www.sartpp.ru

ДЕЛОВАЯ ГУБЕРНИЯ

Вестник Торгово-промышленной палаты Саратовской области

Лауреат Всероссийского конкурса журналистов «Экономическое возрождение России»

24 февраля 2012 года

Совместный издательский проект газеты «Новые времена в Саратове» и ТПП Саратовской области

Новые времена в Саратове

БИЗНЕС-МИССИИ

От дизайна до картошки

Пензенские предприятия гордятся выпускаемой продукцией

В региональной ТПП состоялась деловая встреча пензенских и саратовских предпринимателей. Она прошла в рамках деловых обменов, которые регулярно организуют торгово-промышленные палаты этих областей для ведущих предприятий.

В состав пензенской делегации вошли руководители компаний, представляющих разные сферы деятельности: производство промышленного оборудования, растениеводство, дизайн-проектирование жилых и общественных интерьеров, реализацию продуктов питания.

Заинтересованность в контактах и развитии сотрудничества с пензенскими партнерами проявили более 30 организаций из Саратова и Саратовской области. Среди них такие известные, как ОАО «Нефтемаш» – САПКОН, ЗАО «Жировой комбинат», ООО «Завод «Титан», ОАО «Саратовский НПЦ «РОСДОРТЕХ», ЗАО «Корпорация Профессионал», рекламная фирма «БИКС» и др.

Большинство предприятий – участников переговоров отметили хорошую организацию бизнес-встречи и поблагодарили ТПП Саратовской области за создание деловой атмосферы и предоставленную возможность прямых контактов с организациями из соседней области. Также было высказано пожелание расширить географию и приглашать на подобные встречи предпринимателей сразу из нескольких регионов.

Галина МОСКАЛЕВА, начальник отдела межрегиональных связей ТПП Пензенской области:

– Наш приезд сюда связан с желанием обновить деловые связи между нашими регионами. Это не первый визит в Саратовскую губернию, у нас существуют хорошо налаженные связи между производителями и потребителями. Несмотря на это ваш регион пользуется у наших бизнесменов заслуженной популярностью – находятся все новые и новые предприятия, которые хотели бы сотрудничать.

Точки соприкосновения самые разные, сегодня это в основном пищевая промышленность, сельское хозяйство. Пензу нельзя называется жемчужиной России, но сегодня она позиционирует себя как один из регионов России, полностью обеспечивающий себя сельхозпродукцией. Наряду с этим развито машиностроение: несмотря на все тяготы рыночной экономики старейшие заводы не только работают, но и развиваются.

В нашем регионе хорошо развита система поддержки малого и среднего бизнеса. Широкое распространение получили бизнес-инкубаторы.

В последнее время мощно развивается строительство, и в поддержку малого бизнеса региональная и местная власть предлагают различные программы, в результате в эту отрасль сегодня идет постоянный приток бизнеса и инвестиций.

Уверена, такие встречи позволяют привлечь внимание бизнес-сообщества обоих регионов к предложениям и перспективам совместного сотрудничества.

Елена РОЗАНОВА, специалист по координированию территорий ОАО «Торговая компания АПК «Черкизовский»:

– В Саратов мы приехали в поисках партнеров. В регионе мы уже давно работаем с сетевыми магазинами типа «Гроздь», «Магнит», «Реал», «Лента», но хочется двигаться дальше, расширять масштаб сотрудничества. Мы сами производители и заинтересованы в оптовом рынке сбыта. Конкуренции с саратовскими производителями не боимся – продукция под маркой «Черкизовский» известна по всей России. Тем более мы исповедуем индивидуальный подход к покупателям. Например, у нас выпускается халяльная продукция, производство которой осуществляется в строгом соответствии с нормами ислама. Причем посторонние на производство попасть не могут. В качестве этой продукции уже убедились представители Татарстана.

Дмитрий ДУДИН, заместитель директора по маркетингу «Саратов-Аналит»:

– Интересно пообщаться с предприятиями из соседнего региона. Мы официально представляем в России зарубежные компании, работа которых связана с проектированием и установкой систем инфракрасного отопления «Прокар робур», систем прочистной техники американской компании «Риджес» и воздушных теплогенераторов фирмы «Мастерс».

На этой бизнес-миссии хотели бы предложить нашим коллегам системы эффективного энергосбережения, тем более что для Поволжского региона предложение уникально – в своей сфере мы лидеры этого направления. Нашими услугами в принципе могут воспользоваться любые производственные компании, чьи помещения нуждаются в кондиционировании, отоплении, санировании и вентилировании. Технологии имеют определенную стоимость, которая не является критической. Как показывает практика, иногда предприятие затрачивает больше средств на существующую систему, чем они могли бы тратить при переходе на более современную и более экономичную.

Предложенная ТПП площадка идеально подходит для поиска партнеров, многие из пензенских бизнесменов уже проявили интерес к нашим технологиям. Для нас это возможность расширить и углубить уже существующие связи с этим регионом.

Олег РЯЗАНОВ, руководитель отдела продаж ООО «Сурский картофель»:

– Являемся сельхозпредприятием, производим картофель, другие овощи. В Энгельсе у нас есть дилер, который затем распространяет продукцию через сеть магазинов «Магнит» в вашем и соседних регионах.

В подобном мероприятии участвуем впервые, в Саратовском регионе ищем рынок сбыта. Интересующий нас клиент – сети, оптовые компании, реализующие продукцию по магазинам Саратова и области. Уже есть интерес со стороны представителей розничной сети 50 магазинов, видим интерес к переработке овощной группы, консервированию.

Наше предприятие активно развивается, закуплено новое оборудование, что позволяет хранить овощи более длительный период, ставятся упаковочные, моечные линии. Нам есть что предложить.

Предприятие сейчас переживает большую реконструкцию, и на это время мы практически закрыли овощную группу. Поэтому сейчас речь ведем о контрактах на новый урожай.

Кроме того, мы готовы предложить установку новых моечных, упаковочных линий.

Если говорить о ценах, то они очень доступны. Сейчас делаем все, чтобы уменьшить себестоимость продукции, сделать ее еще более доступной для потребителей. В пензенских магазинах в рамках социальной акции цена на нашу продукцию начинается от 7 рублей. Какой рынок может предложить такую цену?

Александр ГОРШЕНИН, руководитель Центра инновационного дизайна:

– Наша компания занимаемся проектированием и дизайном жилых и общественных интерьеров. Для пензенского рынка предлагаем полный комплекс строительно-отделочных работ. Для Саратова этот спектр услуг пока под вопросом, потому что тяжело дистанционно контролировать процесс. Но мы планируем открыть офис в Саратове, и эта поездка – возможность присмотреться к саратовскому рынку. В целом оказываем услуги в премиум-сегменте – от 30 тысяч рублей за квадратный метр. И здесь у вашего города есть целый ряд преимуществ: он богаче, чем Пенза, есть спрос на услуги такого уровня.

Кстати, качеством услуг саратовского подрядчика, выполнявшего в Пензе фасадные работы, мы остались довольны.

Эта деловая миссия – для нас первая. И помимо взаимодействия с потенциальными партнерами она дает возможность еще раз изучить саратовский рынок.

Наталья МАКСИМОВА

В НОМЕРЕ

Куда вложиться? Изучаем доходность инвестиций

с. II

Пишем проект, или Чем приманить бизнес-ангела

с. IV

Рынки: в Балаково 12 радиостанций и лишь один глянцевый журнал

с. V

Секрет фирмы – когда кухня в радость

с. VI

Про эту компанию никогда не скажешь «не сыскать»

с. VIII

НОВОСТИ ЭКОНОМИКИ

С картой – по жизни

Красноярский край первым в России получил универсальные электронные карты.

Универсальная электронная карта – это стратегическая составляющая формируемого электронного правительства, которая позволит выстроить совершенно иную модель взаимоотношений власти и граждан – без очередей и бюрократии.

«Первые тестовые карты отпечатаны в Гознаке, сейчас их получат специалисты, задействованные в предоставлении государственных услуг, – отметил министр информатизации и связи края **Алексей Туров**. – Во втором полугодии 2012 года планируется выпуск 1 тыс. УЭК, которые получат жители края».

Универсальная электронная карта будет содержать региональные приложения, которыми сегодня пользуются 380 тыс. льготников с помощью «Единых социальных карт Красноярского края» – транспортное, налоговое, социальное дисконтное, школьное и др. К ним добавятся федеральные приложения – идентификационное (при обращении за государственными услугами), пенсионное, медицинское (полис обязательного медицинского страхования), банковское.

Обанкротить подешевле

Минэкономразвития РФ решило поддержать индивидуальных предпринимателей и крестьянские (фермерские) хозяйства в процедуре банкротства. Министерство подготовило проект приказа, который фиксирует размер вознаграждения арбитражного управляющего в делах о банкротстве индивидуальных предпринимателей.

Сегодня, как отмечают эксперты, предприниматели и фермеры сталкиваются с тем, что многие арбитражные управляющие специально затягивают банкротные процедуры для того, чтобы получать вознаграждение ежемесячно. Но индивидуальные предприниматели, как и фермерские хозяйства, наиболее слабые субъекты в хозяйственном гражданском обороте, и им требуется большая защита со стороны государства.

Минэкономразвития установило фиксированную сумму вознаграждения за проведение процедуры банкротства в размере 30 тысяч рублей за весь объем работ на соответствующей стадии. Таким образом, ведомство устраняет иррациональную заинтересованность со стороны арбитражных управляющих затягивать процедуры в отношении этих двух рыночно слабых категорий должников, давая последним шанс максимально быстро пройти банкротство и по возможности вернуться назад в хозяйственный оборот.

С другой стороны, эксперты опасаются, что это вызовет негативную реакцию со стороны саморегулируемых организаций арбитражных управляющих, которые после вступления в силу предложенных минэкономразвития изменений будут всячески уклоняться от участия в процедурах банкротства предпринимателей и фермеров. По их мнению, решением данной проблемы может стать более глубокая законодательная доработка и установление разумного баланса между экономическими интересами арбитражных управляющих и их обязанностями.

По два этажа в сутки

Две недели потребовалось китайцам, чтобы возвести пятизвездочный 30-этажный отель на озере Дунтин в провинции Хунань.

Broad Sustainable Building (BSB), дочерняя компания китайского промышленного гиганта Broad Group, удивила мир рекордным темпом строительства высотного здания. Всего 360 часов потребовалось 200 рабочим, чтобы возвести под ключ 30-этажный отель со всей отделкой и начинкой.

Разумеется, почти все элементы этой башни были произведены заранее на заводе BSB. Причём здесь подготовили не просто несущие стальные колонны или панели стен и полов.

Все крупные элементы отеля заранее получили электрические кабели и светодиодные светильники, скрытые воздуховоды централизованной системы кондиционирования и вентиляции, тепло- и звукоизоляционные панели, отделочные детали, напольную плитку и так далее.

Аналогично несущим конструкциям монтировались лестницы и, наконец, внешние стены 15-сантиметровой толщины с заранее вклеенными теплоизоляцией и многослойными стеклопакетами. Всего же готовые к сборке компоненты составляли 93% здания. При том, как уверяет BSB, на стройплощадке ничего подгонять по месту не потребовалось, так как детали дома были изготовлены с точностью плюс-минус 0,2 мм.

Новая башня в пять раз более эффективна в плане расхода энергии, чем большинство обычных строений. Её система вентиляции с набором фильтров снижает загрязнение воздуха в помещениях в 20 раз и снабжена теплообменниками для использования тепла уходящего воздуха.

Отель включает 316 стандартных номеров, 32 люкса, восемь посольских люксов и два президентских номера. Также в здании расположились ресторан, бар, тренажёрный зал и бассейн на верхнем этаже, подземная парковка на 73 автомобиля и вертолётная площадка.

Вице-президент Broad Group **Джульетта Цзян** утверждает, что после того как рабочие наберутся опыта, аналогичные здания можно будет поднимать ввысь за феноменальные 200 часов. Через год скоростное строительство домов должно стать ведущим бизнесом всей группы, полагают её руководители.

НОВОСТИ ТПП

Прозрачность и добросовестность

Участники рынка закупок выработают единые профессиональные стандарты

В России при активном участии ТПП РФ создана Национальная ассоциация институтов закупок (НАИЗ), призванная объединить ведущих российских экспертов и практиков торгово-закупочной отрасли.

Учредителями ассоциации являются общественная организация «Деловая Россия» и медиахолдинг «Эксперт». Она создана как некоммерческая структура, которая объединяет инфраструктурные, экспертные, торговые, государственные и негосударственные организации в сфере корпоративных, государственных и муниципальных закупок. Это огромные рынки с объемом продаж порядка 20 трлн рублей.

Основные задачи, стоящие перед ассоциацией, включают участие в создании эффективной федеральной контрактной системы, выработку единых профессиональных норм и стандартов, экспертизу и мониторинг законодательных актов и иных правовых проектов.

Президент ТПП РФ **Сергей Катырин** заявил, что палата готова создать на базе ассоциации полноценный комитет ТПП РФ, который будет формировать коллективную позицию участников рынка закупок. Он отметил, что в системе ТПП РФ уже существует практика оказания помощи малым и средним предприятиям по их участию в тендерах государственных закупок, ведется обучение специалистов из регионов с использованием системы вебинаров.

НАИЗ важен тем, что предоставит государству постоянно действующую площадку для конструктивного диалога бизнеса и власти. Ассоциация выдвигает инициативу создания инфраструктуры закупок, в отношении которой у государства нет ни планов, ни проектов, ни профессионально подготовленных кадров.

Генеральный директор торгового портала Fabrikant.ru **Сергей Габестро** выразил надежду, что в НАИЗ войдут высшие школы, корпорации, крупнейшие поставщики и заказчики, инфраструктурные компании и электронные торговые площадки. «Всем вместе нам предстоит разработать стандарты отрасли, которые будут соответствовать интересам бизнеса и удовлетворять основополагающим критериям профессионализма, таким как прозрачность, конкурентность и добросовестность», – отметил он.

Откроется новый филиал палаты

Руководители региональной ТПП побывали с деловым визитом в Пугачеве

С представителями общественности и бизнеса Пугачева и Пугачевского района встретились президент ТПП, председатель Союза товаропроизводителей и работодателей Саратовской области Максим Фатеев и председатель областной Федерации профсоюзных организаций Михаил Ткаченко.

Встречи с трудовыми коллективами, работниками бюджетных и коммерческих организаций прошли в районной администрации и на Пугачевском машиностроительном заводе «ЭлПМаш». Основными проблемами, существующими в районе, участники встреч называли неполную занятость, низкую заработную плату, недостаточное выполнение работодателями социальных гарантий.

К примеру, на заводе «ЭлПМаш» люди работают в непростых условиях: не хватает спецодежды, в цехах холодно, и это при 20-градусных морозах на улице. И все-таки руководством завода и его рядовыми работниками отмечаются улучшения в работе. После долгого простоя завод возвращается к жизни благодаря полученному крупному заказу от предприятия-гиганта мирового уровня.

Говорить о настоящем возрождении пока рано, считают на ЭлПМаше, но наметившиеся тенденции уже дают повод к сдержанному оптимизму.

Участие Союза товаропроизводителей и работодателей и областной Федерации профсоюзов в решении социальных проблем предприятия поможет в преодолении кризиса и дальнейшем развитии Пугачевского машиностроительного завода.

Поддержку малому и среднему бизнесу окажет и областная ТПП. Ее филиал заработает в Пугачеве в самое ближайшее время.

– Все социальные программы смогут работать только тогда, когда будут развиваться промышленность и сельское хозяйство. Именно они – основные источники бюджета, – подчеркнул **Максим Фатеев**. – На стабильность можно рассчитывать только при наличии социально ответственного бизнеса, который дает рабочие места и исправно платит налоги в своем районе, городе, регионе.

Участники встреч в Пугачеве обсудили также резолюцию, обращенную к кандидату в президенты РФ **Владимиру Путину.** Документ подготовлен ТПП области и бизнес-сообществом региона и содержит предложения по улучшению экономической обстановки и созданию благоприятных условий для развития предпринимательства в стране.

ВОПРОС-ОТВЕТ

Прочный депозит

Интересно, какие финансовые инструменты оказались самыми доходными в прошлом году?
(В. Данилов, Саратов)

Согласно обзору, подготовленному агентством Финмаркет, лишь немногие акции завершили год в плюсе, а в целом инвестирование на рынке акций оказалось гораздо менее выгодным, чем вложение средств в консервативные инструменты.

Самая стабильная группа, обеспечившая не слишком большой, но стабильный доход, – это банковские депозиты. При этом не слишком большую роль играл выбор валюты депозита: депозиты в долларах оказались чуть доходнее рублевых, а рублевые были чуть выгоднее, чем депозиты в евро.

Это наблюдение, кстати, является хорошим аргументом в пользу того, чтобы хранить сбережения (или, по крайней мере, их существенную часть) в рублевых депозитах. Ведь соотношение ставок между рублевыми и валютными депозитами практически всегда оказывается в пользу рублей. Для того чтобы риск был минимальным, эксперты советуют диверсификацию, т.е. дробление сбережений на разные валюты.

Лучше инфляции выглядело золото. 2011 год стал очередным, уже десятым по счету годом роста цен желтого металла. Правда, рост не может длиться вечно: уже во второй половине года появились признаки того, что золото может чувствительно упасть в цене, и вложения в него никак нельзя назвать безрисковыми.

Вложения в недвижимость в течение года медленно, но верно подрастали. Возможно, рост сохранится и далее: однако взгляд на мировые тренды говорит, что на рост, сравнимый с 2005-2007 годами, рассчитывать не стоит. И недвижимость хороша разве только для очень консервативных и долгих вложений.

Инвестиции в 2012 году будут сопряжены с массой рисков: здесь и политические факторы, и нестабильность глобальных финансов, угрозы падения цен сырья... В таких условиях депозиты по-прежнему могут сохранить статус палочки-выручалочки для инвестора. При этом помнить о том, что евро по-прежнему находится под угрозой, что дает некоторое преимущество доллару и – при удачном для РФ развитии событий – рублю.

Сравнительная доходность нвестиций за 2011 год, %

ИТОГИ

Подставить плечо

Успешное развитие предпринимательства невозможно без партнерских отношений власти и бизнеса

На прошлой неделе министерство экономического развития и торговли области подвело итоги работы за 2011 год. Предлагаем читателям «ДГ» комментарий президента региональной ТПП Максима Фатеева.

– На сегодняшний день министерством проделана немалая работа: обновлена инфраструктура поддержки малого предпринимательства, сформирован подход к удовлетворению потребностей малого и среднего бизнеса в финансовой, имущественной, информационной и иных видах поддержки.

В области работают гарантийный, венчурный фонды, фонд микрокредитования, создаются условия для людей, которые хотят впервые заняться бизнесом, как в плане обеспечения финансирования и льготного кредитования, так и создания соответствующих условий через бизнес-инкубаторы.

Палата в рамках реализации соглашения о сотрудничестве между ТПП и МЭРТ, подписанного летом 2010 года, проводит консультации для субъектов малого и среднего предпринимательства, претендующих на поддержку за счет бюджетных средств, оказывает помощь в подготовке документов для участия в конкурсах по господдержке. Эти услуги оказываются нами на безвозмездной основе.

Хочу отметить хорошую традицию, заложенную министерством – организация совещаний в районах и вузах области по вопросам господдержки предпринимательства. Палата неоднократно принимала участие в таких совещаниях, и проходили они всегда при полных залах. Это говорит как о заинтересованности предпринимателей в господдержке, так и о том, что предприниматели в районах испытывают дефицит информации.

Меры господдержки доказали свою востребованность и эффективность. Однако в этой связи хотелось бы высказать сожаление по поводу сокращения финансирования программы поддержки предпринимательства. Внесенные в декабре поправки в новую программу предусматривают уменьшение финансирования из областного бюджета с 101,5 до 35,0 млн рублей, что в свою очередь приведет к значительному сокращению федеральных средств, привлекаемых в область на эти цели.

Специалисты палаты активно участвовали в доработке программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Саратовской области» на 2012-2015 годы и Стратегии социально-экономического развития региона до 2025 года. Мы не только сами принимали участие в обсуждении и подготовке предложений, но и привлекли к обсуждению этих документов наиболее активных и неравнодушных представителей бизнес-сообщества. Эксперты палаты вошли в рабочие группы по доработке Стратегии и подготовке трехлетней программы социально-экономического развития области.

И через месяц, когда программа будет доработана с учетом всех замечаний, мы готовы предоставить нашу площадку для ее обсуждения с бизнес-сообществом и СМИ. А все предложения, обобщив, передать в министерство. Только после таких слушаний и совместного обсуждения, споров можно будет с уверенностью говорить о том, что документ не был закрытым и создавался всеми заинтересованными сторонами.

Среди целей и задач министерства одной из основных должно стать создание условий для устойчивого развития предпринимательства. А это невозможно без глубокого анализа проблем, препятствующих развитию бизнеса, и анализа перспективных направлений развития

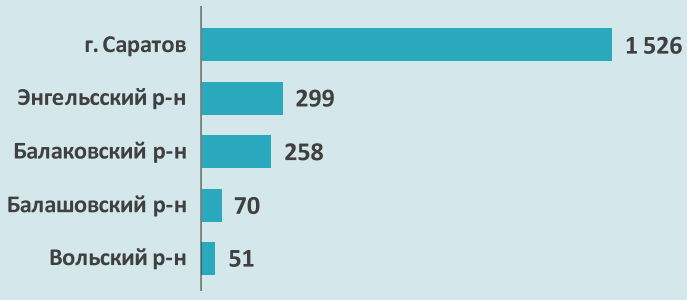
Видится, что среди целей и задач министерства одной из основных должно стать создание условий для устойчивого развития предпринимательства. А это невозможно без глубокого анализа проблем, препятствующих развитию бизнеса, и анализа перспективных направлений развития.

Невозможно без мониторинга проблем малого и среднего предпринимательства ему помогать. Бизнес должен четко представлять свои рыночные перспективы, а власть – помогать ему определять наиболее перспективные сегменты рынка. Поэтому больше внимания необходимо уделять определению тенденций внутреннего рынка – вектору развития предпринимательства, перспективным кластерам и т.д. Такие исследования должны проводиться министерством на регулярной основе, и результаты мониторингов – публиковаться.

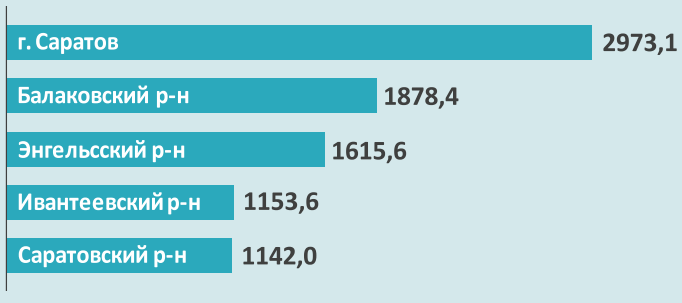
Полезным представляется и анализ эффективности применения законодательства в сфере регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства. Мы много говорим о льготах этой категории бизнес-сообщества, в то же время мы слышим о выпадении доходов из бюджета от введения той или иной льготы. Но если предоставить льготу стартующему бизнесу, о каком выпадении можно говорить? Если бизнес не «стартовал», то и выпадать нечему. Только министерство реально может прогнозировать результат от применения различных мероприятий поддержки малых предприятий. А также активно отстаивать интересы регионального малого и среднего бизнеса на федеральном уровне, равно как и направлений его поддержки.

Вклад малого бизнеса в экономику области: налоговые поступления от предприятий со специальными режимами налогообложения (ЕНВД, ЕСХН, УСН)

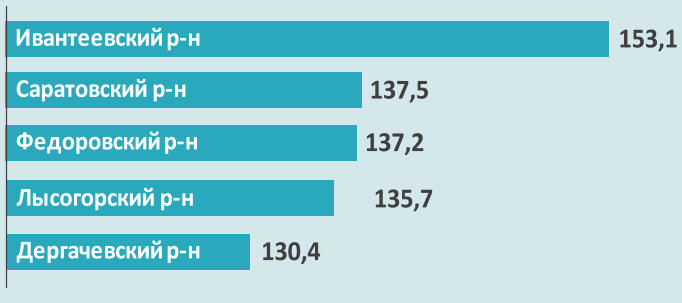
Самые доходные (на 01.01.2012), млн руб.



Самые оборотистые (в пересчете на 1 жителя трудоспособного возраста), руб.



Самые быстрорастущие (темпы роста к 2010 г.), %



По данным областного министерства экономического развития и торговли

ОБСУДИМ

Лизинг не торопится

В ТПП РФ прошел круглый стол на тему «Арбитражная практика в лизинге». О том, как развивается лизинг в России и что мешает его активному использованию предпринимательским сообществом, рассказал руководитель аппарата подкомитета по лизингу палаты Евгений Царев.

– Основной тенденцией 2011 года стало резкое огосударствление лизингового сегмента, – подчеркивает **Царев**. – Доля четырех крупнейших лизинговых компаний – Сбербанк Лизинг, ВТБ Лизинг, ВЭБ Лизинг, UNKR составляет 52% в общем объеме бизнеса. Если говорить о приросте, то 70% его обеспечил лизинг железнодорожного транспорта, который за последний год утроился и практически полностью был профинансирован государством. При этом 90% сделок по лизингу приходится на европейскую часть страны, за Уралом проходят единичные сделки.

Главным фактором, сдерживающим развитие лизинга в России, является отсутствие внятной политики государства в этой сфере, считает Евгений Царев. Лизинговые компании, созданные небанковскими учреждениями, испытывают сложности с финансированием проектов, а банки неохотно финансируют сторонние лизинговые компании. Поэтому не случайно многие устойчивые лизинговые компании, которые финансируются банками, вынуждены становиться их подразделениями.

Кроме того, одной из острейших проблем становится негативная практика, связанная с реализацией имущественных прав лизинговых компаний. Как отметил Евгений Царев, законодательство предусматривает бесспорное право собственности лизинговых компаний на передаваемое в лизинг имущество вплоть до последнего платежа. Однако на практике это право реализовать сложно. В случае несостоятельности лизингополучателя получить обратно переданное лизинговое имущество становится возможным через суд, причем процесс может затянуться на год и более.

Кроме того, суд почти всегда отказывает лизинговым компаниям в применении обеспечительных мер – таких, как запрет на эксплуатацию имущества, передачу его на ответственное хранение. Нередки случаи, когда лизинговое имущество укрывается или незаконно продается, при этом органы внутренних дел в большинстве случаев заявления от лизинговых компаний не принимают и трактуют подобные деяния как спор хозяйствующих субъектов.

Остро стоит проблема судебных разбирательств по вопросам правомерности применения налоговых вычетов по НДС. В связи с тем, что поставщики оборудования, передающегося в лизинг, не платят НДС, налоговые органы перекладывают ответственность по его уплате на лизинговые компании. И хотя подавляющее число судов различных инстанций принимают решения в пользу лизинговых компаний, налоговые органы по-прежнему не меняют свою позицию.

Не первый год в основных направлениях налоговой политики России поднимается вопрос об отмене основной преференции в российском лизинге – права применения ускоренной амортизации лизингового имущества. Этот механизм был введен в связи с необходимостью обновления основных фондов предприятий. Для малого и среднего бизнеса лизинг является единственным способом старта предпринимательской деятельности или обновления оборудования и техники, утверждает Евгений Царев.

Государство в случае отмены механизма ускоренной амортизации ничего не выиграет, а негативное воздействие на лизинг будет трудно оценить, так как это приведет к замедлению процесса модернизации во многих отраслях.

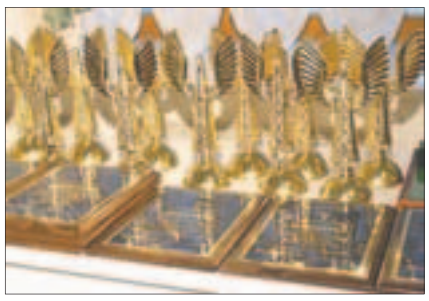
■ **Иван КОМАРОВ**

Реклама

КОНКУРСЫ

По успеху – награда

Министерство экономического развития и торговли области объявляет о приеме заявок на участие в ежегодном конкурсе «Предприниматель Саратовской губернии». Заявки принимаются по 21 марта 2012 года.



Участниками конкурса могут стать осуществляющие свою деятельность на территории Саратовской области учредители и (или) руководители малых предприятий, а также индивидуальные предприниматели. Заявку на участие они могут подать сами или быть выдвинуты органами власти или местного самоуправления, а также общественными организациями.

Конкурс традиционно проводится по 17 номинациям. Помимо основных номинаций, связанных со сферой экономической деятельности, есть и специализированные – «Женщина-предприниматель», «Саратовская марка», «Инноватор года», «Молодой предприниматель Саратовской губернии», «За меценатство и благотворительность», «Самое динамично развивающиеся предприятие», «Наиболее активный инвестор».

Скачать заявку и ознакомиться с подробным положением о конкурсе можно на сайте министерства экономического развития и торговли в разделе «Предпринимателю».

Итоги конкурса будут объявлены в мае 2012 года на торжественной церемонии, победителей ждут дипломы и ценные призы.

По вопросам участия вы можете обращаться в оргкомитет конкурса по телефонам: 26-14-86, 26-45-50 (факс). Заявки принимаются по адресу г. Саратов, ул. Московская, 72, ком. 914.

К ангелу под крыло

Продолжается отбор инновационных проектов для презентации на Первой российской неделе бизнес-ангелов, проводимой в рамках Ежегодного конгресса Европейской ассоциации бизнес-ангелов.

Инвестиционная стоимость проекта не должна превышать 30 млн рублей, а срок реализации – пяти лет на региональном, российском или международном рынках. Проект должен быть направлен на создание нового вида наукоемкой продукции (работ, услуг) или повышение ее технического уровня, внедрение новых и совершенствование применяемых технологий. В проекте должна быть описана стратегия развития компании и план использования инвестиционных средств, отражена его экономическая привлекательность.

По результатам отбора лучшие проекты будут представлены инвесторам – Национальной ассоциации бизнес-ангелов, Ассоциации бизнес-ангелов Урала, Ассоциации бизнес-ангелов Саратовской области, Фонду посевных инвестиций Российской венчурной компании, а также зарубежным инвесторам.

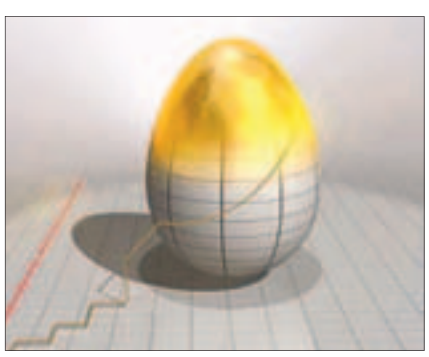
Заявку и приложение к заявке необходимо представить до конца февраля по адресу: Саратов, ул. Яблочкова, 26/28, оф.2, или в электронном виде по адресу info@fsimp.ru. Информация об отборе доступна на сайтах www.saratov.gov.ru (на странице МЭРТ в разделе «Предпринимателю»), www.fsimp.ru, www.npbars.ru.

Дополнительную информацию можно получить по телефонам: (8452) 27-89-79 Фонд содействия развитию венчурных инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере Саратовской области; (8452) 39-30-30 бизнес-ангельское региональное содружество; (8452) 26-14-86 министерство экономического развития и торговли области.

– Первая российская неделя бизнес-ангелов – это серия различных мероприятий, связанных с развитием и популяризацией российского рынка венчурных инвестиций ранней стадии – так называемой посевной, – объяснила «ДГ» начальник управления развития предпринимательства областного МЭРТ **Светлана Антипова**. – Мероприятия пройдут в российских регионах 23-27 апреля, конкретно в Саратове – 26 апреля. В этот день у нас будут организованы форумы, мастер-классы и, конечно, инвестиционные сессии, на которых будут представлены отобранные проекты. Ограничений по количеству проектов нет – все интересные и перспективные заявки не только будут внимательно рассмотрены в министерстве и Фонде содействия развитию венчурных инвестиций. Кроме того, мы готовы оказать помощь по подготовке бизнес-планов и «упаковке» проектов для того, чтобы максимально выгодно представить их инвесторам.

Теплое место

6 марта заканчивается прием заявок на право заключения договора аренды офисного помещения в областном бизнес-инкубаторе.



Офисное помещение, площадью 19,8 кв. м, оборудованное мебелью и оргтехникой, расположено по адресу: г. Саратов, ул. Краевая, 85.

Максимальная продолжительность договора аренды – три года. Льготные ставки арендной платы составляют 66 руб. за 1 кв.м в месяц в первый год аренды, 132 руб. – во второй год и 198 руб. – в третий год действия договора.

При определении победителя оцениваются качество описания преимуществ товара или услуги в сравнении с конкурентами; качество проработки финансовой, операционной и маркетинговой стратегии развития субъекта малого предпринимательства; прогнозируемые изменения финансовых результатов и количества рабочих мест; срок окупаемости проекта.

Конкурсная документация размещена на сайтах www.torgi.gov.ru и www.saratov-bi.ru. Контактное лицо – Осадчий Виктор Викторович, тел. (8452) 45-00-32.

ПРОБЛЕМА

В Саратовской областной думе прошло заседание круглого стола «О взаимодействии негосударственных образовательных учреждений с органами госвласти».

Профессия флориста до сих пор не признана официально

Не учимы будете

Законодательство не считает частные образовательные учреждения бизнесом

Депутат облдумы, председатель совета реготделения «Опоры России» **Владимир Пожаров** объяснил, что поводом для встречи стала парадоксальная ситуация, сложившаяся в частных образовательных учреждениях, которую их представители называют правовым коллапсом. Согласно закону «Об образовании» частные образовательные учреждения (ЧОУ) являются некоммерческими предприятиями – им нельзя извлекать прибыль, а потому они не могут быть отнесены к субъектам малого предпринимательства. Из-за этого ЧОУ принимают участие в торгах по 94-ФЗ только на общих основаниях и не могут участвовать в аукционах, проводящихся специально для малого бизнеса.

– Получается, что налоги мы платим как бизнес, но каких бы то ни было преференций лишены, – говорит руководитель школы красоты «Дива» **Наталья Парфенова**. – Мы не можем получать гранты, пользоваться господдержкой по программам для малого и среднего бизнеса, получать льготные кредиты. Мне кажется, частные образовательные учреждения необходимо или признавать коммерческими предприятиями, или вносить изменения в 94-й закон и прочие.

Как пояснила начальник управления поддержки предпринимательства областного минэкономразвития **Светлана Антипова**, пока ЧОУ могут рассчитывать на господдержку лишь в качестве социально ориентированных некоммерческих организаций. Финансирование программы в Саратовской области в этом году составит 15 миллионов рублей, максимальная сумма выдаваемых на конкурсной основе грантов – 400 тысяч рублей. «Может быть, не меняя федеральных законов, следует расширить перечень получателей поддержки по программам для малого и среднего бизнеса и включить туда частные образовательные учреждения?» – предложила Светлана Антипова.

с предложением ввести в учебный план такую специальность, но нас и слушать не захотели».

Выяснилась неожиданная вещь – ряд новых специальностей до сих пор не значатся в классификаторе профессий. А раз они не существуют официально, то и в списке вакансий центров занятости их нет, и госзаказ для них не предусмотрен. Соответственно, люди, вставшие на учет в службы занятости, не могут быть направлены на переподготовку по новым профессиям.

Министр труда и занятости области **Александр Шваков** подтвердил, что федеральный реестр зачастую запаздывает с включением новых специальностей. Визажист там, например, уже появился, а ландшафтный дизайнер еще нет. А потому в программы подготовки и переподготовки кадров их надо включить под уже существующими названиями, но с

Парфенова. – Частники же и оборудование, и материалы покупают за счет собственных средств».

Некоторые частные образовательные учреждения вообще не имеют права принимать участия в конкурсах, причем по формальным причинам. Лоты в торгах формируются на такие услуги, как повышение квалификации, подготовка или переподготовка. В лицензиях же ЧОУ зачастую значится «дополнительное профессиональное образование» с указанием количества часов. В принципе, курсы длительностью выше 72 часов считаются повышением квалификации, а больше 500 часов – переподготовкой, но если следовать букве закона, предложения таких частников, даже подходящие по цене, выиграть торги не могут.

Обсуждение качества профессиональной подготовки вызвало бурную реакцию работодателей, участвовавших в круглом столе. В ответ на замечание, что вузы и техникумы выпускают «слабые кадры», представители министерства образования сообщили, что профессиональные регламенты оценки специалистов, заказанные бизнесу еще три года назад, до сих пор отсутствуют. Предполагалось, что профессиональные саморегулируемые организации и ассоциации разработают такие регламенты, однако из предполагавшихся полутора тысяч на сегодняшний день готовы лишь 68. Причем две трети из них касаются сферы обслуживания – эти профобъединения оказались самыми мобильными.

Итогом мероприятия стало создание рабочей группы с участием всех заинтересованных сторон. Ей предстоит рассмотреть поднятые проблемы и решить, что делать дальше для исправления ситуации. «Если будет необходимость, мы и с законодательными инициативами выйдем», – резюмировал Владимир Пожаров.

■ **Марина ЛАЙКАСК**

О каких инвестициях в частное образование может идти речь, если эта сфера не должна приносить дохода

Участники круглого стола говорили о востребованности ЧОУ: многие новые специальности – такие, как визажист, флорист или администратор салонного бизнеса – можно получить только в них. «Нехватка квалифицированных кадров в салонах красоты около 30 процентов, выпускники нашей школы разбираются вмиг», – сообщила Наталья Парфенова.

А вот стать, например, монтажником окон ПВХ можно только непосредственно на производстве. «Таких специалистов просто нигде не готовят, хотя в этой сфере в нашей области занято около 10 тысяч человек, – рассказал директор ООО «СтройПластсервис» **Юрий Романов**. – Мне как работодателю приходится обучать пришедших с улицы людей методом наставничества, хотя гораздо проще было принять готовых специалистов. Мы обращались в ряд техникумов и ПТУ

дополнительной расшифровкой. Скажем, флориста – как продавца непродовольственных товаров, цветов и цветочных изделий, а ландшафтного дизайнера назвать садовником. Этот шаг поможет частично решить проблему, тем более что торги по образовательным услугам на 2012 год еще не начались. «Мы плотно сотрудничаем с частными образовательными учреждениями, больше половины объемов профессиональной подготовки и переподготовки приходится на них», – сообщил министр.

Тем не менее, представители ЧОУ жаловались на то, что на аукционах им сложно конкурировать с вузами и техникумами. «Потребности вузов полностью закрываются бюджетным финансированием, поэтому они могут сделать цену обучения на таких курсах очень низкой, – отметила

ЗНАЙ НАШИХ

В «Витрине» Балаково

Журнал – место, где встречаются люди и вещи, спрос и предложение

Одним из победителей конкурса «Волжский Муркурий-2011» стала балаковская предпринимательница Ирина Петелько. Всю жизнь проработавшая в системе образования, она в один прекрасный день оказалась вне этой системы. И нашла себя в совершенно другой сфере – издательском бизнесе.

Что интересно, не в большом городе, где издавать глянцевые журналы совершенно естественно, а в маленьком провинциальном Балаково. Журнал с броским названием «Витрина» вывел на другой уровень взаимоотношения людей и вещей: теперь не только покупатели смотрят на товар, но и товары живут своей жизнью.

Впрочем, направлений работы у **Ирины Петелько** изначально было много. Первым опытом было издание справочника «Куда пойти учиться в Балаково». Человеку, вращающемуся в сфере образования, легко было получить и первых клиентов, и первую информацию. С другой стороны, решиться на этот шаг было не так просто. «Учитель со стажем, я никогда продажами не занималась. Многие смеялись: зачем такой справочник нужен, если и так все всё знают», – рассказывает Ирина Анатольевна.

Тем не менее на справочник до сих пор есть устойчивый спрос, и он – расширенный и дополненный, переиздается каждый год. На очереди были справочники по здравоохранению и целой куче других направлений. «Но в один прекрасный день я поняла, что гораздо удобнее выпускать единый справочный журнал», – вспоминает Петелько. Прообразом его стало саратовское издание «Городская справка». При журнале была создана справочная служба – кстати, и поныне единственная в Балаково.

Хотя и новое издание не удовлетворяло всем запросам начинающей бизнес-вуман. «Да, очень информативно, но журнал не нес никакого эстетического начала. Все очень прагматично, малоэмоционально, никакой красоты, – говорит она.

Пришел черед цветной вкладки «Балаково-Ревю», в которой журналисты освещали культурные события города.

– Как раз в то время в России появлялся первый глянец и родилась мысль сделать красивый журнальчик для активных покупателей, – рассказывает Ирина Анатольевна, – тем более что для федеральных сетевых изданий наш город был не интересен – слишком маленький.

Первое время журнал так и назывался – «Практичный журнал для активных покупателей», но затем сменилось и название (он стал «Витриной»), и концепция. Не только люди смотрят на товар, но и товары как-то привлекают людей, живут своей жизнью. И витрина – это та граница, где встречаются люди и вещи, спрос и предложение.

Имея опыт маркетинговых исследований, Ирина Петелько изучила практически все журналы Саратова, Самары и окрестных регионов. В основу балаковского лег журнал «Нужные вещи» с его идеей business-to-business. «Меня иногда обвиняют в плагиате, но изучение рынка – логичный шаг начинающего бизнесмена. И не могу сказать, что мы полностью взяли какой-то журнал за основу. Скорее всего, понемногу ото всех»,– отмечает владелица.

Уже по ходу дела придумывали рубрики, темы.

– Иногда кажется, что вот эта идея должна выстрелить, но она не идет. А иногда наоборот. У нас нет интерактива, как на телевидении, но после каждого номера люди, знакомые, друзья звонят, делятся впечатлениями. Например, мы делали конкурс фотографий различных витрин. Думали, фотографии посыпятся, но нет. Не пошла, например, и идея с дисконтной картой «Витрины» – люди у нас еще пока к ним не приучены. Хотя мы наверняка к этой идее вернемся, – говорит Ирина Анатольевна.

О целевой аудитории журнала издатель говорит с осторожностью, Ирине хотелось бы, чтобы ею была группа «активных потребителей» от 20 до 40 лет, у которых уже есть дети и машины, которые могут позволить себе ужин в кафе, ездят отдыхать. В общем, активно живущие, состоявшиеся, состоятельные люди. Но, по сути, получается, что у журнала нет верхней границы, и читают его все – и молодежь, и люди более старшего возраста.

Кстати, принципиальная позиция издания – ни слова о политике. «У нас нет негатива, критики, а в политике я просто ничего не понимаю – моя карьера в этой сфере закончилась с членством в ВЛКСМ», – замечает предпринимательница.

При этом Ирина Петелько – сама активный пользователь, не боится конкуренции интернет-изданий, имеющих примерно ту же целевую аудиторию.

– Я сама фанат интернета. Он мой лучший друг. Но интернет – это как городская справка. Когда-то с появлением ТВ говорили, что умрет театр. Он не умер. С журналами то же самое. Пока есть люди, для которых важны тактильные ощущения, яркие образы – журналы не уйдут. Кроме того, это долгоиграющая информация. На ТВ, билборде вы лишь мельком узнаете о новом ресторане. В журнале можно посмотреть, и не раз, какая там еда, интерьер и так далее. Хотя о будущем говорить сложно. Не исключаю, что с уходом нашего поколения появится другое, так называемый «человек кликающий». И это будут люди уже другой ментальности.

Не боится бизнесмен и off-line конкуренции, хотя в городе работает 12 радиостанций и 4 телеканала. Но еще одного глянца в городе нет, хотя попытки предпринимаются постоянно. «Коллеги пытаются повторить идею городской справки, хотя, к сожалению, и на более низком уровне. Догнать нас вполне реально при наличии профессиональной команды, но такой я пока не видела, – говорит Петелько.

Разговор о команде не случаен, а в рамках такого небольшого города весьма актуален. – Больше половины рабочего времени Ирины уходит на поиск и доучивание сотрудников. «У нас очень трудно найти хорошего дизайнера. Своего первого я полгода переманивала из Москвы. Не хватает копирайтеров, журналистов, менеджеров по продажам, приходится каждого человека учить самостоятельно. Достаточно большая текучка кадров: люди творческие, им хочется расти, а возможности журнала и города ограничены», – отмечает издатель.

Отдельная тема – менеджеры по продажам. «Когда я даю объявление, выстраивается очередь. Но для меня важны не корочки или опыт работы, важен результат. Продуктивная работа невозможна, если клиенты не доверяют менеджеру, ведь мы по сути продаем не страницу в журнале, а решение проблем клиента. Для этого нужно его полюбить, выслушать, понять и постараться помочь. И этому, в отличие от техники продаж, научить не получится», – констатирует Ирина Петелько.

Рекламодатели журнала, как правило, клиенты из близлежащих Хвалынска и Вольска, хотя есть много и саратовских фирм, торгующих дорогими или эксклюзивными вещами – машинами, косметологическими услугами, – им интересна аудитория журнала.

Журнал уже давно вышел из-под крыла своего создателя, и коллектив автономно справляется со своей работой. «Мои ребята могут работать полностью самостоятельно. Но я свою роль идейного вдохновителя и арбитра не бросаю. Я не могу писать или выполнять работу дизайнера, но у меня хорошо выходит вселять в людей уверенность. Кроме того, я получаю огромное удовольствие от создания чего-то красивого, чего в нашей жизни часто не хватает», – говорит издатель.

Первые два года журнал едва выходил в ноль, а иногда и в минусе оказывался. Ирина могла себе это позволить, подпитывая журнал за счет других направлений бизнеса. Сейчас журнал вышел на тот уровень, когда есть пусть небольшая, но прибыль. Журнал развивается: вырос тираж, в каждом номере – более 48 страниц. Планируется увеличить число страниц, изменить формат, обложку.

– Не меняться невозможно, когда глаз замыливается, работать уже не так интересно. Но я иногда себя чувствую как писательница, которую спрашивают: а что дальше будет с вашим героем? И могу ответить так же, как она: я пока не знаю. Хотя идеи, безусловно, есть, – заключает предпринимательница.

Наталья МАКСИМОВА

ЕСТЬ ИДЕЯ!

Шкаф на аутсорсинге

Всем известны две взаимосвязанные женские проблемы: «нечего носить» и «нет места в шкафу». Если первая из области психологии, то вторая вполне разрешима и без медицинского диплома. Лондонский стартап Vault Couture тем и занялся – начал предоставлять услугу хранения и каталогизации предметов гардероба.

Обеспеченные люди покупают одежды больше, чем им реально необходимо. И все эти новинки моды надо куда-то складировать. Vault Couture предлагает для этого свой склад в центральной части Лондона. Компания забирает клиентские вещи, снимает их на манекене со всех сторон, заносит фотографии и описание предметов в электронный каталог и присваивает каждой вещи штрих-код, по которому затем будет отслеживаться ее перемещение. В дальнейшем клиент через компьютер или приложение для iPad сможет визуально выбирать то, что он или она захочет скоро надеть, и заказывать доставку в любую точку мира. Что удобно, например, при поездках – не нужно с собой таскать весь гардероб.

В Vault Couture вещи заодно чистятся и чинятся. Любимым платьям и смокингам обещают надлежащие условия хранения: проветриваемые помещения, «дышащие» коробки и чехлы.

Учитывая, что клиентами Vault Couture будут явно обеспеченные люди, ценник за годовое обслуживание начинается от 2000 фунтов. Однако расширение квартиры для хранения всей одежды дома обойдется явно дороже. И при этом места в шкафу все равно будет не хватать.

Кстати, описываемый сервис пригодится еще и для покупки-продажи подержанных вещей. Так что стоимость обслуживания можно даже окупить.

Пир на весь мир

Интересный способ дать поварам-любителям необычный и веселый кулинарный опыт, а себе – привлечь клиентов, придумал ресторан Un Jour, Un Chef («Один день, один шеф-повар») в Париже. Он приглашает желающих примерить на себя колпак шеф-повара и реализовать свои кулинарные фантазии в масштабе целого ресторана. Бесплатно, но только однажды.

Чтобы стать шеф-поваром одного дня, не требуется быть профессионалом – приглашаются все любители готовить и вкусно поесть. Кандидату на место шеф-повара необходимо составить свое меню (закуски, основные блюда, десерты) и согласовать его с рестораном. В назначенный день бразды управления кухней Un Jour, Un Chef передаются неофиту ресторанного бизнеса. Накормить клиентов заведения несъедобной едой, впрочем, вам не дадут – все под контролем настоящего шеф-повара.

Ресторан берет на себя снабжение продуктами и предоставляет кухонный персонал. Участие новоиспеченного шеф-повара в приготовлении еды – в меру его желаний и умений.

Блюда, приготовленные под руководством шеф-повара одного дня, предлагаются клиентам заведения. Основной коммерческий расчет Un Jour, Un Chef делается на компании друзей и родственников временного шеф-повара, который может быть одновременно и виновником целого торжества, например, по случаю своего дня рождения.

Основатели Un Jour, Un Chef намерены искать и поддерживать талантливых любителей кулинарии. Чтобы сохранять с ними контакт, при ресторане создан клуб шеф-поваров одного дня.

Ничего не скрывая

Медицинские маски периодически становятся очень популярным продуктом. А раз продукт популярен, значит, есть место инновациям. Примером можно привести японскую компанию «Сеть благополучия», выпускающую прозрачные медицинские маски.

В каждодневной ситуации тканевая маска лицо человека не красит, да и в пользовании неудобна. Masclear же, наоборот, все человеческие эмоции показывает не тая и дышать не мешает. Дело в том, что эта прозрачная маска сделана из пластика и вплотную к лицу не прилегает, но при этом выполняет основную свою функцию – снижает риск заразить окружающих.

Расчет «Сеть благополучия« прежде всего делает не на рядового потребителя, а на бизнес. К примеру, розничную торговлю и общественные учреждения, где персонал при пандемиях обязуют носить средства защиты. Здесь ведь надо не только беречь клиентов от болезней, но еще и улыбаться им, устанавливая доверительные отношения.

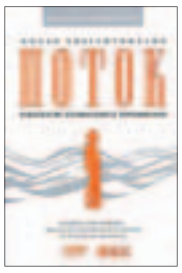
Помимо прозрачности Masclear еще и обладают утилитарными преимуществами: легко моются, дезинфицируются и не портят макияж. В общем, если на практике окажется, что маски нормально держатся на лице, то будет «золото», а не продукт.

ПОЧИТАЕМ

Книгу – на стол

В 2011 году в России было выпущено немало хороших бизнес-изданий. Представляем некоторые из них.

Михай Чиксентмихайи «Поток. Психология оптимального переживания». *Альпина нон-фикшн*



Американский профессор с труднопроизносимой венгерской фамилией рассказывает, как испытывать удовольствие от того, что делаешь. Его концепция «потока» – как раз о состоянии глубокой вовлеченности. Тема модная, причем давно. На фоне кризиса книга приобретает особую ценность.

Раймонд Фисман, Эдвард Мигель «Экономические гангстеры». *Альпина бизнес букс*

Авторы скрупулезно разбирают экономику коррумпированных авторитарных режимов в Азии, Африке и делают весьма оптимистичный вывод: промышленность и доходы населения могут быстро расти, даже если власти погрязли в воровстве. А приход демократичного правителя вовсе не означает автоматического роста экономики. Актуальная для России книга.

Ник Лисон «Как я обанкротил «Бэрингз». *Кейс*

История краха старейшего британского банка, рассказанная самим его виновником, читается то как остросюжетный триллер, то как исповедальная проза. Где лежит грань между делегированием полномочий и халатностью? Руководители до последнего игнорировали махинации Лисона. К слову, история повторяется: в 2011 году из-за действий трейдера банк UBS AG потерял $2 млрд.

Уильям Дрейпер «Стартапы. Профессиональные игры Кремниевой долины». *Эксмо*

Соглашаясь финансировать стартапы, венчурный инвестор покупает кота в мешке. Но ведь и сам инвестор – тот еще черный ящик. С этим согласится каждый стартапер, которому хоть раз отказывали в инвестициях. Как и тот, кому в них хоть раз не отказали. Как смотрят на мир венчурные капиталисты, читайте рассказ от первого лица.

Лоуренс Макдональд, Патрик Робинсон «Колоссальный крах здравого смысла. История банкротства банка Lehman Brothers глазами инсайдера». *Альпина бизнес букс*

Самая субъективная из написанных на сегодняшний день книг о финансовом кризисе. Назло многочисленным банкирам-мемуаристам, бывший вице-президент Lehman Brothers подал ее в жанре приключенческой повести.

СДЕЛАНО В САРАТОВЕ

Просто «Мария»

В компании считают, что залог успеха – хорошо обученный персонал

Мебельная фабрика «Мария» умудрялась наращивать продажи даже в кризис, а сегодня она так стремительно завоевывает регионы и страны СНГ, что не сразу и вспомнишь, что корни у этой компании саратовские. И производство кухонь находится именно здесь, в областном центре.

Как нужно строить бизнес, чтобы непрерывно расти? Эти и другие вопросы – в нашем разговоре с директором торгового дома «Кухни Мария» **Григорием Гейфманом**.

Дело в команде

– Вспоминается кризис: стройки встали, деньги кончились, планы рухнули. А фабрика «Мария» как раз в 2008-м выделяет сбыт и сервис в самостоятельную структуру и готовится к выходу на новые рубежи.

– Да, так и было: розница была выделена в дочернюю компанию, которую мне предложили возглавить. До этого у фабрики было всего 14 студий, а сегодня собственных студий 66, а вместе с дилерскими – 260. И мне не кризис запомнился, а то, что за три года продажи выросли в 4,5 раза. На 2008-09 годы мы планировали довольно скромные цифры, а по 2010-11 годам достаточно точно попали в прогноз. Есть же простой расчет: в России живет 130-140 миллионов человек, это примерно 35-40 миллионов домохозяйств. Статистика показывает, что активная часть населения раз в 4-8 лет меняет кухню. Да даже если мы будем пессимистами и скажем, что кухни меняют раз в 15 лет, все равно получается 2,5 миллиона кухонь в год. Вот такой это рынок! А фабрика «Мария» в 2011 году произвела 32 тысячи кухонь, что составляет чуть более одного процента рынка. И даже если мы вырастем в 10 раз, мы все равно не станем монополистами, нам все равно будет куда расти.

– Вы делаете кухни бизнес-класса, а это как раз сегмент капризный и достаточно конкурентный.

– Мы в среднем растем на 60-70 процентов в год и в своем сегменте занимаем порядка 10-13 процентов рынка. Как нам удается быть на шаг впереди – разговор долгий. Я попал в компанию, в которой главные акционеры долго работали на достижение общей цели и были равнодушны к обычным соблазнам. Ведь часто российский предприниматель с первого дохода покупает замечательный автомобиль, со второго начинает ездить по миру, а с третьего – думать, а зачем мне все это нужно? Так вот, я попал в творческую, генерирующую компанию, с очень хорошим потенциалом, где люди строили эволюционным методом сложное производство и параллельно развивали все процессы, необходимые для создания бренда. Я был призван под конкретную задачу – выстроить розницу, найти уникальные достоинства, которые позволят увеличить объем продаж, и так организовать сервис, чтобы клиент остался доволен.

Но сказать, что я один поставил этот супербизнес, создал методологию и отшлифовал процессы, будет совершенно неправильно. Да в одиночку это просто нереально! Все сделала правильно сформированная команда. Работу с персоналом у нас возглавляет специалист по HR, которого переманили из «Вим-Биль-Данн». Еще у нас замечательный маркетолог, два директора по продажам, которые выросли из дилеров. Раньше они продавали по 50 кухонь, а теперь контролируют продажи тысяч. Есть еще у нас такая внутренняя структура – отдел развития, который отвечает за открытие новых студий. Его задачи – правильный выбор места, отделка помещений, вывеска, выкладка товара, документация и кадры. Все бизнес-процессы автоматизированы, например, о любой студии можно узнать, когда она открылась, когда был ремонт, сколько она продает и т.п. В общем, я пришел в компанию, где работало 90 человек, включая сборщиков мебели, а сейчас трудится больше тысячи. И мы еще приглашаем людей.

Не продавец, а дизайнер

– Продавцов?

– Дизайнеров, мы ни в коем случае не называем их продавцами. Это действительно не только продавцы, они должны так много уметь, что пожелай я поступить в школу дизайнеров фабрики «Мария», у меня бы не было шансов. Наш дизайнер должен знать ассортимент продукции, знать, как устроены кухни, он должен уметь дизайнерски располагать предметы обстановки, знать графические компьютерные программы и стандартные, нашу ERP платформу. У нас во главе угла стоит не продажа, а сервис. К вам приезжают на дом наши консультанты, делают замеры, определяют вместе с вами, как расположить предметы будущей кухни, чтобы все встало идеально. Затем вам нужно посетить студию, чтобы своими глазами увидеть образцы кухонь, понять, что вам нужно – классику или модерн, кантри или техно. И здесь уже вступает дизайнер, который на ваших глазах нарисует будущую кухню. Вы, впрочем, можете нам по электронной почте прислать рисунок комнаты и свои пожелания, а мы вам отправим предложения из каталогов, но прийти в студию лично и подписать договор вам все равно придется.

– Получается, дизайнер – центральная фигура? Как вы их мотивируете?

– Сначала у нас дизайнер получал 3% от стоимости проданной им кухни. И это было не оптимально, потому что девушки тут же начали предлагать клиентам то, что дороже. Пошли слухи, что кухни «Мария» – это что-то запредельное по цене. Тогда мы поменяли схему мотивации: дешевая кухня в плане вознаграждения стала дороже, а дорогая – дешевле. Мы объяснили персоналу, что тот, кто продал десять кухонь по 100 тысяч рублей, для компании ценнее, чем тот, кто продал одну за миллион.

– А как человека убедить сделать покупку?

– Если человек пришел в магазин мебели, у него уже есть желание поменять обстановку, может быть, пока не сформированное. И тут важно ни в коем случае не задавать тупой бестактный вопрос о сумме, в которую человек намерен уложиться, потому что это просто унижает. Начинать лучше с недорогих комплектаций: клиент на них смотрит и чувствует, что может позволить себе больше.

В общем, как только мы поменяли мотивацию, мы перестали быть очень дорогой компанией, и эффективность дизайнеров выросла. Сейчас наше условие: дизайнер должен продавать от трех кухонь в месяц. Лучшие, кстати, продают в месяц по 15-18 кухонь. У нас в каждой студии стоят счетчики посетителей, регистрируется, кто зашел, кто сел за стол дизайнера, скольким человекам сделаны замеры, сколько в итоге было куплено кухонь.

– Отбор серьезный?

– И отбор, и последующий отсев. Самое, пожалуй, важное, – это умение общаться, умение выслушать. Наши потребности на этот год таковы: 40 новых студий – 260-280 дизайнеров. Обучение бесплатное, это значит, что компании оно обходится в 45-50 тысяч рублей на человека.

– Хорошо, проект утвержден, клиент согласен. А дальше что?

– Дальше поставка готовой кухни. Мы проанализировали данные за несколько лет и поняли, что 50% клиентов переносят сроки. Поэтому предварительно мы звоним и предлагаем либо подтвердить срок поставки, либо быть готовым к тому, что хранение будет платным. Обычно это стимулирует клиента. После того, как кухня собрана, деньги уплачены, служба доставки должна на специальных крючках повесить на двери соседних квартир и на подъезд брелоки с координатами «Марии» и разной полезной информацией типа экстренных номеров, справочных служб и т.п. На подъезде нужно также повесить рекламу и все сфотографировать. Это просто, но эффективно, особенно в новостройках. В районах новостроек мы еще и ставим бесплатно доски объявлений с логотипом и координатами компании – тоже отлично работает.

Единственная и неповторимая

– А открыть студию сколько стоит?

– Затраты можно посчитать из таких данных: 17 тыс. рублей на квадратный метр мы тратим на ремонт и еще столько же – на образцы. При средней площади студии в 150 кв.м затраты составляют 6 миллионов рублей, срок открытия – 60-80 дней.

– А сами кухни в какую сумму обходятся покупателям?

– Нижняя граница – 50-70 тыс. рублей, верхняя – 1300-1400 тысяч. Средняя цена 220 тыс. рублей, это бизнес-класс, в Москве мы его позиционируем как «эконом+».

– Торговый дом сейчас на пике формы? Вас все устраивает?

– Что вы! У нас множество недостроенных процессов. Их количество так велико, что у нас есть целая служба постановки задач, которая наши потребности систематизирует, переводит в язык алгоритмов и реализует в программной платформе. Например, у нас процесс создания рисунка интерьера вашей будущей кухни занимает порой несколько часов. Наша задача ускорить процесс, для чего нанята канадская компания, которая должна изменить платформу. Или, например, пока нас не устраивает ситуация с продажами нового продукта – мебели для ванных комнат.

– Риски каковы? Все же кухни «Мария» стоят серьезных денег, особенно для регионов.

– Рисков никаких, ведь мы работаем только по заказам и частичной предоплате. Мы не работаем на склад, мы делаем кухню только, когда вы этого захотите и заплатите нам какие-то деньги. Наша кухня нестандартная, она только для вашей квартиры. Поэтому у нас нет остатков, дебиторской задолженности, но для ритмичной работы нам нужен постоянный поток заказов. Отсюда такое огромное внимание обучению персонала, шлифовке всех процедур. Ведь для нас жизненно важно, чтобы любой процесс заканчивался улыбкой довольного клиента.

Вопросы задавала Галина ВАСНЕЦОВА

PROсвет

Мелодии шелка

В Саратовской консерватории открылась выставка батика

Из нежной и тонкой материи прикосновением красок сотканы мелодии ассоциаций Ирины Килочек. Полёт её фантазии создаёт на шёлке танцующие созвездия, сказочные существа, сплетающихся бумажных змеев, волшебные цветы, скрипку, поющую флейту... На открывшейся выставке художница представляет и стилистически знакомые зрителю композиции, и экспериментальные, созданные за последние два-три года.

– Ирина, у вас какие-то особые взаимоотношения с музыкой?

– Музыку я превозношу. Работаю над батиком и могу думать о ней, вспоминать... Законы гармонии для всех искусств одинаковы. Но живопись и музыка имеют, действительно, параллельные средства выразительности. Поэтому выставлять свои работы в консерватории мне особенно приятно.

– Часто ли художнику, тем более «прикладнику», удаётся показывать публике свои произведения?

– К сожалению, совсем не часто. Одну выставку в 2-3 года. Ведь каждая выставка – это новые работы, а их ещё надо выносить и создать. Выставочным проектам нужны спонсоры и менеджеры, а художнику – возможность работать.

– То есть работать менеджером вам не по душе?

– Я художник, и когда приходится заниматься то продвижением, то бытовыми проблемами, меньше жизни остаётся для творчества. Поэтому я за специализацию: кто-то умеет создавать творческий продукт, кто-то продавать – пусть каждый занимается своим делом.

– А когда вы поняли, какое дело – ваше?

– Сколько себя помню, рисовала всегда, с раннего детства. Ушла из музыкальной школы и занялась рисованием вплотную. Поступила в Саратовское художественное училище, а так как до этого начала интересоваться модой, текстилем, выбор профессии текстильного дизайнера был для меня естественным.

– И вы пришли работать на Камышинский хлопчатобумажный комбинат...

– В качестве художника-дизайнера. Строгие рамки работы на комбинате, когда творческим процессом управляет технология, многому меня научили. Например, работе над композицией. Но и стремление к творчеству, не скованному особенностями производства, росло. Поэтому воспользовалась тем, что было под рукой – красками и тканями. Всерьёз я занялась батиком в 1987 году – это были станковые вещи. Одна из первых работ хранится до сих пор в моей коллекции.

– Что было потом?

– Творчеством занималась в свободное время. Когда подросли мои дочери-близняшки, я решила продолжить образование. Учёба в Екатеринбурге, в Уральском госуниверситете была своеобразной компенсацией невозможности закончить творческий вуз. Учиться оказалось очень интересно, но нелегко, как и многим, кто работает и учится одновременно. Через какое-то время я стала главным художником Камышинского ХБК. Сейчас, насколько мне известно, там выпускают только суровую ткань. Отделочное производство закрыто.

– Читала о вашем участии на международных текстильных выставках. Это тоже было в период работы на комбинате?

– Да в середине 90-х мне посчастливилось участвовать на текстильных выставках в Германии – известных в Европе «INTERSTOFF», «HEIMTEXTILE». Вообще, любая выставка для художника – мощный стимул самосовершенствования.

– Может ли творчество сегодня прокормить художника?

– Во всем мире за счет продажи своих работ живет безбедно лишь два процента художников. Все остальные вынуждены преподавать. А у нас, когда художников выгоняют из мастерских (даже в Москве – академиков!), и зарплата педагогов далеко не западная, художника вынуждают не об искусстве думать, а о хлебе насущном.

Реализация произведений искусства требует культурного слоя и культурных усилий. Три галереи на почти миллионный город – это дико по европейским масштабам. Там в любом городишке их 20-25. Сейчас любой культурный проект может существовать только на средства от грантов или спонсоров.

– Наверное, городу нужны не только выставочные залы, но и фестивали, ярмарки, открывающие новые возможности и художнику, и зрителю?

– И как можно больше! Прошедший фестиваль «Город мастеров» в художественном училище это показал.

– Приходилось ли вам уже в 2000-е годы выставляться за рубежом?

– Близкие люди мне помогли устроить выставку в Испании, в частной галерее. Тогда меня поразило, что в ресторанчиках небольшого городка можно увидеть подлинники работ известных художников – из личной коллекции владельцев кафе и ресторанов. Я почувствовала трепетное отношение ко всему эксклюзивному, единичному, авторскому.

– А что сегодня в Саратове можно предложить ценителю батика – станковые работы или шарфы, платья, палантины?

– Мне станковые вещи всегда интереснее. Но без прет-а-порте высокая мода не выживает! Композиции, приемы, найденные в станковых вещах, приживаются и в прикладных. Продаётся всё равно очень мало вещей – по ценам, едва перекрывающим затраты на материалы.

– Кстати, о технике. В чём особенность «горячего батика», который вы используете?

– Техника эта очень древняя, и, следовательно, работа хлопотная и многотрудная. Белая ткань покрывается расплавленным воском, потом специальными красками, сохнет, опять покрывается... и так множество раз. После многих операций по удалению воска из ткани и закрепления красок в волокне шелка мы имеем струящийся, сверкающий шелк, повторить рисунок которого уже нельзя. Получается уникальная авторская работа.

– Ирина, как думаете, можно ли наладить связи с элитными ателье, с модельерами?

– Мой опыт создания одежды из расписанного шёлка – в том числе и коллекция «Арабески» – показал, что саратовские дамы не созрели до уникальных туалетов с ручной росписью. Одно время мои вещи удачно продавались в бутике **Ирины Романовой**, но он, увы, закрылся. А для других магазинов Саратова они кажутся слишком дорогими. Был у меня и опыт продаж в Москве, но этим нужно серьёзно заниматься: исследовать рынок, разбрасывать предложения, фактически жить там, плюс тратить средства на поездки и показы. Делать это у меня не всегда получается.

– Мне кажется, ваш потенциал творческой личности еще не до конца раскрыт...

– Я люблю работать с молодёжью – в качестве педагога работала в институте СИБиД, колледже СГТУ, сейчас преподаю в воскресной школе при Храме Рождества Христова. Недавно вместе с дочерью Аней и нашими учениками мы сделали настоящий кукольный театр и поставили «Снежную королеву» по Андерсену. Совсем новые творческие радости! С удовольствием делюсь своим опытом на мастер-классах. И хочется ещё многое сделать, попробовать новые техники и виды арт-текстиля.

– А когда талант продолжает жить в дочерях, это радует?

– Я действительно рада за Дашу и Аню. После Саратовского художественного училища они уехали в Москву, поступили во ВГИК, на художника кино по костюмам. Аня увлеклась прикладным искусством. Даша учится в аспирантуре, работает в московской «Новой драме», ещё успевает писать картины. Музыки и у неё хватает, её муж – композитор!

Юлия СЕРГЕЕВА

ХОРОШЕЕ ДЕЛО

И, конечно, припевать

Люди, занимающиеся бизнесом, талантливы и в других сферах жизни. Так решили в общественном благотворительном фонде «Благодать» и запустили конкурс «Мелодии бизнеса».

По мнению организаторов, достойный вокалист может найтись в любой саратовской компании – независимо от ее численности. Однако представить свои таланты на суд общественности пока решились лишь 14 участников. Их видеоролики выложены на музыкальном портале *www.muztube.ru*. Там же проходит и открытое голосование посетителей сайта. На момент сдачи номера лидировали ролики **Елены Казаковой** из «Т&К Профешнл» и **Алексея Гальцова** из ООО «Сервис Пак».

Проголосовать за участников можно до 28 февраля. Итоги конкурса будут подведены 29 февраля в ресторане «Околица», где пройдет награждение победителей и большой гала-концерт. На нем выступят участники сразу двух вокальных конкурсов – «Мелодии бизнеса» и «Творчество без границ». Последний организован благотворительным фондом «Благодать» совместно с министерством социального развития области и региональным Центром по обучению и реабилитации инвалидов среди людей с ограниченными возможностями.

Партнерами конкурсов выступают ТПП Саратовской области, ОАО «СЭПО» и ООО «Рациональ».

Блинов поесть, в снегу поваляться

Дом-музей Павла Кузнецова приглашает всех желающих на проводы Масленицы. В программе праздника – традиционные народные развлечения, блины, музыка и художественные акции.

Посетителей ждут заборная выставка художников-граффитистов «mARTсленица» – **Олега Зябкина**, **Викентия Беликова**, **Александра Гнутова**, **Сергея Тощева**, **Никиты Комкова**, **Павла Бармина**, **GuðLeifr** и других; традиционные костюмированные масленичные бои – «ТОРИИ» (Творческое объединение ролевые игры и история), а также художественная акция «Весна 2012» **Алексея Трубецкова**.

Посетители смогут поучаствовать в коллективном изготовлении чучела масленицы, хороводах, а также игре в снежный пушбол.

Мероприятие бесплатное, а потому вход на территорию в национальных костюмах, с блинами, пирогами, вареньем, мёдом и другими угощениями только приветствуется.

Дом-музей Павла Кузнецова (Саратов, ул. Октябрьская, 56), 26 февраля с 12.00 до 17.30

WEEKEND С ДГ

Ни окон, ни дверей

МХТ мени Чехова привезет в Саратов «Дом» Евгения Гришковца. Поставил пьесу известный российский режиссер и востребованный киноактер Сергей Пускепалис.

Сергей – бывший артист Саратовского ТЮЗа, подавшийся в свободное плавание лет 10 назад и успевший за это время побывать главрежем нескольких театров и сняться в череде приличных фильмов. Привезти в Саратов «Дом» Пускепалис пообещал еще в ноябре – во время театрального фестиваля памяти **Олега Янковского**. И сдержал обещание.

Сюжет, как почти всегда у Гришковца, очень прост, немудрён: героя охватывает, как недуг, желание обзавестись домом, но зарплаты врача и всех его накоплений на дом не хватает. Спектакль превращается в одиссею, в походы по друзьям с просьбой дать в долг. Пускепалис – как режиссер – чувствует смешное, умеет рассмешить, что можно назвать редким талантом. Для каждого собеседника главного героя (актер **Игорь Золотовицкий**), для каждого его друга режиссер сочиняет целый номер, почти цирковую репризу, поэтому каждый характер заостряется до какого-то предела и даже уходит за пределы.

Актерам вообще с ролями в этом спектакле повезло, и не только Золотовицкому – изумительные образы достались **Владимиру Краснову** и **Алле Покровский**, они играют тестя и тещу главного героя, но отождествляются с его дедушкой и бабушкой. И **Эдуард Чекмазов**, и **Стас Дужников** – друзья героя, и **Кристина Бабушкина** – его жена, и все остальные работают с видимым удовольствием, и наблюдать за ними – тоже одно удовольствие.

29 февраля и 1 марта, Саратовский театр драмы, начало в 18.00

Девочка-скерцо

Песни Ольги Арефьевой четкой классификации по жанрам не поддаются. Было время, когда Ольга увлекалась блюзом и рэгги, а потом вместе со своей группой «Ковчег» легко переходила на фолк.

В Саратов певица привезет акустическую программу «Анатомия» с участием **Петра Акимова** (виолончель) и **Сергея Индюкова** (скрипка). Двойной альбом «Анатомия» сам по себе довольно старый альбом, однако со временем программа стала расширяться, значительно варьироваться и включила в себя как лучшие песни из «Анатомии», так и совершенно новые или, напротив, старые и забытые песни, удачно звучащие в малом составе.

Петр Акимов был первым по времени и главным по значению музыкантом, которого судьба послала Ольге. «У Пети настолько глубокое проникновение в музыку, что он наполовину не на земле, – говорит она. – Это очень яркий момент: наконец-то человек слышит песню так, как она заложена в божественном, космическом, изначальном варианте. Он придумывает партию виолончели – вторую тему, без которой я потом не могу представить песню».

Ольга Арефьева — автор музыки и практически всех текстов более чем 300 песен. На сегодняшний день ею записано тринадцать музыкальных дисков.

10 марта, рок-клуб «Варьете», начало в 20.00

Продать душу

Картина «Фауст» режиссера Александра Сокурова стала главной сенсацией российского кинематографа прошлого года. Она получила «Золотого льва» на Венецианском кинофестивале с формулировкой «фильм, меняющий навсегда каждого его посмотревшего».

В основе картины – первая часть «Фауста» Гете, повествование которой строится, в основном, вокруг любовной линии Фауст-Маргарита. Снимать масштабное полотно было решено не в России и не на русском. В окрестностях Праги выстроили целый город, снимали в Исландии, в планах были съемки в Ватикане, но на них не хватило денег. Общий бюджет фильма составил 9,3 миллиона евро.

Актер **Антон Адасинский**, сыгравший Мефистофеля-ростовщика, рассказывал, что снимали буквально с опасностью для жизни – съемочной группе приходилось работать и на леднике, и среди гейзеров, и около вулканов. Другие актеры были в основном немецкие - главную роль сыграл театральный актер **Йоханес Цайлер**.

В конкурсе Венецианского фестиваля у Сокурова были достойные соперники – **Дэвид Кроненберг**, **Роман Полански**, **Тодд Соллондз**, **Абель Феррара** и другие звезды, однако Сокуров с легкостью обошел их.

«Фауст» производит колоссальное впечатление. Потрясает буквально все - фантастическая актерская игра, необыкновенное изображение, меняющееся в каждом кадре и по цвету, и по состоянию, декорации, костюмы.

На торжественной церемонии награждения, вручая «Золотого льва», председатель жюри **Даррен Аронофски** отметил, что решение отдать главный приз «Фаусту» жюри приняло единодушно, так как «это один из тех фильмов, который навсегда меняет всякого, кто его увидит».

Дом кино, с 1 марта

НА КОНЕ

Найдется все

Создание качественного поиска – это пожизненная задача, считают в «Яндексе»

Прошлогоднее IPO «Яндекса» достойно книги рекордов Гиннесса. Показав $11 млрд капитализации и принеся $1,43 млрд привлеченных средств, оно стало крупнейшим в мире в высокотехнологичном секторе в 2011 году. А генеральный директор компании Аркадий Волож, владеющий 19,7% акций, в одночасье стал новым российским миллиардером.

IPO компании сделало Аркадия Воложа миллиардером

Сегодня «Яндекс» – это не только самая популярная поисковая система Рунета – на ее долю приходится свыше 60 процентов запросов, но и более 30 различных сервисов. Самыми популярными являются Яндекс.Картинки, Яндекс.Почта, Яндекс.Карты, Яндекс.Новости, Яндекс.Погода и другие.

В 2010 году компания запустила англоязычную версию своей поисковой системы на домене yandex.com и таким образом вышла на международный уровень. Был открыл портал для Беларуси и поиск на татарском, запущен региональный поиск для Украины, запущена программа работы со стартапами. Осенью 2011 года «Яндекс» вышел на поисковый рынок Турции – запустил соответствующий портал и открыл офис в Стамбуле.

Практически все доходы компании – 98% – это доходы от рекламы. Преимущественно, контекстной. Руководство компании с оптимизмом смотрит в будущее: рынок интернет-рекламы сейчас растет в России примерно на 40% в год.

Елена Колмановская, главный редактор и директор по маркетингу «Яндекса», о временах, когда «Яндекс» только начинался, и о сегодняшнем дне компании:

– Историю «Яндекса» уместно начать со школьной скамьи. **Аркадий Волож** и **Илья Сегалович** сидели за одной партой в алма-атинской физматшколе. Оба поступили в московские вузы, и в 1986 году, благополучно их закончив, серьезно занялись программированием. В 1989-м Воложем и американцем **Робертом Стабблбайном** была создана компания CompTek, на базе которой впоследствии и появился Яндекс.

Идея морфологического поиска возникла где-то в 90-х. Тогда, конечно, невозможно было представить, что это станет важнейшим сервисом в ещё не существовавшем интернете.

Разработчики взяли за основу обратный словарь **Зализняка**, связались с выдающимся лингвистом **Апресяном**; было очень интересно в этом разобраться, а потом запрограммировать.

В 1996-м, когда я пришла в компанию, было уже более или менее понятно, что такое поиск, были какие-то продукты на дискетах – текст и поиск по нему. И было ясно, что это ещё не бизнес. Раз в неделю кто-то к нам приходил, покупал программу за сколько-то долларов. А технологии интересно развивать. Илюша и ребята стали думать, куда бы их применить, и сделали поиск по сайту.

Был и второй продукт. Тогда существовала ровно одна поисковая машина, которая хоть как-то понимала кириллицу, и звали ее AltaVista. Она понимала кириллицу неважно: не различала кодировки, в коротких словах путала русский с японским, потому что она понимала не язык, а кодовую последовательность. И все кириллические языки – болгарский, украинский, русский – она вообще не отличала. Но что-то она понимала, и это было потрясающе. А мы к ней доделали морфологический поиск, которого у неё не было. Так получился словарный сервер Яндекс.Dict.

В 1997 году мы сделали страничку www.yandex.ru. После программы для индексации сайта мы решили проиндексировать весь интернет. Написали робота. В то время объем всего русского интернета составлял 5-7 Гб, причем половина его была не в домене .ru. Мы поиск в интернете сделали как демонстрацию: вот, берём тексты про что угодно и прямо по ним ищем. Мы тогда не знали, что это и бизнес, и интересная задача на всю жизнь.

К 2000 году, когда «Яндекс» стал самостоятельной компанией, другие поисковики уже вовсю давали контекстную рекламу. Это придумали не мы, а компания Infoseek году в 1994. Вскоре после запуска поиска стали приходить желающие купить рекламу на www.yandex.ru, мы подумали и решили, что на поиск не стоит вешать рекламу, которая мешает действию. Идея контекстной рекламы нам понравилась гораздо больше, чем просто какие-то красивые картинки, баннерные сети и прочее. Поэтому на первой странице мы сделали место под медийную рекламу, а в поисковой выдаче мы сделали контекстную. Тогда она ещё была не текстовая, как сейчас в Яндекс.Директе, а баннерная. Но эти баннеры были связаны с запросами. Стали рекламу размещать и даже за неё получать какие-то деньги, и постепенно переходили от картинок к тексту, и от размещения по показам к размещению по кликам, да ещё и по аукционному принципу – то есть цену устанавливаем не мы, а рыночная конкуренция.

Интернет очень быстро рос. Работала положительная обратная связь: есть контент – есть смысл становиться пользователем, есть пользователь – есть, ради кого делать контент. Мы увидели, что число страниц, которые мы индексируем, начало расти экспоненциально. Потому что от нуля легко расти экспоненциально.

Примерно в то же время к нам пришел **Юрий Мильнер**, который сейчас хозяин Mail.ru и многих других проектов. Мы с ними сделали аукцион, который назвали molotok.ru, и narod.ru – бесплатный хостинг сайтов. В процессе работы у нас разошлись представления о том, как устроена жизнь, и мы развелись по взаимной любви и согласию.

Идеал для Mail.ru – когда человек к ним зашел и не вышел вообще. Тут и почта, и друзья. Если весь остальной интернет завтра исчезнет, Mail.ru с удовольствием займет его место. У нас все наоборот. Если сайты исчезнут, нам нечего будет искать. И мы не стараемся удержать пользователя у нас на сайте, ведь в поиске, чем быстрее пользователь от нас ушел, тем лучше мы сработали, он быстро нашел ответ. И, скорее всего, он придет к нам со следующим вопросом. Мы в этом смысле не претендуем на то, что мы – дом пользователя, место, где он всегда живет. Мы, скорее, портал в классическом смысле слова – вход. Мы сервис, как водопровод или канализация. И с точки зрения бизнеса оказывается, что это работает. Наш оборот больше, чем у каких-либо других порталов в России.

У нас больше 80% монетизации – контекстная реклама. Человек к нам приходит за ответом, и контекстная реклама является одним из его вариантов. Эта схема замечательно работает. Потому что когда я хочу купить велосипед, – а таких запросов много, – я с удовольствием узнаю, что вот в этом магазине есть скидка на велосипеды.

Мы хотим, чтобы человек нашел. Если не нашел у нас, то пойди и найди в другом месте – именно для этого мы и поставили ссылки на другие поисковики. У человека должны быть варианты, потому что глупо делать вид, что их нет. Нельзя скрыть существования других поисковых машин, и не надо, пользователь имеет право выбора.

Поиск – это пожизненная задача. Даже если бы мы были единственным поиском в природе, качественный поиск – это непрекращающаяся работа. Все время увеличивается объем информации, у людей, соответственно, изменяется ощущение, что такое хороший поиск. Например, в прошлом году мы сделали региональную релевантность. Потому что человек, который ищет пиццу в Ростове и пиццу в Москве, хотел бы видеть разные результаты поиска. А на уровне страны запрос из Львова «закон о рекламе» должен показывать украинский закон, а не российский, например.

Станислав ПРЫГУНОВ

Филиалы ТПП Саратовской области

БАЛАКОВО: 413840, ул. Братьев Захаровых, 14а, (8-845-3) 35-05-22, balakovo@sartpp.ru

БАЛАШОВ: 412316, ул. 30 лет Победы, 170 оф. 7

ВОЛЬСК: 412900, ул. Коммунистическая, 9, (8-845-93) 7-14-33, volsktpp@mail.ru

ЭНГЕЛЬС: 413100, ул. М. Горького, 22, (8-845-3) 55-62-13, 55-92-70, engels@sartpp.ru

МАРКС: 413090, ул. Кирова, 58, 8-903-380-6759, ew.07@mail.ru

ОЗИНКИ: 413620, ул. Советская, 33, (8-845-76) 4-17-98

Вестник ТПП Саратовской области «Деловая губерния».

Адрес редакции: 410071, г. Саратов, ул. Шелковичная, 186, 6 этаж.
Телефоны: (845-2) 390-450. E-mail: press@sartpp.ru
Учредитель: Торгово-промышленная палата Саратовской области

Редактор Татьяна Шварц.
Издатель: ООО Агентство «Премьер Пресс»
Координатор проекта Марина Лайкаск
Газета зарегистрирована 12.04.2006 года в Средне-Волжском управлении Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Рег. номер ПИ №ФС8 – 0275.
Отпечатано в Саратовском филиале ООО «Типографии «Комсомольская правда», г. Саратов, ул. Гвардейская, 2а.
Тираж 7 000 экз. Подписано в печать 22.02.2012.

Время подписания в печать: по графику – 22.00, факт. – 22.00.
Выходит два раза в месяц.
Подписка на «Деловую губернию» осуществляется совместно с газетой «Новые времена в Саратове».
Подписной индекс по областному каталогу «Роспечать» 78652.