество звонков во время интерактивных голосований, постоянные обращения за помощью по различным вопросам, письма вологжан).

— Нет ли планов по созданию информационно-аналитической передачи, куда приглашались бы эксперты, давались комментарии и оценки?

— Может быть не в полной мере, но именно такой мы стараемся делать итоговую программу, которая выходит по воскресеньям.

— Что интересного зрители «7 канала» смогут увидеть в ближайшее время?

— В феврале на нашем канале стартовала сразу несколько премьер. По понедельникам — новый сезон международной битвы экстрасенсов «Апокалипсис», вторник — время реалити-шоу «Свадебные битвы», в среду — веселый, добрый социальный проект «Папа попал», а по четвергам — сразу два документальных цикла: увлекательные истории о создании легендарных фильмов советского кино в «Неизвестной версии» и вся правда о шоу-бизнесе в программе «Звездная жизнь». Для этих проектов мы выбрали самое удобное время — сразу после вечернего выпуска новостей.

В преддверии дачного сезона мы начали новый проект «Задачи у дачи». И в ближайшем будущем стартуют еще два проекта: «Ваше право» и «Твоя полоса».

В начале марта в эфире «7 канала» в Вологде и «Канала 12» в Череповце прошло ток-шоу «Оценка власти. Финальный раунд». Это абсолютно новый для Вологды формат.

Надеемся, что не разочаровали телезрителей.

— **В нашу жизнь прочно вошел Интернет. Как это сказалось на развитии телевидения?**

— Конечно, Интернет во многом повлиял на вкусы аудитории. Но, на мой взгляд, телевизор люди не перестанут смотреть. Телевидение и Интернет могут быть не только конкурентами в борьбе за внимание аудитории, но и партнерами. Пример такого сотрудничества — новостной портал 35media.ru, где можно найти новости и программы «7 канала» и череповецкой телестанции «Канал 12». Социально-значимые проекты, например, «Прямой эфир с губернатором», транслируются одновременно и через Интернет.

С этого года программу «Новости Вологды» можно посмотреть и на «YouTube», и, надеемся, аудитория «Семерки» увеличится за счет молодежи.

— **Какие возможности для вологодских рекламодателей заявить о себе на ТВ сейчас есть?**

— Если говорить о нашем холдинге, то в первую очередь, это «7 канал».

Программирование «Семерки» дает возможность точного попадания в целевую аудиторию для различных категорий рекламодателей. Причем, кроме прямой рекламы, клиенты все чаще интересуются и новыми формами подачи информации о себе.

На базе рекламной службы «7 канала» создано рекламное агентство, которое занимается размещением рекламы и на федеральных каналах: на «Первом», «России 1», а с февраля этого года и на «Пятом канале». Кстати, последний из перечисленных по данным исследований TNS Russia также входит в десятку крупнейших российских телеканалов.

— **Проводите ли вы замеры зрительской аудитории тех или иных передач? Как рекламодатели реагируют на всяческие рейтинги телепередач?**

— К сожалению, профессиональные измерения телесмотрения у нас в области проводятся редко. И пока у нас нет возможности как в городах-миллионниках продавать рекламу по пунктам рейтинга. Поэтому местные рекламодатели в основном

ориентируются на собственные предпочтения, стоимость размещения и советы менеджеров.

— **В каком направлении, на ваш взгляд, будет развиваться региональное телевидение в ближайшие годы?**

— Строить прогнозы — дело неблагодарное. Особенно сейчас, когда практически каждый день говорят о «новой эре цифрового телевидения», но мало кто представляет себе, как это будет на самом деле.

К сожалению, в разработанной модели цифровизации страны очень много «темных пятен». Особенно

это касается региональных телекомпаний. На мой взгляд, для решения проблем регионального телевидения потребуются дополнительные меры как на уровне федерального правительства, так и на уровне области. Но, думаю, что если у телекомпании будет достойный контент, ей не стоит опасаться потерять место в эфире. И еще, напомним, что «7 канал» входит в состав крупнейшего в области медиахолдинга. А это и широкий спектр услуг, и дополнительные творческие и технические возможности в плане перспектив развития.

Но в любом случае выбор будет за телезрителем. **Р**

## ПРЕМЬЕРЫ НА «7 КАНАЛЕ»

### Понедельник, 21.00 Международная битва экстрасенсов «Апокалипсис»

В 11-м сезоне шоу на уровне магических способностей решается вечный конфликт между мужчиной и женщиной. Чей дар и энергетика окажется сильнее? Участники на Битву приехали со всего мира: из Чехии, России, Украины, Великобритании, США, Шотландии и других стран. Проверять их способности будут физики, техники, саперы, совершенно обычные люди и, конечно, звездные гости — Анастасия Волочкова, экс-«ВИА Гра», телеведущая Надя Мейхер, Анастасия Стоцкая и другие. Зрители снова увидят, как люди со сверхъестественными способностями читают чужие мысли, видят прошлое, настоящее и будущее, находят людей и предметы, применяя только им известные методы.

### Вторник, 21.00 Реалити-шоу «Свадебные битвы»

Героям предстоит организовать праздник своей любви. А помогут им в этом любимые мамы. Будущие теща и свекровь представляют свои видения идеальной свадьбы. Молодые выбирают лишь один вариант. Мама, версия торжества которой показалась невесте и жениху наиболее привлекательной, становится главным организатором праздника. Здесь будет все: любовь, кипящие страсти, соперничество и примирение, юмор и творчество.

### Среда, 21.00 Развлекательный проект «Папа попал»

Каждая программа — история одной семьи, где все настоящее: и герои, и чувства, и эмоции. По условиям шоу мама берет отпуск, чтобы заняться тем, о чем всегда мечтала, и на что никогда не хватало времени. Прыжки с парашютом, ныряние с аквалангом, спа-процедуры, массаж... Тем временем отец семейства выполняет все родительские и домашние обязанности. Он должен доказать, что способен справиться со всеми тяготами быта и стать другом для детей. А главное — понять, как любит супругу, недооценивает ее труд.

### Четверг, 21.00 «Неизвестная версия»

Масштабный документальный цикл программ о том, как снимались легендарные фильмы советского кино, которые знаем и любим мы, наши родители и наши дети.

# РЕКЛАМА ПО-РУССКИ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ДОСТУПНАЯ КАЖДОМУ

ТЕКСТ: ЕГОР ЕЛИН

**Что делать, если рекламный бюджет организации невелик, а задачи перед ее руководством стоят грандиозные? Как достичь эффективности рекламной кампании, сэкономив при этом деньги, силы и время?**

## Разумное решение для малого бизнеса...

«Если вы считаете себя представителем малого бизнеса, то, скорее всего, содержание собственного менеджера по рекламе для вас экономически нецелесообразно, — говорит директор «Рекламы по-русски» Александр Алферьев. Его компания предоставляет услуги на вологодском рынке с 2008 года, и они весьма востребованы как крупными торговыми и промышленными предприятиями, так и малым бизнесом. — Решением таких сложных задач, как продвижение товаров или услуг на рынке, формирование позитивного имиджа, достижение узнаваемости, в небольшой организации зачастую занимается ее руководитель. А ему ежедневно

приходится решать еще множество других не менее важных вопросов. Как результат — нехватка времени и сил, низкая эффективность рекламной кампании».

Комплексное рекламное обслуживание организаций, являющееся специализацией «Рекламы по-русски», направлено на решение указанной проблемы: заказчик получает квалифицированного менеджера по рекламе, которому нет необходимости платить зарплату, оснащать рабочее место, оплачивать связь и транспорт. «Вы всего лишь формулируете цели, утверждаете предложенные нами проекты и контролируете их реализацию. А полный спектр рекламных услуг оказывается силами наших специалистов, — продолжает Александр Алексеевич. — Для вас это и удобно, и выгодно».

## Актуально для всех!

Услуги компании «Реклама по-русски» в том или ином виде актуальны для любой организации и практически для каждого человека.

Тезис о том, что организациям, участвующим в конкурентной борьбе, необходима реклама, в доказательстве не нуждается. Владелец небольшого кафе или директор крупного завода — каждый желает обозначить свои конкурентные преимущества и донести их до потенциальных клиентов. Следствием этого является гигантский рекламный поток, ежедневно обрушивающийся на каждого.

Нужна ли реклама организациям, не имеющим конкурентов? «Безусловно, — отвечает Александр Алферьев. — Монополисты уровня «Газпрома» и «РЖД» ежемесячно тратят миллионы на рекламу. Отличие лишь в том, что эта информация не несет в себе призыв покупать ту или иную продукцию, а направлена на формирование позитивного имиджа. Она показывает социальную значимость организации, повышает уровень доверия к ней среди населения, увеличивает ее престижность».

Органы государственной власти и местного самоуправления, вообще не связанные с предпринимательской деятельностью, также нуждаются в различной рекламной продукции: от таблички на кабинет до эксклюзивных подарочных наборов. Кроме того, важным направлением деятельности государственных и муниципальных органов является информирование населения о различных социально-экономических программах, а распространение такой информации осуществляется теми же способами, что и реклама. «Мы активно сотрудничаем с властными структурами, участвуем в системе госзакупок и, несмотря на жесткую конкуренцию, регулярно побеждаем

## Наше общее дело

«Мы делаем рынок товаров и услуг в регионе более цивилизованным, повышая клиентоориентированность предприятий-заказчиков, — говорит Александр Алферьев. — Время вывесок, небрежно нарисованных краской на фанере, и визиток, напечатанных на принтере, заламинированных скотчем и порезанных ножницами, прошло. Следует помнить,

что реклама — это прежде всего коммуникационный процесс, в котором участвуют не только заказчик и агентство, но и потребитель информации. Поэтому, разрабатывая рекламу для наших клиентов, мы всегда заботимся и о ее потребителях. Мы нацелены на то, чтобы клиентам наших клиентов было максимально удобно, чтобы информация доходила до них четко и эффективно, чтобы они получали от рекламы не только практическую пользу, но и эстетическое удовольствие. Каждый день мы вместе с нашими заказчиками решаем общие задачи: как подарить людям больше комфорта, сделать так, чтобы они остались довольными и возвращались снова и снова. Мы высоко ценим наше общее дело и единство наших целей, которые, как известно, лучше всего сближают людей!»





в тендерах», — добавляет руководитель «Рекламы по-русски».

Некоммерческие организации — политические партии, футбольные клубы, профсоюзы и т.д. — также нуждаются в рекламной и представительской продукции, ведь они занимаются донесением информации до целевой аудитории, формированием собственного имиджа, привлечением новых сторонников. Особенно следует отметить предвыборную борьбу, которая никогда не обходится без распространения агитационных материалов и рекламной информации.

«Физические лица также регулярно пользуются нашими услугами», — рассказывает Александр Алферьев. — Кому-то нужно разработать и изготовить приглашения на свадьбу, кому-то сделать наклейку на стекло автомобиля или рекламный щит о продаже земельного участка. Зачастую люди не знают, к кому обратиться, хотя этим занимается большинство рекламных агентств».

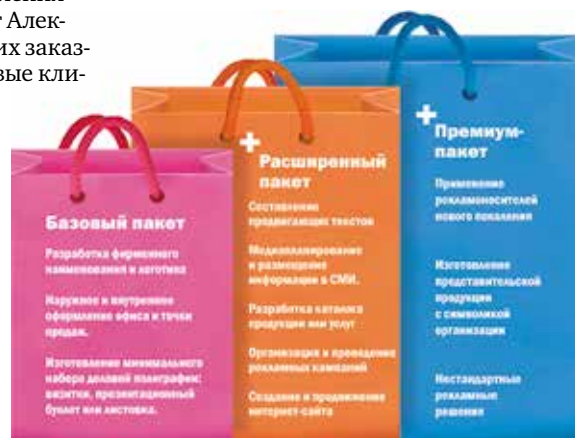
И действительно, в обширном списке клиентов «Рекламы по-русски» представлены самые разные организации со всей Вологодской области и соседних регионов, а также частные

лица. «С некоторыми нашими клиентами мы начали сотрудничество, когда они уже были крупными и успешными, с другими же мы вместе прошли долгий путь становления и развития», — рассказывает Александр Алферьев о круге своих заказчиков. — Случается, что новые клиенты обращаются к нам в критической ситуации, когда их бизнес серьезно пострадал в ходе жесткой конкурентной борьбы. И тогда мы вместе с ними прикладываем существенные усилия, чтобы вернуть утраченные позиции и развиваться дальше».

### Руководителям новых организаций

«Создавая новую организацию, важно помнить, что ряд задач, не решенных на начальном этапе, является существенным фактором, тормозящим развитие и продвижение на рынке, — напоминает Александр Алферьев. — В целях решения данной проблемы специально для вас мы разработали эффективные программы рекламного сопровождения фирмы, начиная с момента ее государственной регистрации».

Получить профессиональную консультацию по ним вы можете в офисе компании «Реклама по-русски». **Р**



г. Вологда, Советский пр-т, 27  
Тел.: (8172) 56-50-18, 70-39-60  
[www.po-ruski.cc](http://www.po-ruski.cc)



# Toyota Camry Воспользуйтесь специальной кредитной программой «Camry Garant»



TOYOTA

УПРАВЛЯЙ  
МЕЧТОЙ



От 969 000 рублей



Тойота Центр Вологда

Окружное шоссе, 33, тел.: (8172) 51-55-66

[www.toyota-marten.ru](http://www.toyota-marten.ru)



Обмен  
автомобилей  
В лучших  
традициях

Организатор - ООО «Тойота Мотор»

FINANCIAL  
SERVICES



Условия программы «CamryГарант»: срок кредита — 36 месяцев; процентная ставка годовых в рублях: при ПВот 15% до 29,9% — 14%; при ПВ от 30% до 40% — 12%. Остаточный платеж — 60% от стоимости автомобиля, указанной в договоре купли-продажи. Гарантия стоимости автомобиля на момент окончания срока действия кредитного договора при обратном выкупе Официальным дилерским центром ООО «Тойота Мотор» — стоимость автомобиля, указанной в договоре купли-продажи при условии соответствия автомобиля требованиям программы. Срок действия программы кредитования — до 01.03.2012. КАСКО, ОСАГО обязательно. Минимальная сумма кредита — 90000 руб. Досрочное погашение — без взимания комиссий и без ограничения по сумме и по сроку погашения. Обязательная передача приобретаемого автомобиля в залог ЗАО «Тойота Банк» В случае просрочки платежа по кредиту начисляется 0,2% от суммы просроченного платежа за каждый календарный день просрочки. Программа распространяется на новые автомобили Toyota Camry 2012 года выпуска, распределяемые ООО «Тойота Мотор» и продаваемые официальным дилерским центром ООО «Тойота Мотор». Программа кредитования осуществляется ЗАО «Тойота Банк» в регионах присутствия ЗАО «Тойота Банк», лицензия Банка России № 3470. Данное предложение носит информационный характер и не является публичной офертой (ст. 437 ГК РФ). Дополнительную информацию Вы можете получить на сайте [www.toyota-bank](http://www.toyota-bank) или в дилерском центре Тойота — участнике программы.



Совместный проект журнала «Бизнес и Власть»  
и «Корпорации развития Вологодской области»

# ОСНОВА РАЗВИТИЯ

## ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА

Выпуск №1

**В** начале марта Олег Кувшинников на первом в этом году заседании Инвестиционного совета области подчеркнул: «Вся работа Правительства Вологодской области должна быть сосредоточена на инновационно-инвестиционном развитии региона. Весь аппарат должен работать как один слаженный механизм. И в этом нам поможет разработка и внедрение четких критериев оценки эффективности работы для всех госслужащих Вологодской области».

Немаловажную роль в запуске «инвестиционного локомотива» для региональной экономики должны сыграть и так называемые институты развития, в частности Инвестиционное агентство «Череповец», НП «Агентство Городского Развития», ОАО «Корпорация развития Вологодской области».

В середине февраля вышеназванные организации приняли деятельное участие в подготовке и проведении инвестиционного форума, проходившего в рамках выставки «Ворота Севера». Одной из его задач и стала активизация инвестиционной политики не только на областном уровне, но и на местах.

Как примеры успешной реализации инвестиционной стратегии региона можно рассматривать проекты, представленные на этом форуме — программа модернизации речного порта в Череповце и план застройки коттеджного поселка под Вологодой. О них также читайте далее.

**В последующих выпусках нашего проекта мы также будем освещать наиболее значимые мероприятия и удачные проекты, реализуемые на территории области. Так, в следующем номере вы сможете узнать еще об одном форуме, важном с точки зрения реализации инвестиционной политики. Его название — «Инвестиции и инновации в сфере деревянного домостроения и деревопереработки». Он состоится в рамках I международной конференции «Развитие деревянного домостроения в России» и XVI межрегиональной выставки «Свой Дом», которые пройдут в Вологде с 30 мая по 1 июня этого года.**





32 стенда, 9 макетов и 12 проектных глав  
стали украшением выставки.

# ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОРУМ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ, ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА «КОРПОРАЦИИ РАЗВИТИЯ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ»

**Потенциальные инвесторы и организаторы инвестиционных площадок встретились на XII Межрегиональной выставке туристского сервиса и технологий гостеприимства «Ворота Севера» в Вологде 15 февраля. Это первая подобная встреча такого масштаба. Она прошла под девизом «Инвестиции — основа развития региона».**

Более пяти часов в выставочном комплексе «Русский дом» длились обсуждения, деловые встречи, презентации инвестиционных проектов различных предприятий и муниципальных образований, выступления представителей банков, институтов развития, общественных организаций и страховых компаний.

По подсчетам организаторов, всего участниками встречи стали около 500 человек, в ходе мероприятия было представлено 64 инвестиционные площадки из 20 муниципальных образований области

и 18 инвестиционных проектов. Кроме того, 23 презентации было озвучено со сцены форума. Не все из докладчиков блистали ораторским мастерством, но ведущие попытались извлечь максимум полезной информации из каждого выступления, задавая вопросы и комментируя реплики из зала.

Модераторами встречи стали генеральный директор «Корпорации развития Вологодской области» Алексей Кожевников, начальник Департамента стратегического планирования и инвестиционной политики

администрации Вологды Константин Задумкин, а также начальник управления внешних связей Департамента международных, межрегиональных связей и туризма области Юрий Сенько.

«Очень важно, что здесь было организовано общение, и мы надеемся, что диалог оказался интересным, а главное, продуктивным. Районы-лидеры увидели, как хорошо они потрудились, составляя инвестиционные паспорта, а отстающие поняли, где им нужно подтянуться, — прокомментировал промежуточные

результаты встречи Алексей Кожевников. — Даже если всего один проект после сегодняшнего мероприятия перейдет в стадию юридических договоренностей и реализации, это будет означать, что мы не зря здесь собрались». По словам генерального директора «Корпорации развития», пока нет определенных планов делать такое мероприятие регулярным: «Мы работаем постоянно, поэтому, когда появится повод, мы обязательно соберем всех заинтересованных участников. Будет ли следующая встреча связана с туризмом, пока неизвестно. Возможно, тематика будет расширена. Да и число участников также планируется расширять».

В ходе работы форума состоялось награждение победителей конкурса на лучшее оформление инвестиционной площадки, а также победителей конкурса на лучший

инвестиционный паспорт муниципального образования Вологодской области. Около полугода районные администрации занимались сбором необходимой информации и оформлением документов. Как пояснила Татьяна Никитина, депутат ЗСО и член конкурсной комиссии, главным критерием в оценке была реалистичность планов и проектов, а также ожидаемый экономический и социальный эффект. «Конечно, среди членов комиссии были споры, ведь каждый оценивал со своих позиций: для кого-то приоритетнее было развитие туризма, для кого-то — лесопромышленного комплекса и т. п.».

Коллегиальным решением победителями конкурса стали Грязовецкий, Тотемский и Шекснинский районы. В качестве приза главы получили ролл-ап, который станет

важным элементом при участии муниципальных образований в различных выставках и форумах.

При этом организаторы конкурса и члены жюри всячески подчеркивали, что не столь важно, кто победил в конкурсе, сколько наличие элемента соревновательности, который, безусловно, ощущался не только в официальных документах, но и на самой выставке, где практически каждый район был представлен своим ярким и оригинальным инвестиционным стендом. В конце концов, главная задача и областных властей, и муниципалитетов — создать максимально комфортные условия для ведения бизнеса на всей территории Вологодской области. А для этого нужно научиться эффективно распоряжаться теми ресурсами, которые есть в наших городах и районах. Собственно, очередной шаг на этом пути и был сделан на форуме «Инвестиции — основа развития региона». **БВ**

1. Татьяна Никитина: «Бизнес, если ему надо, и сам себе дорогу прощупывает. Важно воспитывать инициативность в местных чиновниках и менять иждивенческий менталитет населения. А для этого необходима координация усилий всех уровней и ветвей власти».
2. Макет ледового дворца в Вотчине Деда Мороза.
3. Параллельно с заслушиванием презентаций участники форума могли более детально переговорить друг с другом за отдельными столиками.
4. В ходе форума было подписано соглашение о сотрудничестве между городом Вологодой и Грязовецким муниципальным районом.



1



2



3



4



# УСПЕХ ЗАПЛАНИРОВАН

## ПРИНЯТА ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ «ЧЕРЕПОВЕЦКОГО ПОРТА»

ТЕКСТ: НАТАЛИЯ КОЛОБОВА, ФОТО: МИХАИЛ ТРАПЕЗНИКОВ

**По мнению руководства Череповца, у городского порта большой потенциал развития, поэтому местные власти готовы содействовать его максимальной реализации. Именно так была обозначена задача в сентябре прошлого года во время визита мэра Череповца Юрия Кузина на промплощадку «Череповецкого порта». Как она решается на сегодняшний день, спустя почти полгода? С этим вопросом мы обратились к члену Совета директоров ОАО «Череповецкий порт» Андрею КАЛАЙДЕ.**



— В 2006 году мы с моим партнером Александром Гуляевым приняли решение о покупке ОАО «Череповецкий порт». До этого мы достаточно долго занимались перевозками промышленных грузов водным транспортом и понимали, что этот порт — стратегическое предприятие не только для Вологодской области, но и для всего Северо-Запада.

К сожалению, в последние десятилетия судоходству в стране уделялось мало внимания, и если бы все продолжалось в том же духе, мы бы этот стратегический ресурс просто потеряли, — рассказывает Андрей Львович. — Поэтому я очень рад, что администрация города совместно с «Инвестиционным агентством «Череповец»» включилась

в разработку мер поддержки нашего предприятия.

За последнее время было проведено несколько рабочих совещаний по разработке программы развития порта и судоремонтной базы с участием руководства муниципалитета, генерального директора и членов Совета директоров предприятия. Руководство порта представило программу развития, которая включает инвестиционные проекты и комплекс организационных мероприятий. В результате переговоров достигнуты договоренности и приняты решения по взаимному сотрудничеству в продвижении ряда инвестиционных проектов.

— Так, одним из утвержденных проектов программы стало строительство завода по производству клееного бруса, — продолжает Андрей Калайда. — В рамках этого проекта предполагается строительство на территории порта высокотехнологичного современного производства. Проект интересен для нас тем, что позволяет снизить фактор сезонности работы предприятия, от которого пока мы очень зависим — все-таки навигация по Шексне всего 180 дней в году. А новое производство создает новые рабочие места, обеспечивает дополнительную загрузку для подразделений погрузки-разгрузки.

К беседе подключился менеджер ИА «Череповец» **Виталий Зварич:**

— Данный завод — это совокупность производственных цепочек по выпуску разных элементов из клееной древесины. Производство специализировано на выпуске конструктивных балок, плит перекрытий, домостроительного бруса. Расположение производства на территории порта



позволит отгружать готовую продукцию в любой порт мира и получать сырье, используя водный транспорт, а он один из самых дешевых.

По словам авторов проекта, на территории порта планируется производство продукта, имеющего потенциал продаж на рынках РФ и Европы, товаров из возобновляемого экологичного сырья российского производства, с новыми потребительскими, эстетическими, энергосберегающими свойствами и параметрами. Безусловно, это значимо для экономики города, поэтому проект перешел в ряд приоритетных, как для компании «Череповецкий порт», так и для города и региона. Сбыт на внешние рынки ориентирован на поставку продукции в Европу (Германия, Италия, Франция). Более того, благодаря содействию «Корпорации развития Вологодской области» достигнута договоренность о приобретении оборудования для завода в Германии.

Высокая оценка этому проекту была дана на ежегодном конкурсе на соискание общественной премии «Регионы — устойчивое развитие». Сейчас готовится пакет документов для прохождения второго этапа конкурса.

— Второй из представленных проектов направлен на развитие

судоремонтной базы, — говорит Андрей Калайда. — Через Череповец за время навигации проходят сотни кораблей, создание судоремонтной базы могло бы стать одним из наиболее масштабных и перспективных инвестпроектов города. Кроме того, ремонт судов по действующим правилам российского речного регистра обязан быть произведен один раз в пять лет, а судов морского класса — один раз в год. Этот ресурсный потенциал используется неэффективно. Сейчас наш флот ремонтируется в Рыбинске, простаивает в очередях. А почему бы нам не организовать ремонтные работы здесь, у нас? Мы сохранили команду, компетенции, активы и готовы восстановить утраченные рыночные позиции. Конечно, чтобы изменить ситуацию, открыть свое судоремонтное производство, необходимы немалые финансовые вливания. Рассматриваются варианты стоимостью от 350 млн до 1 млрд рублей.

Разработчики инвестиционной программы отмечают, что в настоящее время ведется активная работа по выделению земельного участка для этого проекта, по продвижению его на областном и федеральном уровне. Немаловажно, что проект

носит социально ориентированный характер — согласно планам, в его рамках будет создано от 60 до 70 новых рабочих мест, дополнительные поступления налогов в городской бюджет ожидаются в размере до 20 млн руб.

— Будем надеяться, что эти проекты станут лишь начальными звеньями в процессе модернизации судов и портового хозяйства в целом, — обозначает перспективы Андрей Калайда. — С развитием экономики и при дальнейшем ветшании речного флота, построенного еще в советское время, все острее будут вставать вопросы полного обновления внутреннего водного транспорта. Ведь он является самым дешевым, наиболее экологически чистым и наименее энергоемким видом транспорта. Использование его преимуществ позволяет повысить эффективность деятельности других отраслей промышленности, в частности, столь важных для нашего региона металлургии и химической промышленности.

Что ж, похоже, и бизнес, и власть заинтересованы в развитии Череповецкого порта, тем более, что в основе всех позитивных процессов — инициатива и предприимчивость руководства компании. **Р**

## Наша справка

ОАО «Череповецкий порт» — уникальное предприятие внутреннего водного транспорта, расположенное в точке пересечения судоходных трасс «Астрахань — Санкт-Петербург» и «Рыбинск — Москва», а также в районе пересечения железнодорожных направлений «Москва — Архангельск» и «Санкт-Петербург — Екатеринбург».

Наличие в нашем регионе таких крупных потребителей услуг, как ОАО «Северсталь», предприятия строительного, деревообрабатывающего комплекса, сырьевых, транспортных компаний, гарантирует портфель заказов для ОАО «Череповецкий порт».

Порт располагает развитой производственной инфраструктурой: внутривозными автомобильными и железнодорожными путями, складским хозяйством, специальными и обычными средствами связи, электроснабжением, централизованными водопроводными, отопительными и канализационными сетями. Имеющийся собственный флот оказывает услуги по перевозке сырья и готовой продукции; перегрузочная техника осуществляет перевалку грузов для предприятий города. Введенные в эксплуатацию железнодорожные весы позволяют отправлять навалочные грузы по железной дороге. При производстве погрузо-разгрузочных работ используются 4 плавучих крана (грузоподъемностью от 5 до 16 т), 13 портальных кранов (грузоподъемностью от 10 до 27 т), вилочные автопогрузчики, бульдозеры, зачистная техника.

Порт имеет возможности для размещения и хранения различных типов грузов: металлопроката, леса (до 20 тыс. т),



сыпучих грузов (200 тыс. т), для тарно-штучных грузов имеется крытый склад площадью 2 тыс. кв. м.

ОАО «Череповецкий порт» зарегистрировано мэрией г. Череповца 19 августа 1997 года. Уставный капитал составляет 40521 тыс. рублей. Форма собственности — частная. На балансе ОАО «Череповецкий порт» по состоянию на 1 декабря 2013 г. находится 30 единиц самоходного и несамоходного флота. Глубины у причальных стенок порта достаточно для приема под обработку всех типов судов, в том числе река-море (в навигационный период). Порт имеет возможность осуществлять переработку грузов через береговые причалы в объеме 3,5 млн тонн в год. На предприятии работает 430–460 человек в зависимости от сезона.

# «ЛЕСНАЯ ПОЛЯНА»: КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК С ДУШОЙ

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА ЗАРУБИНА

Сегодня — время массового жилищного строительства, что подтверждается новым взглядом на решение жилищной проблемы: многие хотят иметь свой собственный загородный коттедж, у которого есть «душа» и неповторимость. В век стандартизации мы все больше стремимся быть самими собой, переносим это стремление к индивидуальности и на свое жилье.



Не секрет, что за рубежом большая часть населения живет в загородных домах, в своем доме на своей земле, а мы пока в большинстве своем — в многоэтажках, многоквартирных домах. Но постепенно и у нас начинают меняться взгляды на жизнь. Теперь строительство собственного индивидуального загородного дома доступно каждому желающему, кроме того, это престижно, удобно, комфортно. Все больше вологжан могут позволить себе собственный коттедж. Причем по статистике

почти 90% из них предпочитают строить именно зимний вариант, рассчитанный на круглогодичное пребывание. А это значит, что выбирая место для строительства нового дома, люди обращают внимание не только на инфраструктуру, удаленность от города, но и на душевный комфорт от окружающей местности, где будет находиться их дом. Таким местом стал коттеджный поселок «Лесная поляна», который находится недалеко от города Вологды в экологически чистом месте, окруженном

лесополосой, что создает свою необыкновенную атмосферу уюта и уединения.

## В чем ценность?

Духовная ценность этой земли была обретена давным-давно — еще в середине XVII века. Именно тогда возник поселок ныне называемый Первомайское, а в прошлом — деревня Никола. Там же находилась Николаевская Кузнецовская церковь, освященная в честь святого Николая Чудотворца Мирликийского, куда приходили прихожане с ближайших деревень. До нашего времени сохранилось мало информации об этой старинной церкви, но остались некоторые записи очевидцев, живших в то время, когда храм еще стоял. Согласно этим упоминаниям, церковь была каменная, одноэтажная, теплая церковь с холодной находилась в одной связи. Она имела три престола: в холодной — во имя Николая Чудотворца, в теплой по правую руку — Божья Матерь Казанская, по левую руку — мучеников Флора и Лавра.

В советское время церковь была беспощадно разрушена и не подлежала восстановлению. В настоящее время рядом с местом, на котором стояла церковь в память о пострадавших в гонениях православных христианах за веру и во множестве разрушенных храмов, установлен и освящен Поклонный крест.



— В застраиваемом коттеджном поселке в Первомайском мы хотим восстановить храм святого Николая Чудотворца Мирликийского на месте разрушенной церкви и в дальнейшем начать строительство воскресной школы, — рассказывает директор ООО УК «Лесная поляна» **Владимир Калистратов**. — Мы считаем, что духовно-нравственное воздействие со стороны религии на взрослых и детей так же необходимо в настоящее время, как родник живой воды в затянувшиеся годы засухи и жажды. Безверие, незнание законов Божьих, развращающее влияние средств массовой информации, к большому сожалению, стали питательной почвой разгула, страстей, порока и болезней.

### ...ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ

Тенденцию к переезду на постоянное место жительства в коттеджный поселок «Лесная поляна» можно будет наблюдать и в дальнейшем: жизнь на лоне природы имеет массу преимуществ, оспаривать которые не возьмется, наверное, даже заядлый скептик. Именно сюда мы можем сбежать от завышенных коммунальных платежей, от плохой экологии и надоевших соседей, от проблем отключения воды и невозможности припарковать машину, от дефицита природы, зимой — от опасности, что лед упадет с крыши, летом — от неприятного запаха из подвала, весной — от ежедневного риска наступить на то, что не убрал за своим питомцем иной нерадивый хозяин...

### ...ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ

Деревянный дом, на котором делается акцент в коттеджном поселке — отличное средство от депрессии, которую так легко «заработать», проживая в городе. Жители поселка зимой могут кататься рядом с домом на лыжах, осенью — гулять по красивому лесу и собирать ягоды и грибы,



а летом наслаждаться природой и пением птиц и восстанавливать душевное равновесие после напряженных будней рабочего ритма.

### ...ЭКОНОМИЧЕСКАЯ

Коттеджный поселок — это жизнь в условиях реальной экономики и оплата всех коммунальных счетов исключительно по личному пользованию. К поселку подведены все необходимые коммуникации, а газоснабжение коттеджного поселка осуществляется от магистрального газопровода, который проходит по участку. Что касается инфраструктуры, то и здесь для жителей созданы самые благоприятные условия.

Поселок расположен в 11 км от Вологды по Старо-Московскому шоссе в экологически чистом и благоприятном районе. Рядом с коттеджным поселком находится поселок Грибково, отличающийся хорошо развитой инфраструктурой: детский

сад, школа, библиотека, спортивный стадион, магазины, отделение Сбербанка, автобусная остановка.

Развитие коттеджного поселка запланировано поэтапно: первый этап рассчитан на 112 жилых домов, второй — на 180 домов, третий — на 200 домов. В настоящее время реализован первый этап строительства.

Приобретая земельные участки в «Лесной поляне», вы не только делаете удачное вложение денег, но и думаете о будущем своей семьи. **Р**



**УК «Лесная поляна»:**

**Тел.: (8172) 500-731, 500-721,  
503-731, 503-732**

**[www.lespol11.ru](http://www.lespol11.ru)**

**ЛЕГКО ДОБРАТЬСЯ, ЛЕГКО КУПИТЬ, ЛЕГКО ЖИТЬ!**



# ГАРАНТИРОВАННАЯ ПОДДЕРЖКА

**БЕРЕТЕ КРЕДИТ В БАНКЕ НА РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, НО У ВАС НЕДОСТАТОЧНО ЗАЛОГА? ПОРУЧИТЕЛЕМ МОЖЕТ ВЫСТУПИТЬ ГАРАНТИЙНЫЙ ФОНД!**

С 2009 года Правительством Вологодской области совместно с НП «Агентство Городского Развития» и банками-партнерами реализуется программа государственной поддержки малого и среднего бизнеса «Гарантийный фонд». В частности, задачей Фонда является предоставление поручительств по банковским кредитным продуктам. Более подробно о программе, итогах ее реализации и новых условиях рассказывает руководитель финансово-экономического отдела НП «Агентство Городского Развития» Наталья ПЕТРОВА.



— Программа Фонда рассчитана на заемщиков, обращающихся в кредитные учреждения, но не имеющих достаточного залогового обеспечения для использования кредитных продуктов. Цель «Гарантийного фонда» — обеспечение доступа к заемным ресурсам для малого и среднего предпринимательства. Программа успешно реализуется уже несколько лет и помогла многим предпринимателям значительно расширить свой бизнес, а также сохранить и создать дополнительные

рабочие места на территории всей Вологодской области.

#### — Какие условия сейчас предлагает «Гарантийный фонд»?

— С февраля 2013 года условия участия в программе «Гарантийный фонд» изменились: размер поручительства по кредитам и срок предоставления поручительств увеличен в два раза. Если ранее программа позволяла предпринимателям получить поручительство перед банком по кредитам в размере до 10 млн рублей со сроком до 5 лет, то теперь максимальный размер поручительства увеличен до 20 млн рублей (при сумме кредита свыше 1 млн) на срок до 10 лет. Участие в программе позволит предпринимателям значительно расширить границы своих возможностей: усилить производственные мощности, модернизировать основные средства, освоить и развить новые направления, выйти на другие рынки, а также сохранить

и увеличить число рабочих мест для населения.

#### — Много ли предпринимателей уже приняли участие в программе?

— В проекте уже приняли участие 163 субъекта малого и среднего предпринимательства, из них 124 получили поддержку в форме предоставления поручительства по кредитным договорам на общую сумму 141,46 млн рублей под обеспечение кредитов на общую сумму 268 млн рублей. «Гарантийный фонд» позволил сохранить 1337 рабочих мест и создать 374 новых рабочих места. 40% всех выданных поручительств использованы на пополнение оборотных средств, 30% — на приобретение транспортных средств, на приобретение оборудования — 23%, недвижимости — 3%.

#### — Планируются ли еще какие-нибудь изменения в работе Фонда в 2013 году?

— В ближайшее время планируется расширить спектр действия программы и запустить механизм предоставления предпринимателям поручительств по лизинговым договорам. Этот проект позволит расширить возможности бизнеса, например, за счет приобретения парка рабочего транспорта или нового производственного оборудования для организации. Что касается механизма работы с лизинговыми компаниями, то отбор партнеров программы «Гарантийный фонд» будет проходить на конкурсной основе.

Подробную информацию об условиях участия в программе «Гарантийный фонд» можно получить по телефону (8202) 53-47-54 или на сайте НП «Агентство Городского Развития» [www.agr-city.ru](http://www.agr-city.ru).

## Порядок предоставления поручительства

Заемщик обращается в банк-партнер\* для получения кредита. Банк информирует Заемщика о возможности привлечения поручительства Гарантийного фонда.

Банк-партнер направляет в Фонд подписанную Заемщиком и согласованную с банком заявку и пакет документов.

Фонд в срок не позднее 3 рабочих дней со дня получения заявки и необходимого пакета документов рассматривает их и принимает решение.

\* Банки-партнеры: ОАО «Номос-банк», ОАО «Банк СГБ», ОАО «Промсвязьбанк», ОАО «Сбербанк России», ОАО «Северный кредит», ОАО «Меткомбанк», ОАО «Банк Уралсиб», ЗАО «Банк ВТБ24».

# ПЛОЩАДКА ДЛЯ ДИАЛОГА НАУКИ И БИЗНЕСА

## В ВОЛОГДЕ ПРОЙДЕТ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЛЕДЕНЦОВСКИЕ ЧТЕНИЯ»

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА ЗАРУБИНА

**Традиции предпринимательства в прогрессивном развитии общества, задачи делового сообщества, ученых и педагогов в построении современной экономики, основанной на знаниях, подходы к построению инновационных форм развития и взаимодействия органов власти, бизнеса, науки и образования — вот далеко не полный перечень тем, которые планируют обсудить участники III Международной научно-практической конференции «Леденцовские чтения. Бизнес. Наука. Образование», которая пройдет в Вологде 28–29 марта этого года.**

Идея конференции восходит к историческому наследию вологодского купца, городского головы и мецената Христофора Семеновича Леденцова. В начале XX века он завещал свое состояние Московскому университету и Московскому техническому училищу для создания «Общества содействия успехам опытных наук и их практических применений», которое стало фактически одним из первых фондов целевого капитала в России. «Леденцовское общество» финансировало многие передовые научные труды в области физики, химии, геологии, медицины, авиации. На средства «Общества» проводили свои исследования И. П. Павлов, В. И. Вернадский, Н. Е. Жуковский и многие другие ученые, прославившие российскую науку.

Первые «Леденцовские чтения» состоялись в Вологодском институте бизнеса в 2009 году, в год 100-летия «Общества», и стали результатом интеграции с проектами Клуба деловых людей города Вологды (ныне это Клуб деловых людей Вологодской области) и Духовно-просветительского центра «Северная Фиваида». В числе организаторов конференции также выступают Правительство Вологодской области и Администрация города Вологды. Третьи «Леденцовские чтения» пройдут в рамках городских мероприятий «Вологда — площадка инноваций». Участники конференции будут обсуждать ключевую роль делового сообщества, науки и образования в современной экономике, тем самым подтверждая один из постулатов Христофора Леденцова:



«Наука — средство, ведущее к возможному благу человечества».

Организаторы конференции особо подчеркивают, что в этом году конференция будет не только масштабной (два дня работы секций, круглых столов и панельных дискуссий), но и весьма представительной. Мероприятие объединит российское и зарубежное научное сообщество. В конференции примут участие представители бизнеса и науки из Польши, Германии, Финляндии, Белоруссии. Значимым для конференции является участие Николая Леденцова — правнука Христофора Семеновича, доктора

физико-математических наук, члена-корреспондента Российской Академии наук, Fellow британского Института Физики и Senior Member американского Института инженеров электротехники и электроники, а также главы немецкой IT-компании VI Systems GmbH. Помимо участия в самой конференции он прочитает открытую лекцию в ВоГТУ, встретится с учениками Многопрофильного лицея.

Кроме того, на конференции ожидается присутствие Александра Бессолицына, д.э.н., к.и.н., зав. кафедрой истории российского предпринимательства, профессора Московского финансово-промышленного университета. В рамках студенческой конференции состоится презентация его академического предпринимательства. В качестве яркого представителя санкт-петербургской исторической школы приедет профессор, д.и.н. Михаил Барышников, зав. кафедрой истории факультета социальных наук РГПУ им. А. И. Герцена.

Всего в конференции примет участие более 200 ученых, менеджеров, предпринимателей, педагогических работников, представителей органов власти, а также более ста студентов и школьников. Примечательно, что работа конференции будет транслироваться в online-режиме. **P**

**Вологодский институт бизнеса**  
г. Вологда, ул. Горького, д. 93  
[ledentsov.vib.edu.ru](http://ledentsov.vib.edu.ru)  
[nauka@vib.edu.ru](mailto:nauka@vib.edu.ru)

# ВОЛОГОДСКОМУ СОБРУ — 20 ЛЕТ

## ДМИТРИЙ ПУШКИН О ПРОШЛОМ И НАСТОЯЩЕМ ЭЛИТНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ВОЛОГОДСКОЙ ПОЛИЦИИ

ТЕКСТ: СЕРГЕЙ СМИРНОВ

**26 февраля исполнилось ровно 20 лет со дня образования специального отряда быстрого реагирования УМВД России по Вологодской области. Все сотрудники отряда — офицеры с высшим образованием — выполняют самые сложные операции: обезвреживают вооруженных преступников, освобождают заложников, пресекают террористические акты. Кроме того, постоянно ездят в служебные командировки на Северный Кавказ.**



### Силовое сопровождение

В свое время вологодские СОБРовцы участвовали как в первом, так и во втором штурме Грозного; в первой половине 2000-х также несли там службу. Начиная с 2007 года и по сегодняшний день, наши земляки выполняют специальные задачи в Кабардино-Балкарии. Практически все бойцы отмечены государственными наградами за мужество, отвагу и героизм. Увы, за два десятка лет не обошлось без потерь. Двое сотрудников СОБРа — Владимир Авдюнин и Валерий Клюев погибли, выполняя служебный долг на Северном Кавказе.

Основу вологодского СОБРа в далеком 1993 году составили сотрудники, входившие во внештатную группу захвата УВД области. Ее руководитель, подполковник милиции Сергей Стафеев, был тогда назначен первым командиром вологодского СОБРа. С 2001 года и по сегодняшний день элитным подразделением полиции руководит полковник полиции Дмитрий Пушкин.

«Наш отряд выполняет все поставленные задачи как в Вологодской области, так и на территории Северокавказского региона, — рассказывает командир о своем подразделении. — СОБР

предназначен для силового сопровождения специальных мероприятий: задержания, уничтожения. Подчиняемся начальнику УМВД по Вологодской области, а также министру внутренних дел. Мы — резерв министра МВД и по его приказу летаем в любую точку России». Главный итог 20-летней работы отряда ему видится в том, что все задачи, которые перед ним ставились, были выполнены. «Но об этих мероприятиях у нас не принято говорить», — оговаривается он.

### Отборные кадры

СОБР — подразделение малочисленное и, исходя из специфики работы, по воинским специальностям в нем существует взаимозаменяемость. «Каждый боец может заменить пулеметчика, гранатометчика. Сотрудники владеют различными видами оружия, умеют работать со взрывчаткой, различными видами техники, — говорит Владимир Пушкин. — Основные критерии отбора кадров таковы. Кандидат обязан отслужить в вооруженных силах. У него должно быть высшее образование и отменное здоровье, а именно — первая группа годности. Кроме того, у претендента должна быть психологическая готовность к самопожертвованию и желание ездить в горячие точки».

Отбором кандидатов занимается лично командир, а также его заместители. Они готовят сотрудников к выполнению боевых задач, связанных с применением физической силы, специальных средств, оружия. «Все кандидаты проходят углубленную проверку, включая тестирование на полиграфе. Более подробные требования мы доводим до кандидатов лично», — вновь оговаривается полковник.

На вопрос: «Правда ли, что в СОБРе практически не бывает вакансий» — он отвечает с улыбкой: «У нас сейчас есть вакансия водителя. На нее стоит целая очередь. Берем далеко не каждого.

Повторю, претендент должен получить качественное образование, вести здоровый образ жизни, заниматься силовыми видами спорта».

Не последнюю роль в такой популярности играет достойная заработная плата: «Ввели доплаты за риск, за владение смежными специальностями. Однако сейчас наш боец в звании лейтенанта может достойно содержать свою семью с зарплатой от 45 тысяч рублей».

### Кавказский опыт

#### — А вы лично давно были на Кавказе?

— Был совсем недавно. Прошлой осенью проводил замену отряда. В позапрошлом году был командиром сводного отряда спецназа в Кабардино-Балкарской республике. Наши ребята постоянно там бывают. В конце февраля на Кавказе наши бойцы сменили своих земляков в Нальчике.

#### — Как человек хорошо знакомый с кавказскими реалиями можете сказать, когда там закончится война?

— Военными методами эту проблему не решить. Нужно налаживать экономику, давать людям работу, создавать нормальные условия для развития бизнеса. Необходима социальная справедливость, только тогда война сойдет на нет. А так она там на протяжении последних 20 лет и не прекращалась.

#### — Служба в горячих точках — серьезная школа. Чувствуете ли вы превосходство отечественных СОБРа над аналогичными отрядами полиции в зарубежных странах?

— В Европе есть такие же спецподразделения полиции. По методике работы — все то же самое. Разница лишь в оснащении и зарплате. Однако опыта у наших бойцов намного больше. **BB**



# ОСТРОВКИ ДЕТСТВА С ГАРАНТИЕЙ БЕЗОПАСНОСТИ

ТЕКСТ: ТАТЬЯНА ШАЛУШКИНА, ФОТО: ВИТАЛИЙ АНТОНОВ

**То там, то здесь в вологодских дворах и парках появляются разноцветные детские городки с горками, мостиками, качелями, шведскими стенками. Они, словно яркие солнышки, украсили областную столицу. Ребятишкам здесь так интересно, что родители с трудом уводят их домой.**

Помимо физического развития они приобщаются к эстетическому восприятию жизни, культуре поведения: лишний раз на такую красоту бумажку не бросишь. Но самое главное достоинство этих островков детства — безопасность. Такие площадки производит известная российская компания «КСИЛ», официальный дистрибьютор которой работает в Вологде с 2009 года. Подробнее об этом мы попросили рассказать руководителя отдела **Викторию Ворочалкову**.

— Компания «КСИЛ» с 1970 года на рынке, занимает первое место в России и четвертое в мире по объему производства. Основой ее деятельности была и остается забота о детях. Их здоровье, гармоничное развитие и безопасность ставится во главу угла в ходе проектирования, производства и монтажа детских игровых и спортивных комплексов.

— **Моим четырехлетним внукам-близняшкам очень повезло: они живут рядом с площадью Федулова, где недавно появился детский городок, и ежедневно проводят там время. Однако многие родители специально привозят сюда детей из других микрорайонов. Это свидетельствует о том, что подобных комплексов в Вологде слишком мало. Сразу напрашивается вопрос, может быть, ваши услуги областному центру не по карману?**

— К сожалению, у нас пока недооценивают важность возможности для каждого ребенка развиваться на правильно оборудованной детской площадке! Продукция «КСИЛ» соответствует международным стандартам, поставляется, практически, по всему миру. При этом цены на нее вдвое ниже европейских благодаря использованию в производстве качественных отечественных материалов: дерева и металла.

Заметьте, у каждого заказчика есть возможность подобрать оборудование по своим финансовым возможностям: приобрести небольшую красочную песочницу или целый игровой город в виде дворца, пиратского корвета, космического корабля или крепости в уникальной цветовой гамме и с логотипами компании-заказчика.

Если же подойти к вопросу более масштабно, детские площадки способны стать украшением, яркой визитной карточкой города на долгие годы. При эксплуатации они не требуют серьезного ухода. Если же выходит из строя какой-то элемент, его можно легко заменить: при создании продукции «КСИЛ» сразу закладывается возможность полной разборки и сборки элементов детской площадки.

— **Мы заметили и то, насколько пренебрежены все мелочи, касающиеся безопасности детей. Нет ни одного острого угла, концы труб и болты скрыты специальными заглушками, на всех опасных участках есть перила и ограждения...**

— Обеспечение безопасности ребенка — задача номер один для компании. Именно «КСИЛ» выступил инициатором и совместно с другими организациями под контролем Росстандарта начал разработку стандартов РФ по безопасности оборудования детских площадок.



**Детские площадки способны стать украшением, яркой визитной карточкой города на долгие годы.**

С 2003 года предприятие утверждено как базовая организация Технического комитета по стандартизации такого оборудования. В стандартах были учтены причины детского травматизма, сформулированы основные требования безопасности, которые неукоснительно соблюдаются «КСИЛ».

Совершенству нет предела, и предприятие не останавливается на достигнутом, осваивает выпуск новых видов продукции, в том числе игровых комплексов для детей с ограниченными возможностями. Пусть и у них появится больше островков радости и красоты! **Р**

**ООО «Компания «ЭЛИНА»**  
(дистрибьютор «КСИЛ» в Вологодской области)  
Вологда, Маяковского, 45, оф. 301  
тел./факс: (8172) 72-10-40  
e-mail: ksil-vologda@mail.ru

# ИСТОРИЯ И ИСТОРИКИ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ, ФОТО ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА ГЕРОЯ

В следующем году исторический факультет Вологодского педуниверситета отмечает юбилей — 80 лет со дня основания. Однако здесь впору использовать сослагательное наклонение — «отметил бы», ведь до сих пор до конца не ясно, сохранит ли факультет статус самостоятельного структурного подразделения в результате объединения ВГПУ и ВоГТУ. Возможно, в следующем году о знаменитом истфаке с его научными школами, выдающимися преподавателями и известными выпускниками будут говорить только в прошедшем времени. Не только в нашей области, но и по стране много говорят также о школьном и послевузовском историческом образовании — информационных поводов хватает с избытком. С просьбой прокомментировать все эти разговоры вокруг нынешнего состояния исторической науки и образования мы обратились к декану исторического факультета профессору Василию САБЛИНУ.

— Василий Анатольевич, как так получилось, что исторический факультет на протяжении нескольких десятилетий был поставщиком не только педагогических кадров, но и политиков, чиновников? Куда не посмотришь — на областном уровне,

на муниципальном, в правоохранительных органах — везде ваши выпускники...

— Быть может я кого-то удивлю, но ведь изначально при создании факультета ставилась, в том числе, и идеологическая цель. В 1934 году после определенного перерыва

преподавание гражданской истории вернулось в школы, и понадобились кадры, чтобы нести «правильное» с точки зрения партии понимание истории в массы. Именно поэтому на факультете глубоко преподавались не только исторические дисциплины, но и политэкономика, другие обществоведческие науки. Конечно, такие знания стали востребованы не только в школе, но и в органах исполнительной власти, МВД, КГБ... Да и полученные выпускниками психологические, педагогические навыки оказались им весьма полезны: умение вести диалог, общаться с различными категориями населения.

Должен сказать, что и в современных, так сказать, рыночных условиях благодаря полученным знаниям и навыкам наши выпускники хорошо адаптируются, находят достойное место в жизни.

— Меня, как вашего выпускника, и, думаю, многих других интересует вопрос: что же будет дальше с факультетом?

— Сейчас решение о структуре нового вуза — ВГУ — прорабатывается на уровне учредителя, то есть Министерства образования и науки. Обсуждается два варианта. Первый — ВГПУ входит в состав нового университета в качестве структурного подразделения — пединститута. Этот вариант позволяет сохранить управленческую верхушку и прежнюю структуру нашего вуза. Но, с другой стороны, это никак не решает проблему повышения качества образования и укрепления нашей конкурентоспособности. На мой взгляд, предпочтительнее второй вариант: войти в состав реорганизуемого вуза отдельными факультетами. Другой вопрос, что по новым требованиям





министерства факультеты должны быть крупнее с точки зрения количества студентов. Есть формальные требования и к научной деятельности кафедр, к их количественному составу.

— **Полагаю, что историческое образование останется востребованным, тем более, что Президент предложил ввести единый школьный учебник, лишенный противоречий и различий в трактовках исторических событий, — понадобятся соответствующие кадры, чтобы по этому учебнику учить... Хотя сама инициатива «единого учебника» встречает у многих недоумение: мы что, движемся назад, к единомыслию и «Краткому курсу истории ВКП (б)»?**

— В нашей стране еще в имперский период сложилась традиция — школьные учебники были едиными, различались они лишь по типам учебных заведений: отдельно — для гимназий, отдельно — для лицеев и т. п. Но «госзаказ» существовал и тогда, и в советское время. В 1990-е годы появились различные модели осмысления истории, стал использоваться цивилизационный подход, междисциплинарный подход... Но за всем этим обилием часто скрывалось банальное перекрашивание истории: «белое» стало называться «черным» и наоборот. Школьник при переходе из одной школы в другую начинал учиться по другому учебнику и в итоге не мог усвоить стандарт... А ведь школьный учебник — особенно по истории России — формирует сознание нации. У нас же сейчас процветает, по большому счету, невежество. У молодого поколения низок не только уровень знаний, но и умения их добывать. «Википедия» превратилась в священную корову, истину в последней инстанции... И поэтому я считаю, что некий стержень ключевых понятий, результаты осмысления тенденций развития страны должны быть сформулированы именно государством. Этот процесс — не быстрый, и писаться «единый учебник» должен долго, кропотливо, с привлечением самых разных ученых. Но пока эта идея звучит как-то невразумительно: что значит правдивость? непротиворечивость?

— **Тем более, как можно однозначно оценить фигуру Сталина,**

**Петра I, Ивана Грозного? Эпоху Золотой орды?**

— Согласен, что это не просто.

Сюжет со взятием Казани совершенно по-разному выглядит у нас и в Татарстане. И понять можно обе стороны. Но проблема тут еще вот в чем: никак себя не оправдала концентрическая система школьного исторического образования — до 9 класса изучаем историю вплоть до начала XXI века, а в 10—11 классе обобщаем, но уже на проблемном уровне, который как раз и предполагает различные точки зрения, интерпретации и т. п. К сожалению, в нынешнем ЕГЭ преобладает «знаниевая» парадигма, ориентация на знание фактологии, поэтому в старших классах учителя занимаются лишь повторением, а не углублением изученного. История становится для детей холодной, отчужденной, не интересной.

— **Какой выход из этой ситуации есть, учитывая, что количество часов на изучение истории в школьных стандартах сокращается?**

— В старшей школе на помощь истории должны прийти обществоведческие дисциплины. А в среднем звене — факультативные курсы, региональные учебники. В Вологодской области, кстати, разработан целый учебно-методический комплекс по истории Вологодского края: два учебника, хрестоматия, рабочие тетради и другие материалы.

Поводом для оптимизма может послужить развитие детского краеведения. И в этом надо отдать должное организаторам межрегиональной олимпиады «Мир через культуру». Многим учителям удается передать свой искренний интерес к истории своим ученикам. Я не первый год участвую в оценке работ школьников и хочу заметить, что дети очень повзрослели в анализе источников, фактов, событий. Уже нет того слепого доверия к исторической информации и информатору, что было лет 10 назад.

— **Но при этом в обществе падает доверие к исторической науке как таковой. И немаловажную роль в этом сыграл недавний скандал с массовыми фальсификациями в МПГУ, когда именно в диссертациях по истории обнаружили ссылки на несуществующие публикации диссертантов, чудовищный**

**плагиат. Вы ведь в свое время тоже в Московском педуниверситете защищались. Неужели все так плохо? Я имею в виду не только конкретный диссовет, но и работу Высшей аттестационной комиссии, систему аттестации научных кадров вообще.**

— В МПГУ я защищал кандидатскую еще в 1987 году, а докторскую — уже в Поморском университете. Поэтому конкретно эту ситуацию с диссертационным советом во главе с Даниловым комментировать не могу. Что касается нашей кафедры (отечественной истории, которая также обеспечивает подготовку диссертантов — прим. ред.), то вот за нее я могу ручаться. Думаю, в провинции «липовых» диссертаций существенно меньше, чем в столице. Причины очевидны: глупая коммерциализация научно-издательской деятельности, когда не глядя на научную ценность можно опубликовать практически любую статью. И потом, эта мода на научную степень среди чиновников, управленцев... Сами члены диссоветов утратили какое-то уважение к собственному труду. Ну не нужно быть большим специалистом в вопросе, чтобы понять, что докторская диссертация за два года не пишется, тем более, если ее автор руководит какой-либо организацией. Это сразу должно вызывать подозрения. Я вот свою докторскую почти 20 лет писал. Считаю, что это нормально.

Безусловно, изменения в послевузовском образовании назрели, и не только по историческим дисциплинам. Кое-что уже меняется, например, вводится индекс цитирования. Правда, не очень ясно, как его использовать. Меня лично смущает, почему ценится статья, опубликованная в «ВАКовском» журнале, а статьи из сборников научных конференций практически не учитываются.

— **Можно ли говорить, что отечественная историческая наука в кризисе?**

— Думаю, нет. Да, время историков-энциклопедистов ушло, и больших открытий быть уже не может. Но в массе своей наши историки сегодня не растеряли потенциала. И в науку молодежь пойдет. Нужно только создать условия, в первую очередь, обеспечить достойное вознаграждение за труд. А история будет востребована всегда. **BB**

# МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ПОЛИГОН: УНИКАЛЬНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

ТЕКСТ, ФОТО: ИРИНА ДЕМИДОВА

Год назад в Череповце стартовал проект в сфере профессионального образования «Экспериментальный машиностроительный полигон», участниками которого стали мэрия города, два промышленных предприятия (ОАО «ЧЛМЗ» и ООО «ССМ-Тяжмаш»), а также несколько образовательных учреждений. Одним из инициаторов проекта стал генеральный директор Череповецкого литейно-механического завода Владимир БОГЛАЕВ.



— Владимир Николаевич, сейчас действуют несколько механизмов подготовки кадров для промышленности. Это и классическое профессиональное образование, и создаваемый для шефства над профильными учебными заведениями институт «Базовых предприятий». Что побудило вас, Дмитрия Колесова и Владимира Лысова инициировать от имени Ассоциации машиностроительных предприятий создание «Экспериментального машиностроительного полигона»?

— К сожалению, уровень качества подготовки практически по всем специальностям упал до критического уровня. Приходящие на собеседование молодые дипломированные специалисты показывают чудеса неграмотности и путаются даже в простых понятиях. Металлурги не могут обозначить разницу между сталью и чугуном, электрики не знают закона Ома, механики не могут расшифровать аббревиатуру ШВИ, а бухгалтеры не знакомы с планом счетов. И при таком положении дел официальная отчетность не дает никаких сигналов тревоги! Собираются заявки,

формируются планы, финансируются программы, кто-то отчитывается об их выполнении. Внешне выглядит все пристойно, и не сразу становятся видны перекосы в структуре подготовки кадров для народного хозяйства страны, неэффективность потраченных средств, снижение кадрового потенциала в промышленности и армия обрекаемой на невостребованность молодежи.

Попытки перевести советскую систему профподготовки на рельсы капитализма проваливаются, еще больше усугубляя реальное положение в сфере образования. Нежелание мириться с таким трендом и заставило нас объединиться в попытке разорвать порочный круг: «снижение конкурентоспособности территории — снижение конкурентоспособности предприятий — снижение индивидуальной конкурентоспособности — снижение кадрового потенциала территории — снижение инвестиционной привлекательности — снижение конкурентоспособности территории».

Упомянутый вами Закон «О базовых предприятиях» не решает эту проблему. Он направлен не на решение стратегических задач, стоящих перед страной, а лишь помогает закрыть потребность в трудовых ресурсах на очень крупных и успешных предприятиях. Это яркий пример того, как генералы готовятся к прошедшей войне.

— Владимир Николаевич, так какие цели планируется достичь в результате реализации этого проекта?

— Вряд ли кто будет оспаривать тезис, что без наращивания кадрового потенциала экономики территории не поднять и достойного уровня жизни населению не обеспечить.



С другой стороны, высокая конкурентоспособность на рынках сбыта должна обеспечиваться конкурентоспособными по жизни специалистами. Проект ЭМП должен был помочь решить эту задачу с помощью соответствующей организации взаимодействия между четырьмя заинтересованными группами: администрацией территории, образовательными учреждениями, работающим на территории бизнесом и учащимися — настоящими и потенциальными.

В традиционной системе производственная практика проходит после проведения курса теоретических занятий. Эта схема сегодня не приводит к повышению уровня подготовки специалистов — большинство студентов проходят практику в таких случаях формально, да и встроить набравших практикантов в реальный производственный процесс невозможно.

Наша задача — создание в рамках ЭМП совместных программ обучения, учитывающих интересы учебных заведений, работодателей и учащихся. Было предложено широко внедрять элементы подготовки специалистов рабочих профессий, принятые в Германии — стране, которая является лидером промышленного развития в Евроразоне. Там учащиеся из пяти учебных дней в неделю четыре проводят на рабочих местах на территории производственных предприятий и только один день — в аудитории. При этом студенты по окончании курса обучения имеют возможность получить удостоверения по некоторым смежным специальностям, опыт по которым они приобрели на производстве.

Именно в направлении непрерывного обучения при постепенном погружении в производственный процесс в рамках ЭМП и планируется работа ОАО «ЧЛМЗ».

— **Проект реализуется на промышленных площадках двух успешных предприятий, входящих в пятерку крупнейших машиностроительных заводов области: ЧЛМЗ и «ССМ-Тяжмаш». Есть ли различия в подходах к процессу подготовки студентов в зависимости от базы?**

— Проект неслучайно назван экспериментальным. «Как лучше сделать?» и «Куда развиваться?» — это вопросы, ответы на которые еще надо найти. Поэтому мы изначально заложили различные принципы

в подготовке учащихся на наших двух площадках.

Если на ООО «ССМ-Тяжмаш» действует принцип жесткого конкурсного отбора от попадания в сам проект до трудоустройства на предприятие (и прошедшие его ребята — это «высшая лига»), то у нас был сделан упор на свободный доступ и творческое соучастие студентов в производственных и организационных процессах на предприятии. Литейно-механиче-

**«Наша задача — создание в рамках «Экспериментального машиностроительного полигона» совместных программ обучения, учитывающих интересы учебных заведений, работодателей и учащихся».**

ский завод по своей сути — это технопарк и бизнес-инкубатор «в одном флаконе». Невероятное количество технологий и широкий спектр потребителей, постоянное обновление продуктовой линейки. Все это превратило завод в конвейер инноваций и творческого решения любых (без преувеличения) технических и управленческих задач. Ребятам, которые смогут пройти подготовку на такой площадке, во взрослую жизнь будет вступать значительно проще, так как у нас не только помогут освоить специальность и стать хорошим специалистом, но и научат решать многие жизненные проблемы.

— **Ну что ж, планы грандиозные. А что удалось сделать из задуманного за год?**

— В проекте «Экспериментальный машиностроительный полигон» приняли участие почти 260 студентов из 6 профессиональных учебных заведений. Основной поток прошел обучение на Череповецком литейно-механическом заводе — всего 220 человек.

Не могу не сказать добрых слов в адрес директора Череповецкого технологического техникума Ирины Кузнецовой. Именно она повлияла на мое решение активно включиться в процесс и пойти навстречу проблеме. Для меня Ирина Васильевна остается основным носителем инициативы и энтузиазма со стороны образовательных учреждений. Она подходит к эксперименту неформально, творчески, искренне переживая за будущее своих выпускников. Может быть, именно по этой причине построить еженедельный график обучения и работы удалось только с ее учебным заведением. Два раза в неделю на протяжении всего учебного года

студенты Череповецкого технологического техникума проходили практику на нашем предприятии.

Взаимодействие с Череповецким металлургическим колледжем носило иной характер. Оно велось в рамках измененного графика непрерывной практики. Учащиеся осваивали теоретические и практические навыки работы с программами объемного моделирования, «1С: Предприятие» и др. Учитывая, что данное направ-

ление является прорывным в сфере освоения информационных и инженерных технологий, для реализации этого проекта на нашем предприятии были оборудованы специализированные компьютерные классы. Сегодня некоторые из ребят, которые прошли данный курс, легко заткнут за пояс выпускников профильных вузов.

— **А что пошло не так, как хотелось? Неужели первый год эксперимента завершился идеально?**

— Самым негативным моментом стал тот факт, что уникальней для страны эксперимент держится на плаву только за счет энтузиазма нескольких человек и никак не встраивается в действующую систему подготовки кадров.

— **Вы собираетесь расширять или сворачивать свое участие в этом проекте?**

— Я не вижу перспектив в отношениях с учебными заведениями, которые настроены на взаимодействие с ОАО «ЧЛМЗ» в рамках классической производственной практики, — это не способствует достижению инновационных целей проекта с четкой выраженной социальной и гражданской направленностью. Только перенимая и развивая передовой опыт зарубежных стран, можно повысить уровень подготовки специалистов и запустить экономический рост. Будучи уверенным, что ОАО «ЧЛМЗ» является наиболее благоприятной площадкой для обкатки инновационных решений в производстве, технологиях, науке и образовании, я постараюсь разогнать проект до той скорости, которая не позволит ему увязнуть в бюрократической трясине на пути к достижению намеченных целей. **P**

# ПЕРЕДЕЛ СВЕТА

## СМЕНА РЕСУРСОСНАБЖАЮЩЕЙ КОМПАНИИ ЗАСТАВЛЯЕТ ИГРОКОВ ЭНЕРГОРЫНКА ПО-НОВОМУ ВЗГЛЯНУТЬ НА СВОИХ КОНКУРЕНТОВ И НА СЕБЯ САМИХ

ТЕКСТ: ВАЛЕНТИН ИВАНОВ

**Приход нового игрока на рынок энергосбыта в областной столице – событие хоть и предсказуемое, но все-таки принесшее его участникам немало хлопот. Переход более двадцати управляющих компаний и нескольких ТСЖ от государственного предприятия «Вологдаоблкоммунэнерго» к ОАО «Вологдаэнерго» многими был встречен неоднозначно.**

### Доложите обстановку

«Вологдаэнерго» был и остается крупнейшим гарантирующим энергопоставщиком в области, большинство абонентов покупают электричество у этой компании. Статус субъекта оптового рынка электроэнергии позволяет «Вологдаэнерго» закупать электричество оптом напрямую у электростанций. У «Вологдаоблкоммунэнерго» (ВОКЭ) такого статуса нет, поэтому компания закупает энергию у «Вологдаэнерго» и реализует ее гражданам и организациям... по тем же ценам, то есть, по сути, безвозмездно выполняет функцию перепродавца.

Нет ничего удивительного, что «Вологдаэнерго» решил сотрудничать с вологжанам напрямую. Поводом к принятию такого решения (это признают и в руководстве «ВОКЭ») стала накопившаяся у госпредприятия внушительная задолженность перед гарантирующим поставщиком. Пока ситуация не внушает оптимизма: старые долги гасятся медленно, постоянно подкапливаются текущие, и сокращения многомиллионной задолженности не происходит. В «ВОКЭ» объясняют непростую ситуацию строительством Красавинской ТЭЦ и необходимостью выплачивать кредиты зарубежным инвесторам и кредиторам, что, впрочем, не мешает им, образно выражаясь, видеть свет в конце тоннеля.

По мнению директора «ВОКЭ» Павла Федюнина, «Вологдаэнерго» поступил опрометчиво, начав столь стремительное освоение рынка Вологды, тем самым создав напряженную ситуацию

среди населения, т. к. фактически был не готов «переварить» такие объемы.

### Правила игры

Напомним, что тарифы для граждан по-прежнему устанавливаются региональной энергетической комиссией. Поэтому, по сути, конкуренция между компаниями ведется не на уровне цен, а на уровне сервиса. ТСЖ и УК сами решают, с каким поставщиком заключать договор. Здесь стоит подчеркнуть, что претензии обиженных плательщиков, которых даже не спросили о переходе управляющей компании к другому энергопоставщику, безосновательны: жильцы сами выбрали такую форму управления.

Тем не менее, представители УК уже рассказали об удобстве сотрудничества именно с «Вологдаэнерго». «Ранее расчеты за внутриквартирное потребление осуществлялись через «ВОКЭ», а за освещение мест общего пользования начисление производила управляющая компания самостоятельно, — поясняет исполнительный директор Вологодской ассоциации управляющих компаний Мария Красовская. — Такое разделение могло приводить к ошибкам в начислениях. «Вологдаэнерго» полностью взял на себя ведение расчетов за электроэнергию в доме, печать и доставку счетов гражданам. Компания является непосредственным поставщиком электроэнергии в нашем городе и более остальных заинтересована в качественном учете, в том числе и общедомового потребления, а также в своевременных платежах. Эта заинтересованность позволяет

обеспечить порядок и прозрачность начислений».

Самим вологжанам (а это жильцы более чем 500 многоэтажек) стало проще оплачивать электроэнергию: сервисные центры шаговой доступности появились в пяти микрорайонах Вологды и будут открываться в других местах. Здесь же можно получить и комплекс дополнительных услуг: консультации, сверка расчетов, помимо электричества оплата счетов за газ, интернет, телефон, коммуналку. Заплатить за свет можно и через личный кабинет на сайте «Вологдаэнерго». Для ресурсопоставщиков, скажем так, непривычный пока сервис.

Несмотря на свой статус гарантирующего поставщика, «Вологдаэнерго» не имеет в Вологодской области преференций со стороны властей. Промахи не прощаются, поэтому компания быстрее реагирует на постоянные изменения в законодательстве. Так, на городском рынке сбыта компания появилась, уже освоив новые правила расчета коммунальных услуг, вступившие в силу 1 сентября прошлого года. Во-первых, в соответствии с новой схемой изменился принцип начисления оплаты за общедомовые нужды: теперь она распределяется исходя из площади квартиры, а не из потребления электричества внутри нее, а к расчетам стали применяться новые общедомовые счетчики, считающие всю электроэнергию, поступающую в дом. Во-вторых, теперь владельцы индивидуальных приборов учета должны ежемесячно сообщать свои показания поставщику. Для этого



«Вологдаэнергосбыт» разработал ряд сервисов, начиная от абонентских ящиков и заканчивая личным кабинетом на сайте компании. Перемены в законодательстве, исполнением которых вовремя не озаботились госпредприятие «ВОКЭ» и управляющие компании, жители связали с новым поставщиком, который, что называется «огреб негатива по полной программе».

Напомним, что в январе и феврале не утихали страсти вокруг

увеличившихся цифр за общедомовое потребление в квитанциях, пришедших от «Вологдаэнергосбыта».

Причин тому несколько: в основном это введение нового принципа расчета платежей, и, что не отрицают и в самой компании, допущенные «временные вилки» при контрольном снятии показаний с квартирных и общедомового счетчиков во время смены поставщика. Причем в снятии этих показаний участвовали трое: «ВОКЭ», управляющие компании и «Вологдаэнерго-сбыт». По фактам

увеличенных оплат за общедомовые нужды уже проведены проверки, на основании которых жители получили счета с корректировкой сумм.

### Конкуренты ожили

Несмотря на то, что «Вологдаэнергосбыт» вышел на рынок города еще в ноябре, «Вологдаоблкоммуэнерго» не спешило менять политику работы с клиентами как в плане сервиса, так и в плане начисления оплаты. Лишь недавно директор «ВОКЭ» Павел Федюнин сообщил, что с января 2013 года его предприятие переходит на новую схему работы с населением, как того требует действующее законодательство. Он также добавил, что в частности его организация будет рассчитывать и начислять по каждой квартире общедомовые нужды (ОДН), которые наряду с электроэнергией,

потребленной по индивидуальному (поквартирному) счетчику, будут указываться в квитанции «ВОКЭ». И если раньше за ОДН абоненты платили своим управляющим компаниям, то теперь они будут платить «ВОКЭ» одновременно с оплатой за электроэнергию, потребленную квартирой. То есть, получается, ВОКЭ собирается делать то же самое, что уже с ноября реализует «Вологдаэнергосбыт».

Правда, по словам Павла Федюнина, за счет того, что компания

но и передачей электроэнергии, что нарушало ФЗ «Об электроэнергетике». Госпредприятие успешно совмещало эти два вида деятельности, пока в январе этого года под влиянием Федеральной антимонопольной службы ГП ВО «Вологодские электротеплосети» не было выделено в самостоятельное юридическое лицо. Теперь единого предприятия больше нет: сбыт — отдельно, сети — отдельно.

На первый взгляд, гарантирующий поставщик «Вологдаэнергосбыт»

практически полностью контролирует розничный рынок электроэнергии. Заместитель Управляющего энергосбытовой компании Сергей Ежкин пояснил, что это не так, ведь свои энергопоставщики есть у региональных объектов нефтяников, газовиков, железной дороги, крупные предприятия сами покупают или производят энергию. В области есть и другой гарантирующий поставщик — «Оборонэнерго-сбыт», который сейчас обслуживает военные городки.



**«Вологдаэнергосбыт» является непосредственным поставщиком электроэнергии в городе и более остальных заинтересована в качественном учете, в том числе и общедомового потребления, а также в своевременных платежах.**

сформировала многолетнюю статистику по энергопотреблению каждого дома и каждой квартиры, расход электроэнергии на ОДН рассчитывается корректно, и жильцов не будут шокировать огромными цифрами в квитанциях... Вслед за «Вологдаэнергосбытом» госпредприятие старается вести и более открытую информационную политику, ведь до недавнего времени компания достаточно скромно освещала свою работу в СМИ.

### Будет ли рынок?

В настоящее время в соответствии с законодательством все энергопредприятия региона заняли свои ниши: одни производят, другие передают, третьи продают электричество потребителям. «ВОКЭ», например, долгое время занималось не только ресурсораспределением — сбытом,

Сам статус гарантирующего поставщика присваивается государством, в свое время он был и у «ВОКЭ», но предприятие его лишилось.

Начальник областного департамента топливно-энергетического комплекса Николай Потапов считает, что работа на рынке сбыта электроэнергии при умелом руководстве очень выгодна, поэтому не исключает, что на арену могут выйти новые игроки. Да и у старых явно есть намерения расширить свое присутствие на рынке и по объему поставок, и по количеству потребителей.

Итак, рынок энергосбыта в Вологде начал оживать: разные игроки, разный сервис, разные методы работы. Может, и цены скоро тоже станут весомым аргументом, определяющим победителя в борьбе за покупателя? **BB**

# ДЛЯ КОМФОРТНОЙ МОБИЛЬНОЙ ЖИЗНИ НУЖЕН КАЧЕСТВЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ

ТЕКСТ, ФОТО: КРИСТИНА МАТВЕЕВА

**В ритме современной жизни мы стараемся все держать под контролем и быть на связи практически в любое время. Интернет в этом случае — лучший помощник, который должен быть всегда рядом. Какие сетевые скорости сегодня доступны пользователям, что делается для улучшения качества связи и какие изменения нас ждут, расскажет директор филиала МТС в Вологодской области Владимир ШЕВЕРДИН.**

— Владимир Алексеевич, расскажите, как развивалась сеть МТС в прошедшем 2012 году? Как улучшилось качество связи для абонентов МТС в Вологодской области, в частности для интернет-пользователей?

— Прошлый год был для нас значимым с точки зрения развития сети. В 2012 году мы начали перевод инфраструктуры сети 3G на современные IP-технологии. В результате, по данным на конец февраля 2013 года модернизировано уже более 70% базовых станций, расположенных в регионе. Это позволило увеличить емкость и надежность сети, повысить качество голосовых услуг и скорость передачи данных до 21 Мбит/с. Наверняка, многие абоненты МТС почувствовали, что связь стала лучше, а пользователи мобильного Интернета заметили увеличение скорости работы в сети со смартфона или планшета.

Также в прошлом году мы выкупили волоконно-оптические линии связи от Вологды до Вытегры, что обеспечило увеличение скорости передачи данных в три раза в нескольких районных центрах области. Это город Кириллов, в который приезжает большое количество туристов, чтобы посетить Кирилло-Белозерский монастырь, Ферапонтов монастырь или просто отдохнуть на берегу Волго-Балтийского канала. Это поселок Липин Бор и непосредственно сам город Вытегра — любимое место рыбаков и охотников.

— Теперь можно одновременно и рыбачить, и в Интернете сидеть?

— Совершенно верно.

— Если я правильно поняла, то действительно заметное повышение скорости работы в Интернете с мобильного произошло благодаря всем этим проведенным работам. Изменился ли при этом трафик, число абонентов, пользующихся мобильным Интернетом?

— Да, вы правы. Трафик по передаче данных в 2012 году по сравнению с 2011 годом увеличился в три раза. Число пользователей мобильного интернета постоянно растет. Так, сегодня каждый третий абонент сети МТС в Вологодской области является активным пользователем мобильного интернета. Кстати, половина потребителей мобильного Интернета в нашей области пользуются безлимитными опциями. И правильно делают, ведь это гораздо выгоднее. Подробнее об опциях и тарифных планах МТС можно узнать на нашем сайте — [www.voloda.mts.ru](http://www.voloda.mts.ru).

— Планируются ли какие-то улучшения в этом году? Есть ли потенциал развития сети МТС в Вологодской области?

— Как говорится, совершенству нет предела. Действительно, в этом году мы продолжим работы по улучшению сети, чтобы предоставлять нашим абонентам услуги связи высокого уровня. На 2013 год в Вологодской области запланирован так называемый SWAP — это тоже определенный блок работ по модернизации сети и улучшению качества связи. Подготовительные работы к нему начались еще в декабре 2012 года. Сейчас идут различные обследования сети, непосредственно

замена оборудования на более современное начнется во втором квартале 2013 года.

Хочу предупредить, что в связи с проведением SWAP у некоторых абонентов могут возникать сложности со связью, но мы будем их минимизировать и сделаем так, чтобы наши клиенты даже не почувствовали, что идет модернизация сети. Если все-таки кто-то столкнется с трудностями, просим быть терпеливыми и просто повторить попытку вызова, отправки SMS-сообщения или выхода в глобальную сеть. Эти изменения работы сети, если и будут возникать, то лишь кратковременно. Зато в результате проведенных работ наши абоненты получат улучшенное качество связи и повышенную надежность сети.

— Что мы все о мобильном Интернете, давайте и о фиксированном поговорим. Я знаю, что МТС предоставляет доступ в Интернет и с домашнего компьютера. Расскажите, пожалуйста, об этой услуге поподробнее, и о том, кто может ее получить.

— Возможность стать абонентом «Домашнего Интернета» от МТС есть у вологжан, проживающих практически в каждом районе города. На сегодняшний день наша волоконно-оптическая сеть фиксированной связи охватывает более 90% домохозяйств Вологды. Сеть МТС построена по технологии FTTB — «оптика до дома» — то есть волоконно-оптическая сеть подходит не к району, а прямо к каждому дому, что позволяет предоставлять услуги связи лучшего качества. Особенностями технологии FTTB являются

высокая пропускная способность, надежность сети и быстрота внедрения новых телекоммуникационных услуг. Узнать, как подключиться к «Домашнему Интернету», можно по телефону 8 800 250 08 90 или 8 800 250 00 50.

— **Планирует ли МТС открывать свободные точки доступа в каких-либо общественных местах?**

— Мы уже открыли две такие точки в двух наших университетах — техническом и педагогическом. Вологодский государственный технический университет — первое учебное заведение в Вологде, где был успешно реализован проект по обеспечению студентов и педагогов беспроводным доступом к сети Интернет. Год назад, в феврале 2012 года, в университете было установлено 18 точек Wi-Fi с возможностью обеспечивать скорость передачи данных до 100 Мбит/с. Беспроводной доступ в Интернет есть во всех учебных корпусах и на всех факультетах ВоГТУ, в том числе и в машиностроительном техникуме.

Чтобы воспользоваться сервисом, ученикам и преподавателям достаточно ввести логин и пароль «Домашнего Интернета» МТС, которые они используют дома или в общежитии для выхода в сеть. Выйти в Интернет можно при помощи любого электронного устройства, поддерживающего Wi-Fi: смартфона, ноутбука, планшета или компьютера. Дополнительная плата за подключение к Wi-Fi сети не взимается.

Проект реализован на базе собственной волоконно-оптической сети МТС. Кстати, в прошлом году МТС подключила к сети фиксированной связи студенческий городок ВоГТУ. Всего в общежитиях вуза проживает около 2000 студентов. Все они с прошлого года имеют как проводной доступ к сети Интернет, так и по технологии Wi-Fi.

— **А когда Wi-Fi появился в нашем педуниверситете?**

— В Вологодском педагогическом университете мы запустили аналогичный проект год спустя — в феврале этого года. Сегодня беспроводной доступ в Интернет есть в двух учебных корпусах — на ул. Мальцева, 2 и ул. Орлова, 6. К концу марта 2013 года МТС планирует подключить к беспроводному доступу в Интернет еще три корпуса педагогического университета.

— **Думаю, благодаря появившемуся в вузе бесплатному доступу в Интернет наши студенты точно смогут без проблем подготовиться к сессии и успешно ее сдать.**

— Надеюсь на то, что предоставленные МТС возможности беспроводного доступа в Интернет помогут нашим студентам успешно сдать сессию. Кстати, МТС планирует развивать подобные проекты и дальше. Сейчас идут переговоры с другими учебными учреждениями и коммерческими предприятиями по установке Wi-Fi точек.



— **Какие еще важные проекты успела реализовать МТС в прошлом году?**

— Например, в прошлом году вологодский филиал МТС совместно с Художественным музеем муниципального учреждения культуры «Череповецкое музейное объединение» открыли на его базе информационно-образовательный центр «Русский музей: виртуальный филиал». Он действует в рамках межрегионального и международного проекта, идея которого в доступности крупнейшей в России коллекции русского искусства для широкой аудитории за пределами Санкт-Петербурга. Возможности современных компьютерных технологий позволяют познакомиться с предметами искусства,

хранящимися в Русском музее, находясь в другом городе и даже в другой стране. На сегодняшний день открыто 114 центров «Русский музей: виртуальный филиал», из них 79 — в России, 34 — за рубежом и даже один — в Антарктиде. Среди участников проекта музеи, университеты, учреждения культуры, науки и дополнительного образования, в том числе Художественный музей Череповца. Поэтому приглашаем жителей Вологодской области в этот музей, где они смогут познакомиться с коллекциями Русского музея, хранящимися в Санкт-Петербурге.

— **Спасибо за общение, Владимир Алексеевич. На прощание оставьте пожелание нашим читателям.**

— В конце я хотел бы отметить один важный момент. Сегодня развитие практически любого бизнеса будет ограниченным без использования сети Интернет. Не зря все больше пользователей выходят в сеть, в том числе со своих мобильных устройств, ведь мобильный Интернет позволяет оставаться в курсе событий, даже если вы находитесь вне офиса.

МТС видит эти тенденции, и как универсальный оператор связи предлагает своим клиентам удобные и выгодные решения для ведения бизнеса, высокотехнологичные продукты и услуги для его развития. **55**



# ЗАНИМАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР НЕСТЕРОВ

**В каком направлении развивается региональный рынок телекоммуникаций? Насколько доступны вологодским абонентам такие актуальные технологии, как мобильный интернет и цифровое телевидение, сети 3G и 4G? Что для абонентов и операторов означает отмена «мобильного рабства»? В серьезном разговоре, который будет интересен и профессионалам, и простым пользователям, участвуют директор Вологодского регионального отделения СЗФ ОАО «МегаФон» Константин ГУЛЕЙКОВ, директор Вологодского филиала ОАО «ВымпелКом» Евгений ЗАБРОДИН, региональный управляющий директор ОАО «Санкт-Петербург Телеком» (Tele2 Вологда) Вячеслав КОЗИН, а также Сергей ПИСАРЕВ, коммерческий директор Вологодского филиала ОАО «Ростелеком».**

## Количество перерастает в качество

Как определить динамику развития рынка сотовой связи? Одним из классических индикаторов является количество активных сим-карт. Он показывает и степень «телефонизации» населения, и рыночные позиции того или иного оператора. Так, например, база российских абонентов Tele2 в 2012 году выросла на 10% и составила более 22 млн чел., что с учетом общего роста уровня проникновения сотовой связи в стране — около 4% в год — можно считать весьма впечатляющим результатом.

При этом, по мнению экспертов, рынок (как на федеральном, так

и на региональном уровне) достиг порога насыщения. Как отметил в беседе с «Бизнес и Властью» один из них, к 2012 году в Вологодской области практически закончился рост абонентской базы и начался передел долей рынка. В борьбе за лояльность своего абонента операторы не только используют методы активных продаж и расширяют число торгово-сервисных точек, но и активно вкладываются в модернизацию оборудования. Та же Tele2 по итогам прошлого года отчиталась об увеличении зоны охвата и качества сети в регионе. По словам Вячеслава Козина, в минувшем году компанией Tele2 Вологда было построено и запущено в эксплуатацию более 40 базовых станций, а качество связи

было значительно улучшено в более 100 населенных пунктах региона.

Многочисленные исследования в сфере мобильных технологий показывают — доля «голоса» в объеме предоставляемых сотовыми операторами услуг в последние годы снижается, вытесняется передачей данных (по некоторым оценкам, она занимает около 60% от всего объема трафика). Смартфоны и планшеты позволяют пользователям обмениваться не только звонками и смс, но и смотреть потоковое видео, скачивать музыку или просматривать фотографии высокого качества. Быстро растущие потребности абонентов требуют от операторов применения новых технологий. «В сетях GSM большой приоритет

отдается голосу, на передачу данных почти ничего не остается, поэтому появление третьего поколения мобильной связи (3G) в свое время стало большим прорывом в области информационных технологий и, в частности, в сфере мобильного интернета, — говорит Константин Гулейков. — В сетях 3G используется несколько технологий: от WCDMA до HSPA+, для абонентов их отличие состоит в разной скорости передачи данных. На сегодняшний день «МегаФон» обеспечивает такие скорости мобильного интернета, которые позволяют скачивать «тяжелый» контент практически в любом месте, в любое время». Евгений Забродин, в свою очередь, отмечает: «В конце 2012 года «Билайн» также ввел в эксплуатацию на территории большинства районных центров Вологодской области технологию HSPA+, которая позволяет повысить скорость мобильной передачи данных до 21,6 Мбит/с. Это значит, что для наших абонентов средние скорости в зоне действия сети 3G с поддержкой HSPA+ увеличиваются в три и более раза».

### Покажи мне, покажи

Все опрошенные нами представители сотовых операторов согласились с тезисом о том, что мобильный интернет — настоящий драйвер телекоммуникационной отрасли. И дело тут не только в вышеупомянутой миграции услуг (от голосовых услуг к передаче данных), но и в миграции от услуг сотовой связи к конвергентным услугам, когда один поставщик может обеспечить и телефонную связь, и Интернет, и ТВ. Что касается последнего, то можно

констатировать развертывание в нашем регионе еще одной технологии — IP-телевидения. Она позволяет транслировать изображение по оптоволоконной сети по одному проводу с домашним интернетом. В отличие от традиционного эфирного, кабельного или спутникового телевидения, такое ТВ дает абонентам возможность пользоваться дополнительными сервисами, такими как интерактивная телепрограмма на экране телевизора, функции «записи», «паузы», «перемотки», просмотр личного счета, «видео по запросу» и рядом других. Так, «Ростелеком» является одним из первых продавцов подобных услуг в нашем регионе. «В настоящее время абонентам нашего «Интерактивного ТВ» доступно свыше 160 телевизионных каналов, — отметил Сергей Писарев. — В их число входят популярные эфирные и спутниковые каналы различной тематики: кино, спорт, новостные и познавательные каналы, включая 15 каналов в формате телевидения высокой четкости». В настоящее время новыми возможностями конвергенции телевидения и Интернета в регионе пользуются около 20 тысяч абонентов «Ростелекома». Весной прошлого года другой оператор — «ВымпелКом» — также начал предоставлять услуги цифрового телевидения на территории Вологодской области, правда, пока только в городе металлургов. «Домашнее цифровое телевидение «Билайн ТВ» доступно во всех домах Череповца, подключенных к сети Интернет от «Билайн» (это 95% домохозяйств города). Прошедший год показал, что услуга цифрового телевидения в Череповце пользуется

у наших абонентов большой популярностью», — комментирует Евгений Забродин.

Несмотря на востребованность таких высокотехнологичных услуг у определенной части населения, сказать, что они «шагнули в массы», нельзя. То же самое можно заметить и относительно другой современной технологии — 4G (стандарт LTE). Лицензии на строительство сетей последнего поколения есть у всех ключевых игроков российского рынка — «Ростелекома», «Вымпел-Кома», «МегаФона» и МТС (компания Tele2 по-прежнему ожидает решения госкомиссии по радиочастотам о возможности строительства сетей LTE в России в диапазоне 1800 МГц).

Однако в Вологодской области сети 4G пока не работают. Как отмечают специалисты, для того чтобы обеспечить всех абонентов доступом к этой сети, требуются обширные подготовительные работы. Кроме того, число мобильных устройств, способных за считанные минуты скачивать супертяжелый контент — фильмы в HD-качестве, презентации, видео- и фотоархивы, — в регионе ничтожно мало. По прогнозам аналитиков, лишь к 2015 году можно будет говорить о хоть каком-то относительно широком проникновении и рентабельности сетей LTE.

Впрочем, не все операторы заняли выжидательную позицию: «МегаФон» уже обеспечил покрытие 4G более чем в 20 городах России, — сообщил нам Константин Гулейков. — В 2013 году мы планируем запустить 4G в Вологде и Череповце. Работы по усовершенствованию действующей сети «МегаФон» в нашей области



Константин ГУЛЕЙКОВ



Вячеслав КОЗИН



Евгений ЗАБРОДИН

проходят постоянно, например, в прошлом году было улучшено покрытие в Череповце, Тотьме, Кириллове, Соколе, установлено дополнительное оборудование для улучшения качества связи на предприятии «Северсталь», в крупных торговых центрах».

### «Мобильное рабство» отменяется?

В конце прошлого года на федеральном уровне был принят закон, позволяющий россиянам сохранять свой номер при смене оператора сотовой связи;

соответствующие поправки вступают в силу с 1 декабря 2013 года. У операторов отношение к этой новости неоднозначное.

С одной стороны, они не оспаривают необходимости и даже полезности услуги переносимости мобильного номера (MNP).

«Считаю, что данная услуга окажет положительное влияние на развитие телекоммуникационного рынка России, будет стимулировать повышение уровня конкуренции в стране, — отмечает Вячеслав Козин. — Услуга переносимости номера доступна

уже во многих странах мира. В Евросоюзе, кстати, обслуживание по стандарту MNP является обязательным для мобильных операторов. Эта услуга даст абоненту свободу выбора, он перестанет быть «привязанным» к своему номеру телефона, как это было ранее. А мы за европейский подход, потому что сами являемся европейской компанией». «Да, у абонентов должен быть выбор, — соглашаются в «МегаФоне». — Но, по нашим оценкам, 93% абонентов компании не планируют менять номер. Мы ожидаем, что при условии введения этой услуги наша абонентская база может увеличиться. Всего же данной услугой, вероятно, воспользуется небольшое количество человек — менее 10% от всех пользователей сотовой связи в стране».

С другой стороны, специалисты рынка подчеркивают ряд технологических сложностей, возникающих у операторов в связи с принятием этого закона. Переход абонентов от одного оператора к другому может вызвать дестабилизацию работы сети, перегрузку на отдельных ее участках, так как коммуникационные узлы рассчитаны на определенную абонентскую емкость. «Решение о внедрении услуги, при которой можно перейти к другому оператору, сохранив прежний номер, ведет

переносимость будет реализована только в рамках географических границ домашнего региона, то затраты операторов в среднем оставляют 60 млн долл. «Именно поэтому мы считаем, что сначала лучше опробовать эту услугу в отдельных регионах, чтобы оценить ее востребованность», — заключил Константин Гулейков.

Как процедура перехода к другому оператору будет выглядеть для абонента, пока неизвестно. Неясно точно и во сколько она ему обойдется. «Считаем, что сумма

в 100 рублей, о которой идет речь в законе, является разумной для такой услуги», — говорит Вячеслав Козин. — Например, в 20 европейских странах услуга MNP для абонента бесплатна, в остальных цена переноса номера — от 2 до 25 евро. И эти деньги, как правило, не являются прибылью оператора, к которому переходит абонент, а направляются на содержание специальной базы данных перенесенных номеров».

В связи с отменой «мобильного

рабства» до конца непонятно также, как будет осуществляться межоператорское сотрудничество. В настоящее время оно сводится к обычному деловому партнерству: взаимная аренда каналов связи, обмен башенными позициями, совместное строительство и эксплуатация систем электроснабжения, кондиционирования и другой пассивной инфраструктуры. Однако с переходом пользователей от одного оператора к другому должна будет передаваться конфиденциальная информация об абонентах, а также их количестве. По-видимому, для того, чтобы закон действительно заработал, в ближайшее время должен быть принят еще ряд правовых решений на федеральном уровне. **66**



**В сетях GSM большой приоритет отдается голосу, на передачу данных почти ничего не остается, поэтому появление 3G в свое время стало большим прорывом в области информационных технологий и, в частности, в сфере мобильного интернета.**

к модернизации сети, стоимость которой для операторов оценивается в сотни миллионов долларов», — говорит Константин Гулейков. Он поясняет, что дополнительные затраты пойдут на доработку сети: на всех системах необходимо прописать такое программное обеспечение, которое бы учитывало попадание в сеть абонента с иным префиксом; необходимо будет установить около сотни дополнительных коммутаторов, расширить лицензии на новое программное обеспечение, привлечь дополнительный персонал и обучить его. При этом, по подсчетам экспертов, если внедрить услугу MNP с возможностью передачи абонентского номера другому оператору за пределы домашнего региона, это обойдется примерно в 100 млн долл. Если же



# ЧЕМ ПАХНЕТ ЗООБИЗНЕС

## КАКОВ ОН – РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ?

ТЕКСТ: ВАЛЕНТИН ИВАНОВ

**Мы привыкли рассуждать о малом и среднем бизнесе абстрактно. А что из себя в реальности представляет та или иная его сфера? Кто основные игроки? В каком направлении идет развитие? Мы решили присмотреться к зообизнесу: кто и с каким успехом здесь работает. В ходе нашего исследования владельцы вологодских зоомагазинов, ветеринарных клиник и члены общественных организаций рассказали немало любопытного о том, как обходятся с домашними животными в городе «писающей собачки».**

### Пик популярности

По нашим наблюдениям, вологжане редко ограничиваются одним питомцем, и если в семье есть дети, то непременно и животных будет больше. В последние годы жители Вологды стали чаще покупать собак, на смену крупным породам приходят мелкие, декоративные, таких животных называют собаки-компаньонки. Это йорки, той-терьеры, чихуа-хуа, для их содержания и выгула нужно совсем немного времени.

Владелица зоомагазина «Живой уголок» **Светлана Федотова** с сожалением отмечает, что упал прежний интерес к хомякам и крысам, чего не скажешь о хорьках и бурундуках — спрос на этих хитрых грызунов вырос. Родители чаще стали покупать своим детям экзотических тварей: змей, пауков, попугаев.

Одни предприниматели считают, что покупательская способность клиентов выросла, другие утверждают обратное, поэтому нельзя с точностью сказать, что именно стали больше покупать: товары премиум-класса или эконом, — ведь один и тот же человек может приобрести огромный дорогой аквариум и при этом сэкономить на кормах.

Шесть крупных компаний занимаются поставками товаров и ветеринарных препаратов в Вологду. Несмотря на довольно высокие арендные ставки, магазинов, отделов и павильонов, торгующих товарами для животных и ветпрепаратами, насчитывается уже свыше сорока штук. Это без учета интернет-магазинов и предпринимателей, самостоятельно занимающихся распространением кормов и аксессуаров. Порядка десяти ветклиник и веткабинетов, разбросанных

по всему городу, в круглосуточном режиме обеспечивают ветеринарной помощью владельцев домашних животных. Для полного достатка не хватает своего, местного производителя кормов... Зато на заводе под Вологдой компания «Профэксперт» производит древесные гранулы и комкующиеся наполнители для животных.

### Поставщика не выбираем?

Среди крупнейших оптовиков, определяющих ассортимент и ценообразование на вологодском зоорынке, можно назвать, пожалуй, всего 4 компании: ООО «Сфера», ООО «Вологдазооветснаб», ООО «Агротторг» и ТД «Ярвет». Дистрибуцией и логистикой кормов компании «Mars» («Whiskas», «Kitekat», «Chappu») занимается ООО «Алиди», а оптовик ИП Важнина И. В. поставляет продукцию компании «Purina». Официальным дилером «Royal Canin» в Вологде является компания «Элли», связанная с аптечной сетью «Антей».

Несмотря на многочисленные удобства работы с поставщиками (прежде всего это быстрота и своевременность доставки), владельцы малого бизнеса все равно остаются в непосредственной зависимости от оптовиков. По их словам, «в плане ценообразования простым смертным ни вправо, ни влево». Огорчает еще и то, что некоторые оптовики, аффилированные с рядом точек розничных продаж, не всегда своевременно объявляют остальным игрокам зоорынка об акциях и скидках, устанавливаемых компанией-производителем, поэтому бизнесменам, работающим в рознице, приходится в этом плане выдерживать не совсем честную конкуренцию. В результате

кто-то вообще предпочитает закупаться товаром в Ярославле или Москве, минуя вологодских оптовиков.

### Большая розница

Что касается точек розничных продаж, то здесь явно превалирует тенденция к открытию отделов в крупных торговых центрах, поэтому собственно зоомагазины представлены не так широко. Торговые сети не разрастаются больше, чем до двух магазинов, и, как правило, работа ни одного из зоотделов не вырастает до создания своего собственного бренда. Поэтому и арсенал маркетинговых инструментов у них невелик и сводится к типичным акциям, скидкам и картам постоянного покупателя. Лишь некоторые точки перешли на самообслуживание, например, «Зоосупермаркет» и «Зоопарк». Большинство же игроков предпочитает пока традиционную форму работы.

Возможно, еще долгие годы в Вологде не будет дифференциации точек продаж на премиум и эконом-класс. В одних и тех же магазинах в очереди за кошачьим кормом стоят и бабушки, и местные олигархи. Аналогичная ситуация, кстати, складывается и в ветеринарных центрах.

С другой стороны, в Вологду медленными шагами идет тенденция к специализации зоомагазинов. Так, у владельца сети зоомагазинов **Андрея Афанасьева** в арсенале — крупнейший салон аквариумистики, в котором, как нигде в Вологде, представлены всевозможные рыбы, кораллы и прочая живность.

Быстрыми темпами развивается рынок индивидуальных дистрибуторских услуг: все больше

и больше вологжан зарабатывают тем, что поставляют владельцам домашних животных эксклюзивные корма, шампуни, парфюм, одежду и другие вещи. Активизируются и интернет-магазины, самый известный в Вологде среди них — Zoovologda.ru, являющийся, кстати, официальным представителем хорошо известных профессионалам торговых марок «Asana» и «Orije».

Если говорить о реализации самого живого товара, то, пожалуй, в этой области лежат основные риски начинающих предпринимателей. У таких бизнесменов нередки списания, вызванные падежом животных. Другая проблема, как это ни покажется странным для Вологды, — развитие контрабанды. Один из бизнесменов в беседе подчеркнул, что многие обезьяны, а также крупные попугаи, которых можно встретить у некоторых вологжан в квартирах, попали в страну незаконным путем, соответственно не имеют ветеринарных справок и других документов.

### И тебя вылечим...

В областной столице сейчас много говорят о кадровом дефиците в сфере здравоохранения, но для ветеринарии такой проблемы нет. Еще бы, ведь в Молочном есть ВГМХА, которая выпускает порядка ста специалистов-ветеринаров ежегодно! Правда, в академии делается упор на сельскохозяйственную ветеринарию, поэтому главврач клиники «Возрождение» **Ольга Бридня** напоминает, что большинство выпускников

становятся профессионалами лишь после нескольких лет стажировки за операционным столом и постоянным повышением квалификации.

Вологодская ветеринария испытывает некоторые трудности, связанные с оснащением клиник. Оно и понятно — провинциальной клинике, закупившей дорогостоящее оборудование, не стоит рассчитывать на быструю окупаемость. В принципе, по отзывам экспертов, все диагностическое оборудование в арсенале ветеринаров уже есть, не хватает лишь самого дорогого и громоздкого (для которого нет ни денег, ни площадей) — ветеринарного томографа. Одни специалисты наотрез отказываются проводить операции без томограммы (тем самым вынуждая хозяев везти своих питомцев в Санкт-Петербург или Москву), другие готовы провести обследование и операцию, не прибегая к помощи томографа.

По словам руководителя Вологодской областной станции по борьбе с болезнями животных **Олега Болдырева**, по качеству и сложности операций Вологда не уступает Москве и Санкт-Петербургу. В среднем операции в вологодской клинике в 2—3 раза дешевле аналогичных в столице, и даже в соседних городах, таких как Ярославль и Череповец. В Вологде практикуются сложнейшие операции на позвоночнике, глазах, а также нейрохирургия и пластические операции.

Клиника «Айболит» во многом пионер вологодской ветеринарии.

Она первой стала работать круглосуточно и работает в таком режиме до сих пор, несмотря на нерентабельность ночных смен. Здесь же впервые в городе появился рентгенаппарат для животных. Специально для клиники разработана компьютерная программа, благодаря которой все 55 тысяч карточек пациентов объединены в общую картотеку с легким поиском и занесением всех данных в единую сеть.

«Вологодский ветеринарный центр» **Виктора Цибулина** также дал несколько открытий для городской ветеринарии, здесь в свое время впервые начали практиковать кардиологию и стоматологию для домашних животных. Так сложилось, что в «ВВЦ» представлена еще и узкая врачебная специализация: все 12 ветеринаров могут заниматься не только общим лечением, но и специализируются в какой-то области. Сам Виктор Викторович, например, успешно выполняет нейрохирургические операции.

Если во многих веткабинетах операции по кастрации, стерилизации, мелкая хирургия, лечение дерматологических и инфекционных болезней животных поставлено на поток, то с болезнями экзотических животных не все так просто. Как правило, хозяева питомцев, ящериц и пауков настолько увлеченные люди, что о лечении своих питомцев знают гораздо больше, чем профессиональные ветеринары, так что и у этих фанатов врачи продолжают учиться.

Цены не кусаются! :)



Салон красоты для животных

## «АРТЕМОН»

Полный спектр услуг по уходу за шерстью домашних любимцев и выставочных чемпионов:

- тримминг, стрижка
- мытье с использованием профессиональной косметики «Chris Christensen»\*
- подготовка к выставкам
- рисунок по шерсти, креатив
- стрижка кошек без наркоза

Вологда, ул. Северная, 26, 70-06-37

\* «Крис Кристенсен»

Небольшой преградой между ветеринаром и клиентом стоит вопрос менталитета: часто люди, привыкшие платить за что-то материальное, не готовы платить за услугу, в частности, профессиональную консультацию. А ведь курсы повышения квалификации, дополнительное образование сотрудников — не самая скромная статья расходов многих клиник. Еще одна беда, по словам ветеринаров, заключается в совершенной неграмотности населения: зачастую люди инвестируют в дорогих животных с родословной, мечтая получить в будущем от этого хорошую прибыль. Но многие из них даже не знают таких элементарных вещей, например, как правильно вязать животных или закапывать капли против блох.

### Жизнь собачья

Активно в Вологде развивается относительно новый сегмент — спец-услуги для животных. Здесь на рынок выходят самые мелкие игроки — индивидуальные предприниматели, которые открывают зоосалоны и зоогостиницы прямо у себя на квартирах и часто, как это принято, не регистрируют свою предпринимательскую деятельность. Некоторые ветклиники предлагают парикмахерские, гигиенические и косметические услуги, но довольно часто население обращается именно к мастерам, работающим на дому. А цены в разных салонах в целом не различаются, практически везде на стрижку большой собаки можно потратить 1300—1500 рублей, а для маленькой — в три раза меньше. В целом вологжанам предлагается полный спектр груминговых услуг: стрижка, тримминг, расчесывание, мытье, сушка, обработка ушей и глаз, подстригание когтей, маникюр, удаление зубного налета и камня и так далее.

Кстати, если вас какое-то время не будет в городе и некому доверить своего питомца, то его можно смело оставлять у людей, которые, собственно, этим бизнесом и живут. Точное число таких предпринимателей определить непросто, как правило, свой бизнес они не регистрируют.

Однако среднюю цену передержки назвать можно — 200—350 рублей в день. Сюда входит и выгул, и корм животных. Часто питомцы живут в квартирах или на дачных участках хозяева редко отдают их в вольеры.

Если не брать во внимание огромное количество виртуальных клубов объединяющих любителей домашних питомцев, то в Вологде можно назвать около десятка кинологических и фелинологических организаций, каждая из которых устраивает по две — четыре выставки в год. Надеемся, что вологодские собаководы не жалеют времени и сил на дрессировку своих питомцев и успешно

выгулять собаку). А профессионалы жалуются еще и на то, что совершенно негде специально заниматься со своими собаками. «В спортзалы нас не пускают, ведь там занимаются дети», — подчеркивает руководитель клуба собаководов «Сириус» Галина Проклопчук, — а специализированного помещения в Вологде совсем нет. Поэтому, как только начинаются теплые весенние дни, мы со своими питомцами дружно выходим тренироваться на улицу, невзирая на ветер, дождь и непогоду. Не вяжется сказать, что вологодские собаководы как-то подход к этим вопросам в нашей области: в Москве для проведения международных выставок

собак уровня «Евразия» уже много лет выделяются залы не где-нибудь, а в «Экспоцентре», аналогично поступают и в Ярославле, в Санкт-Петербурге, у нас же — все по старинке: не пускают!» Надо сказать, что ряд вологодских кинологов проводят мастер-классы по дрессировке собак на дому, возможно, эта сфера услуг вскоре станет очень популярной.

Предприниматель Андрей Афанасьев вообще говорит, что у вологодского бизнеса есть все возможности открыть

свой контактный мини-зоопарк — дали бы власти помещение... Правда, под Вологдой, неподалеку от Молочного на базе конно-спортивного клуба «Кентавр» уже работает домашний зоопарк, в котором живут два самых северных верблюда России.

Позицию городских властей в вопросах регулирования зообизнеса можно назвать нейтральной: особой поддержки предприниматели с их стороны не ощущают, но и проверками и мелочной опекой особо никто не достает. В целом такое отношение местных органов власти не мешает активному развитию вологодского зообизнеса, в результате чего на рынке сформировалась здоровая и сильная конкуренция. **ББ**



**Несмотря на довольно высокие арендные ставки, магазинов, отделов и павильонов, торгующих товарами для животных и ветпрепаратами, в Вологде насчитывается уже свыше 40 штук.**

ездят с ними не только по российским выставкам и соревнованиям, но и выезжают за рубеж: Чехия, Азербайджан, Финляндия, Белоруссия, Украина. Членство в клубе, помимо чисто профессиональных преимуществ, имеет и некоторые экономические плюсы. Так, например, члены клуба любителей кошек «Ирбис» пользуются постоянной скидкой в «ВВЦ».

Все условия для благополучной жизни братьев наших меньших вроде бы созданы, но не хватает самого основного — специальных территорий для выгула собак. Пока в Вологде нет ни одного подобного места, приходится гулять по паркам и пустырям (как известно, в городе негде даже машину толком припарковать, не говоря уже о том, где



# КРАСОТА В СЕБЕ — КРАСОТА ДЛЯ СЕБЯ

ТЕКСТ: АННА КЛИМОВА, ПСИХОЛОГ

Каждый из нас уникален. Проявление этой уникальности делает человека красивым.


Красота в наше время перестала быть результатом природы, она — неизбежное свойство того, кто ухаживает за своим лицом и за своим телом, как за своей душой. В этом контексте забота о внешнем виде свидетельствует о глубине и богатстве внутреннего мира, о вкусе человека.

Представьте, что лицо — это экран, на котором демонстрируется фильм о внутренней жизни. Так, красота женского лица во многом зависит от тех отношений, которые она поддерживала с отцом, будучи дочкой, ведь они сказываются на мимике. Макияж — это картина, которую мы можем рисовать на своем лице. Одежда, которую мы надеваем, выходя из дома, — архитектурный ансамбль, игра цвета и различных фактур на нашем теле. Тело — это то, что позволяет каждому, образно говоря, чувствовать себя хорошо в своей коже.

Но общество потребления диктует стандарты красоты, чтобы у людей возникало желание обладать ею, копировать и удерживать ее. Индустрия красоты предлагает совокупность разнообразных эстетических «угощений». Руководствуясь «пищеварительной философией», любой из нас может «проглотить» все что угодно, не насладившись вкусом и забыв подумать о последствиях. Человек включается в гонку за стройность, борьбу со старением, озабочен внешним видом как гарантией профессиональной и личной успешности. Пластические операции, борьба с лишним весом, потребление моды исключительно с целью конструирования социальной идентичности — это нарушение естественных границ, перешагивая которые, мы отказываемся от себя. Когда мы пытаемся изображать кого-то, кем на самом деле не являемся, это забирает очень много сил. Результатом становится неестественность и зажатость, которые очень хорошо «читаются» окружающими. Свободное выражение себя, напротив, дает прилив энергии и радость, которую чувствуют и те, кто рядом с нами.

Сегодня производители косметики, салоны красоты, фитнес-клубы, клиники пластической хирургии и прочие организации предлагают потребителю управляемую внешность, которая в свою очередь управляет сознанием. Это хорошо иллюстрирует психологический эксперимент, в котором группе пациентов с клинически диагностированной депрессией делали укол ботокса в переносицу, блокируя вертикальные складки между бровями, чтобы было сложнее состроить страдальческое выражение лица. Второй группе вводили плацебо. Чтобы изменения на лице нельзя было увидеть в зеркале, все испытуемые носили повязки на лбу. Спустя шесть недель у тех, кому делали инъекцию ботокса, уровень депрессии снизился в среднем на 10 баллов, а у контрольной





группы — всего на 1,7 балла. Изменения в мимике под действием ботокса обманывают мозг: если человек не может выразить страх или негодование, он автоматически успокаивается.

Значит ли это, что, воспользовавшись услугами салона красоты, спортивного клуба или стилиста, человек придет к гармонии внешнего и внутреннего? Чтобы ответить на этот вопрос, задумайтесь над психологической закономерностью, которая была открыта в школе нашего известного психолога С. Л. Рубинштейна. Внешняя причина (подсказка экспериментатора) помогает испытуемому решать мыслительную задачу лишь в меру сформированности внутренних условий его мышления (например, в зависимости от того, насколько он самостоятельно продвинулся вперед в анализе решаемой задачи). Это означает, что эффект внешних причин, действующих только через внутренние условия, существенно зависит от последних. Эффект тренировок в фитнес-клубе появляется лишь при осознанном напряжении мышц, которые человек должен чувствовать и понимать. Только при этом условии внешние манипуляции со своим телом принесут ему пользу.

Сегодня внешность и тело человека рассматриваются лишь как предмет потребления, привлекательный объект для окружающих. В большей степени это касается женщин, хотя, по сути, имеет отношение к внешности вне зависимости от пола (например, в случае принятия решения о занятости в большинстве профессий).

Осознание себя, забота о себе для раскрытия своей уникальности — это и есть то, благодаря чему красота перестает быть удовольствием для других и становится связью, которая соединяет нас с другими людьми.

Две крайности на этом пути могут подстергать каждого. Первая — равнодушие к своей внешности, которое возникает от нежелания или неумения осознанно и доброжелательно ухаживать за собой. Вторая — одержимость, слепое следование стандартам в результате подверженности манипуляции извне. Золотая середина — уважать внутреннюю и внешнюю экологию и стремиться, чтобы внешние воздействия гармонично становились частью собственной уникальности. **58**



# ГРАНИ КРАСОТЫ

ТЕКСТ: АННА АРТЕМОВА, ФОТО: СЕРГЕЙ БОГДАНОВ

**Красивая женщина. Какая она? Матовая кожа, шелковистые волосы, точеная фигура, ухоженные руки. Образ прекрасный и многогранный. В начале весны журнал «Бизнес и Власть» предлагает изучить красоту во всех деталях и выяснить, благодаря чему современная женщина, совмещающая работу и семейные заботы, может всегда хорошо выглядеть. Сделать это нам помогут специалисты в области красоты: директор Центра красоты «Вальс» Мария СИВКОВА, директор спа-салона «Венеция» Ирина КРУГЛОВА, главный врач-дерматолог салона красоты «Лянэж» Наталья МЕЛЬНИКОВА.**

## Время красоты

Деловая женщина, как правило, имеет плотный рабочий график, и в нем всегда нужно найти время для себя, — уверены специалисты в области красоты. «Красивый маникюр и ухоженные волосы всегда, а не только в праздники, — залог хорошего настроения, — уверена директор спа-салона «Венеция» Ирина Круглова. И в этом мы готовы помочь. В нашем салоне клиентка может получить необходимый перечень процедур для поддержания внешнего вида и укрепления здоровья. Администраторы салона всегда готовы найти удобное для клиентки время, а иногда и сэкономить его, сделав несколько процедур одновременно».

Центр красоты «Вальс» предлагает вологжанкам и гостям города целый комплекс услуг по созданию образа. «Это огромный спектр услуг по уходу за лицом и телом на современной косметике известных европейских фирм. Наши парикмахеры-модельеры, стилисты помогут создать образ и правильно подобрать макияж», — рассказывает Мария Сивкова.

В ритме деловой активности сегодня живет и косметология. «На мой взгляд, используя весь спектр современных косметических услуг, допустимо уделять внимание своей внешности по мере возможности. В настоящее время можно подобрать процедуры, которые обеспечивают оптимальный и длительный результат (на 6—8 месяцев). Но при этом постоянный домашний уход за кожей не отменяется!» — делится опытом главный врач-дерматолог салона красоты «Лянэж» Наталья Мельникова.

## Красота = здоровье

Воздействовать не на последствия, а на причину — такой подход сейчас используется во всех сферах, в том числе в косметологии. И специалисты уверены: путь к красоте лежит через оздоровление организма. «Наш салон носит приставку SPA, а это значит, что основная наша задача — оздоровление клиентов, так как SPA — это здоровье через воду, — раскрывает секреты красоты директор спа-салона «Венеция» Ирина Круглова. — Мы работаем только с проверенными поставщиками и с сертифицированной косметикой. У нас несколько линий. Таласотерапия у нас представлена французской маркой

на основе морских водорослей «Алготерм». Таласотерапия очень популярна сейчас во всем мире. Действие ее основано на способности водорослей восстанавливать нормальный минеральный состав нашего организма, так как минеральный состав ламинарии на 100% идентичен минеральному составу человеческой клетки. И благодаря высоким технологиям действие происходит не на поверхности кожи, а на клеточном уровне. Также мы предлагаем ИК-сауну, бальнеотерапию, а это профессиональные гидромассажные ванны и различные массажи».

Делая ставку на здоровье женщины, главный врач-дерматолог салона красоты «Лянэж» Наталья Мельникова подбирает косметические процедуры: «Каждый пациент индивидуален. Мы оцениваем необходимость проведения той или иной процедуры и учитываем все противопоказания. Работаем только с теми препаратами, которые сертифицированы и разрешены в России. Наши специалисты проходят серьезную подготовку, перед тем как начать работать с той или иной методикой. Основной задачей является оказание квалифицированных косметологических услуг с помощью безопасных методик».

«Я как руководитель очень щепетильно отношусь к организации обслуживания клиенток в нашем салоне. Это наличие медицинской лицензии, обязательно строгое соблюдение санитарно-эпидемиологических норм, сертификация всех материалов и аппаратов, постоянное повышение квалификации сотрудников нашего центра, изучение новых методов омоложения, — рассказывает о работе Центра красоты «Вальс» его директор Мария Сивкова. — Врач дерматолог-косметолог в нашем Центре делает необходимые назначения по уходу и «ведет» клиента до исчезновения проблемы. Наша компания делает все возможное для здоровой красоты вологжан и гостей города».

## Косметологическая революция

Косметические услуги в наше время очень популярны, и салоны должны регулярно предлагать клиентам новинки. Сфера развивается, постоянно появляются новые методики, средства. Настоящим прорывом в области косметологии главный врач-дерматолог салона красоты «Лянэж» Наталья



Мельникова считает препараты ботулотоксина и возможность длительной коррекции мимических морщин (появились они довольно давно, но сейчас активно используются). «Из последних новинок поразила наноструктурированная гиалуроновая кислота, которая благодаря малым размерам (до 5 нм), легко проникает во внутренние слои кожи, что обеспечивает возможность ее использования, не прибегая к инъекциям. Затем применяется новинка, то, чего не было ранее в средствах с гиалуроновой кислотой, — структурирующая сыворотка, которая способна сшивать низкомолекулярную гиалуроновую кислоту обратно в макромолекулы, — рассказывает Наталья Мельникова. — Это позволяет не просто бороться с внешними проявлениями возрастных изменений, а реально приостановить процессы старения и уменьшить биологический возраст кожи на несколько лет».

Клиенты Центра Красоты «Вальс» оценили результаты работы световых и лазерных технологий: фотоомоложение, фотоэпиляция, удаление пигментных и сосудистых поражений, а также инъекционные методы омоложения (биоревитализация и контурная пластика). Процедуры дермотонии на аппарате LE SKIN V 6 (Франция) в комплексе с мезотерапией позволяют решить ряд проблем при коррекции фигуры. Метод актуален при лечении целлюлита, отечности, при восстановлении после родов. После проведения индивидуального курса значительно повышается тонус, упругость, эластичность кожи. Как показал опыт, современные разработки, которые используются в Центре красоты «Вальс», позволяют вернуть коже здоровый вид, она выглядит более молодой и красивой.

На современные методики ухода делают ставку и специалисты спа-салона «Венеция». «Год назад у нас появился немецкий аппарат, который сочетает в себе такие действенные и безопасные методики, как кавитация и RF (радиочастотная триполярная энергия), — рассказывает Ирина Круглова. Эти методики позволяют быстро и безболезненно корректировать контуры тела и получать результат, сопоставимый по эффекту с хирургической липосакцией, а также достигать значительного эффекта лифтинга кожи».

### Качественный подход

Уровень профессионализма сотрудников и постоянный контроль качества услуг — залог успеха. К такому выводу пришли наши собеседницы, основываясь на своем опыте работы. Подход к делу

вологодских косметологов оценили и многие столичные красавицы, которые, бывая в Вологде, посещают местные салоны, и такие визиты становятся традицией.

«Не удивительно, что в последнее время много клиентов из Москвы и Петербурга, — считает директор спа-салона «Венеция» Ирина Круглова. — Цены на услуги формируются на региональном уровне, а качество и перечень оказываемых услуг не уступают столичным салонам. Ведь воложанки хорошо разбираются в косметологических услугах, и это стимулирует к внедрению самых современных технологий на высоком уровне». Директор центра красоты «Вальс» Мария Сивкова уверена, что именно баланс качества и цены делает вологодские салоны красоты такими популярными: «Я утверждаю, что в салонах Вологды (я имею в виду известные салоны, а не те, которые находятся в подвалах и непонятных помещениях в антисанитарных условиях) качество услуг несколько не ниже, а где-то и выше столичных. Цены на наши услуги намного ниже, мы учитываем и платежеспособность наших горожан, и их заинтересованность в нас». «Внимание к каждому клиенту — это то, чем могут по праву гордиться салоны красоты в небольших городах, и то, чего не хватает столичным красавицам, — уверена главный врач-дерматолог салона красоты «Лянэж» Наталья Мельникова. — Многие отмечают более внимательное отношение к клиенту, высокое качество услуг и положительные результаты. В крупном городе, где поток пациентов значительно больше, зачастую теряется индивидуальность подхода».

### Красивый подарок

«Сертификат в салон красоты — очень удобный и приятный подарок, — считает директор спа-салона «Венеция» Ирина Круглова. Ведь Вы дарите человеку удовольствие, здоровье и хорошее настроение».

Владельцам подарочного сертификата от «Лянэж» доступны все услуги салона: косметология, услуги по эстетике тела, лазеротерапия, маникюр и наращивание ногтей, педикюр, парикмахерские услуги, кедровая бочка, массаж и расслабляющая стоун-терапия.

Центр красоты «Вальс» предлагает сертификаты на разные суммы. Обладатели такого подарка могут сами выбрать любую процедуру в «Вальсе», а коллектив сделает все возможное, чтобы создать праздничное настроение! **55**



Директор Центра красоты «Вальс» Мария СИВКОВА



Директор спа-салона «Венеция» Ирина КРУГЛОВА



Главный врач-дерматолог салона красоты «Лянэж» Наталья МЕЛЬНИКОВА



Наталья Шевченко (нижний ряд, третья слева) и Виктор Шевченко (нижний ряд, второй справа) со своими воспитанниками.

# ТАНЦЕВАТЬ...

## КАК ЗАНЯТИЯ ТАНГО МОГУТ ИЗМЕНИТЬ ВАШУ ЖИЗНЬ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР МАЛЬЦЕВ, ФОТО: ИЗ АРХИВА ШКОЛЫ

**Это не профессия. Это не спорт. Это не одно из многочисленных хобби. Это увлечение, которое становится образом жизни, насущной потребностью. Причем, похоже, не только для Натальи и Виктора ШЕВЧЕНКО, которые ведут занятия в школе «My Tango», но и для десятков вологжан, которых они воспламенили своей страстью к аргентинскому танго.**

«Современная женщина все решает сама. Отсюда — стрессы, проблемы со здоровьем... А она должна уметь довериться мужчине, должна уметь прислушиваться к нему, — объясняет философию танго Наталья. — Танец позволяет научиться владеть своим телом, открывать в себе скрытые возможности». Цели у тех, кто приходит к ней с Виктором на занятия, самые разные: супружеская пара желает научиться танцевать вместе, молодые люди хотят просто красиво двигаться, кому-то нужно отдохнуть, «разгрузить голову», а кто-то решает свои психологические проблемы, учится лучше слышать других и при этом быть услышанным. «Было бы ошибкой считать, что танцы интересны только женщинам, — продолжает Виктор. — Аргентинское танго каждому дает свое: женщину делает более женственной, а мужчину более мужественным, уверенным в себе. Человек овладевает своим телом, чувствует себя более уверенно сначала в танцевальных движениях, а потом и в жизни. Ведь танго — это не балльные

танцы, тут нет строгих схем. Мужчина сам выстраивает рисунок танца, он — ведущий, и он — лидер... А вообще, танго — это ведь изначально социальный танец, им может заниматься любой, не важен возраст и социальный статус».

Наталья родом из Москвы, где, по ее словам, движению ценителей аргентинского танго уже более 15 лет. Когда она переехала в Череповец к своему будущему мужу Виктору, хотела продолжить заниматься любимым делом, но оказалось, что в городе металлургов нет ни одной такой танцевальной группы. В итоге молодые супруги решили организовать группу сами и стали преподавать. В 2009 году Наталья и Виктор переехали в Вологду и открыли «My Tango» — фактически первую в городе школу аргентинского танго. В конце 2012 года у школы появился настоящий дом — клуб «Танго-Лофт», который открылся в бизнес-центре «Старт» на Пошехонском шоссе, 18. В нем просторный зал для занятий и очень комфортная атмосфера для общения.



«Танго — это ведь не только танцы. Это целое комьюнити, — рассказывает Наталья. — Мы проводим вместе праздники, встречи по различным поводам. У нас собираются интересные и открытые люди, пустые личности не задерживаются. Почему так происходит? Наверное, потому, что в танце через физический контакт возникает и контакт душевный. Постепенно люди становятся близкими, даже родными. Ты можешь приехать в другой город, познакомиться с местными тангерос, и потом при отъезде они будут провожать тебя, как своего лучшего друга. В другой стране «свои» тебя поймут с полуслова, даже если ты толком не говоришь на их языке...»

На сегодня в городе людей, которые познакомилась с Аргентинским танго благодаря этой школе, уже более 100 человек, на занятия ходит около 50 человек, по 15—20 человек в группе. Наталья и Виктор занимаются со своими воспитанниками пять вечеров в неделю. Помимо регулярных уроков, по воскресеньям проводятся практики для отработки полученных знаний и формирования танцевальных навыков, а 1—2 раза в месяц — милонги — танцевальные вечера для всех учащихся. Базовый курс составляет 20 уроков, это около двух с половиной месяцев. По мнению специалистов, этого достаточно, чтобы новичок научился двигаться под музыку простыми движениями. Дальше можно перейти в младшую группу, а из нее — в среднюю, и так далее. Никаких экзаменов в школе нет; как говорят супруги Шевченко, в ходе регулярных занятий происходит «скачок в развитии», и в один прекрасный момент пара не просто движется в такт, а улавливает все музыкальные нюансы. Парадокс аргентинского танго заключается в сочетании кажущейся простоты и доступности этого танца с его глубочайшей сложностью и непостижимостью — чтобы прикоснуться к тайнам искусства танцевания танго, необходимо терпение и упорство.

При этом, в отличие от спортивных танцев, здесь нет жестких критериев оценивания мастерства («это все равно что сравнивать деловую встречу со свободным неформальным общением»), но и любительщиной то, чем занимаются организаторы «My Tango», не назовешь. Они довольно серьезно подходят к тому делу, которым увлекаются сами и которым увлекают других: ездят на семинары и фестивали, приглашают преподавателей из других городов. Недавно, например, впервые им удалось привезти в Вологду аргентинского танцора, который провел мастер-класс.

Интересуюсь у Натальи и Виктора, насколько ощутимо их увлечение сказывается на семейном бюджете, ведь привозить преподавателей, арендовать помещение и многое другое требует немалых средств, и вряд ли плата за занятия покрывает все расходы. Собеседники согласились, что преподавание для них не является бизнесом и большого достатка не приносит. Не смотря на то, что практически каждый день приходится приходить в клуб, как на работу, для них танцы остаются хобби. «К тому же вокруг нас много хороших людей, — говорят они. — Затрат на рекламу у нас практически нет — работает «сарафанное радио». Все, кто посещает занятия, помогают нам в нашем общем деле». **68**





# ЗДЕСЬ ЖИВУТ ЦВЕТЫ

ТЕКСТ: ЕГОР ЕЛИН, ФОТО: НАТАЛЬЯ АНТОНОВА

**На цветочном рынке Вологды в начале этого года в результате ребрендинга появилась новая торговая сеть — «Alex Flora». От прежнего «Дома Цветов +» эти магазины унаследовали традицию взаимопонимания и теплого общения с клиентами, вместе со сменой имени оживив городской цветочный бизнес.**

Чаще всего люди вспоминают про цветы, конечно, 8 Марта. Об этом мы и решили побеседовать с директором ООО «Alex Flora», **Евгенией Субботиной** накануне праздника. 8 Марта — довольно волнительный момент и для мужчин, и для женщин. Одни

не знают, что подарить, другие гадают, что им подарят... Мужчины, как всегда, смотрят, что им преподнесут женщины на 23 февраля, и только потом принимают решение по поводу подарков на 8 Марта. Дорогие женщины, помните об этом и не обделяйте



мужчин своим вниманием! А профессионалы всегда подскажут им, как вас за это порадовать.

Где покупать подарки для женщин? Самый простой ответ — в цветочном магазине. Именно здесь всегда можно найти милые женскому сердцу комнатные растения, сувениры, вазы и все то, что добавит уюта и тепла вашему дому. К тому же флористы точно знают ответ на вопрос: «Что хочет женщина?». Конечно, каждый человек уникален, и для каждой личности нужен индивидуальный подход. Однако, для того чтобы правильно подарить цветы, не мешало бы определить, к какому типу относится объект вашего внимания.

**Женщина-коллега.** Треть нашей жизни проходит на работе. От взаимоотношений с коллегами зависит наше настроение и работоспособность. И, конечно, в отношениях с ними очень важно создать эмоционально комфортную атмосферу. Коллеги — это всегда близкие знакомые, так что можно смело приобретать букет без особой помпезности с нежными нотками. При выборе букета для коллеги вы в полной мере можете проявить свою фантазию, находчивость и широту взглядов, ведь в зависимости от обстоятельств такой букет может быть и пышно-торжественным и буднично-спокойным, и классически строгим и оригинально-изысканным, с намеком или просто так... А если коллектив большой и хочется порадовать всех женщин без исключения — дарите разные, хотя бы по цвету, букеты: молодым — в более светлых тонах, дамам постарше — теплых оттенков.

**Женщина-руководитель.** Если вы хотите удивить начальницу, попросите флориста поэкспериментировать с формой. Каркас из причудливых ветвей или параллельный букет будут очень уместны. Не дарят руководству маленькие букетики наподобие тех, что делают на свадьбу. Женщине-начальнице можно подарить практически любые цветы, от классических роз до весенних тюльпанов и гиацинтов. Цветовая гамма может быть разноцветной или однотонной. Некоторая фривольность в оформлении букета допускается, но она не должна быть слишком наглядной. В принципе, хороший флорист с легкостью поможет выбрать цветы

для любого повода, поэтому важно не только иметь представление о том, каким должен быть букет для начальника, но и приобрести его в хорошем магазине.

**Любимая женщина.** Между девушкой и цветком можно поставить знак равенства. Одинаково нежны, красивы и притягательны. Скажите ей языком цветов о своем чувстве, поведайте тайны сердца. Цветы привносят аромат романтики в ваши отношения и никогда не оставят равнодушными прекрасную половину человечества. Пусть это будет маленький букет из роз с красивым плетением, бусинками и перышками, или пышный букетик из тюльпанов с вкраплениями из цветочков гиацинта, а может

**Евгения Субботина, директор «Alex Flora»: «Красота — в простоте и стиле. К этому я стремлюсь и в жизни, и на работе».**

это будет шикарная композиция из самых разных цветов нежной гаммы, выбранных вами из большого ассортимента. Очень интересно и со вкусом смотрятся букеты из одних амариллисов, перевязанных красивой лентой и украшенных очаровательным бантом. Выбор вариантов для любимых огромен, не ограничивайтесь привычным набором цветов! Мы с радостью поможем вам выбрать то, что не оставит равнодушной даже самую притязательную девушку.

**Мама.** Цветы — это неотъемлемая составляющая подарка для мамы. Что бы вы ни купили, а букет цветов должен присутствовать обязательно! Если это будут розы — не рядите их в пышную упаковку, пусть они будут перевязаны лентой, если хризантемы, то пышные, например, сорт «Антонов» или похожие на ромашки Баккарди. Если же вы знаете или хотя бы догадываетесь о том, какие цветы нравятся вашей маме, то преподнесите ей букетик любимых цветов или оформите их в корзинке.

**Женщина-флорист.** Флористы очень любят благодарности и улыбки клиентов. Только ради этого можно выдержать сумасшедший круглосуточный ритм работы и при этом каждому цветку придать индивидуальность. **Р**

Весь 2013 год в сети цветочных магазинов «Alex Flora» проводится сразу две грандиозные акции. Первая — «Здесь живут цветы»: при покупке комнатных растений участникам выдают специальные карточки с рекомендациями по уходу. Собрав 20 таких карточек, покупатель получит гарантированный подарок — профессиональный набор инструментов для ухода за комнатными цветами. Вторая акция — «Поздравь родных и близких с праздником» — напоминает этакий социальный будильник. Если вы и забудете, что у родственника, друга или коллеги День рождения или другой праздник, то оператор «Alex Flora» вам об этом не только напомнит, но и от вашего имени сделает подарок виновнику торжества. Все подробности и условия — на сайте [vologdaflowers.ru](http://vologdaflowers.ru).

# КРАСИВО ПЛЫВУТ!

ТЕКСТ: АННА АРТЕМОВА, ФОТО: СЕРГЕЙ БОГДАНОВ

**«Красота — это стремление человека к внутренней и внешней гармонии», — считает директор бассейна «Лагуна» Ольга ВАСИЛЬЕВА. Достиж гармонии души и тела помогает плавание. Оно является одним из видов спорта, который благоприятно влияет на всех. Тысячи вологжан — посетителей бассейна «Лагуна» — в этом убедились.**

## О пользе плавания

Польза плавания настолько велика, что его можно отнести не только к самым популярным видам спорта, но и к терапевтическим методи-

кам, применяемым в медицине и реабилитационных процессах. Если вы ищете для себя занятие, позволяющее совместить приятное с полезным, плавание — именно то, что вам нужно. Под влиянием систематических занятий плаванием происходит перестройка и совершенствование всего организма человека: устраняются излишки веса, увеличивается объем и сила мышц, укрепляются связки, повышается емкость легких, улучшается работоспособность сердца, а главное, совершенствуется деятельность нервной системы. Все это

вместе взятое укрепляет здоровье, повышает общую работоспособность, позволяет долго и плодотворно трудиться. Именно поэтому многие известные бизнесмены и политики Вологды начинают свой рабочий день в бассейне.

## По всем нормам

Бассейн «Лагуна» — это современный спортивный объект. В бассейне 6 дорожек, длина каждой — 25 метров. Для соблюдения санитарных требований в бассейне разработана программа производственного контроля, которая строго соблюдается. Санитарная безопасность бассейна «Лагуна» контролируется «Центром гигиены и эпидемиологии в Вологодской области» и региональным Управлением Роспотребнадзора. Пробы воды берутся в соответствии с нормами 2 раза в месяц, и их результаты позволяют говорить о том, что в бассейне «Лагуна» чистая вода.

## Для всех и каждого

Научиться плавать может каждый — уверены опытные тренеры бассейна «Лагуна». Они работают и с детьми, и со взрослыми. В бассейне открыты группы для детей с 6 лет, для взрослых возраст не ограничен. Занятия по плаванию могут быть также индивидуальными.

В «Лагуне» работают спортивные группы по плаванию, их участники входят в сборную города и выступают на соревнованиях различного уровня. Уже много лет здесь тренируется Виктория Кустова — сильнейшая пловчиха Вологды, призер соревнований Северо-Западного округа, чемпионка Вологодской области.

Есть группа по аква-аэробике. Это направление становится все более популярным в Вологде. «Лагуну» регулярно посещают различные трудовые коллективы. Плавание в бассейне уже не один год является составной частью социальной работы крупных предприятий города, где заботятся о здоровье сотрудников и укреплении корпоративных связей.

**При плавании устраняются излишки веса, увеличивается объем и сила мышц, а главное, совершенствуется деятельность нервной системы.**

Все чаще бассейн «Лагуна» посещают беременные женщины. Известно, что одним из самых предпочтительных и правильных занятий во время беременности, а также после родов, является плавание. Причины пользы плавания для беременных очевидны: расслабление, щадящее воздействие на организм, контроль веса, правильность дыхания, легкость ощущения своего веса, отличная физическая подготовка к родам.

Для тех, кто желает просто плавать, есть различные варианты посещения бассейна: абонементы на 8 и 12 занятий в месяц, разовые билеты, аренда дорожек.

А по воскресеньям в бассейне работает аквапарк: единое водное пространство с надувными батутами-аттракционами. Этот вид отдыха уже оценили сотни вологодских семей. **BB**

000 «Лагуна»

Окружное ш., 7а,  
тел.: (8172) 79-79-58





## КОНСАЛТИНГ

### ЗАКОНЧИТЬ МИРОМ

Что такое медиация и какую пользу она приносит бизнесу.

### БИЗНЕС-ТРЕНИНГИ: ПОЛЬЗА ИЛИ ТРАТА ВРЕМЕНИ?

Почему тренинги полезны не только новичкам, но и опытным сотрудникам.

## ФИНАНСЫ

### РУБЛЕВЫЕ АККРЕДИТИВЫ КАК ГАРАНТ ПОРЯДОЧНОСТИ

Как предпринимателю избежать ситуации «ни денег, ни товара».

## АВТО

### НОВЫЙ RAV4

О внешних и внутренних достоинствах новинки авторынка.

## КАДРЫ

### КТО ДОЛЖЕН ОЦЕНИВАТЬ УЩЕРБ ОТ ДТП?

Как уровень профессионализма оценщика влияет на размер страховой выплаты.

## ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

### «ОФИС»: НОВАЯ СЕРИЯ

Возможности недавно вышедшей версии Microsoft Office 2013 года.

## КНИГИ

### АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ИСТОРИЯ

Новинки художественной литературы, интересные не только историкам и культурологам.

## ФИЛЬМЫ

### ИРОНИИ СУДЬБЫ

Чародей Оз и Ренуар и их истории жизни — в весенних кинопремьерах.

# ЛИЧНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ

# ЗАКОНЧИТЬ МИРОМ

## РАЗРЕШИТЬ КОРПОРАТИВНЫЕ СПОРЫ С МИНИМАЛЬНЫМ УЩЕРБОМ ПОМОГУТ СЛУЖБЫ МЕДИАЦИИ

ТЕКСТ: АНДРЕЙ НЕНАСТЬЕВ, ФОТО: ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА ГЕРОЯ

**Крупные предприятия, в том числе холдинги «ФосАгро» и «Северсталь», стали активно интересоваться опытом медиации бизнес-споров. Такое урегулирование конфликтов позволяет сторонам сохранить как лицо, так и деньги. Передовой опыт в Череповце передает доцент кафедры конфликтологии факультета философии и политологии СПбГУ Александр КАРПЕНКО. Он ответил на наши вопросы.**



— **Александр Дмитриевич, в каких ситуациях представители бизнеса вынуждены прибегать к медиаторам?**

— В ситуациях полной безнадёги, когда уже нет других способов добиться своего или победить. Тогда они идут к нам. Мы работаем с ситуациями, когда стороны уже не могут справиться с ситуацией:

право оказывается не эффективно, физически устранить вторую сторону, естественно, нельзя. Конфликт в итоге зашел так далеко, что иногда его участники уже не понимают, что происходит. Стороны действуют только на нанесение ущерба друг другу, первоначальная цель потеряна. Идет бессмысленная и беспощадная война на уничтожение.

У меня был на медиации внутри-корпоративный конфликт. Бизнес у трех собственников, каждому из которых принадлежит в деле 50%, 40% и 10% соответственно. Они долго играли в разные игры, судились, но толку не было. В конце концов решили обратиться к нам. Осложнялось все тем, что собственник с 10% долей был очень активный, фактически он вел всю борьбу. Третий собственник, владеющий максимальной долей, этого не принимал, так как считал своего оппонента миноритарием. Он относился к нему пренебрежительно, считал, что рано или поздно он выкупит его небольшую долю. Полгода мы работали. Все вышло наоборот: мажоритарный собственник продал свою долю миноритария. У них просто переплелся межличностный и бизнес-конфликт, пришлось искать причины, сажать людей за стол переговоров и разбираться.

— **Сколько времени обычно занимает медиация, и сколько она стоит?**

— Сама медиация может идти всего два-три часа, но очень велик подготовительный этап, чтобы привести стороны к столу переговоров. По бизнес-ситуациям — примерно три недели составляет средняя продолжительность всего процесса. Но некоторые конфликты длятся и по году. Как правило, медиацию стороны оплачивают на паритетных началах, но есть и исключения, когда один готов платить за второго.

Бизнес скоро оценит все достоинства медиации, хотя есть сопротивление юридического сообщества, которое видит в медиаторах конкурентов. Сегодня 95% конфликтов в стране решают юристы. Но они на самом



деле часто довольно грубым путем готовят стороны к продолжению конфликта. Потому что правовые способы ограничены исками в суд, а иски в суд не подаются в рамках всего конфликта, а имеют предметом разбирательства лишь конкретные точки. Ударять по этим точкам можно бесконечно, но мы так и не доберемся до причины, и это никак не скажется на общей конструкции конфликта.

— **Но вы же не можете полностью отстраниться от правовых форм разрешения конфликтов, тех же судов...**

— Мы неожиданно хорошо работаем с судами, несмотря на то, что Закон о медиации сырой, нет адекватной федеральной программы по медиации. Суды стали интересовать нас, как и органы исполнительной власти.

Медиация имеет широкий спектр применения, скоро встанут на повестку межгрупповые медиации в серьезных конфликтах, конфликты внутри городов на самой разной почве. Это еще более сложные технологии, которые требуют политических и институциональных решений, переговорных площадок. Важно еще и допустить саму возможность переговоров. Разгонять дубинками иногда нужно, но не всегда это приносит предполагаемый эффект.

— **Если сравнивать с юристами, то вы эффективнее с точки зрения временных и денежных затрат?**

— Я думаю, что да. По нашим подсчетам, стоимость затрат сторон при работе с медиатором в 10—15 раз ниже, чем при использовании судебного метода. Я думаю, предпринимателям важно это знать. Большое

значение имеет и время, затрачиваемое на медиацию. В бизнес-спорах это один, максимум, два месяца. Такая информация, конечно, невыгодна представителям сторон, и они ее не публикуют. Медиация комфортна, конфиденциальна, участники переговоров принимают решение сами.

**Бизнес скоро оценит все достоинства медиации, хотя есть сопротивление юридического сообщества, которое видит в медиаторах конкурентов.**

Ответственностью медиатора является жизнеспособность принятого согласованного решения. Медиатор нигде и никогда не расскажет о проведении переговоров и их сути. Существует и правовая защита медиатора. Он приравнен по конфиденциальности к адвокатам.

И в то же время не хочу сказать, что медиация применима везде и всегда. У нее есть ограничения. Например, в административных, налоговых и других публичных спорах, в уголовных делах, в коллективных трудовых спорах проводить медиацию запрещено законодательно. Ряд ограничений связан с дееспособностью сторон, существует необходимость прецедента, и даже конфликт в стадии эскалации не всегда медиабелен (т. е. возможен к медиации). Существует и еще одна проблема: в России нет достаточного количества медиаторов. Медиаторы-профессионалы — это штучный товар, часто они сочетают в себе конфликтологическую и отраслевую компетентность, юридические навыки и умения психолога.

На 300 тысяч населения Череповца нужно порядка 80 социальных медиаторов, которые работают с межличностными конфликтами,

и еще около 20 бизнес-медиаторов. Сегодня у вас их всего около 20 человек, и то это узкоспециализированные профессионалы. В судебной системе потребность в медиаторах также огромная. Только у нас в Санкт-Петербурге нужно 300 арбитражных медиаторов, а еще есть гражданские и мировые суды.

— **Как правило, работа юриста по спору ведется с представителем второй стороны, сам собственник бизнеса устраняется и поручает все разбирательство своим представителям. Вы с ними и работаете?**

— Если медиатор не выходит на собственников сразу, то он должен выйти на них потом. Если он работает с представителями, то, как правило, мало что удастся.

Конечно, предпринимателя-доверителя можно понять: ему не хочется ходить по судам и все это слушать, легче послать представителя. Разрабатываются целые схемы войны, которые управляются дистанционно. Выставляется по четыре-пять представителей, разрабатывается система из 30 исков. Судья видит лишь часть, иногда, если он опытный, то догадывается о сути дела. Это распыление позволяет рассеивать внимание противника: чем больше дел, тем меньше понимаешь, что происходит. Самое главное — носители интересов, как правило, дистанцируются от этого. Это может длиться годами. Ведь если противник прижимает не очень сильно, то можно подготовиться, вывести активы...

— **Как медиатор «борется» с таким настроением сторон?**

— Задача участника конфликта одна — победить. Медиация для них — вариант достижения цели. Поэтому часто нами пытаются манипулировать. Например, идут правовые сроки по искам, надо их потянуть. Начинают переговоры, тянут, пока сроки не выйдут, а потом бросают эти переговоры. То есть фактически медиация им не нужна, медиатор для них — инструмент решения процессуальной задачи. Мы учим медиаторов это вовремя распознавать. **BB**

## Наша справка

Александр Дмитриевич Карпенко сертифицирован посредником в 1996 году. Международный сертификат. Провел около 280 медиаций различных уровней сложности. Специализация: межкорпоративные, корпоративные и внутрикорпоративные споры. Сопредседатель российско-американской программы по конфликтологии, член Санкт-Петербургского профессионального клуба конфликтологов-посредников, медиатор НП «Лига медиаторов», работал в отделе CAO Всемирного банка, член совета директоров Conflict resolution, research and resource Institute (США), медиатор Палаты посредников Центра по урегулированию споров при Экономическом Суде СНГ, директор «Центра развития переговорного процесса и мирных стратегий в разрешении конфликтов» Санкт-Петербургского государственного университета, член Совета директоров Санкт-Петербургского Центра разрешения конфликтов, директор межрегионального общественного движения «Конфликтологический Форум».

# БИЗНЕС-ТРЕНИНГИ: ПОЛЬЗА ИЛИ ТРАТА ВРЕМЕНИ?

ТЕКСТ: ЕЛЕНА КОНДРАТЬЕВА, ФОТО: ВЕРА ГОЛОУХОВА

**В последние годы бизнес-тренинги как форма повышения квалификации и самообразования набирают популярность. И в то же время есть масса скептиков, которые считают их бессмысленными: «На подобные мероприятия ходят только неуверенные в себе люди. Нужно изначально получать качественное образование, а не ходить потом от лектора к лектору», — вот одно из распространенных предубеждений. Так все же, насколько полезны тренинги?**

Ответить на этот вопрос мы решили, посетив одно из таких мероприятий. Не так давно в Вологде прошел тренинг «Лучшие практики для малого бизнеса: маркетинг и HR». Его организаторами выступили компания «ID-ge» и Управление развития малого и среднего предпринимательства Департамента экономики Вологодской области.

Про маркетинг в малом бизнесе собравшимся рассказал **Алексей Гвинтовкин**, директор по маркетинговым коммуникациям ГК «BrandHouse» и председатель Российской ассоциации по связям с общественностью («РАСО-ЮГ»). Вторую часть тренинга вел **Игорь Зотов**, управляющий партнер группы компаний «Технологии», вице-президент регионального клуба HR-менеджеров. Он рассказал собравшимся об особенностях работы с персоналом.

Публика на тренинге собралась разношерстная: это были и студенты, которые еще даже не открыли свое

дело, и бизнесмены с многолетним опытом.

По выходу с многочасового тренинга мы спросили участников: «Не жалеете, что пришли сюда и потратили полдня? Что вам дал этот тренинг?» Вот какие ответы мы получили.

**Игорь**, студент: «Не жалею, конечно! На занятиях в институте такому не учат. Это уже, фактически, практика была. Я планирую стать специалистом по связям с общественностью и тут впервые, можно сказать, прочувствовал трудности профессии на своей шкуре. В институте больше переживаешь, как выучить теорию и как сдать экзамен. А здесь нам организовали игру, в которой специалисту по связям с общественностью приходится справляться с трудной жизненной ситуацией. Ух, вот у меня мысли-то забегали!»

**Александр**, предприниматель: «По правде говоря, я для себя ничего нового не узнал. У меня

большой опыт работы, и тем, что тут говорилось, меня не удивишь. Но я бы не сказал, что это время прошло зря. В ходе тренинга я в блокноте себе записал 23 пункта, за которые мне нужно взяться на работе в самое ближайшее время. То есть вроде бы вещи говорились очевидные, но, погружаясь в рабочую рутину, зачастую забываешь о важных моментах. Хорошо, что напомнили!»

**Максим**, пиарщик: «Мне было важно пообщаться с коллегами из других регионов, выслушать их мнения по некоторым вопросам и поспорить. Именно в спорах и рождается истина. Обмен опытом — это всегда интересно!»

Мы также пообщались с ведущими тренинга и получили от них несколько полезных советов:

— Независимо от сферы бизнеса, главное — чтобы была вера в себя и большое желание достичь поставленной цели. Тогда все достижимо.

— Эффективный пиарщик должен понимать текущие бизнес-тренды, исходить из логики бизнес-мышления при разработке коммуникационной кампании, а также быть готовым постоянно учиться чему-то новому.

— Материальная мотивация для ваших сотрудников все же важнее, чем нематериальная. Потому что только она обеспечивает необходимую подушку безопасности. Человеку в первую очередь важно обеспечить себя и семью.

— Любите своих работников, и они будут относиться к вам так же. Если начать относиться к ним как к быдлу, то получишь такое же отношение к себе. А начнешь уважать, и они будут уважать тебя. Все просто! **BB**





# РУБЛЕВЫЕ АККРЕДИТИВЫ КАК ГАРАНТ ПОРЯДОЧНОСТИ

За годы работы рубрики «Финансы» в редакцию журнала поступало и продолжает поступать немало обращений от наших читателей. Какие-то из них были реакцией на наши публикации, какие-то стали для нас поводом поднять ту или иную тему. В 2013 году партнером рубрики «Финансы» мы попросили статью Сбербанк России, так как в последнее время многих интересуют вопросы частного инвестирования, сохранения накоплений и оптимизации бизнес-активов. Итак, в этот раз на вопрос нашего читателя отвечает Сергей НЕЧАЕВ, заместитель управляющего Вологодским отделением ОАО «Сбербанк России».

**Вопрос:** Здравствуйте! По роду своей деятельности (торгово-закупочный бизнес) несколько раз приходилось сталкиваться с недобросовестными поставщиками. Как обезопасить сотрудничество с новыми незнакомыми партнерами, избежать ситуации «ни денег, ни товара»? Хотелось бы подробнее узнать о них от специалиста. Заранее благодарю.

*Александр Трофимов, предприниматель.*

**Ответ:** Одним из основных инструментов, гарантирующих успешное проведение любой сделки в России, сегодня становится аккредитив. По сведениям специалистов Сбербанка, только за последний год объем расчетов внутрироссийскими аккредитивами увеличился более чем в 2,5 раза.

Аккредитив — это одновременно расчетный и гарантийный инструмент, максимально защищающий интересы обоих торговых партнеров. Он обеспечивает продавца и покупателя независимой гарантией обмена товара (или услуги) на деньги, то есть идеально уравнивает баланс интересов всех участников сделки.

Этот универсальный и гибкий продукт может использоваться в разных сферах — от сделок по купле-продаже товаров (услуг), недвижимости, земельных участков, ценных бумаг до капиталоемких или долгосрочных сделок по поставке оборудования, приобретению долей предприятий и пр. Схема проста: платеж против документов, подтверждающих выполнение условий сделки (отгрузочных, коммерческих или пр.).

Наиболее популярны аккредитивы в расчетах по торговым контрактам. Некоторые из этих сделок могут быть на достаточно крупные суммы, например, контракт по покупке сложного производственного оборудования может быть на десятки, сотни миллионов и даже миллиарды рублей. А поставка этого оборудования может растянуться на месяцы или даже годы. Такие сделки могут потребовать от покупателя отвлечения значительного объема собственных средств или привлечения заемных ресурсов.

Здесь Сбербанк предлагает использовать непокрытый аккредитив (аккредитив без формирования денежного покрытия). В данной схеме банк гарантирует продавцу выплаты за покупателя по всему планируемому объему поставок на основе уже наступивших обязательств (например, по факту отгрузки). Таким образом, покупатель не отвлекает средства до момента непосредственных расчетов по договору. Понятно, что такая операция обходится несколько дороже покрытого аккредитива — ведь банк берет на себя дополнительный риск.

Нельзя не отметить, что широкая филиальная сеть позволяет клиентам Сбербанка проводить большинство

расчетов внутри одной финансовой структуры. Это снижает стоимость операций, увеличивает скорость расчетов, минимизирует финансовые риски.

Открытие аккредитива, как правило, происходит довольно быстро. Например, в Сбербанке эта процедура занимает не более двух дней. Для этого требуется только заявление клиента, форма которого размещена на официальном сайте банка в разделе «Документарные операции».

Редакция журнала «Бизнес и Власть» приглашает читателей к диалогу по вопросам управления финансами. Пожалуйста, высылайте их на нашу электронную почту: [redaktor@volbusiness.ru](mailto:redaktor@volbusiness.ru). На ваши вопросы ответят ведущие специалисты Вологодского отделения ОАО «Сбербанк России» в следующих номерах журнала. **Р**

**СБЕРБАНК**  
Всегда рядом

**АККРЕДИТИВ**

**Используйте аккредитивы Сбербанка**

8 800 555 55 50  
(звонки по России — бесплатно) [www.sberbank.ru](http://www.sberbank.ru)

ОАО «Сбербанк России». Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций №1481 от 08.08.2012. Реклама. Январь 2013 г.

# НОВЫЙ RAV4:

## МАНЕВРЕННЕЕ, ФУНКЦИОНАЛЬНЕЕ, ДИНАМИЧНЕЕ

ТЕКСТ: АНТОН КИРИН

**Сегодня сегмент «паркетных» внедорожников переживает бум: практически все мировые автогиганты стремятся предложить здесь что-то свое — Kia Sportage, Honda CRV, Ford Kuga, Citroen C-Crosser, Hyundai ix35, Volkswagen Tiguan... Однако классика жанра остается классикой — новый Toyota RAV4, сохранив привлекательные черты предыдущих версий, на наших глазах оживает новыми красками и новыми возможностями. С обзора этой новинки мы начинаем нашу новую рубрику «Авто».**

В свое время Toyota RAV4 стал «класс-мейкером» в сегменте компактных и средних городских внедорожников и с тех пор уверенно удерживает лидерские позиции, в том числе и среди российских автовладельцев. Создатели четвертого поколения RAV4 подчеркивают, что и дизайн, и техническое оснащение автомобиля разработано с учетом растущих требований клиентов — он стал более маневренным, функциональным и динамичным, демонстрируя прекрасные ходовые характеристики в городе и на легком бездорожье.

В дизайне нового автомобиля используются элементы других моделей Toyota. Так, головная оптика и решетка радиатора RAV4 практически в точности повторяет те же элементы новой Auris. Более динамичные и стремительные линии придают автомобилю современный вид и строгий стиль, однако при всей привлекательности его передняя часть стала казаться более «легковой», нежели «внедорожной».

Сзади часть оптики перекочевала на пятую дверь (она теперь распахивается не в бок, а вверх) и имеет необычную, сложную форму, отчего задний бампер стал выглядеть легче и воздушнее. Подобный рестайлинг ничуть не повредил «содержимому» — будучи одним из самых вместительных автомобилей в своем классе, RAV4 сохранил довольно большой багажник.

Дизайн интерьера RAV4 образца 2013 года также изменился. Новый трехспицевый руль, как и прежде, остался многофункциональным, но стал более удобным и ухватистым. Информативная приборная панель воплощена в необычном стиле и очень легко воспринимается благодаря приятной и мягкой



подсветке. Центральная консоль массивна и симпатична, в ее верхней части находится экран мультимедийной системы, а чуть ниже — органы управления климатом.

Для нового кроссовера предлагается самая широкая на сегодняшний день линейка двигателей с полным или передним приводом: автомобиль будет поставляться с бензиновым двигателем объемом 2,0 и 2,4 литра, а также с 2,2-литровым дизельным двигателем D-4D (правда, в настоящее время на официальном сайте автопроизводителя есть возможность выбрать только из двух вариантов: двухлитрового бензинового двигателя с системой Valvematic и 2,4-литрового двигателя VVT-i). Среди доступных трансмиссий российским клиентам предлагаются 6-ступенчатая механическая и автоматическая коробки передач, а также вариатор Multidrive S. Отдельно стоит отметить, что впервые покупателям RAV4 будет доступно сочетание переднего привода и вариатора.

Кроме того, — и это должно особенно понравиться любителям новых острых ощущений — режим Sport, изменяющий характер работы системы полного привода, рулевого управления, коробки передач и педали акселератора, делает новый RAV4 автомобилем, который не просто идет в ногу со временем, но и опережает его.

В завершение — о цене удовольствия. Она варьируется от 967 тыс. руб. (в стандартной комплектации) до полутора миллиона рублей (комплектация «Престиж плюс»), что с учетом реализованных дизайнерских и технологических новаций делает автомобиль одним из ярких фаворитов в своем сегменте. **P**



ГРУППА КОМПАНИЙ  
**МАРТЕН**  
Тойота Центр Вологда  
Окружное шоссе, 33,  
тел.: (8172) 51-55-66  
www.toyota-marten.ru



# КТО ДОЛЖЕН ОЦЕНИВАТЬ УЩЕРБ ОТ ДТП?

ТЕКСТ: ЛЮДМИЛА ЖУКОВА

**Каждый автовладелец знает, что при причинении вреда его имуществу он может воспользоваться своим правом на страховую выплату, для чего должен представить поврежденное имущество (или его остатки) страховщику для осмотра и организации независимой экспертизы. Как правило, для оценки ущерба, полученного автомобилем, страховая компания привлекает независимого эксперта по оценке, особо не заботясь о профессиональной компетенции специалиста. Порой даже сам агент страховой компании выполняет помимо функций страховщика еще и функции оценщика. Как показывает практика, чаще всего неверное заключение «профессионала» бьет по карману пострадавшего.**

Федеральный закон от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ и Правила организации и проведения независимой технической экспертизы транспортного средства (утв. Постановлением Правительства РФ от 24 апреля 2003 г. № 238) говорят о том, что «для проведения экспертизы привлекается эксперт-техник или экспертная организация». Экспертом-техником признается «физическое лицо, прошедшее профессиональную аттестацию на соответствие установленным требованиям и внесенное в государственный реестр экспертов-техников». Экспертная организация — это «юридическое лицо, имеющее в своем штате не менее одного эксперта-техника, для которого эта организация является основным местом работы, а проведение экспертизы является одним из видов деятельности, предусмотренных в учредительных документах указанной организации». В соответствии с Федеральным законом от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в РФ», оценщик — это физическое лицо, входящее в соответствующую организацию. Он может работать как самостоятельно, так и на основании трудового договора с юридическим лицом.

Вроде бы все понятно: оценщик должен обладать профессиональными знаниями. Однако закон не определяет уровень этих знаний, при перечислении объектов оценки ничего не говорится о расчете стоимости восстановительного ремонта автомобиля, недвижимости и т.д. Так, для оценки стоимости квартиры при ее продаже частное лицо или риэлтор может обратиться к любому оценщику, который с легкостью произведет осмотр и составит



отчет о стоимости имущества. А вот для расчета стоимости капитального или восстановительного ремонта в квартире потребуются особый специалист, который имеет профессиональное образование в области строительства. В этом случае оценщик понимает, что, не зная специфики строительного дела, он не сможет грамотно составить смету ремонта. Когда же дело касается автотранспорта, некоторые оценочные компании ошибочно полагают, что для составления сметы восстановительного ремонта транспортного средства никакого специального образования не требуется!

Эксперт-техник для определения стоимости нанесенного автомобилю ущерба обязательно должен знать федеральные законы и другие нормативно-правовые акты по экспертной деятельности, по обязательному страхованию автогражданской ответственности, по технологии ремонта транспортного средства. Он должен разбираться во всех видах транспорта, в их конструкции и классификации, должен уметь точно рассчитать стоимость ремонта и указать его объем.

Для того чтобы эксперты профессионально выполняли экспертизу

и не вредили при этом ни страховщику, ни страхователю, четыре министерства (МВД, Минтранс, Минюст и Минздравсоцразвития) отдельным приказом утвердили требования, которым должен удовлетворять эксперт-техник, а также порядок и условия профессиональной аттестации экспертов-техников, отвечающих за организацию технической экспертизы средств передвижения.

Страховые компании, чтобы не нарушать закон об ОСАГО, обязаны руководствоваться только заключениями экспертов-техников при оценке ущерба автомобиля. С появлением в феврале 2012 г. госреестра экспертов-техников, ведение которого было возложено на Министерство юстиции, изменились требования к оформлению необходимой документации, а также расширился круг обязанностей и полномочий автоэкспертизы после ДТП при ОСАГО для оценки ущерба автомобиля.

По вопросам подготовки к прохождению аттестации экспертов-техников можно обратиться в «Институт переподготовки и повышения квалификации».



**НЧОУ ДПО ИППК**

**Тел.: (8172) 76-71-87, 76-72-08**

**E-mail: [nchou\\_dpo\\_ippk@mai.ru](mailto:nchou_dpo_ippk@mai.ru)**

**[www.ippk-vologda.ru](http://www.ippk-vologda.ru)**

# «ОФИС»: НОВАЯ СЕРИЯ

ТЕКСТ: АНДРЕЙ КАНТОРОВИЧ

**Так уж сложилось, что подавляющее количество компьютерной техники в нашей стране работает под управлением операционной системы Windows, а значит на нее установлен и офисный пакет программ от Microsoft. Какой Office стоит на вашем компьютере? 2010-й, 2007-й, а может еще 2003-й? Не пора ли обновиться до версии 2013-го года, которая, по заверениям разработчиков, полна нововведений и улучшений? Остановимся на трех основных приложениях из нового пакета, а вы решайте, нужны они вам или нет.**



## Основные изменения

Внешний вид Office 2013 претерпел значительные изменения, максимально близко приблизившись к стилю Windows 8. Однако, несмотря на эти изменения, расположение многих элементов в новой версии Office 2013 сохранилось. Так, вы увидите привычную по Office 2007 и 2010 ленточную панель и меню. Правда, кнопки для навигации по вкладкам ленты стали плоскими, а их названия теперь написаны заглавными буквами. Сделано это для того, чтобы работа с сенсорными экранами не вызывала дискомфорта и по вкладкам было проще попадать пальцем.

На левой боковой панели каждого приложения можно увидеть список недавно открытых документов, а основная часть окна отведена под показ популярных шаблонов, с которых можно начать работу. Кроме этого, сразу же после запуска Office предлагает ввести данные учетной записи Microsoft (бывший Windows Live ID). Это нужно для того, чтобы иметь возможность сохранять

документы не только на локальном компьютере, но и на удаленном сервере, в «облаке» SkyDrive. Если в вашем распоряжении есть несколько устройств, на которых работает лицензионный Office 2013, к своим документам можно получить доступ в любой момент. Программа синхронизирует не только сами файлы, но и списки последних открытых документов, а также изменения, которые вносились в интерфейс приложений.

Один из главных лейтмотивов новых версий Windows и Office — персонализация. Кроме того, что перед началом работы с Office теперь предлагается выбрать фон программ и войти под своей учетной записью Microsoft, в новой версии офисного пакета также реализовано управление настройками аккаунта. Для этого в меню «Файл» добавлен раздел «Учетная запись». Тут есть возможность перейти к параметрам аккаунта на сайте Microsoft, подключить к своему аккаунту дополнительные службы. Среди поддерживаемых сервисов — Twitter, Facebook, YouTube и ряд других. После подключения социальных сервисов становится возможным отправлять в них ссылки на файлы, хранящиеся в SkyDrive, прямо из приложений.

Для тех пользователей, которые будут работать с новой версией офисного пакета на сенсорных экранах, разработан новый режим сенсорного управления (для переключения между управлением мышью и сенсорным вводом можно вынести

на панель быстрого доступа соответствующую кнопку). При использовании сенсорного ввода размеры кнопок и названия команд на ленте увеличиваются, так же как и пространство между ними. Благодаря этому пальцем легче попасть по нужной кнопке. Кроме этого, сенсорный режим включает поддержку жестов.

Нужно отметить, что адаптация под сенсорные устройства минимальна и распространяется только на первый уровень команд. На практике оказывается, что если попасть пальцем по кнопке для изменения цвета текста вполне реально, то выбрать сам цвет в списке предложенных вариантов просто невозможно, так как меню для выбора осталось таким же, как на версии для традиционного ввода с помощью мыши.



## Word

Word — самое популярное приложение пакета, поэтому вполне закономерно, что оно стало наиболее проработанной программой Microsoft Office. Уже упоминавшийся ленточный интерфейс последних версий «Офиса» здесь подвергся существенным изменениям. Например, пользователям, которые привыкли оформлять свои документы при помощи тем, разнообразных цветов и прочего, имеет смысл обратить внимание на то, что вкладка «Разметка страницы» стала разбита на две. Часть доступных на ней инструментов была перенесена на новую вкладку «Дизайн». Благодаря этому работать с темами, шрифтами, цветами и эффектами стало гораздо удобнее: раньше они ютились на совсем небольшом участке ленты, теперь же им отведено больше



места. На вкладку «Дизайн» также перекочевали команды из раздела «Фон страницы», которые раньше тоже находились на вкладке «Разметка страницы». Тут же можно обнаружить команду для установки интервала между абзацами.

Далеко не все пользователи MS Office знают о существовании сочетания клавиш Shift+F5, которое очень полезно при работе над большими документами. Оно мгновенно переносит вас к месту последней правки, причем программа помнит это место даже в том случае, если документ был закрыт и открыт повторно. В Office 2013 переход к тому месту документа, на котором пользователь остановился в прошлый раз, стал намного нагляднее. Теперь при повторном открытии файла в правой части экрана выводится небольшое окошко с уведомлением.

Поскольку предполагается, что многие пользователи Office 2013 будут работать с планшетами, разработчики внесли изменения в режим чтения документов. Теперь страницы можно перелистывать при помощи элементов управления, размещенных по краям экрана. Благодаря этому документ, открытый в таком режиме, напоминает страницы бумажного журнала.

Возможность вставки различных графических объектов существует в Word давно. Но в новой версии наряду с диаграммами, объектами SmartArt, векторными фигурами и растровыми изображениями стало возможным вставлять в документ картинки из Интернета и онлайн-видео. Обе новые функции вполне ожидаемо можно обнаружить на вкладке «Вставка».

В версии 2013 года Word не только создает файлы PDF, но и может открывать их и вносить в них правки. Анализ документа выполняется при его открытии. Фактически PDF преобразовывается в формат MS Word, а затем при сохранении выполняется обратное преобразование.

Улучшена и система совместного редактирования документа, причем изменения касаются как привычных средств рецензирования, расположенных на одноименной вкладке, так и совместного редактирования файлов, хранящихся в «облаке». В Word 2010 можно просматривать документ, содержащий исправления, либо в режиме показа исправлений в исходном документе, либо с показом изменений в готовом

документе. Также можно скрывать правки и наблюдать исходный или измененный документ. В Word 2013 режимов просмотра по-прежнему четыре, но они более гибкие.

Примечания в редактируемом тексте стали более функциональными. Теперь, нажав на маленькую кнопку в верхней правой части экрана, пользователь может ответить на примечание. Таким образом, можно переписываться с редактором до тех пор, пока не останется никаких вопросов, а затем пометить примечание как готовое. Такие примечания будут выделены серым цветом.



## Excel

Конечно, очень трудно дорабатывать программу, которая уже содержит сотни функций, предназначенных для решения самых разных задач. Поэтому нововведения, представленные в последней версии Excel, ориентированы больше не на расширение функциональности программы, а на повышение удобства работы с ней. По сравнению с Excel 2010, новая версия приложения стала более «умной». К примеру, чтобы проанализировать данные, теперь не нужно долго думать над тем, какой вариант визуализации лучше подойдет в этом случае. Достаточно выделить нужные ячейки и щелкнуть по значку быстрого анализа. Программа тут же выдает наиболее подходящие варианты анализа данных: диаграммы, гистограммы, цветовая шкала и так далее.

Еще одна «умная» функция, которую наверняка оценят начинающие пользователи, — «Рекомендуемые диаграммы». Если вы хотите визуально представить данные, но понятия не имеете, какой тип диаграммы подойдет лучше всего, выберите эту команду на вкладке «Вставка», и программа покажет несколько подходящих вариантов.

Чтобы упростить работу с однотипной информацией, в Excel 2013 была добавлена функция мгновенного заполнения. Она может быть полезной, если нужно создать дополнительные столбцы с данными на основе уже имеющихся. Мгновенное заполнение включается в том случае, когда программа распознает некую закономерность вводимых сведений.



## PowerPoint

Большинство важных обновлений в программе для создания презентаций связаны с требованиями времени. Так, в ней появился новый макет с соотношением сторон 16:9 и новые темы, созданные для использования возможностей широкоэкранных мониторов. Многие темы теперь содержат вариации с разными шрифтами или цветовым оформлением.

В презентациях можно использовать видео и звук высокого разрешения. PowerPoint 2013 содержит больше интегрированных кодеков, благодаря чему сокращается число случаев, когда их нужно устанавливать дополнительно. Тем, кто использует в презентациях звук, может пригодиться функция проигрывания музыкального трека в процессе просмотра всей презентации или же только некоторых слайдов. Диаграммы и графики, созданные в Excel, теперь могут быть вставлены непосредственно в презентацию с сохранением внешнего вида и функциональности.

Создание презентаций стало более удобным за счет появления возможности объединения нескольких форм (для этого используется команда «Группировать»). Далее с такими объединенными объектами можно работать как с единым целым. А при помощи нового инструмента «Пипетка» можно выполнять заливку фигур определенным цветом, указывая его на другом объекте (например, на растровом изображении).

Как и в Word 2013, в программе для создания презентаций изменена работа с примечаниями. Для создания и просмотра примечаний используется отдельная область, на которой можно не только читать комментарии к презентациям, но и отвечать на них.

Еще одно важное улучшение — появление функции «Режим докладчика», которая будет полезной при использовании двух и более мониторов. Если к компьютеру подключено два экрана, один из которых используется для показа презентации зрителям, а второй — для работы докладчика, то включение этого режима даст возможность отображать на рабочем экране разную служебную информацию. Это могут быть заметки, эскиз следующего слайда и так далее. **BB**

**Водолазкин Е. Лавр. —**  
**М.: Астрель, 2012. — 448 с.**

Определяя жанр своей книги как «неисторический роман», автор подчеркивает, что его герои вымышленные, хотя, возможно, и восходящие к каким-то прототипам. И действительно, если бы Евгений Водолазкин — филолог, специалист по древнерусской литературе — написал свой роман, исключительно стилизуясь под язык XV — начала XVI веков, это выглядело бы, скорее всего, искусственно. Но «непрофессиональному писателю» удается писать так, что это действительно интересно читать. Имитируя древнерусское «сказание» (скорее на уровне интонации, повествовательной манеры, нежели лексики), он постоянно сталкивает условно средневековый тип речи с «современной» речевой практикой — обценной, бюрократической, повседневной-бытовой.

Действие «Лавра» разворачивается на пространстве от Пскова до Иерусалима; персонажей — сотни.

В центре — образ главного героя, знахаря и целителя, который на протяжении книги меняет несколько имен, тем самым и несколько раз изменяя свою сущность. От мальчика-сироты, которого воспитывает в доме на краю кладбища и обучает искусству народной медицины его дед, Арсений проходит путь до Лавра, схимонаха и праведника, признанного народом и церковью. При этом весь его путь — это искупление тяжкого греха, который повлек за собой смерть молодой женщины и их общего ребенка.

Роман, конечно, не только об этом. О том, что такое люди вообще. Внутри и снаружи — телесно и духовно. Особенно русские люди, у которых все как-то не так, как у людей.



# АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ИСТОРИЯ

ТЕКСТ: АЛЕКСАНДР НЕСТЕРОВ

**Об истории, культуре и языке можно писать и спорить бесконечно. Представляем наиболее заметные книжные новинки, посвященные этой «вечной теме».**

**Вотрин В. Логопед. —**  
**М.: НЛО, 2012. — 248 с.**

Новый роман Валерия Вотрина — прозаика и переводчика, финалиста премии Андрея Белого — лингвистическая антиутопия. Действие романа разворачивается в государстве, управляемом законами орфоэпии. Умение следовать правилам пунктуации и орфографии определяет социальное положение граждан, а необходимость контролировать их соблюдение создает развитую систему надзорных и регулирующих органов. Два главных героя романа — логопед, встроенный в государственную систему надзора за языковыми нормами, и журналист, высланный за несообразные с языковой политикой суждения. Одному из них суждено разрушить государственную систему изнутри, а другой станет последней надеждой на сохранение языка страны и, как следствие, ее государственности.

«Язык в романе — самостоятельный и страшный персонаж, паразит сознания. Это народный язык, персонифицированное просторечие, с помощью своих носителей продирающееся к власти, — говорит автор в одном из интервью. — Люди приходят во власть со своим языком. А если люди находятся во власти долго, то их язык становится нашим. Происходит культурное насилие, но не над большинством — ведь это его язык приходит во власть. Насилие совершается над меньшинством, носителями условно книжного языка. Но культура — не политика, в культуре меньшинство — всегда большинство, оно выступает хранителем письменного наследия».



**Мур К. Дурак. —**  
**М.: Эксмо, 2013. — 352 с.**

«Дурак» — это оригинальная версия «Короля Лира» Шекспира, рассказанная известным американским писателем. Помимо истории короля Лира в «Дураке» встречаются отсылки к другим пьесам Шекспира — «Макбету» и «Гамлету». Реплики из них используются как эпиграфы, произносятся персонажами (хотя и не всегда к месту). Многие фразы и события иронически обыгрываются. Так, грозные макбетовские ведьмы превращаются в интриганок со смешными именами Розмари, Петрушка и Шалфея, которые, с одной стороны, хотят помочь главному герою, с другой — зло подшучивают над ним.

Повествование ведется от лица шута Лира Кармана, человека язвительного, остроумного и не признающего никаких авторитетов. Вместе с этим Карман способен на искренние чувства, ценит друзей и готов помочь.

Роман написан очень бодрым современным языком. Шекспировские цитаты соседствуют с современным сленгом. Поначалу это кажется непривычным, но когда проникаешься смешной и абсурдной атмосферой «Дурака», то именно такое странное сочетание слов кажется подходящим для пересказа известной истории.

Обилие шуток — интеллектуальных и не очень — не гарантирует смех на каждой странице, но позволяет иначе взглянуть на историю короля Лира. **55**





# ИРОНИИ СУДЬБЫ

Две весенние кинопремьеры, которые нельзя пропустить

ТЕКСТ: МАКСИМ ГОРБОВ

## Подвиг волшебника

Компания Disney приготовила для зрителей самую сказочную премьеру этой весны. В мировой прокат выходит фантастически красивый и захватывающий фильм «Оз: Великий и Ужасный». Главный герой фильма — один из самых известных и в то же время таинственных волшебников в мире. С читателями его познакомил Фрэнк Баум в далеком 1900 году. Он написал серию из сорока пяти книг, действие в которых происходило в вымышленном мире. Самой популярной стала книга «Удивительный



волшебник из страны Оз», у нас в стране более известная как «Волшебник Изумрудного города», пересказанная Александром Волковым. Однако ни в одной из 14 книг не было рассказано о прошлом могущественного чародея Оза. Как он там появился и стал столь сильным властителем? Оказывается, что чародей имеет свою удивительную, полную приключений историю. Об этом факте его необыкновенной жизни и пойдет речь в новом фантастическом фильме для всей семьи.

Создатели уверены, что картина не оставит равнодушными ни детей, ни взрослых благодаря потрясающе красивой графике, захватывающей сюжетной линии и невероятным персонажам, которые как будто сошли со страниц знакомой книжки. Для съемок фильма было сооружено более тридцати узнаваемых колоритных декораций (например, Тронный Зал ведьм, Фарфоровый город), было задействовано более трех тысяч элементов реквизита, большая половина из которого изготовлена вручную под заказ для съемок, так, например, пять тысяч монеток из сокровищницы Страны Оз — на каждой из этих монет изображен профиль автора книги — Фрэнка Баума, а на обороте Дорога из Желтого кирпича.

На роль главного персонажа — волшебника Оскара Диггса — рассматривались сразу несколько известных актеров Голливуда, но роль досталась Джеймсу Франко, который подошел к ней со всей ответственностью. Так, чтобы вжиться в образ скромного фокусника из цирка шапито, актеру пришлось освоить несколько магических трюков с голубями и огнем, научиться доставать различные предметы из цилиндра и заставлять вещи парить в воздухе.

## Художник и его муза

Фильмы о художниках имеют право быть красивыми. Их не так много, но они занимают достойное место в истории кино. Трагическое, буйное, порой недооцененное при жизни творчество великих мастеров обращает на себя внимание режиссеров, ложась в основу новых фильмов. Трогательный Модильяни, выразительный Вермеер, эксцентричный Дали, — это только малая часть в перечне великих художников, чья жизнь была перенесена на экран.

«Ренуар. Последняя любовь» — фильм о величайшем французском художнике своего времени, мастере, заслужившем огромную славу еще при жизни и до последнего вздоха писавшем удивительно легкие, практически невесомые картины. Этот фильм нельзя назвать биографическим, хотя он и повествует о последних годах жизни знаменитого художника. Скорее всего, это фильм о любви, о взаимоотношениях близких людей, о муках творчества.

Действия фильма переносят зрителя в 1915 год, на Лазурный берег Франции, где седовласый, тяжело переживающий потерю жены Огюст Ренуар получает печальное известие о том, что его любимый сын Жан ранен на фронте. Пережить это событие, а также скрасить горькое отшельничество художника помогает присутствие рядом с ним ослепительной рыжеволосой натурщицы — красавицы Андре. Она становится последней музой мастера и наполняет его скучную жизнь новым смыслом. Однако эту идиллию суждено было нарушить Жану, который вернулся с фронта и был также очарован рыжеволосой звездой, вспыхнувшей на небосводе Ренуара. В средиземном раю, несмотря на возможное противостояние с отцом, рождается чувство Жана к этой прекрасной, неукротимой девушке... Красивый фильм, такой же теплый и тонкий, как и краски на полотнах великого Ренуара. **BB**



# ПОЛО НА СНЕГУ

ТЕКСТ, ФОТО: СТЕЛЛА ЛОЗОВИК, WWW.VLADI-POLO.COM

**Энергия, скорость, адреналин под снежной вьюгой из-под копыт, белый шлейф от удара клюшкой по мячу... Самые престижные лыжные курорты Европы — Кортина Д'Ампеццо в Италии, Санкт-Мориц в Швейцарии, Куршавель во Франции — поднимают российский флаг в самый разгар сезона. Сегодня наши соотечественники все активнее едут туда играть в снежное поло. Спорт, роскошь, зимняя забава, мороз в лучших традициях русских праздников — чем вам не «Поло-масленица»?!**

Играть в поло на снегу стали примерно 25 лет назад. Правила не отличаются от традиционного конного поло на траве, матч делится, как обычно, на 4 раунда по 7,5 минут, которые называются «чаккерами», только мяч не деревянный, а пластиковый и красного цвета. На подошву поло-пони крепятся специальные шипы, чтобы можно было вовремя затормозить и не подскользнуться. Лошадь для игрока в поло — не просто инструмент передвижения, а почти полноценный товарищ по команде, который, если нужно, и сам гол забьет. Хотя по размеру эти животные чаще всего бывают вполне внушительные, по традиции

их называют пони. Хвост заплетают в специальную косичку, а гриву состригают, чтобы не цеплялись за клюшку. Лошади для поло специально дрессированные, очень энергичные, готовы быстро реагировать на команду всадника, но одновременно спокойные, даже когда борются с другой лошастью, чтобы убрать соперника с линии мяча.

Мало кто знает, но до революции поло в России было очень популярно. Сегодня российских профессионалов высокого уровня пока еще нет, но организаторы поло-турниров уверены, что в самом ближайшем будущем мы будем часто слышать о российских, казахстанских,

азербайджанских командах на снежных турнирах. Так, Дмитрий Возиянов — один из немногих российских любителей (игроков-любителей), кто уже принимал участие в турнирах поло на снегу в итальянском Кортина д'Ампеццо. С 2000 года в Европе

базируется команда VLADI POLO Team Russia. В прошлом году на Международном чемпионате по конному поло в Италии состоялся дебют команды VLADI Real Estate (Казахстан), которая вышла в финал и заняла третье место.

## Что я делал этой зимой

С января владельцы команд поставили своих любимцев на режим и тренировки, лошади сбросили лишние кило и поехали завоевывать награды... Программа, как всегда, была наполнена светскими событиями. По традиции принято открывать турнир торжественным коктейлем, затем — церемония презентации команд. Гала-ужин — обязательный элемент на любом мероприятии. В основном 70% аудитории — исторические поклонники благородного спорта и светского стиля жизни, остальные 30% — гости, приглашенные спонсорами или партнерами турнира.

Курорт Санкт-Мориц в Швейцарии — курорт «шик-класса». Негласно его называют «Вершиной мира». Здесь гармонично сочетаются умиротворяющий альпийский

Турнир «BMW Polo Masters»  
(Куршавель, Франция).



«Polo Masters»  
(Межев, Франция).





На поле команда «Мэйсон Турнье» против команды «Джулиан Жоайе».



пейзаж, мягкий климат, комфорт и лоск светской программы. Турнир Cartier Polo World Cup проводится на замерзшем озере Санкт-Морица ежегодно с 1985 года в последние выходные января. Неожиданно для всех в турнире в Санкт-Морице в этом году принимала участие команда Ralph Lauren. Дело в том, что самый лучший вариант продвижения бренда — это иметь свою

поло-команду, иначе не скажешь. Ральф Лоран изначально связал свой имидж с конным поло, заключив контракт не просто с моделью, а с настоящим аргентинским игроком. В последнее время большое количество мировых брендов имеют свои команды, например, VLADI A Life Style (Франция), La Martina, US Polo Ass и многие другие.

Кроме того, команда Cartier не меняет свои планы уже 25 лет, Deutsche Bank и BMW тоже не новички на поле боя. Среди постоянных болельщиков с постсоветского пространства в Санкт-Морице были замечены Владлена

Эрмес, первый русский поло-игрок в новейшей истории, президент Федерации конного поло Италии и владелец трех поло-команд, Рустам Тарико, владелец компании «Русский Стандарт», и многие другие.

Любители покатаются на лыжах и провести время в красивом международном обществе — себя показать, на других посмотреть — начали свой тур в середине января в Валь-д'Изер.

Далее те, кто предпочитает Францию, поменяли лыжную базу на Межев, где с 24 по 27 января проходил поло-турнир из серии BMW Polo Master Tour 2013. Конечно, Санкт-Мориц составляет достойную конкуренцию курорту Межев по количеству необыкновенных нарядов. Где еще можно увидеть такую стильную и элегантную публику? Ведь в конном поло на мероприятиях высокого уровня дресс-код следует более чем уважать!

Куршавель, изначально прославившийся как излюбленное место отдыха русских олигархов, уже 3 года радует ценителей снежного поло на Master Polo Tour незабываемыми сценариями. В этом году конные игры в Куршавеле прошли с 31 января по 3 февраля, после чего продолжение Золотого кубка последовало в Кортина д'Ампеццо.

Ну, а после такой обширной программы у вас всегда есть возможность завершить последний раунд Зимнего чемпионата... в Москве. Не так давно в горнолыжном клубе Целево под Москвой построили новую площадку.

Любители незабываемых ощущений могут обращаться в редакцию журнала «Бизнес и Власть» за дополнительной информацией о том, как можно попасть на светские поло-ивенты в самых престижных местах. **Б**

РЕКЛАМА

**Северсталь**

**АВИАПРЕДПРИЯТИЕ «СЕВЕРСТАЛЬ»**

**Расписание регулярных авиарейсов с 31.03.2013 г. по 26.10.2013 г. (время местное)**

Маршрут	№	Вылет	Прилет	Дни полетов
Череповец — Москва (Внуково)	D2-15	8:00	9:05	1,2,3,4,5
Москва (Внуково) — Череповец	D2-16	9:50	10:55	1,2,3,4,5
Череповец — Великий Устюг	D2-16	11:30	13:00	2,4
Великий Устюг — Череповец	D2-17	17:00	18:30	2,4
Череповец — Москва (Внуково)	D2-17	19:00	20:05	1,2,3,4,5
Москва (Внуково) — Череповец	D2-18	21:00	22:05	1,2,3,4,5
Череповец — Москва (Внуково)	D2-41	8:30	9:35	6
Москва (Внуково) — Череповец	D2-42	18:10	19:10	6
Москва (Внуково) — Воркута	D2-41	9:40	12:50	6
Воркута — Москва (Внуково)	D2-42	13:50	17:00	6
Череповец — Москва (Домодедово)	D2-27	15:30	16:35	5
Москва (Домодедово) — Череповец	D2-28	17:35	18:40	5
Череповец — Москва (Домодедово)	D2-29	19:00	20:05	7
Москва (Домодедово) — Череповец	D2-30	21:00	22:05	7
Череповец — Мурманск	D2-51	13:30	15:15	3,7
Мурманск — Череповец	D2-52	16:15	18:00	3,7
Череповец — С. Петербург	D2-19	7:30	8:30	1,2,4
С. Петербург — Череповец	D2-20	9:15	10:15	1,2,4
Череповец — С. Петербург	D2-21	19:45	20:40	2,4,5
С. Петербург — Череповец	D2-22	21:30	22:30	2,4,5
Череповец — С. Петербург	D2-23	7:30	8:30	3,5

Маршрут	№	Вылет	Прилет	Дни полетов
С. Петербург — Череповец	D2-24	14:55	15:55	3,5
С. Петербург — Ухта	D2-23	9:15	11:20	3,5
Ухта — С. Петербург	D2-24	12:05	14:05	3,5
Череповец — Екатеринбург	D2-81	12:05	16:15	2
Екатеринбург — Череповец	D2-82	17:10	17:15	2
Череповец — Минск	D2-101	9:00	9:30	3
Минск — Череповец	D2-102	10:20	12:50	3
с 2 июня 2013 года				
Череповец — Анапа	D2-71	11:15	13:45	2
Анапа — Череповец	D2-72	15:15	17:45	2
Череповец — Анапа	D2-73	15:15	17:45	7
Анапа — Череповец	D2-74	18:30	21:00	7
с 30 мая 2013 года				
Череповец — Сочи	D2-61	11:25	14:10	4
Сочи — Череповец	D2-62	15:10	17:55	4
Череповец — Сочи	D2-63	8:00	10:45	7
Сочи — Череповец	D2-64	11:40	14:25	7
с 1 июня 2013 года				
Череповец — Геленджик	D2-91	9:25	12:00	6
Геленджик — Череповец	D2-92	13:00	15:35	6

Возможны изменения расписания. Справки и бронирование авиабилетов в аэропорту «Череповец»: +7 (8202) 67-52-22, 64-64-01. Подробная информация на сайте авиапредприятия: [www.severstal-avia.ru](http://www.severstal-avia.ru)


# Как экономить на команде 25% и при этом получать ее поддержку?



## Тарифы для бизнеса: платите меньше, говорите, как привыкли

- Минуты дешевле, чем в обычных тарифах, потому что покупаются оптом
- Сотрудникам можно установить ограничение по расходам
- Неизрасходованный остаток предоплаченной суммы переходит на следующий месяц

Тариф «Партнер»

 (8172) 511 171, [tele2.ru](http://tele2.ru)

# TELE2

## Для дела

Указана экономия в руб./мес. по сравнению с тарифом Tele2 «Так просто» при среднем профиле потребления услуг связи абонентом. Подключение доступно для юридических лиц и ИП. Тариф действует при нахождении абонента на территории Вологодской области.

На правах рекламы.