Бизнес–приложение газеты «Кузбасс» и Кемеровского областного отделения «ОПОРЫ РОССИИ»

ОПОРА

«Опора» выходит при поддержке некоммерческих партнерств «Кузбасский мясо–молочный союз», «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса», Государственного фонда поддержки предпринимательства Кемеровской области.

В чем уверены врачи и юристы
II

Какими красками красят мерседесы
VI

«Оскар» для менеджеров продаж
VIII

Улица в будущее строительного Кузбасса

Александр Емельяненко, генеральный директор компании «ЭКОПАН-Кузбасс», сегодня сдает улицу – 8 двухквартирных домов в поселке Тальжино Новокузнецкого района. Возвели их по технологии «экопан» менее чем за 2 месяца! Как оценят такое жилье новоселы и власть?

III–VI

Фото Ярослава Беляева.

Самолечение ни к чему хорошему не приводит

В этом уверены не только врачи, но и юристы.

Льготная (малая) приватизация муниципального имущества в Кузбассе обострила и без того непростые взаимоотношения бизнеса и власти. И если одни предприниматели—арендаторы муниципального имущества до сих пор отстаивают (в том числе и в судах) свое право на законные льготы, другие, получив это право, спорят с властью по поводу справедливости оценки приватизируемого имущества, а третьи, уже заключив договор купли—продажи этого имущества с местным КУМИ, пытаются выяснить, кто – они или КУМИ – должен платить НДС (налог на добавленную стоимость) с суммы стоимости выкупленного имущества.

С таким вопросом на днях к нам в редакцию обратился кемеровский предприниматель (имя свое он не пожелал называть публично). С подобными же вопросами предприниматели обращаются в Кузбасскую ТПП. Мы решили разобраться в сути этих дел с помощью юристов-практиков. Надеемся, что к их советам прислушаются все те, кому еще только предстоит заключать договора купли-продажи муниципальных помещений, подлежащих «льготной приватизации».

Вот как видит ситуацию кемеровский предприниматель, который приобрел по договору купли-продажи с КУМИ г. Кемерово недвижимое имущество:

«Указанный договор купли-продажи не содержит условие об обязанности покупателя производить уплату НДС», - утверждает предприниматель. И в подтверждение цитирует Налоговый кодекс (п. 3 статьи 161): «При реализации (передаче) на территории РФ (...), а также муниципального имущества, не закрепленного за муниципальными предприятиями и учреждениями, составляющего муниципальную казну соответствующего городского, сельского поселения или другого муниципального образования, налоговая база определяется как сумма дохода от реализации (передачи) этого имущества с учетом налога. При этом налоговая база определяется отдельно при совершении каждой операции по реализации (передаче) указанного имущества. В этом случае налоговыми агентами признаются покупатели (получатели) указанного имущества, за исключением физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями. Указанные лица обязаны исчислить расчетным методом, удержать из выплачиваемых доходов и уплатить в бюджет соответствующую сумму налога.

Применительно к нашему договору с КУМИ, доходом - согласно статье 161 Налогового кодекса РФ - является стоимость приобретенного недвижимого имущества, определенная независимой оценочной организацией по результатам отчета.

Согласно пункту 5 части 3 статьи 45 Налогового кодекса РФ, если обязанность по исчислению и удержанию налога возложена в соответствии с Кодексом на налогового агента, то обязанность налогоплательщика по уплате налога считается выполненной с момента удержания налога налоговым агентом. Таким образом, действующее налоговое законодательство не предусматривает обязательства налогового агента уплачивать сумму налога за счет собственных средств».

КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

А вот как оценивает эту ситуацию практикующий юрист.

Сергей УЧИТЕЛЬ, кандидат юридических наук, сопредседатель коллегии адвокатов «Регионсервис», организатор кемеровской областной программы «Система доступной юридической помощи для субъектов малого и среднего предпринимательства»:

- Изложенная в письме в редакцию ситуация является типичным примером неправильного понимания смысла правовых норм со стороны предпринимателей, не обладающих специальными познаниями в области права, которые самонадеянно рассчитывают на собственные знания и опыт, не прибегая к помощи профессиональных юристов.

Согласно пункту 1 статьи 24 Налогового кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) налоговыми агентами признаются лица, на которых в соответствии с настоящим Кодексом возложены обязанности по исчислению, удержанию у налогоплательщика и перечислению в соответствующий бюджет (внебюджетный фонд) налогов.

За неисполнение или ненадлежащее исполнение возложенных на него обязанностей налоговый агент несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации (пункт 5 статьи 24 Кодекса).

В статье 123 Налогового кодекса установлена ответственность налоговых агентов за неправомерное неперечисление (неполное перечисление) сумм налогов, подлежащих удержанию и перечислению налоговым агентом.

Непредставление в установленный срок налоговым агентом в налоговые органы документов и (или) иных сведений, предусмотренных настоящим Кодексом и иными актами законодательства о налогах и сборах влечет налоговую ответственность по пункту 1 статьи 126 Кодекса.

Согласно п.3 ст.161 Налогового кодекса при реализации (передаче) на территории Российской Федерации государственного имущества, не закрепленного за государственными предприятиями и учреждениями, составляющего государственную казну Российской Федерации, казну республики в составе Российской Федерации, казну края, области, города федерального значения, автономной области, автономного округа, а также муниципального имущества, не закрепленного за муниципальными предприятиями и учреждениями, составляющего муниципальную казну соответствующего городского, сельского поселения или другого муниципального образования, налоговая база определяется как сумма дохода от реализации (передачи) этого имущества с учетом налога. При этом налоговая база определяется отдельно при совершении каждой операции по реализации (передаче) указанного имущества. В этом случае налоговыми агентами признаются покупатели (получатели) указанного имущества, за исключением физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями. Указанные лица обязаны исчислить расчетным методом, удержать из выплачиваемых доходов и уплатить в бюджет соответствующую сумму налога.

Действительно, системный анализ п.4 ст.24 и ст.45 Налогового кодекса говорит о том, что налоговый агент должен перечислять в бюджет не собственные средства. Такая позиция находит свое подтверждение и материалами судебно-арбитражной практики.

Вместе с тем Министерство финансов в своих инструктивных письмах придерживается противоположной позиции – НДС должен исчисляться в размере 18 процентов к стоимости услуг (без учета налога на добавленную стоимость (Письмо от 24.03.2006г. №03-04-03/07, Письмо от 05.08.2005г. №03-04-08/215, Письмо от 26.10.2004г. №03-04-08/93).

В то же время отсутствие в договоре купли-продажи условия об обязанности покупателя удерживать из доходов продавца и перечислять в бюджет налог на добавленную стоимость не предусмотрено налоговым законодательством в качестве основания для освобождения налогового агента от исполнения обязанностей, установленных в пункте 3 статьи 161 Налогового кодекса Российской Федерации.

Как уже было отмечено, обязанностью налогового агента является исчисление, удержание из доходов налогоплательщика (продавца) и перечисление суммы налога в бюджет (пункт 4 статьи 173 НК РФ). В нашем случае, когда в договоре купли-продажи не выделена отдельно сумма НДС, и налоговый агент исчислит ее от общей суммы договора по ставке 18%, удержит эту сумму и перечислит в бюджет. Что в итоге получилось? Что продавец получил неполную сумму оплаты по договору, а следовательно, покупатель не выполнил свою обязанность по оплате приобретаемого имущества в полном объеме. Можно поступить и по-другому. Налоговый агент увеличивает стоимость объекта недвижимости по договору на сумму налога по ставке 18%, затем исчисляет сумму налога с общей суммы по ставке 18% и перечисляет в бюджет.

Что в результате? Сумма налога фактически удержана не из доходов продавца, а заплачена за счет средств налогового агента. Налицо негативные последствия - во-первых, отвлечены собственные финансовые средства, во-вторых, отсутствие в первичном документе суммы налога (нарушение пункта 4 статьи 168 НК РФ) и фактическое неудержание суммы налога из доходов продавца может привести к отказу в получении вычета.

Из вышеизложенного следует, что при заключении договора купли-продажи государственного или муниципального имущества необходимо проследить за тем, чтобы договорные отношения были оформлены правильно.

Так как налоговые агенты обязаны исчислить, удержать НДС из доходов, уплачиваемых продавцу, следовательно, обязанность исчислить и удержать сумму НДС по договору купли-продажи возникает у организации в момент перечисления денежных средств продавцу.

Таким образом, все неблагоприятные последствия в связи с невыделением в договоре купли-продажи государственного имущества отдельно суммы НДС будет нести в любом случае покупатель, выполняющий функцию налогового агента.

Уважаемые коллеги!

Поздравляем вас, ветеранов строительной отрасли, и всех, кто причастен к созиданию, с профессиональным праздником – Днем строителя!

День строителя - это праздник, который близок каждому из нас: он вбирает в себя множество маленьких и долгожданных торжеств - новоселье, ремонт в квартире, появление новой школы, поликлиники, торгового центра… Но, безусловно, решающая роль в переустройстве принадлежит строителям - профессионалам, настоящим мастерам своего дела, способным в буквальном смысле слова обгонять время, закладывать основы будущего.

Профессии строителя всегда будет принадлежать одно из самых почетных мест в созидательном труде человека.

Именно строители создают среду обитания, без которой немыслима жизнь человека. Особое значение для каждого человека сегодня имеет жилье. Квартира, собственный дом - не просто материальная ценность, а нечто большее, от чего зависит мироощущение человека, в конечном итоге - его судьба.

В первую очередь желаем нашим строителям, чтобы не унывали ни при каких обстоятельствах, ни при каких кризисах. Там, где хорошо живут строители, процветает все общество. Без нас экономика мертва. Мы - тот локомотив, который может обеспечить процветание всей страны и вывести ее на новый путь

В этот замечательный праздник — День строителя от всей души желаем всем строителям удачи и благополучия, неиссякаемой энергии, счастья, крепкого здоровья, новых творческих замыслов!

Совет некоммерческого партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса».

Его «штыки» – его богатство

Автомобильный рынок в Кузбассе, как и в России, продолжает падать. Если по итогам первого квартала 2009 года объем продаж «легковушек» составил у нас 92% к аналогичному периоду прошлого года, то по итогам первого полугодия – уже только 69%.

Кемеровская компания «Трансхимресурс» – отраслевой холдинг, вся ее деятельность (продажи автомобилей, запчастей и расходных материалов к ним, обслуживание и ремонт) крутится внутри одного сегмента рынка. То есть вроде как налицо нарушение главной заповеди бизнеса: «Не держите все яйца в одной корзине».

Однако руководитель фирмы Игорь Лысенко считает, что «корзины» у «Трансхимресурса» разные. А то, что все они при этом автомобильные, в данном случае не минус, а плюс. Потому что будущее человечества связано с автомобилями, хотим мы этого или нет. Когда люди не могут покупать новые машины, они трепетнее заботятся о старых. Главное – убедить клиентов отнести свой трудовой рубль именно в «Трансхимресурс».

(Окончание на 8-й стр.).

Встретимся у фонтана

Участники некоммерческого партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса» осваивают новое направление в строительстве.

Когда завершилась встреча с местными строителями, проходившая в администрации Юрги, Вячеслав Горлач, заместитель директора некоммерческого партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса», попросил коллег, устроивших перед отъездом в Кемерово перекур, без него не уезжать: «Я быстро – фонтан только посмотрю!» Те, в знак согласия, понимающе закивали головами.

Было это два месяца назад.

А в минувшую субботу Вячеслав Горлач с коллегами по партнерству демонстрировал, как будет работать их собственный фонтан, своему первому заказчику – администрации Крапивинского района.

- Так вот вы зачем фонтан в Юрге бегали смотреть! – напомнила Вячеславу ту поездку.

- И не только в Юрге, - отшутился он.

- А как фонтаны в вашей жизни появились? – поинтересовалась у Горлача, будучи точно уверенной, что фирм, специализирующихся на строительстве фонтанов, среди участников партнерства до сих пор не было. Может, незнакомый новичок появился?

- Все предельно просто! Одно из предприятий нашего партнерства хотело поучаствовать в тендере по малым формам – лавочки, скамеечки, фонарики, ограждения делать. А выиграло фонтаны. Благодаря тому, что у него есть лицензия общестроительная и лицензия на ввод в эксплуатацию электроустановок в 1000 вольт. Но это предприятие никогда фонтаны не строило. Так родилась идея освоить строительство фонтанов партнерству.

Возглавить это новое направление совет партнерства поручил одному из заместителей директора - Вячеславу Горлачу. Задача-минимум: первый заказ выполнить быстро и качественно.

Фонтан в Крапивинском – по условиям тендера - нужно было построить к Дню работников сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности (центр Крапивинского района нынешней осенью будет центром областных торжеств в честь этого праздника). То есть времени на раскачку у Горлача и его коллег не было. Уже через 3 месяца заказчик должен был иметь перед глазами рабочий проект фонтана.

- А у нас не было проекта вообще, - признается сегодня Вячеслав, сам, по-моему, тому не веря. Потому что за время работы над своим первым заказом он и его партнеры настолько углубились в «тематику» фонтанов, что сегодня видят в них не просто легкий или сложный гидротехнический объект, который создает определенный водный рисунок. Для Сибири, где фонтаны эксплуатируются, как правило, только летом, они считают, этого мало.

- Фонтаны могут стать частью архитектурной композиции, имеющей еще и художественную ценность, и радовать людей вне зависимости от времени года, - резюмирует Горлач итоги своих многомесячных общений с консультантами – именитыми художниками и архитекторами, заслуженными строителями. Благодаря им дизайн-проект фонтана стал основой рабочего проекта.

- По просьбе главы Крапивинского района Виктора Адольфовича Альберта решено было запустить объект раньше, чтобы в наше короткое лето дети могли порадоваться, поиграть у фонтана вместе с родителями.

И это было сделано 1 августа, - продолжает Вячеслав.

- И что дальше?

- Фонтаны – это востребовано. В рамках некоммерческого партнерства мы часто общаемся с главами муниципальных образований - многие из них изъявили желание тоже создать свои парковые зоны с фонтанами. Идея такова: предложить им готовое решение - проект парковой зоны (пешеходная зона, зона отдыха, зеленая зона, фонтан) – основу, которую в каждом конкретном районе или городе видоизменять под требования заказчика или под конкретный ландшафт.

- Во всех муниципальных образованиях по фонтану построите и все – этот бизнес свернулся?

- Мне довелось быть в одной квартире, площадь которой порядка 215 кв. м, в фойе стоял фонтан.

- И кто там живет?

- Напрасно иронизируете! Работа с поставщиками оборудования показала, что очень много заказов от частных лиц. И нужно не только фонтаны строить. Малые бассейны как внутри здания, так и на открытой территории, пруды, ландшафт - интерес к ним на самом деле сейчас у людей оживает. Для нас это дополнение к этапу строительства, т.е. мы не только строим малоэтажное жилье, но и занимаемся благоустройством окружающей территории.

- Фирму для этого будете создавать или как?

- Мы сейчас занимаемся разработкой фирменного стиля новой компании «Аква-Строй», которая по концепции перспективного развития нашего партнерства, станет одним из структурных подразделений треста и будет выполнять в нем роль заказчика -застройщика. В компанию войдут фирмы, которые будут заниматься - отдельно - строительством фонтанов, изготовлением малых архитектурных форм, ландшафтным дизайном.

- О каком тресте речь?

- «Тресте малоэтажного строительства». Идея его создания проста: зайти на площадку, построить и сдать «под ключ» жилой дом с благоустроенным земельным участком, на котором он стоит.

- Эту идею участники озвучили еще на организационном собрании партнерства. Многие тогда сомневались, ведь это в какой-то мере потеря самостоятельности, свободы.

- Кризис заставил нас многое переоценить.

- Это тема другого разговора…

Вера КАРЗОВА.

Улица в будущее строительного Кузбасса

Сегодня для некоммерческого партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса», которое де-юре – общественная организация, а де-факто – трест малоэтажного строительства, знаменательный день. Дело не только в том, что сегодня в Новокузнецке открывается первая выставка «Современные технологии малоэтажного строительства», где 10 участников партнерства выступят одним пулом, представив на общем стенде свои последние достижения в сфере строительства «малоэтажек»: проект 3-этажного дома из 12 квартир; стеновые конструкции из современных материалов (пенобетона, полистиролбетона, силикатного кирпича); утеплители; водные краски; металлоизделия и фасадные материалы; теплосчетчики и услуги по их установке; локальные очистные сооружения.

В этот же день в поселке Тальжино Новокузнецкого района компания «ЭКОПАН-Кузбасс» - также участник этого некоммерческого партнерства - сдаст в эксплуатацию… улицу из 8 двухквартирных домов, куда местная власть переселит 16 семей из ветхого жилья. Улица выросла на месте бывшего пустыря за неполных 2 месяца благодаря использованию новой для нашего региона технологии – «EcoPan», которую в России называют «Экопан».

На торжественную церемонию обещал приехать сам губернатор, который проявил к этой стройке особый интерес (по его поручению здесь каждую неделю проводили заседание штаба по очереди то зам. губернатора по строительству, то начальник департамента строительства областной администрации). С особым нетерпением ждут А.Г. Тулеева строители. Губернатор, по их мнению, должен вынести окончательный вердикт: каким быть социальному жилью в Кузбассе. Строители очень надеются, что он остановит свой выбор на «малоэтажках». А значит, будет работа для некоммерческого партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса». И значит, они смогут не только выжить, но и развиваться.

Сегодня, накануне Дня строителя, ОПОРА тоже решила внести свою лепту в общее дело – рассказать хотя бы о некоторых достижениях и возможностях участников партнерства в малоэтажном строительстве.

(Читайте стр. IV, V, VI).

Уважаемые работники строительной профессии и ветераны строительного комплекса Кузбасса!

Поздравляю вас с Днем строителя!

Ваша созидательная профессия соединяет в себе творческий подход и точный расчет, требует высокой организованности и ответственности. Возводимые вами жилые дома и общественные объекты украшают города и села, дарят людям удобство и хорошее настроение, уверенность в завтрашнем дне.

Благодаря вашему труду Кемеровская область занимает лидирующее положение в регионе по объемам строительства. Тысячи людей строительных профессий работают, выполняя областные программы по водоснабжению, дорожному строительству, малоэтажному жилью.

Мы вместе строим современный Кузбасс – сильный, конкурентоспособный и привлекательный. Уверен, что присущие вам профессионализм, увлеченность и созидательная энергия помогут воплотить в жизнь самые смелые планы социально-экономического развития области.

Желаю вам крепкого здоровья, новых успехов, благополучия и счастья!

Андрей БОКАРЕВ,
вице-президент РСПП,
председатель координационного совета объединений РСПП Сибирского федерального округа,
председатель правления «Кузбасского союза работодателей».

Улица в будущее строительного Кузбасса

Эта улица в Тальжино не зря приковывает внимание журналистов и просто зевак («Не успеваю прорабу визитки возить, – признался генеральный директор ООО «ЭКОПАН-Кузбасс» Александр Емельяненко. – Приезжают отовсюду, даже семьями – родители с детьми, бабушки с внуками…»). Ее строительство уж очень напоминает западное телешоу – еще вчера здесь был пустырь, через две недели вырос первый дом, через два месяца – улица.

Домики, как близнецы, различить которые можно только по цвету сайдинга. На общем сером фоне стоящего поодаль поселка старой железнодорожной станции кажутся слишком легкими – дунет ветерок и их унесет…

– Самое главное – психологию нашего человека перестроить, – вздохнул, глядя на эту картинку, Руслан Битлаев, директор ООО «Рубин» из Юрги. – Привыкли, что жилье массивное, каменное, а здесь легкое все…

– Хотите такие дома строить? Загорелись?

– Я еще весной загорелся. Когда первый раз про «Экопан» услышал…

С канадской технологией строительства малоэтажного жилья «EcoPan» («Экопан») некоммерческое партнерство «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса» знакомило своих участников не раз. Представители новокузнецкой компании «ЭКОПАН-Кузбасс» и просто рассказывали о ней, и на образцах своих сэндвич-панелей демонстрировали эту технологию каркасного строительства малоэтажного жилья.

Чем она так привлекла совет партнерства? Только ли тем, что канадскую технологию строительства на Западе, учитывая постоянно растущие требования людей к качеству и экологичности жилья, успешно используют на протяжении не менее полувека?

– Сегодня назрела необходимость выходить на стройиндустрию готовых домов, которые только лишь собираются на строительной площадке, – убежден Александр Плебух, директор некоммерческого партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса», взявшего твердый курс на малоэтажное жилищное строительство. – «Экопан» – одна из тех технологий, которые отвечают современным требованиям строительного рынка: энергоэффективность по теплоснабжению, высокая надежность применяемых стройматериалов, быстрота выполнения проектов зданий, их долговечность. И главное – доступность возведенного по этой технологии жилья для потребителей, а стало быть, конкурентоспособность.

В этот раз партнерство предоставило своим участникам возможность «дотронуться рукой» до возведенного по знакомой им уже технологии дома. Но даже после этого поток вопросов к коллегам из «ЭКОПАН-Кузбасса» не иссяк. Причем интерес ко всему увиденному был у строителей из разных городов области не только профессиональный, но и чисто житейский.

Что стоит по «Экопану» дом построить?

– Это первая очередь жилого квартала поселка станции Тальжино, – Владимир Синкин, исполнительный директор ООО «ЭКОПАН-Кузбасс», обвел рукой новую улицу поселка, имени у которой пока нет. – Под этот квартал отведено порядка 38 гектаров. Первая очередь рассчитана на 20 домов. Первая часть первой очереди – эти 8 домов. Заказчиком является администрация Новокузнецкого района, генподрядчик – компания «Промстройсервис». Мы – в числе субподрядных организаций – выполнили работы по изготовлению и монтажу домокомплектов по технологии «Экопан». Смонтировано 8 домов – вот они…

– 12 июня мы сюда привезли венцовый брус, тут была ровная площадка. На остальных где-то фундаменты заливались, где-то копались котлованы – это было 12 июня. Представляете, в каком режиме работали? – вступает в разговор генеральный директор «ЭКОПАН-Кузбасса» Александр Емельяненко. – Раньше думали – хорошо в месяц два-три домика построить, сейчас уже так неинтересно. Сейчас надо строить улицами.

– К 6 августа вы полностью всю отделку сделаете?

– 3 августа отсюда строители должны уйти.

– Работаете в 2 смены или в 3?

– Наверно, в одну, но очень длинную…

– Вот стоит плита – фундамент. Вы зашли, привезли панели… Коробку за сколько собирали?

– Если работать в нормальном графике, при 8-часовом рабочем дне, то коробку профессиональной бригаде из 5 человек реально собрать за 5 дней. Мы собирали ее за 3 дня уже потом. Правда, от восхода до заката.

– Все это время кран работает?

– Механизмов у нас нет вообще. Потому что один элемент весит максимум килограммов 80. Спокойно по направляющей веревками поднимается и монтируется. Если будет 2 элемента одновременно или 3– 4 (это весит 300 килограммов), тогда конечно, кран или какое-то подъемное устройство необходимы.

– Это удобно тем, у кого «воровайка» есть…

– Да, для нас такая трехтонная «воровайка» с 6-метровым кузовом, с 6-метровой стрелой – идеальный механизм. Больше совершенно ничего не нужно.

– Вам определили стоимость квадратного метра в 20,5 тысячи рублей?

– Немного меньше.

– Уложились?

– Ну, по большому счету это очень жесткие условия. Если говорить о 25 тысячах за квадратный метр, тогда появляется финансовый смысл для бизнеса. А строить за 20 тысяч смысла на самом деле нет никакого. По мне так правильно было бы таунхаусы строить с пятью сотками земли. Это тоже было бы интересно. Потому что при торговле жильем, любым, говорят о цене квадратного метра.

И на 100 «квадратов», и на 60, и на 40 все материалы идут по одной цене. Но нагрузка на 1 кв. метр в доме на 40 квадратов по сравнению с домом на 100 квадратов возрастает раза в 1,5-2. Чем меньше квадратура, тем сильнее кровля и стена давят на «квадрат». А если ставить таунхаусы – будет там 8 или 10 квартир, – себестоимость квадратного метра будет меньше…

– То есть таунхаусы вам выгодней строить?

– Да, я думаю, что это всем выгодней. И самим жильцам, и инвесторам было бы выгодней.

– Но, с другой стороны, иметь собственную усадьбу…

– Конечно, гораздо приятней. Согласен.

– А у вас здесь есть перспектива? – вопрос адресовался генеральному директору «ЭКОПАН-Кузбасса».

– Пока ничего неясно, – констатировал Емельяненко. – Приедет Аман Гумирович – что-то должен сказать… Мы ждем его поддержки и дальнейшего продвижения строительства.

– А лично вы какой представляете перспективу этого?

– Надо делать общий генплан, чтобы был стадион, были магазины, детские сады. И инвесторам отдавать куски по генплану: дали тебе три улицы, попали тебе детский сад, магазин – делай. И так вот идти. А если отдать под самострой, это будет Шанхай. Русский.

Владимир СИНКИН: «Этот проект обречен на успех: цена, качество, скорость!»

Виктор ГОРЕВОЙ: «Экопан» - технология, привлекательная и по цене».

Руслан БИТЛАЕВ: «Как только землю получу, сразу начну строить».

Жилье для жизни

– И все-таки какие-то ваши дома на вид очень легкие. Того гляди – унесет, – это вопрос от журналистов.

– Поскольку дом деревянный, соединительные элементы, которыми соединяются панели, в конечном итоге образуют внутренний каркас здания, обеспечивающий устойчивость, – популярно и терпеливо начал (в какой раз?!) переубеждать прессу Емельяненко. – Панели придают дополнительную устойчивость, то есть имеется двукратный запас прочности. Американцы и канадцы, откуда эта технология была взята, в качестве соединительных элементов не используют брус, они используют точно такую же шпонку, точно такую же сэндвич-панель, только меньшего сечения. Дом обладает феноменальной устойчивостью.

– А земельные участки в усадьбе какие?

– Здесь приходится по 10 соток на 1 квартиру, 20 соток – на дом, – принял у шефа эстафету ответчика Владимир Синкин.

– А еще что вы должны здесь сделать?

– Ограду, уголярку и небольшое благоустройство – в виде дорожки до дома.

Вода, электричество к домам подведены. Канализация – выгребная: одна яма на 2 квартиры. Централизованной канализации здесь просто нет. В поселке выгреба, поэтому и здесь выгреба…

– Металлическую емкость для этого используете или бетонную?

– По проекту – бетонные полукольца. Зачеканенные, гидроизолированные.

– Это тоже в себестоимость входит?

– Это все входит.

– А сколько в итоге такой дом стоит?

– 3 миллиона, грубо, стоит вот этот дом. Все вместе, что входит в усадьбу… Но она на двух хозяев.

– А все дома будут заселены?

– Сейчас уже определено: 16 квартир будет сдано. Значит, 16 семей заселятся.

– Все из Новокузнецкого района?

– Знаю две семьи из Тальжина. Все из Новокузнецкого района, конечно.

– Переселять будут из ветхого жилья?

– Абсолютно точно – по программе переселения из ветхого жилья.

– Отопление печное везде?

– Во всех домах твердотопливные котлы ставят.

– Мощность котлов какая?

– 12– 14 киловатт. Но по расчету здесь потери, которые необходимо возмещать, – 7 киловатт на квартиру, на 75 «квадратов».

– Регулировать тепло можно?

– Регулировать можно только вентилями непосредственно на батарее или меньше забрасывать угля – и все.

– Высокая теплоэффективность этих зданий, – их основной козырь, – акцентирует внимание коллег Емельяненко. – На улице была жара – в доме комфортно. Зимой на улице будет холодно – здесь будет так же, как сейчас. У этого материала есть недостаток – в отличие от кирпичей и бруса низкая теплоемкость. Кирпич греешь-греешь – нагрел, потом он какое-то время отдает тепло. А здесь как в автомобиле. Тепла дал – тебе тепло, тепла не дал – холодно. Но с другой стороны, тепла надо немного. Это термос.

– А вентиляция здесь как-то по-своему рассчитывается? – вопрос Синкину.

– Нет, естественная вентиляция. Есть вентиляционные каналы…

– А сам материал как-то дышит?

– Вопрос хороший! В материале предусмотрена небольшая диффузия, т.е. материал дышащий. И по качеству жизни, по ощущениям это – деревянный дом. Ну, а чтобы работала вентиляция, должна быть вытяжка…

– А пристроить мансарду можно?

– Если проект будет с мансардой – будет мансарда, – отшутился сначала Синкин, а потом продолжил уже серьезно: – Эти дома имеют высокую степень ремонтопригодности… Ну, к примеру, возникла необходимость через 5-10 лет поменять какую-то часть – человек захотел изменить планировку, захотел пристроить либо, наоборот, убрать что-то, – это делается очень легко и просто. Или, не дай бог, дом попал в зону затопления, или – если двухэтажное здание – сверху затопили первый этаж и что-то пришло в негодность, – нет проблем удалить из сэндвич-панели плиту OSB, элемент какой-то и поменять их...

– А массивный кухонный гарнитур подвесить на эти стены можно? Мы же привыкли: в кирпичную стену задолбил так задолбил, засверлил так засверлил. А здесь как?

– Аман Гумирович будет вручать новоселам ключ и паспорт на квартиру. В этом паспорте будет написано все: что за дом, из чего состоит, кто генподрядчик, кто субподрядчики, все схемы водоснабжения, канализации, отопления, техника безопасности в доме, что можно на стены навешивать и как. Мы все предусмотрели! – завершил беседу Александр Емельяненко.

Вполне возможно, что когда вы будете читать этот текст, новоселы возведенных им домов будут изучать паспорта на свое новое жилище.

P.S. Участники партнерства из Белова, Юрги и Анжеро-Судженска в тот же день сделали заявки на поставку первых домокомплектов и получили заверение от руководства компании «ЭКОПАН-Кузбасс», что в течение ближайших двух месяцев их заявки будут выполнены.

Елена КОБЕЛЕВА,
Вера КАРЗОВА.

МНЕНИЯ

Виктор ГОРЕВОЙ,
зам. директора Управления капитального строительства г. Юрги:

– Строить доступное жилье по технологии «экопан» – интересное предложение. В Юрге у нас есть несколько площадок, где в свое время Юрмаш давал людям землю и где велась частная застройка. Но это все остановилось, потому что строить по традиционным технологиям дорого, не каждая семья потянет. А вот «экопан» – технология достаточно привлекательная и по цене, и по срокам и, в принципе, по качеству.

Если взять 32-й квартал в Юрге, где генеральным планом предусмотрена площадка под 160 индивидуальных домов, то есть приличный жилой массив, по этой технологии можно построить достаточно быстро и дешево. Можно будет туда и молодые семьи поселить, и переселить жильцов из ветхого жилья. Можно поработать и с Фондом развития жилищного строительства по выдаче займов для покупки такого жилья, ведь квадратные метры одни и те же, что в высотном доме, что в малоэтажном. Но есть преимущество – свой земельный участок.

Альтернативные площадки у нас есть, кроме традиционных микрорайонов, которые мы строим. Поэтому это привлекательная технология.

Сейчас мы в городе рассматриваем несколько вариантов малоэтажного строительства, в том числе «экопан», металлокаркас, «теплостен». Нам интересны все технологии, которые дешевле традиционных.

А здесь посмотрел: производство, в принципе, достаточно быстро налаживаемое, и перестроить его можно практически на любой тип коттеджей. Это еще плюс «экопану». Скорей всего мы будем сотрудничать с Александром Николаевичем…

Независимый (так он представился) предприниматель:

– Я убежден: для семьи, которая сегодня не в состоянии построить огромные хоромы, вложить в строительство большущие деньги, этот дом – самый реальный выход. И он по стоимости практически не превышает стоимость квартиры в многоэтажном доме. А с учетом того, что каждому хочется что-то на земле создать, это вообще идеальный вариант: и огородик здесь может быть, и гараж у него здесь стоит, и человек чувствует здесь себя полноправным хозяином на земле…

Ведь не секрет, как тяжело психологически тем, кто жил на подработанных территориях шахт (там же был свой дом, свой огород), переехав в многоэтажку, жить на 3-5-м этажах. Особенно пожилые люди от этого страдают. Такие дома – просто выход для решения проблем переселенцев с подработанных территорий шахт либо из аварийного жилья. Это лучший вариант для малообеспеченных или молодых семей.

И строителям по этой технологии строить выгодно. Понятно, что эти социальные дома привязывались к деньгам по площади. А чуть-чуть увеличить площадь этого дома – и он будет очень актуален для многих строительных компаний. И то, что дом на два хозяина, тоже очень актуально. По новому Земельному кодексу везде конкурс на землю, значит, надо принимать участие в конкурсе. Или один участок получишь – дом на одного хозяина построишь, или дом на двух хозяев – есть разница?

И еще такой момент: у нас в городе есть, например, микрорайон, в котором котельная уже не может давать то количество тепла, которое необходимо, чтобы многоэтажные дома ставить… Проблема? Еще какая! Сегодня вложить в сети несколько миллионов не каждая строительная компания себе позволит, а бюджет тем более. Для таких домов тепловые сети не нужны. Котел в каждый дом поставил – и все: хоть электрокотел ставь, хоть на газе его ставь, хоть на угле. Здесь, к примеру, 6-киловаттный котел запросто дом обогреет. Его установить не такие большие затраты.

Проект в складчину

представит на выставке «Современные технологии малоэтажного строительства» некоммерческое партнерство «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса».

Идея разработать проект 3-этажного дома из сборного железобетона - блок-секции на 12 квартир общей площадью 530 кв.м - родилась на собрании участников партнерства в декабре прошлого года. Строительство таких домов не требует проведения государственной экспертизы, что позволяет ускорить привязку в любом населенном пункте области.

За это время проектно-внедренческая фирма «МЖКпроектстрой» завершила разработку технической документации. На Беловском заводе сборного железобетона проведен рабочий запуск технологии производства колонн и ригелей.

Как уже писала «ОПОРА», изюминка этого проекта в том, что инвестором разработки являются участники некоммерческого партнерства.

Применение такого каркаса эффективно с нескольких точек зрения: здания получаются сейсмостойкими; для ограждающих конструкций стен могут использоваться различные местные материалы – кирпич, «теплостен», железобетонная панель, пенобетон, полистиролбетон и т.п. По расчетам специалистов Беловского завода сборного железобетона, стоимость домокомплекта, состоящего из колонн, ригелей, плит перекрытий и ограждающих конструкций из железобетона, чуть более 2 млн. рублей, или 5 тыс. рублей за квадратный метр. По скорости возведение такого домокомплекта сравнимо с технологией «куб 2,5» (она признана специалистами самой быстрой при возведении этажного жилья). Еще одним преимуществом является отсутствие монолитных участков при монтаже. Шаг колонн 7,2 м позволяет создавать любую планировку - от социально ориентированных квартир до квартир повышенной комфортности (по площади). Проект этого дома может быть востребован при реализации программ переселения кузбассовцев из ветхого жилья и переселения с подработанных территорий шахт. При необходимости можно соединить блок-секции и получать дома по 24 и 36 квартир, что еще удешевит стоимость строительства.

Полистиролбетон от «Теплопласта»

В минувший понедельник в г. Кемерово на одном из предприятий – участников некоммерческого партнерства «Строительные предприятия малого и среднего бизнеса Кузбасса» запущено производство полистиролбетона – достаточно нового для Кузбасса строительного материала.

Произошло это в ООО «Теплопласт», которое с 2007 года занималось производством строительного утеплителя – пенополистирола вспенивающегося. В январе нынешнего года предприятие выиграло конкурс инвестиционных проектов, который проводил Государственный фонд поддержки предпринимательства Кемеровской области, и получило льготный кредит – 2 миллиона рублей на 2 года под 5% годовых – на освоение производства полистиролбетона.

– Всего в проект было инвестировано 2,7 миллиона рублей, – уточняет директор «Теплопласта» Сергей Тупков.

За полгода закуплено и смонтировано оборудование, в течение июля прошла его обкатка и обучение персонала.

Мощности завода позволяют выпускать в месяц (при односменной работе) до 250 кубометров полистиролбетона в виде стеновых, перегородчатых блоков, товарного бетона и сухих смесей.

Полистиролбетон является отличным тепло- и звукоизолирующим материалом. Стена из блоков толщиной 0,4 метра сопоставима с 2 метрами кирпичной кладки. Несущие стены из этого материала можно возводить до двух этажей, что очень актуально при строительстве индивидуальных домов. При применении каркаса в качестве ограждающих конструкций полистиролбетонные блоки можно применять при любой этажности. Материал пожаробезопасен.

Полистиролбетонные блоки укладываются на клей в любое время года, скорость строительства очень высокая.

Перегородчатые и стеновые блоки изготавливаются в цехе с конструкцией шип-паз.

Сухие смеси позволяют прямо на стройке получать раствор для заливки полов, кровель, что придает жилью очень хорошую звукоизоляцию, помогая решать одну из основных проблем наших многоэтажек.

Помимо этого, проект ООО «Теплостен» позволяет перерабатывать отходы полистирола, которого образуется достаточно много при утеплении фасадов зданий. Одновременно решаются и проблемы экологии.

Главное – быть готовым к новому старту…

Андрей Шрайфогель – генеральный директор кемеровского ООО «ЛиК». Два десятка из своих 44 лет – руководитель. В 2006 году в очередной раз возглавил бизнес, казалось бы, совершенно не профильный для него. Наш разговор начался с «ознакомительных» вопросов…

– Откуда вам досталась такая фамилия?

– Естественно, от папы-мамы. Фамилия редкая, если встретишь – обязательно родственник. Предки приехали при Екатерине, до 1939 года жили в Поволжской республике немцев, потом попали в Сибирь…

– Чисто немецкими качествами считают обязательность, стремление к стабильности, отсутствие авантюризма. Все это присуще вам?

– Как раз авантюризм присущ, раз занимаюсь бизнесом. Такой, скажем, добрый авантюризм.

– Озвучьте, пожалуйста, «этапы большого пути»…

– Родился, учился, после армии работал на мясокомбинате простым электриком. Окончил заочно институт. В «лихие» девяностые начал заниматься коммерцией. Работал начальником торга в одной фирме. Поступило предложение возглавить нефтебазу в Анжеро-Судженске, отработал с 1996-го по 2002 год. Затем генеральный директор в нефтянке. Когда там началось слияние с «Юкосом», пригласили работать на Тяжинский пивзавод, контракт на два года – сделать реконструкцию и перевооружение. И уже потом поступило предложение возглавить ООО «ЛиК» – «Лаки и Краски».

– Такая активная смена отраслей – обычное дело?

– Я управленец. Знаю и могу организовать производственные процессы, поэтому меня и приглашали. Знаю, с чего начать, как организовать производство и что делать дальше.

– «ЛиК» ведь начался не на пустом месте?

– Компания существует третий год, раньше называлась «Бригадир», нам было предложено ее купить.

– Но ведь, насколько помню, это был раскрученный бренд? Почему же вы поменяли название?

– Там были и положительные моменты, и отрицательные, так что, сохранив коллектив и производство, мы пошли своим путем. Задача упрощалась тем, что были отличные специалисты, например, технолог Комаров Валерий Иванович, 25 лет отдавший этой профессии, были наработки, тем не менее, на рынок пришлось заходить практически с нуля.

– Насколько тесно было в тот момент на рынке красок?

– Рынок очень жесткий, заполненный. На тот момент в Кузбассе присутствовало около 48 брендов – зарубежных, отечественных – из Москвы, Ярославля, Петербурга, Новосибирска. Но водными красками на сегодня занимаемся практически мы одни. Потому что мировая практика показывает, что все серьезные потребители уходят от вредных производств, от красок, связанных с ацетоном, так как это достаточно вредно для людей. К примеру, компания «Мерседес» лет семь свои машины красит именно водными красками. Если прирост где-нибудь на западном рынке ежегодно до последнего времени составлял 10 процентов, то в России – 30 процентов.

– Объясните, что это за «водные» краски?

– Это краски, сделанные на основе воды. Если в обычных красках испаряется ацетон или еще что-то, то у нас – вода. Краски используются для покраски фасадов зданий, внутренних помещений…

Мы сами производим всю краску от начала до конца, основное сырье – импортное, как и у всех самых крупных производителей, и это не мода, это качество. Отечественное сырье, скажем так, недостаточно хорошего качества, чтобы делать хорошую краску. Самую дешевую краску еще можно делать на российском меле, но более дорогую – супербелую – уже на турецких кальцитах. Для производства краски используется очень много компонентов, по некоторым видам – и 15, и 20, из Германии, Финляндии, Турции, Англии. В Кузбассе сырья для производства краски вообще нет, только вода. Мел – с Белгорода, ближе не найти. В месяц можем делать 150 тонн краски. Предприятий, которые имеют даже близкие объемы производства водных красок, в Кузбассе нет.

– Ваш главный потребитель – это…

– Мы главным образом работаем с магазинами по фасованной продукции и со строительными организациями. Кемеровские проспект Советский, улицы Красная, Островского, Красноармейская – это все наши краски. В прошлом году к Дню шахтера Анжеро-Судженск процентов на шестьдесят-семьдесят обновился с нашей помощью…Хорошо работают с нами Мариинск, Ленинск-Кузнецкий, Юрга… Строительные бригады, которые занимаются внутренней отделкой офисов и помещений – тоже наши партнеры. В летний период главные объемы – фасады, колерованная краска – мы делаем свыше 5000 цветов и оттенков, работаем по каталогам «Тиккурилы»… Краска хорошего качества, мы заявляем атмосферостойкость покрытия для фасадов зданий 8-10 лет: не смоется, не выгорит, ничего с нею не произойдет. А если отлетит, то только вместе со штукатуркой.

– Какими были ваши первые шаги по завоеванию рынка?

– Во-первых, создание команды менеджеров-продавцов. Изменили требования, заработок стал более жестко завязан на реализацию. Повысились требования к персоналу в связи с приобретением нового испанского оборудования. Но из-за кризиса мы столкнулись с недофинансированием и недокредитованием, и это оборудование пока не запустили. Варианты – найти соинвестора или дождаться улучшения экономической ситуации.

– То есть кризис мимо не прошел?

– По сравнению с прошлым годом объемы сократились процентов на 10, хотя у многих предприятий, работающих на нашем рынке, падение составило 30-50 процентов. Часть игроков с рынка ушла – в основном дорогие краски, ставшие менее востребованными, – примерно 15 брендов из 48, о которых говорил.

Мы не стали поднимать цену по отношению к прошлому году. Многие от этого не удержались, потому что выросли доллар и цена на сырье, значит, выросли и затраты.

Все поставщики, и лакокрасочной продукции в том числе, стали требовать предоплату. Раньше отдавали на реализацию, рынок был стабильный, все рассчитывались хорошо, а сейчас у всех ситуация такая: сырье – только по предоплате, соответственно продавать надо тоже по предоплате либо с какой-то минимальной отсрочкой платежа. Чтобы восполнять сырьевые запасы, платить налоги, заработную плату.

– Какие «антикризисные» задачи для «ЛиКа» вы формулируете?

– Я считаю, что сегодня самая главная наша задача – выжить, сохранить коллектив, клиентскую базу, найти дополнительные рынки сбыта.

Мы сохранили основную массу своих клиентов. Многие перешли на предоплату, а мы с нормально работающими партнерами оставили и отсрочку платежа, и оплату по реализации.

Да, сворачивается строительство, сокращаются объемы, приходится искать новых партнеров в крупных городах и других сферах. Но наш ценовой сегмент сегодня более востребован, чем дорогой импорт. Поэтому с учетом цены-качества мы конкурентоспособны. Все наши докризисные партнеры, которые выжили, остались с нами. Сейчас прорабатываем вопрос с крупным московским холдингом по поставке эмалей и краски для внутреннего потребления. Нашей продукцией в этом году заинтересовались строительные предприятия Барнаула. Был оторван Новокузнецк – достаточно сложный город, – в нем мы нашли структуры, проявившие к нам интерес.

Мы разработали эмали на водной основе, которыми заинтересовались железнодорожники, – для покраски подвижного состава: эти краски очень экономичны, экологически чисты, быстро сохнут. Если стандартные эмали сохнут 24 часа, запах, надо проветривать, нельзя проводить огневые работы, то наша краска на водной основе высыхает в течение часа, не имеет запаха, не горюча, ею можно красить и батареи, и вагоны, и любые другие металлические изделия. Для поставки ее в розничную торговлю мы сейчас проходим добровольную сертификацию, это достаточно длительный процесс. А для промышленного использования передали образцы в НИИ железнодорожного транспорта в Москве, где краска пройдет климатические испытания, и нам будет выдано заключение для использования.

Получен интересный заказ на недорогую краску-грунт для черновой обработки строящихся зданий. Человек, который собирается покупать помещение под самоотделку, заходит – там темно, не чувствуется пространства. А черновая обработка позволит показать товар лицом, а затем – клей обои, крась… Это не очень большие для нас деньги, но интересно как новое направление деятельности, как эксперимент.

– Есть ли какие-то оптимистические моменты в кризисе? Ну, сократилось количество конкурентов, потребитель внимательнее стал к местному производителю?

– Потребитель – да, если местная продукция дешевле другой. Но в плане помощи или поддержки со стороны, скажем так, властных структур, незаметно. Помогают монстрам. А частник, на котором, как говорили последние годы, держалось очень многое, про которого говорили: нам нужен средний класс, остался от реальной помощи в стороне. У нас коллектив небольшой, 30 человек, никто и не заметит, если закроемся. А если таких как мы – 100?!

Причем, говорю не о финансовой поддержке. Разговор о формировании, к примеру, муниципального заказа. Какая-нибудь подрядная организация выигрывает тендер на ремонтные работы – детских садов, школ, больниц, и едет покупать краску с таким же качеством, как у нас, в Новосибирск. Почему бы не сказать: посмотрите, есть достойная краска местного производителя – компании «ЛиК», оцените ее качества, попробуйте. Если устроит по качеству и по цене – рекомендуем (нет, не навязываем!).

– Но, может, это ваша проблема, что вас знают недостаточно?

– Да, есть такая проблема. Мы не успели начать крупную рекламную кампанию: она планировалась, но помешал кризис. Должны были открыть новое производство, это событие, значительное и для области, и для нас: расширяется спектр красок, появляются новые виды продукции, более высокое качество. Мы, не бросая недорогие краски, переходим в средний и дорогой ценовой сегмент, представляя всю линейку красок.

Но пока и раскрутка, и новое производство отложены до лучших дней. Поэтому, наверное, и пришел в некоммерческое партнерство, найдя в нем своих единомышленников. Думаю, что это поможет нам увеличить объемы продаж. Главное – быть готовым к новому старту, когда кризис кончится…

Беседовал
Игорь АЛЁХИН.
Фото **Александра Патрина.**

Маркетинг – причина экономического кризиса

(Исповедь маркетолога)

Я работаю в области маркетинга 9 лет и мою карьеру можно считать успешной – 8 лет являюсь руководителем отдела. Но сегодня я хочу признаться в том, что ненавижу существующий маркетинг, и вообще мне кажется, именно современный маркетинг – главная причина экономического кризиса. Он основан на опыте нескольких успешных корпораций, работавших когда–то без каких–либо маркетологов и занявших лидирующее положение на мировом рынке. Стало модным копировать их подходы. Тут и начался обман… Вместо того чтобы выпускать качественную продукцию по адекватным ценам (это слишком просто, наверное, для товаропроизводителей), все дружно стали принимать на работу маркетологов, способных «продать что угодно». А это значит одно – «способных грамотно обмануть потребителя».

На рекламу тратятся огромные деньги. Практически у каждого предприятия есть рекламный бюджет, и составляет он не менее 100 тыс. руб. в месяц. Маркетологи при этом пишут красивые отчеты о том, какую офигительную пользу они принесли предприятию, а директора не понимают, реклама или еще что-то помогает держаться на плаву. Во всем мире только 2% маркетинговых программ стали эффективными, то есть принесли предприятию прибыль. А все почему? Копируя кого-то, предприятия потеряли свою индивидуальность, стали бороться друг с другом за объемы продаж, при этом потеряв рентабельность. Началась эра перекредитования, ведь все по примеру своих конкурентов стали завоевывать (и в основном неэффективно) новые рыночные ниши. Маркетологи, и я в том числе, «нос по ветру держат», ищут рыночные тенденции… Становится страшно: зачем это? А тут еще и кредиты перестали давать, вот и сели все в лужу…

На мой взгляд, маркетинг может быть эффективным только тогда, когда он отвечает определенным требованиям, а они у нас не выполняются. Сформулирую их, основываясь на своих собственных ошибках.

Индивидуальный подход. Я поняла, что маркетинг только помогает предприятию раскрыть свою индивидуальность, найти место на рынке. Если продукт появился на рынке, значит, это кому-то надо. Всегда есть люди, которым ваш продукт будет нужен, и скорее всего эти люди будут иметь потребность, схожую с вашей. Зачем тогда проводить исследования, целью которых является подстройка продукта под рынок? Тем более, потребитель сам не знает, что ему надо, или знает только то, что он знает. У меня есть знакомый психолог, он практикует на рынке 20 лет, и за это время он пришел к выводу, что у людей нет целей, они не знают, кто они и не знают, чего хотят. Так о каких исследованиях может идти речь?

Маркетинговые методики не надо раскрывать рядовым потребителям. Существующие маркетинговые приемы в принципе не могут быть эффективными, так как только самый ленивый человек не читал в Интернете их подробное описание. А ведь они изначально создавались для того, чтобы невзначай подействовать на потребителя.

Надо брать на себя ответственность за результат, а иначе получится, что кто-то что-то предложил, а отвечать не должен никто. Или еще лучше, директор предлагает идеи, позаимствованные у других предприятий, потом говорит, что маркетинг не работает, что, мол, результата нет. Нам надо четко понимать свою ответственность. И вообще, что это за разговоры о том, что сложно доказать эффективность своей работы? Если ты берешь на себя проект, значит, в случае его успеха ты прав, в случае неуспеха – ты не прав. Мне повезло с преподавателем – профессором Титовым Петром Николаевичем, он написал книгу «Экономическая ответственность», в которой правильно определил причину всех бед в нашей стране – коллективную ответственность, что означает: никто ни за что не отвечает, а крайний тот, кто больше всех делает работы.

Меньше документов, больше действий. Всего не просчитаешь, надо регулярно, с учетом ситуации, корректировать путь достижения поставленных целей. У одной моей знакомой был заместитель, который писал очень красивые научно-обоснованные документы, подкрепленные массой расчетов, таблиц, графиков. Не поверить таким документам было сложно, все обоснованно (сейчас ни для кого не секрет, что обосновать можно очень многие моменты, главное – подкрепить их грамотными фактами, только теми, которые нужны). Моя знакомая поверила такому документу и попала в такую долговую яму, что представить сложно. Мое мнение: большое количество красивых документов пишут те маркетологи, которые либо не хотят что-то делать, либо обосновывают свою необходимость на предприятии. И я, как ни прискорбно, относилась к таким вот товарищам.

У предприятия, а значит, и у маркетолога, должна быть четкая стратегическая цель, а иначе он будет метаться из стороны в сторону, создаст кучу проблем и будет пытаться их решить, создавая этим все новые проблемы.

Проблемы надо не создавать. Хорошо, что лично я поняла это в 30 лет, а то некоторые до конца жизни именно так решают проблемы, а потом удивляются, почему их становится все больше.

Маркетологом может быть только тот человек, у которого есть высокая степень влияния. Чего нам многим не хватает. Да и вообще желательно, чтоб маркетолог работал не внутри предприятия, а находился по уровню выше директора этого предприятия. Его задача - зажечь директора и сотрудников предприятия идеей выпуска той продукции, которая им нравится. У меня всегда создавалось ощущение, что директора этого не понимают и думают, что деньги зарабатывает оборудование, но никак не люди.

Не надо врать. Знаю такие предприятия, на которых сотрудники боятся сказать правду, боятся жестких руководителей. Из-за этого предприятия попали на большие убытки, а этих людей все равно уволили. Я относилась, да, наверное, порой и сейчас отношусь к таким сотрудникам.

Мне надоело привязывать себя к выполнению плана по расходованию маркетингового бюджета. Ситуация на рынке постоянно меняется, и иногда придуманные три месяца назад акции становятся неуместными в данный момент. А если исходить из существующей системы менеджмента на предприятии, маркетолог обязан выполнять план, иначе накажут.

И вообще, я уверена: **если предприятие выпускает продукцию, за которую не стыдно перед потребителем, то есть не обманывает людей, ее будут покупать.**

Недавно знакомые рассказали, что в Москве есть консалтинговый центр (создал его, кстати, кузбассовец), который продает правду о людях, какой бы неприятной она ни была. Услуга хотя и недешевая (150 тыс. руб./час), но очень востребованная – запись на прием за месяц вперед. Мне стало так приятно от этого, значит, не только мне надоела фальшь?

Нам бы всем не помешало взглянуть правде в лицо: может, не такие мы и наша продукция плохие, может, и не надо нам вовсе кого-то копировать, чтоб, не дай Бог, кто заметил нас, настоящих.

Уверена, можно изменить ситуацию! Надо быть самими собой, продавать то, за что потом не стыдно перед покупателем и от чего люди через несколько столетий не станут мутантами (ГМО), и не обманывать.

Написала вам это письмо потому, что очень люблю вашу газету… Наверное, после этой статьи я стану самым невостребованным маркетологом в Кузбассе, хотя кто знает…

Ольга ШУБИНА,
руководитель отдела маркетинговых услуг ООО «Агентство Рекламных Форм».

«Газель» – в рассрочку. Кому это выгодно?

В начале июля премьер -министр Владимир Путин подписал постановление о выделении в 2009-2011 годах бюджетных средств на субсидирование ставок по кредитам для лизинговых компаний на приобретение отечественных автотранспортных средств. В 2009 году на эти цели будет направлен 1 миллиард рублей, в 2010-м - 1,4 миллиарда, в 2011-м - 1,035 миллиарда. Деньги планируется направить на уплату процентов по кредитам в размере не более 2/3 ставки рефинансирования ЦБ. Взять кредит можно будет на 5 лет. Только надо внести 15 процентов от стоимости транспортного средства.

Как оценивают эту антикризисную меру кузбасские лизинговые компании (по данным Минпромторга, до кризиса по лизинговым схемам продавалось примерно 30-40 процентов коммерческих автомобилей, но финансовые трудности привели «аренду» практически к нулю)?

Софья МОРОЗ, генеральный директор «Сибирской лизинговой компании» (г. Кемерово):

- Субсидирование процентной ставки по кредитам, которые оформляют в банках лизинговые компании, безусловно, полезно. Однако эта мера в сегодняшних условиях не позволит решить проблемы, уже имеющиеся у заемщиков, в том числе и у лизинговых компаний. Это проблемы возврата ранее взятых кредитов. Подобные меры поддержки дали бы куда более ощутимый положительный результат, если бы они были приняты раньше. Сегодня банки очень неохотно кредитуют лизинг, многие не кредитуют его вообще.

Смущает и еще одна проблема. Поддерживая производителей отечественной техники, руководство страны смягчает проблемы безработицы. Это, безусловно, момент положительный. Но, с другой стороны, мы опять поддерживаем производство неконкурентоспособной техники. Для лизинговых схем финансирования это очень плохо. Ведь договора лизинга долгосрочные, а многие отечественные автомобили уже сегодня по качеству уступают зарубежным аналогам. Так не закладываем ли мы основу следующего кризиса, пытаясь решить проблемы сегодняшнего дня?

Его «штыки» – его богатство

(Окончание. Начало на 2-й стр.).

Скорость плюс качество

…Впервые с тем, как работают «люди Лысенко», я столкнулась осенью прошлого года, когда покупала диски для автомобиля. Специалисты торгово-сервисного центра, куда я обратилась перед закрытием, не стали демонстрировать поздней покупательнице, что явилась не вовремя. Дисков нужного мне размера оказалось только два. Девушка-кассир тут же по компьютеру «пробила» другие «точки», созвонилась с коллегами, попросила отложить для меня еще пару и дождаться, пока я подъеду. Парень-продавец подхватил покупку и понес к машине, припаркованной на другой стороне проспекта.

Когда пришло время «переобуть» машину к зиме, специалисты другого торгово-сервисного центра «Трансхимресурса» заверили, что работают строго по записи и что весь процесс займет минут 15-20, не больше. И действительно, не успела я заехать на сервисный пост, как откуда-то, словно чертики из табакерки, выскочили механики в фирменных комбинезонах и в четыре руки (а может, в шесть?) принялись откручивать болты. Быстро, ловко, почти синхронно – не люди, а роботы. Я едва успела расплатиться на кассе, а машинка уже красовалась в зимних шинах. (Как выяснилось позже, я попала к победителям корпоративного чемпионата по скоростному монтажу шин).

Потом были и другие обращения в «Трансхимресурс». И разворачивались они по такому же сценарию: скорость исполнения плюс качество.

Как удалось Лысенко выстроить работу компании по западному образцу, не на словах, а на деле сориентировав ее на интересы клиента? И как западная система спасает его бизнес сегодня? Эти вопросы я задала гендиректору «Трансхимресурса» при встрече.

По стандарту – равняйсь!

– Ну, вообще-то у нас не все идеально, вам повезло, – честно признал Игорь Юрьевич. – Но мы постоянно работаем над улучшением…

Чтобы работа велась не вслепую, в «Трансхимресурсе» внедрили стандарты качества объектов розничной торгово-сервисной сети. 95 стандартов создавались годами и отражают сегодня все: от дизайна мусорных баков и ценников до внешнего вида сотрудников и технологии обслуживания клиентов. Персоналу, например, категорически запрещено ходить в сланцах на босу ногу – из соображений не только этичности, но и техники безопасности (а ну как упадет гаечный ключ?). Со всеми клиентами обращаются исключительно на «вы», никаких «папаша», или «слышь, парень». На всех сервисах предусмотрены комнаты отдыха для клиентов с ТВ, чаем, кофе и просто водой. Посетители воспринимают сегодня это как норму.

К стандартам «прилагается» ежедневная кропотливая работа с персоналом.

К вопросу о единомышленниках

Игорь Лысенко считает, что в жизни ему очень везло на учителей. Учителем с большой буквы он называет и Александра Михайловича Лаврова, заведующего кафедрой маркетинга Кемеровского госуниверситета. Когда в 1995 году 24-летний Лысенко, успевший пережить и головокружительный карьерный взлет, и не заслуженную, по его мнению, отставку (работал коммерческим директором в крупной фирме), решил организовать собственный бизнес, он пришел к Лаврову за советом.

– И Александр Михайлович задал мне замечательный вопрос: «А сколько у тебя штыков?» Это прозвучало так, словно я собрался брать крепость. Без единомышленников бизнеса не будет.

Ковать «штыки» молодой руководитель начал параллельно с созданием фирмы, которая первоначально занималась реализацией продукции химических предприятий Кемерова (отсюда и «хим» в названии автомобильного бизнеса). Это было время всеобщего бартера. Партнеры Лысенко, заводы резинотехнических изделий, рассчитывались с ним автошинами. Магазины Кемерова нехотя соглашались брать их на реализацию, пришлось открывать собственный. Продажи потянули за собой развитие сервиса…

Уже через 4 месяца работы у Игоря Юрьевича были секретарь и приемная («Мой ресурс руководителя надо было обеспечить, освободив меня от рутинной работы»). А через полтора года, когда коллектив насчитывал всего 30 человек, он принял в штат кадровика-психолога. Главной задачей которого стало создание команды.

«Трансхимресурс» сегодня – это дилерские центры «Хёндай» в Кемерове и в Новокузнецке, дилерский центр «Мицубиши» и центр кузовного ремонта и обслуживания автомобилей в Кемерове и разнобрендовая розничная сеть по всей области («ВК», «15 дюймов», «Властелин колес»). Общая нумерация торгово-сервисных центров компании перешагнула за отметку 20. Общее число сервисных постов – 120. Общая численность сотрудников – более 800. На примере «Трансхимресурса» вполне можно снимать учебный фильм о том, как помочь новым сотрудникам вписаться в уже сложившийся коллектив и как получить от них максимальную отдачу.

Кузница кадров

Управление персоналом теперь выделено в специальный блок, который возглавляет кандидат психологических наук Наталья Петровна Карпова. Самостоятельными направлениями работы блока являются подбор персонала, его обучение, кадровый документооборот и корпоративная деятельность. Задача специалистов по персоналу – помочь адаптироваться новичкам, вовремя заметить успехи «бывалых», сделать так, чтобы все сотрудники смогли проявить свои лучшие качества.

Прежде чем принять новенького, в «Трансхимресурсе» организуют для него вводный курс: в течение дня знакомят с направлениями работы компании, рассказывают о возможностях и перспективах, о требованиях, предъявляемых ко всем сотрудникам. Чтобы человек делал выбор осознанно. Здесь, кстати, охотно берут молодежь без опыта работы, полагая, что научить легче, чем переучивать.

Игорь Лысенко.

Совершенствование в профессии вообще возведено здесь в ранг идеологии. Создан даже собственный учебный центр, который за год «пропускает» несколько сотен человек.

Для рядовых работников компания регулярно проводит тренинги по продукту: автошинам, автомаслам, аккумуляторам... Ключевые специалисты и руководители подразделений составляют заявки сами – какие новые знания они хотели бы получить. Эта информация передается в службу персонала, сводится в единый план обучения. Затем людей разбивают на группы и организуют для них соответствующие тренинги: по тайм-менеджменту, по эффективности продаж, по мотивации персонала… Мотивация в последнее время пользуется особенным спросом.

– Чем выше уровень знаний специалиста, тем больше от него отдача, тем выше его зарплата. Эта формула понятна всем, – комментирует гендиректор Лысенко. Кстати, сам он проходит различные тренинги несколько раз в год.

– Не нужно бояться окружать себя сильными людьми, потому что рядом с ними ты тоже будешь расти. Профессионалы не позволят руководителю быть непрофессиональным, – подчеркивает Лысенко.

Возможность для профессионального и карьерного роста, щедро предоставляемая компанией, имеет и оборотную сторону: достигнув «потолка» внутри фирмы, люди уходят. За 14 лет таких «выходцев» набралось уже больше сотни. Самым ярким в «Трансхимресурсе» считают пример Светланы Михайловны Гавриловой. В компанию она пришла кассиром, а уволилась через 9 лет с должности генерального директора ООО «Хёндай-вектор».

– Ничего страшного, свежая кровь нужна в любом деле, – спокоен Лысенко. – Тут важно расстаться с людьми по-хорошему.

В «Трансхимресурсе» заинтересованы в создании собственного института руководителей. Теперь, принимая человека на работу, выясняют, какие у него амбиции. Если спит и видит себя «генералом», начинают готовить, определяя на… низшую ступень карьерной лестницы. Слесарем, например.

– Чтобы руководитель вырос компетентным, он должен иметь за плечами рабочий опыт, знать людей, их потребности и условия труда, – считает Игорь Юрьевич. Кстати, сам он после 8-го класса выучился на слесаря. А первым местом его работы был «Кемервохлеб»: дежурный слесарь смены.

С социалистическим приветом. К «пистолету»

В «Трансхимресурсе» используются те подходы, что были внедрены в свое время на серьезных советских предприятиях. В «Мицубиши»-центре, например, для сотрудников оборудовано два спортивных зала: тренажерный и настольного тенниса (цена удовольствия в городских фитнес-центрах – от 2 тыс. руб. в месяц). Широко проводятся спортивные состязания и соревнования лучших по профессии.

Так, весной за призовые места и подарочные карты «Л`Этуаль» боролись кассиры розницы. Условие – максимальное увеличение объема продаж стеклоомывающей жидкости к уровню прошлого года. У всех трех победительниц продажи зашкалили за 200%. А всего они выросли в 12 точках из 23, участвовавших в соревновании. И это – в кризис, да притом, что «стеклоомывайка» – не товар первой необходимости!

Номинал подарочного сертификата варьировался от 500 до 1000 руб. Что сегодня купишь на эти деньги? Ну, тушь для ресниц. Ну, помаду. Но ведь был и азарт борьбы, и гордость от того, что тебя похвалили публично, в корпоративной газете!

Впрочем, добрым словом и пистолетом можно добиться большего, чем просто добрым словом. «Пистолет», или «кнут», влияющий на дисциплину труда, у Лысенко тоже имеется. Это и камеры внутреннего и внешнего слежения, установленные на объектах, и контрольно-ревизионная служба, которая ведет публичное и непубличное наблюдение за производственным процессом. А в центральном офисе стены кабинетов – вообще наполовину стеклянные.

– Что больше определяет успех компании: сознательность людей или страх «прогневить хозяина»? – спрашиваю Игоря Юрьевича.

– Строить отношения на страхе бессмысленно, – возражает он. – А разговоры о том, что есть хозяин, который что-то велел, я пресекаю сразу. Я не отождествляю себя с собственником компании. Я генеральный менеджер, и компания эта не моя, а наша.

Вот это да!

Есть в «Трансхимресурсе» командообразующий конкурс – «Оскар года». Положение о том, какие требования предъявляются к претендентам на ту или иную номинацию, распространяется в коллективе заранее. Сотрудники сами определяют свои предпочтения, опуская записки в специальный ящик (реально голосуют до 70% коллектива). Потом жюри подводит итоги и называет победителей. Номинации разные: «Карьера года», «Очарование года», «Лучший сотрудник бухгалтерии»… По итогам 2008-го победителем в номинации «Вот так бывает!», присуждаемой за неожиданный исход нестандартной ситуации, был признан менеджер отдела продаж «Мицубиши»-центра Роман Ередько.

…В автосалон заглянули иногородние клиенты. Сказали, что едут в другой магазин, за более «престижной» машиной, но по пути решили зайти и сюда. Роман рассказал им о достоинствах «Мицубиши» и предложил… тест-драйв до салона конкурентов. Там к клиентам особого интереса не проявили, и он взял инициативу в свои руки: сравнил характеристики «своего» и «чужого» автомобиля. В итоге покупатели, оценив уровень обслуживания в салонах, предпочли… вернуться за «Мицубиши».

Можно ли отнести активность менеджера на счет камер наблюдения?..

В майском выпуске корпоративной газеты «Ресурс» Игорь Лысенко, обращаясь к своему коллективу, сообщил, что компания понесла убытки. Но с удовлетворением отметил: они оказались существенно ниже ожидаемых. А значит, «Трансхимресурс» не пойдет по пути других фирм, которые закрывают объекты, сокращают персонал и урезают зарплату оставшимся.

Валентина АКИМОВА.

Победители чемпионата 2008 года по скоростному шиномонтажу Сергей Булат и Андрей Сафонов.

Координатор ОПОРЫ Вера КАРЗОВА kdirektor@mail.ru, тел. 51-39-74, дизайн Андрея Королева. Электронная версия на сайте www.kuzbass85.ru