

# В номере

### Событие месяца

В Москве завершилась 11-я международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудования для изготовления и обработки стекла «Мир стекла — 2009», прошедшая под патронажем Торгово-промышленной палаты и Союза архитекторов РФ.

Выставка прошла в крупнейшем современном комплексе ЗАО «Экспоцентр» на Красной Пресне. Специалисты стекольного бизнеса считают прошедшую в Москве выставку одним из трех наиболее значимых российских и европейских мероприятий в этой сфере.

### Мнение эксперта

О правильном «воспитании» работников кофейного бизнеса рассказала Ириноа Горчакова, PR-менеджер управления ресторанов ГК «Септима».

### История одной компании

Племзавод «Ирмень» — одно из самых динамично развивающихся сельскохозяйственных предприятий России. За 50 лет хозяйство прошло путь от дюжины объединённых бедных колхозов до единого мощного сельскохозяйственного предприятия СФО, работающего на уровне мировых стандартов.

### Кадры решают всё

Самые громкие назначения и увольнения прошедшего месяца.

### Мастерская

Каким бы бизнесом вы ни занимались (производством, торговлей или обслуживанием), рано или поздно вам обязательно потребуются услуги профессионального фотографа. Ведь хорошая фотография — большой плюс рекламной кампании в плане создания образа товара. О том, как найти фотографа-профессионала, нам рассказала новосибирский дизайнер Анна Рассоха.

### Персона

Как и чем живут люди экзотической профессии «продюсер», мы обсудили с директором продюсерской группы «RIDERS GROUP» Владиславом Олерских.

### Самые интересные события месяца

В общерыночных новостях и новостях экспонентов ВВЦ «WEX».





## Друзья!

Лето в разгаре, пора для бизнеса вроде бы и не самая удачная, конечно если вы не счастливый владелец курорта в Сочи. Но это не повод откладывать в долгий ящик дела! Самое время осмотреться и увидеть, что же на самом деле творится в мире, проанализировать это, увидеть новые направления. Сложно? Конечно... Но мы постараемся направить ваше внимание в нужное русло.

В 4 номер Дайджеста WEX про тех, кто не дремлет, забывает об отпусках и не опускает руки. Да, дал нам всем кризис «прикурить». Но теперь уже и непонятно, как бы мы жили без этого неоценимого опыта, когда давний партнер по цеху не способен выполнить заказ, который к тому же уже оплачен, когда рекламодатель не может рассчитаться, когда банки умоляют слово «кредит» не произносить (и «депозит» заодно), когда Нацбанк со стороны молча наблюдает, как гибнет без рефинансирования экономика, когда руководство страны говорит: «А я в домике»...

Все, что нас не убивает, делает сильнее

Евгения Чупина,  
главный редактор

© 2009 ВВЦ «WEX». Все права защищены.

Главный редактор — Евгения Чупина  
Креативный директор — Илья Зевакин  
Дизайн и вёрстка — Никита Козин

## НОВОСТИ ЭКСПОНЕНТОВ

### Подарок для друзей от ООО «Лияна»

Компания «Лияна» и одежда Tafika сделали подарок своим друзьям, выпустив календарь на в ретростиле. Визуальное решение календаря с ностальгией напоминает о далеких уже 60-х годах, времени, когда деревья были большими, возможности казались неисчерпаемыми, а любовь царила повсюду.

### Fab & Fix выиграл престижную награду за экспорт

Компания Fab&Fix, разрабатывающая и производящая оконную и дверную фурнитуру для рынков Англии, России и других стран, получила Награду за экспорт «West Midlands Passport Exporter», заняв первое место, на ежегодной церемонии в Бирмингеме 11 июня 2009 года. Награждала Fab&Fix палата торговли и инвестиций «UK Trade & Investment (UKTI)».

### «Экстрол» дарит детям праздник

Компания «Экстрол» стала официальным спонсором команды Социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних Ревдинского района на детском благотворительном празднике «Пираты Калиновских разрезков», который состоялся 6 июня 2009 и был посвящен Международному Дню Защиты детей.

### Центр «Di.Mond»: моделируй мечту

Уникальность отдыха состоит в возможности получить максимум впечатлений, которые останутся на всю жизнь. ОТДЫХ по ФОРМУЛЕ ТРИКОЛОРА: осознанность ума + положительные эмоции + здоровое тело = гармония. Мечты можно воплощать в жизнь.

### «Байт-Транзит-Континент» выиграла пять конкурсов

Конкурсная комиссия Главного центра магистральных перевозок почты — филиал ФГУП «Почта России» объявила конкурс на доставку почтовых отправлений по своим филиалам. Одними из основных критериев оценки рассмотренных заявок являлось: перевозка в контрольные сроки, обеспечение сохранности почтовых отправлений и наличие собственного парка автотранспортных средств. Транспортно-логистическая компания «Байт-Транзит-Континент» выиграла сразу пять конкурсов!

Теперь компания «Байт-Транзит-Континент» совершает перевозки почтовых отправлений по магистральным автомаршрутам: Новосибирск—Томск—Новосибирск, Новосибирск—Кемерово—Новосибирск, Кемерово—Новосибирск—Кемерово, Кемеровский магистральный сортировочный центр (MCLЦ) — Аэропорт Кемерово — Кемеровский MCLЦ.



### ООО «Космос-Веб»

Россия, Новосибирск

Комплексный подход к созданию и продвижению сайтов с использованием современных инструментов и технологий интернет-маркетинга. Учет индивидуальных потребностей клиента, формирование площадки для решения приоритетных задач бизнеса. Поэтапная реализация проектов.

Сайт экспонента выставки  
[www.cosmos-web.ru](http://www.cosmos-web.ru)

Адрес стенда  
[cosmos-web.w-ex.ru](http://cosmos-web.w-ex.ru)

## НОВОСТИ ЭКСПОНЕНТОВ

### Семинар «Спиракс-Сарко Инжиниринг» прошел в Белгороде

10 июня 2009 года в Белгороде с успехом прошел обучающий семинар «Инженерные решения для пароконденсатных систем». В нём приняли участие 17 специалистов проектных и проектно-монтажных организаций города.

Семинар провели специалисты Spirax Sarco, имеющие многолетний опыт работы в области промышленности, поэтому все вопросы были освещены на примере решений, реализованных на российских промышленных предприятиях различных отраслей.

### Центральное Агентство Путешествий «ЦАПля» сообщает

С 1 июня 2009 года вступило в силу двустороннее соглашение о безвизовом режиме между Российской Федерацией и административным центром Китайской Народной Республики Гонконгом.

### «А-Мобайл» в «Ашане»

Продуктовый ритейлер «Ашан» недавно начал продажи контрактов на подключение к «А-Мобайл». Проект ритейлер реализует в Новосибирске вместе с МТС. «А-Мобайл» — нечто среднее между недорогим сотовым тарифом и форматом виртуального сотового оператора. Приобрести контракт можно только в гипермаркете «Ашан».

### Tele2 приходит в Сибирь

До конца 2009 г. шведский сотовый оператор Tele2 планирует ввести в коммерческую эксплуатацию собственную сеть в Новосибирской области.

Ранее региональный управляющий Tele2 Новосибирск Дамир Тимершин сообщал, что в Новосибирской области новый оператор рассчитывает покрывать территорию с населением около 63—70% жителей региона (Новосибирск и пригород). Размеры инвестиций не раскрываются.

Если вы хотите, чтобы новости вашей компании попали в следующий номер «Бизнес-дайджеста WEX», присылайте их на почту [chupina@w-ex.ru](mailto:chupina@w-ex.ru)

### Статистика w-ex за май

Всего экспонентов на выставке	<b>267 компаний</b>
Всего на выставке	<b>116 компаний</b>
Всего новых посетителей	<b>4 072 человека</b>
Цена одного контакта	<b>24 копейки</b>



### ЗАО «Остек-Сибирь»

Россия, Новосибирск

Широкий спектр оборудования для организации кабельных трасс. Система кабельных лотков Остек (Ostec), включает в себя оцинкованные лотки перфорированные и неперфорированные, проволочные лотки, лестничные лотки, а также все необходимые аксессуары и крепеж для крепления лотков к стенам, потолку, потолочным конструкциям, для выполнения поворотов и разветвлений.

Сайт экспонента выставки  
[www.ossib.ru](http://www.ossib.ru)

Адрес стенда  
[ossib.w-ex.ru](http://ossib.w-ex.ru)

# Племзавод «Ирмень». Территория нашего будущего

Деятельность племзавода «Ирмень» играет важную роль в экономике Ордынского района. На долю этого хозяйства приходится более 70% всей массы прибыли, получаемой сельхозпредприятиями района. По масштабам товарной продукции и массе прибыли хозяйство лидирует не только в районе, Новосибирской области, но и в стране.



Вот уже в течение последних семи лет племзавод «Ирмень» входит в состав элитного клуба «Агро-300», занимая среди ста самых крупных и самых эффективных сельхозпредприятий России по производству молока лидирующее место.

## Племзавод дает жить району

Коллектив хозяйства в содружестве с учёными создал новый породный тип сибирского чёрно-пёстрого скота — «Ирменский», продуктивность которого достигла мирового уровня. Племзавод не только себя обеспечивает высокопродуктивным молодняком, «Ирмень» ежегодно продает другим хозяйствам области более 250 племенных телочек. Ирменское стадо — это будущее всего молочного животноводства Сибири. Для региона пока лишь желаемое будущее.

Для «Ирмени» — обычная сегодняшняя работа.

Еще в конце 60-х годов здесь была налажена переработка льна масличного. Техническое масло, пакля приносили неплохую прибыль. Почти двадцать лет действует кирпичный завод. Из местного кирпича работники стройцеха построили новые дома, среднюю школу, больницу, спорткомплекс, кафе и другие здания. Однако масштабная переработка сырья в «Ирмени» началась в середине 90-х годов. Сегодня здесь есть свой колбасный цех, который выпускает более 60 наименований колбас, мясных деликатесов, полуфабрикатов. Цех по переработке молока расфасовывает в тетрапакеты молоко, сметану, кефир, сливки, йогурт, простоквашу. Кроме того, производят сливочное масло, кумыс, и другую молочную продукцию. Многие колбасные и молочные изделия акционерного общества за высокие вкусовые качества награждены медалями международной специализированной выставки — «Сибирской ярмарки». Хозяйство имеет свою собственную торговую сеть — более десятка магазинов. Ежегодная прибыль — порядка 130—140 млн. рублей.

Сейчас за акционерным обществом закреплено почти 21 тыс. га сельхозугодий, в том числе 18 тыс. га пашни, из них 3 тыс. га орошаются.

В структуре товарной продукции молоко занимает 50%, мясо — 16% и зерно — 16%.

## история одной компании

### Начало

Ни одно испытание не минуло ирменскую землю в богатом на перемены XX веке. Война империалистическая, гражданская, разруха и голод Отечественной... Но постепенно на территории района стали создаваться колхозы, люди осуществляли пока еще робкие попытки вернуть родную землю к жизни. С чего всё начиналось — об этом помнят ветераны. С тяжёлого ручного труда, скудных урожаев, 1100-килограммовых надоев, укрупнения разрозненных слабых хозяйств

В 1950 году в период кампании по укрупнению разрозненных слабых хозяйств, объединились пять верх-ирменских артелей и стали единым «Большевиком» три колхоза. В 1956 году на территории, где было двенадцать колхозов, работали два, «приписанных» к одной машинно-тракторной станции. Через два года они объединились и купили всю технику МТС. К началу 1960-го «Большевик» был многоотраслевым и достаточно крепким хозяйством с 25 тысячами гектаров земли, 18 тысяч га занимала пашня. В хозяйстве была 891 корова с годовым удоем 2050 литров молока.

### Первые успехи

Начало 60-х годов прошлого века стало временем первых крупных хозяйственных успехов колхоза «Большевик». В 1961-м в «Большевике» было уже 1200 коров. И удой для тех лет весьма внушительный — в год от каждой.

### Новый путь

В 1972 году председателем колхоза стал Юрий Федорович Бугаков — человек, в корне изменивший представления о рентабельности сельского хозяйства. Для «Большевика» под руководством Бугакова этот период стал временем роста. Например, колхоз за эти годы вдвое увеличил производство молока и мяса.

В хозяйстве продолжали выведение новой породы коров. Колхоз уверенно развивался по всем направлениям — полеводству, животноводству, социальной сфере. Перестроечное время стало для «Большевика» своего рода кризисом перепроизводства. Но председатель нашел свой выход — рыночный. Так и получилось, что в годы, когда в российском сельском хозяйстве всё рушилось, «Большевик» снова строился.

Среди партнеров хозяйства — крупнейшие торговые сети Новосибирска: «Гигант», «Быстроном», «Холидей Классик», «Сибириада», «Золотая роща», «Горожанка», «Лента» и многие другие.

Как раз тогда появилось у него другое имя — «Ирмень». Колхоз первым в области прошел через процедуру приватизации и стал закрытым акционерным обществом. А колхозники — акционерами.



ООО «Лияна»

Россия, Новосибирск

Компания «Лияна» занимается оптовой продажей верхней одежды Tafika с 2003 года. На сегодняшний день компания «Лияна» является единственным дистрибьютором одежды Tafika в Сибири, на Урале и Дальнем востоке.

Сайт экспонента выставки  
[www.tafika-liyana.ru](http://www.tafika-liyana.ru)

Адрес стенда  
[tafika.w-ex.ru](http://tafika.w-ex.ru)



# Выставка МИР СТЕКЛА 2009

Завершилась 11-я международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудования для изготовления и обработки стекла — «Мир стекла»

11 июня, в Москве завершилась 11-я международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудования для изготовления и обработки стекла — «Мир стекла», прошедшая под патронажем Торгово-промышленной палаты и Союза архитекторов РФ.

Выставка прошла в крупнейшем современном комплексе ЗАО «Экспоцентр» на Красной Пресне. На выставке «[Мир стекла — 2009](#)» участникам была предоставлена возможность продемонстрировать свой новый продукт или новую торговую марку целевой аудитории отраслевых специалистов, а также воздействовать на восприятие продукта в процессе непосредственного общения с клиентом. Для многих компаний выставка стала инструментом повышения узнаваемости бренда и продукции.

Выставка также носила стратегический характер для большинства компаний, которые с ее помощью смогли изучить потенциал отраслевого рынка и наметить новые направления развития бизнеса. Более того, посредством прямого контакта с потенциальными клиентами, компании смогли расширить свою клиентскую базу, познакомиться с коллегами. Для маркетинговых служб и департаментов развития компаний, выставка дала прекрасную информационную базу для проведения маркетинговых исследований с последующим изучением потребностей и ожиданий потенциальных клиентов.

В первый день работы выставки, 8 июня, состоялось официальное открытие, где свои приветственные речи произнесли организаторы мероприятия: вице-Президент Торгово-промышленной палаты РФ Г. Г. Петров, Президент Союза архитекторов России А. В. Боков, генеральный директор ЦВК «Экспоцентр»

В. Л. Малькевич. По мнению организаторов и участников выставки, мероприятие необходимо отрасли, особенно в условиях существующей экономической нестабильности. Как считает А. В. Боков, Президент Союза архитекторов России, выставка «Мир стекла» не знает себе равных в России и существенно способствует тому, что отечественная стекольная индустрия постепенно становится конкурентоспособной на мировом рынке.

9 июня, в павильоне «Форум», прошла Конференция «Высокотехнологичные виды продукции в остеклении зданий: производство и потребление», где обсуждались все наиболее важные аспекты вопроса, в том числе состав и содержание проектно-конструкторской документации. Отдельным докладом рассматривался вопрос об энергоэффективных оконных конструкциях.

Выставка имеет знаки Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского Союза выставок и ярмарок (РСВЯ). В этом году в мероприятии участвовало 290 компаний.

Гостями выставки стали около 8 600 уникальных посетителей, общее число посещений составило 14 000.

Также был поднят вопрос о применении зарубежного опыта в области стимулирования энергосбережения при проектировании, строительстве и эксплуатации зданий.

## событие месяца

10 июня в Экспоцентре прошло сразу несколько важных мероприятий: состоялся Круглый стол «Строительный комплекс России: от лицензирования к саморегулированию», а после прошел Венгерский деловой форум, где главной повесткой дня было сравнение ЕС с Россией по энергоэффективным строительствам и реконструкциям.

Также в последний день выставки состоялось награждение победителей конкурса, который традиционно проводится в рамках выставки Союзом архитекторов России и ЦВК «Экспоцентр».

В этом году лауреатами конкурса стали 75 компаний-экспонентов выставки «Мир стекла-2009» из разных стран мира, в том числе из Австрии, Германии, Италии, Латвии, Республики Беларусь, Словении, Украины, Франции, Чехии.

Экспертная комиссия Союза архитекторов России оценивала представленную на конкурс продукцию

в номинациях: за архитектурные достоинства продукции, за оригинальность и новизну экспонатов, за художественные достоинства продукции, а также за высокий художественный уровень оформления стенда.

В рамках деловой программы выставки «Мир стекла-2009» состоялся Венгерский деловой форум, основным вопросом которого стала важность применения особого стекла для строительства по энергосберегающей технологии и сравнению ЕС с Россией по экологичному энергоэффективному строительству и реконструкции.

Победителям конкурса были вручены дипломы Союза архитекторов России, свидетельствующие о высоком уровне и достоинствах их продукции.

За содействие в организации международной выставки «Мир стекла — 2009» специальными дипломами ЦВК «Экспоцентр» отмечены компании IWF Expro (Германия), GIMAV (Италия) и Ассоциация предприятий стекольной промышленности Венгрии, принявшие активное участие в подготовке и проведении выставки.



ВВЦ «WEX» — эффективный инструмент развития бизнеса

Россия, Новосибирск

Более 20 специализированных выставок;

Поддержка и продвижение бизнеса круглый год, 24 часа в сутки;

Максимальная реализация возможностей традиционных выставок — обмен визитками, документами, брошюрами, интерактивное взаимодействие и т. д.

Сайт экспонента выставки  
[www.w-ex.ru](http://www.w-ex.ru)

Адрес стенда  
[wex.w-ex.ru](http://wex.w-ex.ru)



## обзор интересных событий бизнеса

### Молочное перемирие

Россия и Белоруссия завершили двусторонние переговоры по молочной проблеме и достигли договоренности, устраивающей обе стороны, заявила министр сельского хозяйства России Елена Скрынник. По ее словам, в результате совместной работы стороны «договорились «обнулить» ввоз сухого молока в Российскую Федерацию во втором и третьем кварталах». Таким образом, в период так называемого «большого молока» российские производители будут приобретать для изготовления сухого молока молочную продукцию у российских производителей, пояснила министр.

По словам Скрынник, Российская Федерация пойдет на уступки в области молочных продуктов и увеличит объем импорта белорусского творога, сыра и масла. «Компромисс по молочным продуктам был ожидаем — об этом еще неделю назад заявил премьер-министр Владимир Путин. Соглашение было не подписано раньше из-за эмоциональной позиции белорусской стороны», — отмечает в интервью заместитель генерального директора Центра политических технологий Алексей Макаркин.

По данным Газета.ru

### Саммит ШОС принял итоговые документы

По итогам состоявшегося в Екатеринбурге саммита ШОС опубликовано Совместное коммюнике. В нем, в частности, говорится: в Екатеринбурге 15—16 июня 2009 состоялось очередное заседание Совета глав государств — членов Шанхайской организации сотрудничества. В нем приняли участие президенты Казахстана, Киргизии, России, Таджикистана, Узбекистана, председатель КНР, президент Пакистана, президент Афганистана.

Председательствовал президент России Медведев. Присутствовали и выступили главы делегаций государств-наблюдателей при ШОС — премьер Индии, президент Ирана, первый вице-премьер Монголии, президент Пакистана, президент Афганистана

Состоялся углубленный обмен мнениями по вопросам, связанным с ситуацией в мире и регионе. Общие подходы участников Организации отражены в подписанной главами государств-членов ШОС Екатеринбургской декларации.

По данным ИТАР-ТАСС

### РФ должна диверсифицировать экономику, чтобы противостоять финкризисам — Медведев

Россия должна диверсифицировать экономику для того, чтобы более успешно противостоять глобальным финансовым потрясениям. Как заявил президент РФ Дмитрий Медведев в интервью китайским журналистам, в этом заключается один из основных уроков нынешнего экономического кризиса.

«Нужно, с одной стороны, заниматься развитием нашей энергетики как базовой отрасли, которая формирует экспортный потенциал, даёт основной приток денежных средств, но в то же время в целом реформировать, диверсифицировать структуру экономики нашей страны, делать её более разнообразной», — заявил он, говоря о необходимости избавляться от сырьевой направленности экономики РФ. «Мы бы хотели, чтобы наша экономика была в лучшей степени приспособлена к современной жизни, чтобы процент информационных технологий в экономике был существенно выше, чтобы наши предприятия были лучше подготовлены к реальной жизни», — добавил он.

По данным ИТАР-ТАСС

### Инфляция в России с начала года составила 7,1%

Инфляция в России с 9 по 15 июня составила 0,1%, 7,1% с начала года. «За период с 9 по 15 июня 2009 г. индекс потребительских цен составил 100,1%, в июне месяце — 100,3%, с начала 2009 года — 107,1%», — говорится в сообщении, размещенном 17 июня 2009 года на сайте Росстата.

По данным ИТАР-ТАСС

## обзор интересных событий бизнеса в СФО

### Центробанк выступает за облегчение списания «плохих» долгов

Банк России выступает за облегчение процедуры списания банками «плохих» долгов и готов внести соответствующие изменения в законодательное положение о формировании резервов на возможные потери по ссудам (254-П).

Если судебные издержки превышают выручку, полученную в случае взыскания этого долга, банки стоит освободить от этой процедуры, считает заместитель директора департамента банковского регулирования и надзора ЦБ Владимир Чистюхин. В последнее время в результате мировых кризисных явлений ускорился рост проблемных долгов, как розничных, так и корпоративных. По данным ЦБ, за январь-апрель просроченная задолженность предприятий России перед банками выросла почти вдвое — до 524,3 млрд. руб. (4% от кредитного портфеля), а просрочка выплат по кредитам физических лиц — на 31,2% — до 195,2 млрд. руб. (5% от кредитного портфеля).

По материалам РИА «Новости»

### В «Компании Нью-Йорк Пицца» открыто конкурсное производство

Новосибирский арбитражный суд по иску налоговиков признал ООО «Компания „Нью-Йорк Пицца“» банкротом и ввел в нем конкурсное производство. Компания NYP — единственное юридическое лицо ресторанного холдинга американца Эрика Шогрена New York Pizza (NYP), которое должно располагать материальными активами. В середине прошлого года они составили 74 млн руб. Но в ходе заседания арбитража выяснилось, что временный управляющий до сих пор не смог найти эти средства.

Суд постановил признать должника банкротом, возбудить в отношении него конкурсное производство. Функции конкурсного управляющего предприятием возложены на Виталия Дмитриева. Следующее судебное заседание по делу назначено на 29 июля, в ходе него должна быть утверждена кандидатура конкурсного

управляющего. Пока единственным кредитором, внесенным в реестр, является уполномоченный орган ФНС, хотя общая сумма кредиторской задолженности компании на момент введения внешнего управления составляла 19 млн. руб

По материалам Коммерсантъ

### Вершина имени «Газпрома» появится в Горном Алтае

На сессии Государственного Собрания-Эл Курултай Республики Алтай депутаты поддержали инициативу главы региона Александра Бердникова и Улаганского районного совета о присвоении имени «Газпрома» одной из горных вершин на Курайском хребте.

Ходатайство об этом в ближайшее время депутаты направят в главное управление геодезии и картографии РФ. Ожидается, что уже летом на гору (высота которой 3 412 м над уровнем моря), расположенную рядом с административной границей Улаганского и Кош-Агачского районов, совершат восхождение альпинисты и установят на вершине символику концерна.

По материалам ИА Амител

### Кредиторы перестали прощать должникам просрочку

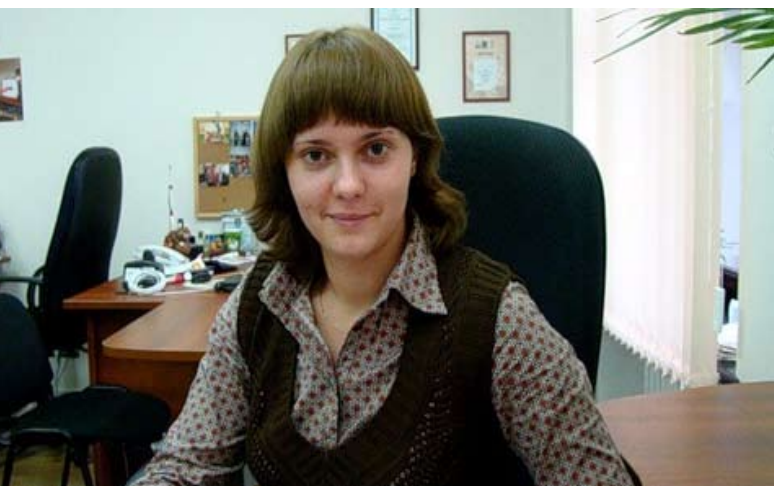
В первом полугодии 2009 года количество дел, рассматриваемых в Арбитражном суде Новосибирской области, увеличилось в 4 раза по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. Об этом 24 июня заявила председатель суда Ольга Герасимова, связывая такой всплеск с кризисом неплатежей.

По словам Ольги Герасимовой в первом квартале 2009 года Арбитражным судом было рассмотрено 1149 дел по договорам купли-продажи на общую сумму 948 млн рублей. Во втором квартале таких дел набралось уже на сумму 1 млрд 724 млн рублей.

По данным NGS

## 215 человек, создающих атмосферу

**За последние несколько лет проведение досуга людьми разных возрастов в кофейнях превратилось в настоящий социокультурный бум, и даже кризис особо не повлиял на это положение вещей.**



В любой кофейне должна быть «изюминка». Нечто, отличающее ее от остальных заведений. Конечно, это своеобразная атмосфера, которая подобно кофеину вырабатывает зависимость приходить сюда постоянно. Узнаваемость и привлекательность заведения заключается именно в том микроклимате, который создан работниками кофейни, а не в цвете занавесок или форме сотрудников.

В Новосибирске кофейен разного формата предостаточно. На их фоне всегда выделялась сеть кофейен «Кофемолка». «Кофемолка» — это сочетание нескольких важных факторов: удачное месторасположение, квалифицированный персонал, оригинальный интерьер. Посетителю всегда предоставляется возможность пообщаться с друзьями или деловыми партнерами, почитать журнал, переждать дождь, согреваясь чашечкой горячего напитка, просто послушать хорошую музыку. Любая из «Кофемолок» — универсальное место для приятного времяпровождения. И, по нашим наблюдениям, в этой сети совершенно особенный персонал. Официанты доброжелательны, ненавязчивы (а главное — быстро обслуживают — чего во многих кофейнях города нет и не было), бариста форматны и профессиональны. А ведь, по оценкам экспертов, квалифицированный персонал — это второй по важности фактор успеха заведения, после местоположения кофейни.

О правильном «воспитании» работников кофейного движения мы поговорили с Ириной Горчаковой, PR-менеджером управления ресторанов ГК «Септима».\*



### Портал «Окнатория»

Россия, Новосибирск

Уникальный сервис, позволяющий быстро и удобно отправлять заявки на расчет стоимости пластикового окна почти всем компаниям вашего города.

Сайт экспонента выставки  
[www.oknatoriya.ru](http://www.oknatoriya.ru)

Адрес стенда  
[oknatoriya.w-ex.ru](http://oknatoriya.w-ex.ru)

## мнение эксперта

**— Многие гости отмечают особую «вышколенность» и дружелюбность ваших бариста и официантов по сравнению со многими другими кофейнями города. В «Кофемолке» персонал проходит какое-то особенное обучение?**

— В компании существует корпоративная система обучения персонала, включающая в себя программу наставничества, серию внутренних тренингов, семинаров, и, кроме того, обучение с привлечением внешних провайдеров.

Деятельность компании, подразделения и каждого сотрудника регламентирована (положения, стандарты, инструкции и др.) — цель внесение прозрачности и ясности в производственные процессы, исключение споров и непониманий и повышение эффективности и результативности в работе.

**— Каковы требования к сотрудникам кофейен при приеме на работу?**

— Как Вы правильно заметили наши сотрудники **ОСОБЕННЫЕ!** Мы — это молодая, харизматичная, нацеленная на достижение целей команда профессионалов! Соответственно, другие люди в нашей компании работать просто не могут!

**— Кофейни во многом «делает» атмосфера. Какую роль, по вашему мнению, в создании атмосферы играет персонал?**

— Обслуживающий персонал играет одну из главных ролей. Официанты должны быть дружелюбны,

предупредительны и ненавязчивы. Если гостя хорошо обслужат в кофейне, он захочет вернуться сюда еще раз.

**— Возможен ли в компании карьерный рост?**

В компании существует программа кадрового резерва и возможность карьерного роста. Карьера сотрудника может развиваться как по вертикали — от рядового сотрудника до руководителя, так и по горизонтали — зал, бар, другие подразделения (бухгалтерия, маркетинг, персонал) и даже другие компании, входящие в ГК «Септима». Сейчас в компании работают 215 человек, многие из которых буквально «выросли» здесь.

Примеры, Молочкова Анна (от официанта до директора), Кряжева Татьяна (от зав. производства до бренд-шеф повара), Путилов Андрей, Зайкова Елена (от официанта кофейни до менеджера), Дюкова Татьяна (от повара до зав. производством)

**— Есть ли система поощрений/наказаний?**

— Система наказаний и поощрений — один из инструментов, отсутствие или некорректное построение которого, приведет к неэффективному управлению Компании в целом. Безусловно, данная система должна основываться на прозрачности, законности, конструктивизме. Мы используем разумное сочетание этих двух факторов (поощрение/наказание) в системе мотивации персонала.

\* Новосибирская сеть кофейен «Кофемолка» входит группу компаний «Септима»



### Компания «КровТрейд»

Россия, Екатеринбург

Представленные вам решения — результат деятельности мастеров своего дела, основанный на трех направлениях бизнеса Компании «КровТрейд» — производство, комплектация, строительство. Три экономические области — один стандарт качества бренда КТ — от деталей до системных решений!

Сайт экспонента выставки  
[www.krovtrade.ru](http://www.krovtrade.ru)

Адрес стенда  
[krovtrade.w-ex.ru](http://krovtrade.w-ex.ru)

## кадры решают всё

**Известная истина — ни одна компания не может сделать больше, чем хотят сделать ее сотрудники. Успех любой организации создается день за днем, усилиями каждого сотрудника.**

**О значимых перестановках, отставках и назначениях прошлого месяца в этой рубрике.**

### Наталия Чихачева назначена директором департамента розничных и кредитных операций «Барклайс Банка»

В 1993 г. окончила факультет международных экономических отношений МГИМО. В 1993—1995 гг. — менеджер по продажам по Украине, Белоруссии и Прибалтике компании Van Melle. В 1997—1998 гг. — администратор отдела продаж Nestle. С 1998 г. — специалист по логистике, позднее внутренний аудитор компании Kodak. С 2002 г. — начальник операционного отдела банка «Еврокредит». С 2004 — начальник отдела кредитного обслуживания банка «Ренессанс Капитал».

В 2006—2007 гг. — руководитель отдела потребительского и ипотечного кредитования «Хансабанка». Затем перешла в компанию «Фосборн Хоум» на должность операционного директора. 2008 г. — начальник управления кредитного анализа «Ренессанс Капитала».

### Магнус Эрикссон назначен партнером юридической фирмы Hannes Snellman

В 1994 г. окончил Лундский университет (Швеция). Стал сотрудником первой инстанции федерального суда города Кристианштада (Швеция) по гражданским делам. С 1996 г. — сотрудник апелляционного суда г. Свеа.

С 1997 г. — судья первой инстанции федерального суда по гражданским делам Стокгольма. С 1998 г. — судья апелляционного суда г. Свеа. С 1999 г. — советник по правовым вопросам при министерстве юстиции Швеции. С 2001 г. — руководитель практики судебных споров и арбитража Linklaters Advokatbyra.

### О Юлия Полтарацкая назначена директором по развитию бизнеса Pynes Group

В 1999 окончила Московский Государственный Институт Электронной Техники по специальности «Системы искусственного интеллекта», прошла курс маркетинга в AIBEC (Американская школа бизнеса и экономики).

В 2004—2008 гг. — руководитель департамента «Медиа и СМИ» кадрового агентства «Контакт».

### Сергей Пегасов назначен директором по информационным технологиям «Росно»

В 1995 году окончил социологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, в 2003 году получил степень MBA бизнес-школы в Гренобле (Франция).

В 1995—2000 гг. прошел путь от консультанта по внедрению систем до руководителя направления Platinum Software.

В 2000—2003 гг. — директор по информационным технологиям ICN Pharmaceuticals в России. Глава департамента корпоративной информации и процессов Siemens Russia - в 2003—2006 гг. С 2006 г. — директор управления ИТ и СЮ ГК «Вимм-Биль-Данн».

### Константин Воронцов назначен на должность директора по корпоративным коммуникациям «Рамблер Медиа»

В 2004 году окончил факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова по специальности «международная журналистика». С 2000 г. — корреспондент в ИД «Коммерсантъ». В 2004—2007 гг. — директор по информации и связям с общественностью холдинга «Проф-Медиа». В 2007—2008 гг. — директор по связям с общественностью и корпоративным коммуникациям «СТС Медиа».



## кадры решают всё

### Виталий Бабушкин назначен генеральным директором гостинично-офисного комплекса «Пекин» (Москва), входящего в сеть Intourist Hotel Group

В 1997 г. окончил Высшую профсоюзную школу культуры (Санкт-Петербург). Служил в армии. С 1983 года — токарь на Воткинском машиностроительном заводе. С 1988 г. — директор кооператива «Досуг». С 1989 г. — директор городского молодежного центра «Шанс» комитета ВЛКСМ. С 1992 г. работал генеральным директором СП «Викинг лтд».

С 1997 года стал заместителем директора по связям с общественностью строительно-промышленной фирмы «Мастер». С 2001 г. — коммерческий директор, директор гостиницы «Октябрьская» (Нижний Новгород, сейчас входит в Intourist Hotel Group).

### Егор Плахов назначен директором по региону Россия и СНГ авиакомпании Emirates

В 2000 г. окончил Академию гражданской авиации. С 2001 г. — координатор отдела продаж KLM Royal Dutch Airlines. С 2003 г. — представитель по продажам, директор по продажам авиакомпании Emirates.

### Андрей Варичев назначен генеральным директором «Металлоинвеста»

В 1991 году окончил авиамеханический факультет Московского авиационно-технического института имени К. Э. Циолковского (МАТИ) по специальности «инженер-механик по летательным аппаратам». В 1991—2001 занимал руководящие должности на ряде российских металлургических предприятий России.

В 2001—2002 гг. — заместитель директора, затем директор по сбыту на экспорт ООО «ТД НОСТА-ОХМК». В 2003—2004 гг. — первый заместитель директора по сбыту ООО «Уральская сталь». С 2004 года — в компании ООО «Уральская сталь» заместитель генерального директора по коммерческим вопросам. С 2005 г. — заместитель генерального директора ЗАО

«Металлоинвест» по коммерческим вопросам. С 2006 стал коммерческим директором УК «Металлоинвест». Первый заместитель генерального директора УК «Металлоинвест» с 2008 года.

### Исполнительным директором Sibir Energy вновь стал Стюарт Детмер

Исполнительным директором британской нефтяной компании с активами в России Sibir Energy по просьбе ее крупнейшего акционера («Газпром нефти») вновь назначен Стюарт Детмер. Представитель «Газпром нефти» Игорь Цибельман займет пост первого заместителя Детмера.

Sibir Energy 18 июня объявила о назначении главой компании Цибельмана, который ранее возглавлял юридический департамент «Газпром нефти».

### Андрей Василевский назначен директором мобильного направления Mail.Ru

Директором мобильного направления в Mail.Ru назначен Андрей Василевский, создатель легендарной программы SmartCom GPS, ранее занимавший аналогичную позицию в компании «Яндекс».

Андрей Василевский родился 8 апреля 1974 года. Выпускник Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета им. В. И. Ленина (радиотехнический факультет). С 1999 по 2001 развивал почтовый сервис Mail.Ru в компании Port.ru. В 2003—2004 годах руководил отделом новых проектов в компании «РосБизнесКонсалтинг», в 2005—2006 занимал пост заместителя технического директора компании «РИА Новости».

Параллельно — начиная с 2005 года — г-н Василевский развивал собственное предприятие SmartCom, которое в 2007 было продано «Яндексу», где он и занял должность руководителя мобильного направления.

По материалам Mail.ru, ИТАР-ТАСС, E-xecutive

# Арендаторы ищут офисы поменьше

Аналитики еще до кризиса предрекали перенасыщение рынка офисных площадей в Новосибирске. Снижение спроса лишь усугубило ситуацию.

Ставки аренды вернулись на уровень четырехлетней давности. На ближайшие месяцы запланирован ввод в эксплуатацию нескольких крупных бизнес-центров. Значит ставки могут снова упасть.

Эксперты: Алексей Васильев, директор «Бизнес-центра на Ленина»; Федор Голованов, руководитель аналитического центра «Сибкадемстрой Недвижимость»; Елена Ермолаева, директор агентства RID Analytics; Александр Назаров, директор компании «Брокерком»; Данил Солошенко, брокер отдела аренды компании «Строитель».

## Как изменились ставки аренды офисов?

### Будут ли в ближайшие месяцы открываться новые бизнес-центры?

### Что предпринимают бизнес-центры, чтобы удержать своих арендаторов?

Тяжелая финансовая ситуация заставила многие

компании в последние полгода сменить офис. Они теперь выбирают офисы меньше по площади, ниже классом. Сокращение спроса и изменение структуры отразились на уровне ставок аренды офисных площадей.

«Чем выше класс бизнес-центра, тем сильнее ему пришлось снизить ставки, чтобы удержать арендаторов», — отмечает директор аналитического агентства RID Analytics Елена Ермолаева.

## Ставки аренды и цены продаж падают

Средняя арендная ставка в 54 наиболее крупных бизнес-центрах Новосибирска, по ее сведениям, снизилась с 798 руб. за м<sup>2</sup> в месяц в декабре 2008 г. до 622 руб. за м<sup>2</sup> в месяц в мае 2009 г.

«Ставка вернулась на уровень четвертого квартала 2005. Тогда она составляла 642 руб. за м<sup>2</sup> в месяц», — говорит Елена Ермолаева. По данным аналитического центра «Сибкадемстрой Недвижимость», в целом по Новосибирску средняя цена квадратного метра помещения в бизнес-центрах, по итогам первого квартала 2009 г., составила 78,37 тыс. руб./ м<sup>2</sup> (падение



## Журнал «Деловой квартал»

Россия, Новосибирск

«Деловой квартал» — это сеть бизнес журналов в городах-миллионниках России. Среди деловой прессы Новосибирска «Деловой квартал» занимает прочное место в тройке лидеров. Аудитория «Делового квартала» — владельцы бизнеса и топ — менеджеры (70%), линейные руководители и ведущие специалисты (30%) динамично развивающихся компаний Новосибирска.

Сайт экспонента выставки  
[www.dkvartal.ru](http://www.dkvartal.ru)

Адрес стенда  
[dkvartal.w-ex.ru](http://dkvartal.w-ex.ru)

## деловой квартал

на 15,3%), а средняя арендная ставка достигла 727 руб. за м<sup>2</sup> (сокращение на 12,7%).

Федор Голованов, руководитель аналитического центра «Сибкадемстрой Недвижимость», выделяет две категории бизнес-центров, в которых ставки снижались более активно. Во-первых, это старые административные здания, которым все труднее конкурировать с новыми офисными центрами.

Во-вторых, это объекты, которые были введены в 2008, еще не успели собрать достаточный пул арендаторов. По его сведениям, в бизнес-центрах из этих категорий ставки аренды снизились на 20—30%.

По данным «Сибкадемстрой Недвижимости», средняя заполняемость бизнес-центров в Новосибирске составила около 90%. Чем выше класс офисного здания, тем ниже уровень его заполняемости. По словам Федора Голованова, три действующих бизнес-центра класса «А» («Росевроплаза», «Кронос» и «Гринвич») заполнены не более чем на 50—60%. RID Analytics сообщает, что в мае 2009 г. в бизнес-центрах класса «А» было заполнено не более 60% площадей. «В „Кроносе“ в аренду сдано более 65% площадей», — утверждает Данил Солошенко, брокер отдела аренды компании «Строитель», владеющей этим бизнес-центром.

### «Кобра» вышла на рынок

В 2007 г. в Новосибирске было сдано 170 тыс. м<sup>2</sup> (без учета офисно-торговых помещений на первых этажах жилых домов), а вот в 2008 г. — 92,4 тыс. м<sup>2</sup>.

На 2009 г. застройщики намечали ввод в эксплуатацию 20 бизнес-центров суммарной площадью 180 тыс. м<sup>2</sup>. Наиболее крупные — «Подсолнух» на площади Маркса, офисная часть гостиничного комплекса Hilton (15 тыс. м<sup>2</sup>), бизнес-центр компании «Сарэт-Сибирь» (45,5 тыс. м<sup>2</sup>) на площади Ленина, «Ланта-центр» (23 тыс. м<sup>2</sup>). Елена Ермолаева сомневается, что все заявленные объекты будут построены в срок. Ряд проектов уже заморожен. Отложены (или замалчиваются) сроки строительства и сдачи

таких бизнес-центров класса «А», как Sky City («Сибкадеминвест», 64 тыс. м<sup>2</sup>), Sibir Plaza («Снегири Девелопмент», 45 тыс. м<sup>2</sup>), Iron Hill (СКИМ, 46 тыс. м<sup>2</sup>), Clover City Center («РГС-Недвижимость», 54 тыс. м<sup>2</sup>), БЦ Porsche («Спорт-авто», 42 тыс. м<sup>2</sup>).

«Офисных площадей в этом году будет построено так мало, что их выход на рынок не окажет существенного влияния на уровень ставок аренды и цен продажи», — считает Голованов. Елена Ермолаева с ним не согласна: «Ввод в эксплуатацию даже нескольких крупных бизнес-центров приведет к снижению заполняемости объектов. Чтобы привлечь арендаторов, новые бизнес-центры пойдут на снижение ставок, что породит цепную реакцию на рынке».

Единственный крупный бизнес-центр, открытый в городе с начала года, — «Кобра» («Труд», 18 тыс. м<sup>2</sup>). Для арендаторов, заключивших договоры в апреле и мае, в нем действует льготная ставка (700 руб. за м<sup>2</sup> ежемесячно). «Труд» рассчитывает в течение года добиться 70% заполненности бизнес-центра. Как долго продлится неопределенность на рынке, сказать сложно. «Если рынок начнет оживать, то будут расти и арендные ставки. Пока же делать далеко идущие прогнозы не позволяет сама не слишком стабильная ситуация», — говорит Александр Назаров.

По словам Данила Солошенко, высокий уровень заполняемости бизнес-центра достигается индивидуальной кропотливой работой с каждым арендатором. «Например, при проведении подготовительных ремонтных работ арендаторам предоставляются арендные каникулы», — рассказывает он.

По материалам журнала  
«Деловой квартал»

# Жизнь

## как на картинке

**Каким бы бизнесом вы ни занимались (производством, торговлей или обслуживанием), рано или поздно вам обязательно потребуются услуги профессионального фотографа. Ведь хорошая фотография — большой плюс рекламной кампании в плане создания образа товара. А графическая информация в той или иной форме присутствует на многих рекламных носителях — печатная продукция, «наружка», интернет. Выбор специалиста в этой области — дело нелегкое. Как найти настоящего профессионала, нам рассказала новосибирский [дизайнер Анна Рассоха](#).**

Задача рекламного фотографа — быстро, качественно и с максимальной точностью воплотить созданный рекламным агентством или напрямую заказчиком образ. Но настоящим профессионалам такие строгие рамки не мешают найти возможность для творческого самовыражения.

Рекламная фотография — это особый жанр. Возможности творческого самовыражения для фотографа, снимающего для рекламы, минимальны. Рекламный образ создает агентство или команда заказчика, затем его утверждают с клиентом, задача фотографа — качественно и с максимальной точностью воплотить этот замысел. Творчество в рекламной фотографии заменяется качеством. Планка технического мастерства в рекламной фотографии должна быть на высочайшем уровне. А еще успех работы напрямую зависит от полного взаимопонимания фотографа, моделей, стилистов, представителей агентства и заказчика.

### Фактор выбора

Если заказчику или агентству ясна задача, направление, в котором будет решаться рекламная задача, выбирая

фотографа, можно руководствоваться следующими соображениями:

— Направление работы фотографа должно совпадать с потребностями заказчика.

— Немаловажный фактор при выборе фотографа — фотограф должен просто нравиться заказчику.

— В портфолио фотографа много интересных качественных работ

— Дополнительным, но желательным критерием выбора фотографа является его опыт удачных рекламных снимков для известных рекламных компаний, хорошо бы из требуемой группы продуктов.

— Стоимость работы рекламного фотографа. Профессионал стоит дорого. И знает себе цену. Единственно возможный компромисс для заказчика, если у него маленький бюджет, — не заказывать фотографу создание образа товара, а поручить сделать качественный пэкшот (демонстрация продукта крупным планом), который можно использовать в интернете или недорогих печатных изданиях.

— Коммуникабельность фотографа. В агентстве фотограф работает непосредственно с производственным отделом, креативным отделом и менеджером клиента. Если заказчик заплатил агентству за работу, не надо делать ее за фотографа и арт-директора студии.

### Уникальный продукт, универсальная информация

Чтобы сделать хорошее рекламное фото не достаточно просто красиво сфотографировать предмет. Нужно в одном кадре воплотить некую идею, законченный



## мастерская

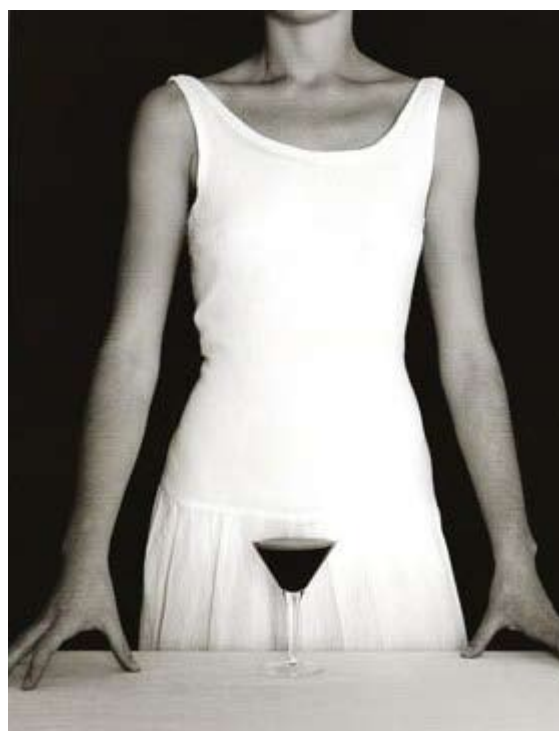
сюжет, передать определенную мысль, склонить потенциального потребителя к покупке данного товара. Фотография должна получиться объемной, воздушной, передать все положительные характеристики продукта.



С другой стороны, важным требованием является оригинальность, концептуальность. Покупатель любит простые кадры, но живые, и, что самое главное, оригинальные. В зависимости от направленности, у рекламной фотосъемки есть некоторые нюансы. Фотосъемка интерьеров, например, имеет одну важную специфику — почти всегда это выездная съемка. Важно, чтобы фотограф взял с собой все необходимое оборудование. Фото продуктов питания требует максимально мастерства от фотографа, который часто выступает и фуд-стилистом. Но все же идеальный вариант, это когда каждый делает свою работу, поэтому рекламное фото — это результат работы команды.

Для получения рекламного фото высокого качества требуется фотограф с высоким уровнем профессионализма. Рекламная фотосъемка непременно должна проводиться в профессиональной фотостудии, оборудованной высококласными осветительными приборами. Свет играет решающую роль в фотосъемке предметов, с помощью грамотно поставленного света фотограф способен мастерски передать эффектность товара, сделать его объемным. Профессиональный

фотограф должен грамотно передать «настроение» товара: в зависимости от требований, товар будет грустным или веселым, серьезным или бесшабашным, роскошным или доступным, но при всем при этом на снимке будут грамотно подчеркнуты его оригинальность, стильность, престижность.





## Экзотическая профессия

При слове «продюсер» многим из нас представляется импозантный мужчина в дорогом костюме с сигарой — прямо сейчас из Голливуда. Но в наших реалиях, приходится признать, все совсем не так. Однако, есть продюсеры и в Новосибирске. Как и чем живут люди этой пока еще редкой профессии, мы обсудили с директором продюсерской группы «RIDERS GROUP» Владиславом Олерских.



**— Влад, профессия продюсер в России достаточно новая. Как и когда вы начали работать в этой сфере? Существуют ли в России ВУЗы, занимающиеся подготовкой продюсеров?**

— Продюсер — это человек, который зачинает, вынашивает и рождает идею, и, в последствии, контролирует все этапы ее воплощения и развития на всех уровнях. Исходя из этого определения, первый мой продюсерский опыт был в студенческие годы. Именно тогда я организовал несколько интересных мероприятий, учась сначала в Томском Музыкальном Училище, а потом в Томском Государственном Университете на факультете «История Философии и Логика».

В профессиональном смысле слова продюсированием я стал заниматься в Новосибирске с 2003—2004 г. г.,

если не брать в расчет работу в области Public Relations с 1997, из которой я собственно и сделал вывод, что мне ближе в этой жизни.

Если говорить о ВУЗах, выпускающих специалистов-продюсеров, знаю ГИТИС. С 1992 года в ГИТИСе работает первый и едва ли не единственный в стране факультет, специализирующийся на менеджменте сценических искусств. Он так и называется — «Продюсерский». Каждый год ГИТИС выпускает около 20 молодых людей и девушек, у которых в дипломе написано слово «Продюсер». Кем они станут, не знает никто.

**— Можно ли назвать Новосибирск «продвинутым» городом в индустрии развлечений? Чего не хватает сибирской столице, чтобы быть флагманом?**

Все зависит от потребности публики, проживающей в Новосибирске и являющейся конечным потребителем любого проекта в области шоу-индустрии. К счастью, медленно, но верно, публика меняется, менталитет становится более европейским. Сказывается доступ к информации (в первую очередь посредством безлимитного интернета), повышение туристической активности практически по всему миру, «рекламный десант» столичных промоутеров. Не секрет, что в настоящее время увеличивается поток клубных мероприятий, привезенных «под ключ» из Москвы и Питера. В частности я отвечал за новосибирское присутствие тура проекта Арт-бульвар для «Сибирской короны», и за полное декорирование клуба Cabaret (почти полностью меняли визуальную среду, техническое обеспечение) для мероприятия водочного бренда «Русский стандарт». Список можно продолжить. Я знаю, что в клуб «Щука» на одну из вечеринок из Москвы привезли 12 фуры с оборудованием.

Особое спасибо стоит сказать региональным молодежным фестивальным опен-эйрам, проводящимся ежегодно на Алтае (называть не буду, о них итак все знают). Но, насколько мне известно, и там организация

оставляет желать лучшего. Многое зависит от удачного (или неудачного) выбора площадки для опен-эйра, в частности от баз отдыха. Кто бывал, знает уровень, как архитектурного решения алтайских баз, так и сервиса.

### — С какими проектами вы работаете сейчас?

В настоящее время я запустил новый клубный проект WOMEN ANIMALS-FUN CLUB ZOO (веселый клубный зоопарк). Идея проста и всем понятна, у многих вызывает улыбку и неподкупный детский интерес. Подробнее о проекте можно прочитать здесь <http://vkontakte.ru/club9206296>. Стилистически полярный, но тоже новый панк-драма проект SEED FICITONS с ориентацией на британский винтажный панк-рок времен конца 60-х — середины 70-х. Репертуар проекта строится на моей музыке и текстах. Имидж проекта — такие театрално настроенные раздолбай с умными глазами и страстью к духовным знаниям. Гремучая смесь таких музыкантов как Дэвид Боуи/ David Bowie, ранний Брайан Ферри/ Bryan Ferry, Игги Поп/ Iggy Pop и Секс Пистолз/ Sex Pistols:) Если у вас получится все это совместить в общую картинку, предоставлю пожизненный бесплатный абонемент на все последующие концерты группы!

### — Есть ли у успешных продюсеров правила?

— Все успешные продюсеры давно живут в Голливуде. Так как себя я успешным продюсером не считаю, могу сказать, к чему стремлюсь. Успешный продюсер должен уметь правильно выбирать целевую группу проекта и понятным для нее языком его реализовать!

### КТО ДВИГАЕТ ШОУБИЗ?

**СПОНСОР** — человек, который полностью финансирует творческий проект.

**МЕНЕДЖЕР** — то есть администратор. Обеспечивает бесперебойную работу всех звеньев (например, директор театра, кинокартины).

**ИНТРЕПЕНЕР** — предприниматель в сфере театрального искусства. В большинстве случаев директор частного театра.

**ИМПРЕССАРИО** — занимается продажей готового продукта, например организацией проката готового кинофильма, поиском и заключением договоров с владельцами кинозалов, печатью и распространением билетов и т. д.

**ПРОДЮСЕРВ** — это АВТОР ПРОЕКТА, который рождает ИДЕЮ. И уже потом занимается ее ПРОДВИЖЕНИЕМ — привлекает инвестиции, собирает людей и мотивирует их работать на адекватное воплощение этой идеи.

Успешный продюсер не должен бояться рисковать, падать, подниматься и снова рисковать. Приходит колоссальный опыт, который нельзя ничем заменить!



### Спиракс-Сарко Инжиниринг

Россия

Компания Spirax Sarco (Великобритания) предлагает решения и оборудование для эффективного использования пара, конденсата и других технологических сред в инженерных системах. «Спиракс-Сарко Инжиниринг», дочерняя компания Spirax Sarco, работает в России уже более 10 лет.

Сайт экспонента выставки  
[spiraxsarco.com/ru/](http://spiraxsarco.com/ru/)

Адрес стенда  
[179.w-ex.ru](http://179.w-ex.ru)

## Мы идем на WWW



**Кризис ускорил давно начавшуюся тенденцию перехода значительной доли рекламных бюджетов на продвижение в интернете. Это позволяет веб-студиям зарабатывать не только за счет создания сайтов, но и за счет их поисковой оптимизации, а также контекстной, медийной и баннерной рекламы.**

### Спрос против кризиса

В Новосибирске по разным подсчетам работает 200—230 студий, которые заявляют, что занимаются веб-разработкой и продвижением сайтов. Большинство участников рынка в качестве крупных студий называют всего пять: «Космос-Веб», «МартДизайн», «Роял», «Айкон» и ITConstruct, некоторые добавляют к этому списку Megapeople, Intelsib и «Евростудио». Однако, кризис дает о себе знать: «некоторые веб-студии сократили штат сотрудников в три раза, нам пришлось сократить 10—15% работников. Я знаю, что несколько руководителей мелких веб-студий ищут работу наемных разработчиков», — говорит директор компании «Айкон» Михаил Демешко. Руководитель департамента развития компании «Амиро» Александр Смелянский подтверждает, что волна финансовых трудностей

затронула небольшие веб-студии: «сокращаются штаты, во фрилансерных сервисах появляются персоналии с приличным портфолио».

При этом у крупных студий спрос возрастает. Михаил Демешко говорит, что в 2009 году рост запросов составил около 30% по сравнению с докризисными месяцами, «в основном за счет обращений за продвижением и разработкой интернет-магазинов».

Директор компании «Скай-ИТ» Николай Глухих говорит, что его компании приходилось сталкиваться с интеграцией сайтов с платежными и ERP системами, использованием видео-контента, с формированием тематических сообществ. «Обо всем этом несколько лет назад и мы, и заказчики говорили что-то вроде: „Да, здорово, но в России не пойдет“, а теперь трудно представить, как мы без всего этого жили», — говорит он. Он оценивает емкость новосибирского рынка веб-разработки в 45—60 миллионов рублей в год. «Рост происходит как за счет разработки, так и продвижения, но именно последнее делает больший вклад», — говорит Николай Глухих.

Президент «Новосибирского веб-клуба» Алексей Раменский оценивает доходы новосибирских веб-студий от разработки сайтов в 20—30 миллионов рублей, и 30—40 миллионов рублей, включая бюджеты на продвижение в интернете.

Также в Новосибирске работает несколько десятков компаний, занимающихся разработкой сложных сайтов. Эти сайты призваны решать такие задачи, как обработка больших объемов данных и одновременное использование сложного функционала. «Такие технологии применяются, например, при необходимости агрегации нескольких тысяч новостей в час и осуществлении полнотекстового поиска по этим новостям, или при разработке сайтов с тысячами одновременных видео-подключений в реальном времени — онлайн-семинары», — говорит менеджер по связям с общественностью компании Sibers Анна Таскаева. Однако, подобные сложные задачи сейчас

## региональный обзор рынка

актуальны только для западных заказчиков. «Объем работ для российских компаний не превышает 5% от общей загрузки наших разработчиков, а на новосибирских заказчиков вообще приходится не более 1% заказов», — считает Таскаева.

### Рекламодатели уходят в интернет

Президент коммуникационной группы Petra Владимир Верхоланцев говорит, что сейчас рекламодатели начинают больше тратить на рекламу в интернете: «если до кризиса затраты на рекламу в интернете составляли в среднем 2,5% рекламного бюджета, то сейчас они доходят до 10—15%», — говорит Верхоланцев.

По его словам, интернет-агентство DeepSign (входит в группу Petra) увеличило обороты. «Оборот вырос за счет заказов на разработку сайтов, на контекстную, медийную рекламу и SEO, но в целом о значительном росте пока говорить рано», — говорит Верхоланцев.

По словам Александра Смелянского, продажи системы управления сайтами Amiro.CMS выросли на 25%. «Стоимость рекламы в интернете сравнительно ниже традиционных способов рекламы, а при правильном продвижении информация дойдет именно до целевой аудитории, поэтому интернет имеет очень большой потенциал как средство расширения рынка сбыта», — говорит начальник отдела WEB-решений компании «Техно-Ленд-Сибирь» Константин Рашев.

### Заказчики хотят зарабатывать

Заказчики все реже просят создать стандартные сайты-визитки, «они желают активно использовать свой сайт как инструмент получения прибыли, а не только как средство предоставления информации своим клиентам.

Становится популярной более тесная интеграция с существующими платежными системами, торговыми системами и системами учета клиентов. Компании пытаются предоставить своим клиентам максимально актуальные и оперативные данные, расширяется число сервисов, работающих в on-line режиме», — говорит Константин Рашев. Михаил Демешко отмечает растущий спрос на интернет-магазины, «возможно, это связано

с тем, что компании сокращают расходы на персонал, автоматизируя торговлю через интернет», — говорит он. Усложнение заказов приводит к повышению стоимости сайтов, по оценкам Демешко, с 2003 г. стоимость сайта возросла почти в 5 раз.

А вот директор студии ITConstruct Роман Петров менее оптимистичен: «несмотря на то, что в 2008 г. количество заказов выросло, в 2009 обороты студии практически не изменились — это говорит о том, что произошло снижение средней стоимости заказов». Директор студии «Космос-Веб» Максим Мамыкин говорит, что сейчас популярность набирают те студии, которые будут предлагать более дешевые решения: «на вопрос „вы выбираете компанию только по стоимости разработки?“ нередко можно услышать категоричное и твердое „да“. Являются ли такие решения оптимальными? Практика показывает, что далеко не всегда».

А Михаил Демешко сознательно предлагает дешевые сайты: «Примерно 30% клиентов обращается к нам, чтобы создать простой сайт, стоимость которого не превышала бы 10—15 тыс. руб. Мы предлагаем им создать мини-сайт с упрощенным дизайном, стандартными модулями», — рассказывает Демешко.

Сайты с упрощенным функционалом предлагает и «РТКомм-Сибирь». По словам Максима Филичева, координатора хостинг-проекта «РТКомм-Сибирь», в стоимость тарифного плана хостинга для малого бизнеса (2999 руб. в год), помимо конструктора сайтов, входят домен в зонах.ru или.su, 500 Мб дискового пространства, неограниченное количество ящиков электронной почты для сотрудников.

### Спор о преимуществах

Новосибирские разработчики до сих пор спорят о преимуществах собственных систем управления контентом сайтов и «коробочными» продуктами. Среди аргументов за студийные CMS — оригинальность дизайна, относительно низкая стоимость CMS, удобство для разработчиков. Преимущества «коробок» — большая проработанность модулей, хороший сервис и возможность сопровождать сайт силами других разработчиков. Производители CMS-



## региональный обзор рынка

систем активно «раскачивают» рынок: по словам Александра Смеянского, в 2008 г. продажи Amiro. CMS значительно выросли, а студия ITConstruct вышла на первое место по продажам системы «1С-Битрикс» по регионам РФ. Для продвижения своих разработок «Амиро» разработала бесплатную версию системы, и надеется, что она сможет убедить веб-студии прекратить самодеятельность. «Условием некоторых клиентов является разработка сайта на сертифицированных программах, — это логично, ведь компания — веб-разработчик может закрыться или заказчик может порвать с ними отношения, а студиям проще разработать сайт заново, нежели разбираться в оригинальной CMS», — добавляет Петров.

Однако большинство опрошенных руководителей веб-студий консервативны и не собираются отказываться от своих разработок. «В 2007 году рынок захлестнула волна спроса на коробочные CMS — относительно большой процент заказчиков желали сайт „на нестудийной админке“. Но мы до сих пор не ощущаем оттока потенциальных клиентов из-за требований разработки сайта на коробочной системе управления», — говорит Максим Мамыкин.

«Разработчики конкурируют за счет вменяемости сотрудников и приемлемых цен. Здесь продаются знания разработчиков и решения, а не технологии и «коробки», — говорит креативный директор студии «Март-Дизайн» Евгений Юкечев. Другие готовы поспорить с коробочными продуктами: «собственная CMS разрабатывалась с учетом довольно жестких требований к удобству использования и функциональности, себестоимость сайтов, разработанных на ее основе, сравнима с себестоимостью сайтов, построенных на основе „коробочных“ CMS», — говорит Рашев. А компания «Айкон» планирует выделить собственную CMS в отдельный продукт, который будет распространяться под отдельным брендом. «Если есть потребность в не типовых разделах сайта, то часто трудозатраты на настройку коробочной CMS выше, чем программирование раздела в собственной системе», — говорит Михаил Демешко.

«Успешное создание новой „коробки“ в наше время — абсолютная иллюзия. Заявления некоторых компаний, а особенно региональных, о создании собственной „коробки“ — чистейший PR-ход» — говорит Алексей Раменский. По его словам, в «религиозной войне» между студийными и «коробочными» CMS победят вторые по двум причинам: «Во-первых, маркетинг самих производителей CMS работает таким образом, что все большее количество клиентов требуют известную CMS от разработчика, а во-вторых, производители CMS помогают веб-студиям-партнерам привлекать клиентов. По моим оценкам „эпидемия“ перехода веб-студий на „коробки“ случится в течение 1, 5 — 2 лет», — говорит Алексей Раменский.

## SEO продвигает рынок

В Новосибирске работают как специализированные компании, которые занимаются только продвижением сайтов, так и веб-студии, которые оказывают такие услуги в качестве дополнительного сервиса.

Со временем продвижение сайтов становится все более выгодной работой — это дает небольшие, 20—30%, но стабильные поступления в оборот компании. И эти поступления растут по мере того, как заказчики начинают относиться к сайту как к возможности зарабатывать деньги. «Доходы от продвижения и управления рекламными кампаниями росли последние годы, по нашим оценкам, примерно на 50% в год. Есть надежда, что, несмотря на кризис, в этом году тенденция сохранится — есть заказчики, которые режут маркетинговые бюджеты, но даже из них многие переориентируют остатки на онлайн-рекламу, как более гибкую в плане графиков платежей и, как правило, весьма эффективную в плане контакта с целевой аудиторией», — говорит Глухих.

А у студии «Космос-Веб» доля услуг по разработке сайтов в совокупном обороте составляет около 70%, оставшиеся 30% приходятся на продвижение и проведение рекламных кампаний в интернете. «Продвижение сайтов, как правило, является более рентабельным направлением, нежели разработка», — говорит Максим Мамыкин.

Юлия Пастухова, источник: «NEWSIB.RU»