



ДЕЛОВОЙ

Н О В О Р О С С И Й С К



#5-6 [128-129], 16/05/12, среда

ntpp.biz

В ЭТОМ НОМЕРЕ:

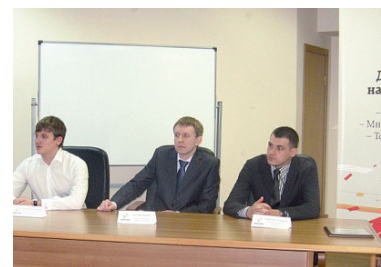
Мегацентр
«Красная
площадь» - за
качественный
бизнес!

Мегацентр «Красная
Площадь» на сегодняшний
день является одним из
самых популярных мест не
только для отдыха и
шопинга новоросийцев,
но и для
предпринимателей, ведь
вести свой бизнес в
«Красной Площади» не
только престижно, но и
выгодно.



2 стр.

Планы
развития
от «Финам»
Инвестиционная
компания «Финам».
Пять лет на рынке
финансовых услуг
в Новоросийске

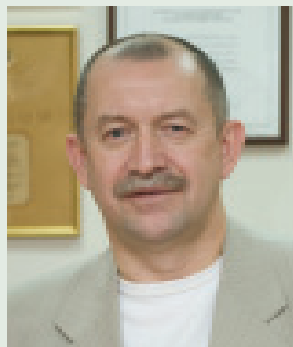


3 стр.

Деньги
Специальный
проект



5-6 стр.



**ИГОРЬ
ЖАРИНОВ,**
президент
Новоросийской
торгово-промыш-
ленной палаты

Интернет-адрес:
www.ntpp.biz

Новоросийская торгово-промышленная палата поздравляет всех предпринимателей и жителей города со светлыми майскими праздниками – Днем Весны и Труда и Днем Победы!
Эти весенние дни символизируют мир и труд, справедливость и глубокую любовь к Родине, единение нашего народа, воинскую доблесть и славу! Пусть эти праздники подарят Вам твердую уверенность в завтрашнем дне, дадут новый заряд бодрости и вдохновят на смелые замыслы и яркие идеи.
Желаю Вам, Вашим родным и близким хорошего настроения, крепкого здоровья, счастья и благополучия, новых перспектив в работе и жизни.

форум

Так что же такое «ЧЛЕНСТВО В ТПП»?

11 апреля в г. Новоросийске состоялось знаковое событие – руководители и специалисты более двадцати торгово-промышленных Краснодарского края собрались, чтобы обсудить важнейший вопрос: как сделать работу палат эффективной и востребованной предпринимателями края.
Новоросийская ТПП, являясь одной из самых успешных палат не только Краснодарского края, но и всей Системы торгово-промышленных палат России, стала инициатором внедрения инструментов современного менеджмента в процесс управления палатами.

Тпп Краснодарского края поддержала предложения Новоросийской ТПП и создала Рабочую группу по разработке и внедрению системы сбалансированных показателей (ССП) для оценки эффективности деятельности торгово-промышленных палат Краснодарского края. Краснодарский край вновь стал «пилотной площадкой» для изучения и практического применения инновационных подходов к организации палатской деятельности. Ведь Система торгово-промышленных палат Краснодарского края уникальна: в России нет другого региона, в котором торгово-промышленные палаты были представлены практически во всех муниципальных округах края!

Первый семинар-тренинг был посвящен разработке основных понятий – словаря терминов, применяемых в Системе ТПП Краснодарского края, которые не определены законодательно и не закреплены во внутренних документах. А это такие ключевые понятия как: «Система ТПП Краснодарского края», «Членство в ТПП», «Миссия ТПП Краснодарского края» и многие другие, без четкого понимания которых невозможно занять достойное место среди бизнес-ассоциаций и вовлечь предпринимателей в процесс создания и улучшения делового климата в регионе.

В мероприятии приняли участие заместитель председателя ТПП Краснодарского края **Игорь ВЛАСЕНКО**, председатели и специалисты ТПП из городов: Абинска, Апшеронска, Армавира, Гулькевичей, Ейска, Темрюка, Горячего Ключа, Крымска, Кропоткина, Туапсе, Геленджика, Кореновска, Славянской и Тихорецка, а также станиц: Выселки, Белоглинской, Каневской, Красноармейской и Ленинградской. Вел семинар президент Новоросийской ТПП **Игорь ЖАРИНОВ**.

Наибольший интерес и дискуссии вызвало обсуждение терминов, особенно - «Членство в ТПП».

Какой смысл вкладывают в это понятие предприниматели, органы власти и, собственно, сами торгово-промышленные алаты: услуга, клуб по интересам, статус или «нечто особенное»? От понимания этого зависит, как ТПП будут строить работу по удовлетворению потребностей всех заинтересованных сторон, как будет воспринимать и оценивать нашу деятельность бизнес-сообщество и, соответственно, насколько эффективно будет проводиться политика представления и защиты интересов предпринимателей.

Новоросийская ТПП рассматривает это членство как комплексную услугу по координации усилий хозяйствующих субъектов, добровольно объединившихся для осуществления деятельности по созданию благоприятных условий ведения бизнеса с целью повышения качества и уровня жизни населения на территории деятельности палаты.

Практика работы НТПП показывает, что предпринимателям более комфортно рассматривать членство в палате именно в качестве услуги, в состав которой может быть включено множество разнообразных составляющих в зависимости



от выбранного ими пакета (по стоимости и набору функций).

Нам важно и принципиально, чтобы членство в палате представляло собой активное взаимодействие ТПП и предпринимательского сообщества по улучшению условий ведения бизнеса в городе, крае и стране. Со своей стороны, НТПП предполагает развитие следующих направлений деятельности в качестве наполнения услуги членства:

- участие в законотворческой работе: в разработке проектов и экспертизе действующих нормативных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, с целью оценки их воздействия на развитие бизнеса;
- продвижение бизнеса членов Палаты путем развития внешне-экономических связей, а также рекламных возможностей производителей товаров и услуг внутри страны, проведения деловых миссий и переговоров;
- деловое образование: обучение основам ведения предпринимательской деятельности и правилам безопасного ведения бизнеса;
- развитие сферы услуг, сопровождающих бизнес, в том числе повышающих его капитализа-

цию и залоговую привлекательность.

Не все участники семинара согласились с трактовкой членства как услуги, предложенной Новоросийской ТПП. В качестве альтернативных мнений было предложено рассматривать членство как делегирование палатам бизнес-сообществом полномочий по представлению своих интересов в органах власти, а также как особый статус, которые вправе обрести только добросовестные предприниматели, приобщаясь, тем самым, к когорте самых успешных предприятий.

Дискуссия выявила, что вопрос этот сложен и не имеет однозначного решения, рассматривать его необходимо с нескольких точек зрения – философии, менеджмента, права и экономики, не забывая при этом о корпоративной культуре и ценностях всей Системы ТПП в России.

Для разрядки накаленной в ходе спора атмосферы участниками была проведена деловая игра «Создай будущее». Руководители краевых ТПП сформулировали миссии известных коммерческих брендов – Аэрофлота, Ford Motor, Hewlett Packard, Русской Страховой Компании. Оказалось, что сформулированные командным интеллектом краевых палат слоганы миссий известных компаний полностью совпадают по смыслу с действующим первоисточником и по креативности ничуть ему не уступают. Вот как, к примеру, звучит миссия компании Аэрофлот: «Наиболее полное и безопасное обеспечение одной из фундаментальных свобод человека – свободы передвижения». А вот как сформулировали ее участники семинара: «Комфорт и счастье в облаках, а жизнь на Земле».

«При достижении целей деятельности организации следует принимать во внимание интересы различных заинтересованных сторон, которые не всегда носят характер сотрудничества и совпадения интересов, а могут быть и конкурентными, – подвел итоги рабочей сессии

семинара Игорь ЖАРИНОВ. - Тем не менее, их можно рассматривать как единое противоречивое целое, равнодействующая интересов частей которого будет определять траекторию развития организации».

Для выстраивания перспективной стратегии развития торгово-промышленных палат в Краснодарском крае необходимо определиться: куда мы идем, каково наше предназначение. Поэтому одной из важнейших задач этой работы является четкое определение Видения Системы краевых ТПП: предназначения, миссии и ключевых ценностей. Поэтому участники семинара под руководством ТПП Краснодарского края, как корпоративного опекуна и координирующего центра всей краевой Системы палат, сформулировали свое видение и миссию системы торгово-промышленных палат Краснодарского края.

Приятно удивило то, что руководители ТПП творчески подошли к этому заданию и изобразили видение в форме ромашки, фундамента здания, пирамиды и даже солнца.

И вот как видят палаты свое предназначение и главную цель работы: представляем варианты миссий Системы ТПП Краснодарского края, разработанные участниками семинара:

- Содействие всемерному развитию свободного предпринимательства как залого повышения качества жизни граждан Краснодарского края и страны в целом;
- Система ТПП КК – самый надежный фундамент для построения вашего успешного бизнеса;
- Создание благоприятных условий для успешного ведения бизнеса и улучшения благосостояния населения;
- Эффективное взаимодействие бизнеса и власти для улучшения экономической жизни граждан;
- В интересах предпринимателей на благо общества.

КРАСИВЫЕ слова должны стать инструментом реального воздействия торгово-промышленных палат на улучшение делового климата. Эта работа началась не только в Краснодарском крае, но и во всей Системе ТПП России.

Торгово-промышленные палаты должны стать флагманом среди бизнес-ассоциаций страны, которым уже доверяют представлять свои интересы более 50 000 предприятий в России. И наша работа направлена, прежде всего, на удовлетворение потребностей бизнеса в безопасном, экономически выгодном и психологически комфортном ведении предпринимательской деятельности.

Прошедший семинар-тренинг, организованный Новоросийской ТПП, вызвал положительный отклик среди торгово-промышленных палат Краснодарского края, его разработки лягут в основу дальнейшей работы по улучшению деятельности Системы ТПП.



Радио и телевидение Новороссийска, с днем рождения! От имени Правления и всего коллектива Новороссийской торгово-промышленной палаты поздравляю ООО «Радио и телевидение Новороссийска» с Днем основания телевидения Новороссийска!

На всех этапах развития новороссийского телевидения не устает рассказывать о жизни города, поднимать самые острые вопросы экономики, социальной политики, культуры, отражать все многообразие взглядов и мнений. Новороссийцы всегда могут рассчитывать на актуальные материалы, которые дадут возможность увидеть проблемы со стороны, проанализировать и найти эффективные способы их решения.

Коллектив «Радио и телевидения Новороссийска» остается верным главным качествам настоящего журналиста – объективности, твердость гражданской позиции, оперативность и ответственность за каждый кадр и слово.

Желаем Вам интересных тем, ярких сюжетов и благодарных зрителей!

С наилучшими пожеланиями,
И.Г.ЖАРИНОВ, президент НТПП

Предприниматель

Мегацентр за качественный бизнес!

Мегацентр «Красная Площадь» на сегодняшний день является одним из самых популярных мест не только для отдыха и шопинга новороссийцев, но и для предпринимателей, ведь вести свой бизнес в «Красной Площадке» не только престижно, но и выгодно. Обо всех нюансах развития предпринимательства в Мегацентре рассказал «ДН» директор «Красной Площади» в г. Новороссийске Павел Юрьевич ТУРКИН.



Какие возможности Вы можете предложить предпринимателям для привлечения клиентов?

Торговый центр сам по себе уже является «якорем» привлечения посетителей. Поэтому мы с определенным вниманием подошли к выполнению работ по созданию привлекательности комплекса в глазах посетителей: разработали индивидуальную концепцию, реализовали оригинальные планировочные решения, сформировали и продолжаем постоянно совершенствовать пул арендаторов комплекса.

Также мы активно проводим специальные мероприятия, акции и другие праздничные события, которые формируют дополнительный поток посетителей в комплекс.

Например, 12 мая состоится открытие (техническое) ТРЦ «Красная Площадь» в городе Анапе и уже сейчас разрабатывается яркая программа мероприятий к 11 июня – торжественному открытию комплекса. Кульминацией праздника будет бесплатный концерт популярной группы на территории парковки ТРЦ «Красная Площадь».

Какая, по Вашему мнению, на сегодняшний день ситуация в предпринимательской среде?

Сегодня, должен отметить, период стихийного предпринимательства прошел, бизнес обрел вполне цивилизованные формы. Многие предприниматели стали обращать достаточное внимание на своевременное обновление представленных коллекций, вовремя осуществлять реконцепт магазинов, самостоятельно проводить мероприятия, направленные на увеличение лояльности посетителей. Именно с таким типом предпринимателей мы работаем.

Какими преимуществами обладает Мегацентр «Красная Площадь» в Новороссийске относительно других торговых и бизнес-центров города?

Все комплексы сети «Красная Площадь» созданы в формате европейских ТЦ, сочетающих в себе единый уникальный концепт, архитектурные решения, функциональные планировки и качественный подбор арендаторов. Подоб-

ных ТРЦ в городе нет. К тому же, комплексы сети объединены единой маркетинговой политикой, позволяющей выявлять потребности посетителей и разрабатывать оптимальные стратегии удовлетворения этих потребностей.

Какие изменения в бизнес-среде Новороссийска Вы можете отметить с появлением Мегацентра «Красная Площадь»?

Появление Мегацентра «Красная Площадь» не оказало существенного влияния на бизнес-среду города. Те предприниматели, которые ранее занимались развитием качественного бизнеса, выбрали комплекс просто в качестве дополнительной площадки или как замену существующим. Можно лишь отметить ослабление позиции street-retail (торговые помещения, расположенные на первых этажах зданий, имеющие отдельный вход и собственные витрины) в городе в связи с открытием «Красной Площади».

В основном контингент магазинов Мегацентра «Красная

Площадь» в Новороссийске – это представители крупных сетей, есть ли возможность у местных предпринимателей разместиться в «Красной Площадке»?

При формировании состава арендаторов комплекса, предпочтение отдается сетевым операторам популярных брендов, которые уже имеют устойчивый круг покупателей и успешно существуют на рынке других городов.

Но мы работаем, прежде всего, с брендом. Поэтому, нам интересны те из них, которые способны максимально эффективно удовлетворить спрос наших посетителей. Другими словами, мы рады видеть в нашем комплексе популярные бренды, надежные, нацеленные на перспективное сотрудничество с комплексом: с высоким уровнем качества товаров и услуг, высокой рекламной активностью, спросом на свою продукцию, го-

товых выполнять условия договора сотрудничества и грамотно вести свой бизнес. Если бренд наделен всеми этими характеристиками, мы с удовольствием представим его в нашем комплексе, независимо от того, местный или нет предприниматель развивает данный бренд.

Приходилось ли Вам отказывать предпринимателям в размещении бизнеса в Мегацентре «Красная Площадь», если да, то по каким причинам?

Безусловно, приходилось. Основные причины – несоответствие бренду формата комплекса, невыполнение предпринимателями своих обязательств, как перед администрацией комплекса, так и перед посетителями. Кроме того, приходится отказывать даже интересным брендам из-за объективного отсутствия в комплексе свободных мест. В этом случае предприниматели заносятся в лист ожидания.

Какие проекты «Красная Пло-



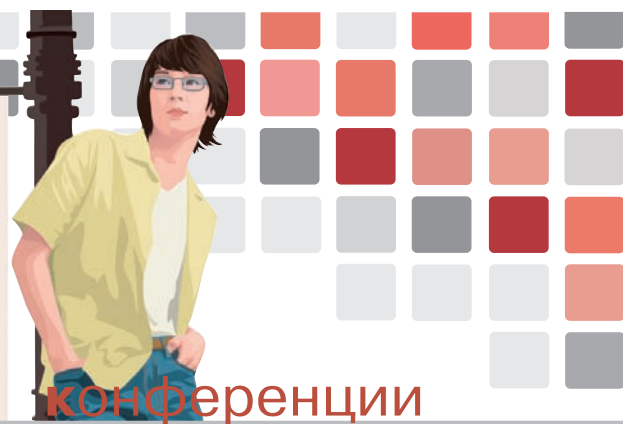
Площадь» в Новороссийске – это представители крупных сетей, есть ли возможность у местных предпринимателей разместиться в «Красной Площадке»?

При формировании состава арендаторов комплекса, предпочтение отдается сетевым операторам популярных брендов, которые уже имеют устойчивый круг покупателей и успешно существуют на рынке других городов.

Но мы работаем, прежде всего, с брендом. Поэтому, нам интересны те из них, которые способны максимально эффективно удовлетворить спрос наших посетителей. Другими словами, мы рады видеть в нашем комплексе популярные бренды, надежные, нацеленные на перспективное сотрудничество с комплексом: с высоким уровнем качества товаров и услуг, высокой рекламной активностью, спросом на свою продукцию, го-

щадь» планирует предложить предпринимателям и горожанам?

Все предстоящие проекты будут направлены на привлечение аудитории, увеличение посещаемости и создание комфортной атмосферы для шопинга и отдыха. Например, теперь каждое воскресенье в Мегацентре мы проводим бесплатные представления для детей. Каждое из них будет посвящено определенной тематике. Это значит, что дети будут не только развлекаться, но и через игру приобщаться к спорту, творчеству, узнавать много нового. Всех гостей будут продолжать радовать всевозможные праздничные программы, розыгрыши, акции, встречи со звездами и другие события, которые уже давно стали для каждого комплекса сети «Красная Площадь» приятной традицией. Кроме того, мы будем продолжать совершенствовать пул арендаторов, чтобы предоставить своим посетителям максимально полный объем товаров и услуг.



конференции

Бизнес, власть и образование объединили в МГЭИ

Новороссийский филиал Московского гуманитарно-экономического института совместно с Новороссийской торгово-промышленной палатой и Управлением образования г. Новороссийска провел двухдневную Межвузовскую научно-практическую конференцию «Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента». Конференция была организована с целью привлечения внимания общества к проблемам современного бизнеса и менеджмента.

ИГОРЬ ЖАРИНОВ,
президент Новороссийской торгово-промышленной палаты

Интернет-адрес:
www.ntpp.biz

17 апреля двери МГЭИ открылись для участников конференции. В зале собрались представители администрации, бизнеса, преподаватели ВУЗов. Основными участниками мероприятия стали студенты, для которых эта конференция выступила своего рода новой формой обучения через совместное обсуждение социальных, экономических проблем с руководителями организаций и представителями бизнеса. Открыл пленарное заседание президент Новороссийской ТПП **ЖАРИНОВ Игорь Геннадьевич** с докладом «Социальная ответственность бизнеса в концепции теории заинтересованных сторон».

Почему эта тема заинтересовала Новороссийскую ТПП? Дело в том, что на сегодняшний день нет четкого понятия – что же такое «социальная ответственность бизнеса», но если набрать в любом поисковике сети словосочетание «социальная ответственность», то обнаруживается, что оно четко увязано с бизнесом.

В современном менеджменте есть теория «заинтересованных сторон» (стейкхолдеров). Ее автор, Роберт Фримен, утверждает, что любой устойчиво развивающийся бизнес должен иметь целью создание определенной ценности, а не только получение прибыли. Это достигается за счет гармонизации взаимоотношений со всеми заинтересованными сторонами.

Теория очень проста и полезна. У каждой организации есть свои заинтересованные стороны или социальные группы, на которые организация оказывает влияние. Основная задача любой коммерческой структуры – принести прибыль владельцам. При этом, чтобы принести пользу владельцам, бизнес должен удовлетворить потребности своих клиентов, произвести товар или оказать услугу, за которую они готовы заплатить. А кто производит товар или услугу? Персонал, сотрудники предприятия, которые должны получать достойную заработную плату и полный социальный пакет. Обеспечивая оплату социального пакета и уплачивая налоги, бизнес удовлетворяет финансовые потребности государства, основной задачей которого является создание комфортных условий проживания своих граждан. Кроме того, чтобы быть успешным, каждый бизнес в России должен выполнять гигантское количество предписаний и нормативов всевозможных контролирующих органов, созданных государством.

Ну и, наконец, местное сообщество или все общество, в зависимости от масштабов деятельности бизнеса, также влияет на успешность бизнеса, создавая ему определенную репутацию – хорошую или плохую, причем, как конкретному предпринимателю, так и бизнесу в целом, как явлению.

Таким образом, простейший анализ с использованием здравого смысла позволяет выявить следующие заинтересованные стороны любого бизнеса:

- владельцы (акционеры);
- клиенты (потребители);
- персонал (сотрудники);
- государство;
- контролирующие органы;
- местное сообщество.

Игорь ЖАРИНОВ подчеркнул, что в первую очередь бизнес должен удовлетворять требования владельцев, клиентов и персонала, а государство и все его органы – это лишь механизм, обеспечивающий (или не обеспечивающий?) условия для создания бизнесом ценностей.

Однако в нашей действительности, так называемые, «государственные интересы» на протяжении веков остаются преобладающими.

Таким образом, первоочередная задача государства (и его первоочередная социальная ответственность!) заключается в обеспечении возможностей, а лучше – поощрении граждан объединяться для осуществления созидательной деятельности по производству общественных благ в виде товаров и услуг.

В то время как сегодняшние дискуссии о социальной ответственности бизнеса в России сводятся к тому, насколько обоснованы требования муниципальных, региональных и федеральных властей к бизнесам всех уровней закрывать соци-

альные бреши – оплачивать счета за благоустройство, вносить пожертвования на развитие города или заниматься благотворительностью.

Но для этого необходимо, чтобы бизнес накопил достаточно ресурсов, которыми он сможет добровольно, ответственно и с удовольствием поделиться.

Необходимо поднимать доверие бизнеса и общества к государству. Общества – к бизнесу. А государства – к бизнесу и обществу. В качестве действенного механизма осуществления этого процесса может быть эффективно задействована Система ТПП РФ, обладающая для этого всеми необходимыми стратегическими ресурсами и компетенциями.

Слушатели конференции отметили новаторский подход к изложению этого серьезного вопроса, представленный в докладе президента НТПП И.Г. Жаринова.

Заместитель главы муниципального образования по экономике и финансам **Лариса КРИОНИ** рассказала об экономическом развитии нашего города, участникам конференции были представлены доклады о роли внутреннего корпоративного аудита в деятельности предприятия, а также о проблемах трудоустройства выпускников ВУЗов.

После пленарного заседания конференция разделилась на секции по различным направлениям:

- экономика и социальная ответственность бизнеса: новые взгляды и перспективы;
- правовые аспекты социальной ответственности бизнеса;
- современные аспекты организационной психологии;
- проблемы гуманизации бизнеса и менеджмента;
- актуальные вопросы таможенного дела;
- международные отношения и межкультурная коммуникация в сфере бизнеса и менеджмента.

Второй день научно-практической конференции ознаменовался подведением итогов, которое прошло в форме круглого стола.

В беседе приняли участие заместитель главы МО по социальным вопросам **МАЙОРОВА Наталья Владимировна**, помощник главы города по вопросам образования **МИТИНА Татьяна Борисовна**, начальник Управления образования **СЕРЕДА Елена Иосифовна**, начальник отдела по аналитической работе и стратегическому планированию экономического развития г. Новороссийска **ГЕНЕРАЛОВА Елена Александровна**, заместитель руководителя территориального отдела Роспотребнадзора **ТРЕТЬЯКОВА Татьяна Владимировна**, председатель отдела по защите прав потребителей **ШЕНДРИКОВА Светлана Валентиновна**, начальник отдела трудовых отношений, охраны труда и правового обеспечения деятельности г. Новороссийска **ДОЛЖЕКОВА Ирина Владимировна**, вице-президент Новороссийской ТПП **ЗОРИНА Людмила Анатольевна**, начальник отдела по взаимодействию с малым и средним бизнесом **ПАРШИН Илья Михайлович**, а также представители бизнеса и преподаватели ВУЗов.

Несмотря на то, что время было ограничено, участники круглого стола попытались затронуть все интересующие аспекты социальной ответственности бизнеса. Можно с уверенностью отметить, что студенты получили много полезной информации, а приглашенные гости учли все замечания и мнения молодого поколения.

2 Газета Новороссийской торгово-промышленной палаты



Выбирая охранное предприятие для квартиры или офиса, многие задаются одним и тем же вопросом: в какую компанию обратиться? На сегодняшний день региональный рынок охранных услуг предлагает множество вариантов. «Инком-щит» - одно из первых охранных предприятий Новороссийска. О том, как начиналась деятельность компании, о сегодняшних достижениях, рассказал нам генеральный директор ООО ЧОФ «Инком-щит» Игорь Викторович УМАНЕЦ.

охранные предприятия

В полной безопасности!



«Горячая линия»

«Деловой Новороссийск» продолжает публиковать ответы на самые животрепещущие вопросы, которые задают по телефону «горячей линии» наши предприниматели.



вопрос

Что делать, если в выписке из Единого государственного реестра юридических лиц и уставе разное сокращенное наименование общества?

ответ

В указанной ситуации прежде всего необходимо определить по чьей вине в сведениях Единого государственного реестра юридических лиц (далее ЕГРЮЛ) содержится ошибка, которая должна быть исправлена. Если сокращенное наименование общества было указано неверно при заполнении заявления о регистрации юридического лица, то в этом случае руководителю необходимо подать в налоговую заявление о внесении в ЕГРЮЛ изменений в сведения о юридическом лице, не связанных с внесением изменений в учредительные документы, по форме N Р14001. Если Общество не исправит данную неточность самостоятельно, то не исключена возможность обнаружения этой ошибки регистрирующим органом и привлечения должностных лиц организации к административной ответственности на основании ст. 14.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях

в которой указано, что непредставление, или несвоевременное представление, или представление недостоверных сведений о юридическом лице или об индивидуальном предпринимателе в орган, осуществляющий государственную регистрацию, влечет предупреждение или наложение административного штрафа на должностных лиц в размере пяти тысяч рублей.

Если выяснится, что ошибка в сведениях Единого государственного реестра юридических лиц допущена специалистами данной службы при регистрации юридического лица, то обществу достаточно направить письмо с указанием на ошибку, которую необходимо исправить регистрирующему органу, а после корректировки (как правило, она осуществляется в течение 5 рабочих дней) запросить новую выписку из ЕГРЮЛ.

на благо!

Живопись в помощь сиротам

28 МАРТА ГОРОДСКОЕ МОЛОДЕЖНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «КЛИО» ОРГАНИЗОВАЛО ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ФАНДРАЙЗИНГ-КАМПАНИИ «АРТ-БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ». ВСЕ ЖЕЛАЮЩИЕ МОГЛИ УВИДЕТЬ В ГОРОДСКОМ ТЕАТРЕ Г. НОВОРОССИЙСКА УЖЕ КУПЛЕННЫЕ РАБОТЫ ХУДОЖНИКОВ, СРЕДИ КОТОРЫХ НЕ ТОЛЬКО ТАЛАНТЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ, НО И ТЕ, КОТОРЫХ СВОЕ ТВОРЧЕСТВО В ЕВРОПЕ И АЗИИ, ПРОСЛАВИЛ НАШ ГОРОД.

В этот день в гортеле собрались те, кому не безразлична судьба подрастающего поколения. Художественные произведения, представленные на выставке, были куплены людьми с активной гражданской позицией, с большим и добрым сердцем. Все вырученные средства с благотворительной акции будут направлены воспитанникам детского дома «Юнга» и специального коррекционного детского дома и приюта «Надежда».

В мероприятии принял участие депутат городской думы г. Новороссийска Георгий КАНАКИДИ. Он поспешил поблагодарить организаторов: «Спасибо, что пригласили на эту акцию. Мое жизненное кредо – в благотворительности должны участвовать те люди, которые думают о будущем страны, города, своих детей, правнуков. В таких мероприятиях участвовать необходимо».

Откликнулась на призыв о помощи и Новороссийская торгово-промышленная палата. Президент НТПП Игорь ЖАРИНОВ сказал: «Нет предела для благотворительности: чем больше мы будем принимать участие в подобных акциях, тем легче нам будет жить. Так происходит формирование гражданской позиции. Давайте начнем с детей! От всей души призываю вас помогать детям-сиротам, привлекать к таким мероприятиям своих друзей и близких. В наших силах сделать так, чтобы движение благотворительности в городе приобрело широкий размах».

Забрать купленные картины пришли руководители организаций-членов Новороссийской ТПП: КОНДРАТЬЕВА



Алла (ООО «Агата»), АНТОНОВСКАЯ Елена (центр французской красоты Mary SOHR). Помогли детским и директор ООО «Новоросметалл» ШАЛВА Гиридзе, руководитель ООО «Берёзка» Мария ЮРЧАК, Виктория ПАВЛЮК – руководитель социологической службы администрации города, директор типографии «С лёгкой руки» Игорь ДОРОФЕЕВ, директор салона туристических услуг ЛЕНАРА ТАТАРЧЕНКО.

Новороссийская торгово-промышленная палата приглашает предпринимателей, которым не безразлична судьба детей, принять участие в Благотворительной акции «Чужих детей не бывает!»

внимание!

Ведущий специалист – Козлова Людмила Михайловна
Адрес: 353900, г.Новороссийск, ул. Губернского, 6
Т/факс: (8617) 61-14-77

Как Вы пришли к решению о создании бизнеса, связанного с оказанием охранных услуг? Почему «Инком-щит»?

Изначально Частная охранная фирма «Инком-щит» была создана одним из крупнейших коммерческих банков России ОАО «Инкомбанк» в 1996 году, для обеспечения безопасности деятельности филиала Банка в г. Новороссийске. В 2001 году (после кризиса 1998 года, процедуры банкротства Банка и смены собственников) ЧОФ «Инком-щит» приобретает статус, в котором она находится по сей день.

С самого начала и по сей день я являюсь руководителем ЧОФ, а с 2001 года еще и единственным ее учредителем.

В 1996 году охранный бизнес в России (а тем более и в Новороссийске) делал первые шаги, и вы стали одним из первых руководителей охранных организаций. Чем Вы занимались раньше?

Действительно, ЧОФ «Инком-щит» одна из первых частных охранных организаций в городе. А что касается меня, я из семьи профессиональных пограничников. Мой отец прослужил на границе более 30 лет. Я закончил в 1981 году пограничное училище, а в 1991 году Военную академию им. М.В. Фрунзе (пограничный факультет). С 1981 года проходил службу на различных должностях в Пограничных войсках СССР и России. После пограничного училища служил на Дальнем Востоке на китайской границе, а после окончания академии с 1991 года по 1996 год служил в Закавказском пограничном округе (Азербайджан, Грузия, Кабардино-Балкария). Закончил службу в г. Новороссийске в должности начальника Новороссийского пограничного отряда, так что меня можно без натяжек считать «профессиональным охранныком».

Кто Ваши клиенты? Нашими клиентами в основном являются коммерческие банки и организации. Среди них Банк Москвы, Банк «Петрокоммерц», Промсвязьбанк, Банк «Возрождение», «Внешпромбанк», Банк «Стройкредит», Банк «Национальный стандарт», «Банк-Т», Московский индустриальный банк, Россельхозбанк, Банк «Западный», а также «Новоросцеметалл», ЗАО «КОКСОХИММОНТАЖ», ЗАО «DNL International» и другие.

Как кризис повлиял на Вашу фирму? Снизилась ли продажи? Какие у Вас антикризисные предложения

для клиентов?

Антикризисные меры проявляются за счет лояльного подхода к ценовой политике при неизменном качестве оказываемых охранных услуг и индивидуальном подходе к каждому клиенту не зависимо от его статуса. Также у нас бесплатно осуществляется консультирование и подготовка рекомендаций клиентам по вопросам правомерной защиты от противоправных посягательств. Что касается количества продаж, то можно с уверенностью сказать, что предложенный достаточный, другое дело, что у нас есть своя ниша – «вооруженная охрана» - и своя ценовая политика. Наши услуги не самые дешевые, но за качество надо платить.

Насколько сейчас обострилась конкуренция на рынке охранных услуг?

На рынке охранных услуг в г. Новороссийске сейчас действуют более ста фирм, в том числе и иногородних. Только в Краснодарском крае их около 800. Конкуренция на рынке очень жесткая, поэтому многие охранные структуры расширяют спектр оказываемых услуг. ЧОФ «Инком-щит» предоставляет полный комплекс охранных услуг, связанных с обеспечением безопасности предприятий, организаций и физических лиц на территории Краснодарского края и других регионов России. ЧОФ выполняет весь комплекс услуг в области безопасности, начиная от разработки концепции безо-

пасности и заканчивая организацией осуществления физической охраны в сочетании с современными техническими системами безопасности.

На рынке охранных услуг заметно обострилась конкуренция, игроки все активнее используют маркетинговые инструменты для собственного продвижения, заботятся о повышении качества и расширении спектра предоставляемых услуг. Но главным конкурентным преимуществом остается репутация охранных предприятий, и мы рады, что с репутацией у нас все в порядке на протяжении всего времени существования фирмы.

Чем ЧОФ «Инком-щит» отличается от остальных охранных предприятий города? Каковы основные преимущества Вашей фирмы?

Более 15 лет ЧОФ специализируется на оказании охранных услуг с использованием служебного огнестрельного оружия и специальных средств.

Основным направлением деятельности является оказание комплексных охранных услуг.

Основная часть сотрудников фирмы (80%) имеют высшую квалификацию охранника – 6-й разряд. Все охранники своевременно проходят периодическую проверку на пригодность к действиям в условиях, связанных с применением оружия и спецсредств. Основу коллектива ЧОФ составляют офицеры и прапорщики запаса правоохранительных органов и ВС, обладающие опытом обращения с огнестрельным оружием.

А как можно устроиться к Вам на работу? Кого берете? Бывших военных жалуете?

Берем всех достойных не зависимо от прежних профессий, но, конечно, военнослужащим запаса Российской Армии и правоохранительных органов отдаем предпочтение. При приеме на работу обязательно удостоверение частного охранника. При отсутствии такого удостоверения, наша фирма помогает получить его и организовать обучение в партнерских организациях.

А как Вы принимаете участие в охране общественного порядка в городе?

В основе совместной работы с ГУ МВД и городскими властями лежит Соглашение о сотрудничестве, которое предполагает на безвозмездной основе выделять персонал нашей фирмы для поддержания общественного порядка в местах массовых мероприятий, проводимых в городе.

пресс-конференция

«ФИНАМ» рассказал о планах развития на рынке финансовых услуг Кубани

13 апреля в Новороссийске состоялась пресс-конференция, приуроченная к пятилетию работы в городе представителя Инвестиционной компании «ФИНАМ».

Менеджмент компании поделился планами превращения офиса в Новороссийске в полноценный финансовый супермаркет, а также выхода на рынок Анапы. Таким образом, с учетом уже действующих офисов в Краснодаре, Новороссийске, Армавире, Ейске, Геленджике и Сочи, количество кубанских городов, в которых будут представлены услуги холдинга, достигнет семи.

Новороссийский представитель инвестиционного холдинга «ФИНАМ» начал работу в 2007 году и смог продемонстрировать один из лучших в России показателей по темпам роста клиентской базы и брокерским оборотам.

«ФИНАМ» планирует существенно увеличить темпы притока своей клиентской базы в регионе. Одним из факторов этого станет начало работы офисов компании в Геленджике и Анапе, а также банка «ФИНАМ» в Новороссийске. Инвесторам почти всех районов Кубани предложена возможность получить необходимые консультации, теоретические и практические навыки у специалистов

представителя «ФИНАМа». При этом одной из стратегических целей «ФИНАМа» является развитие в Краснодарском крае инвестиционной культуры. «Мы видим нашей задачей не только предоставление финансовых услуг, но и популяризацию финансовых продуктов и инструментов. Достойный уровень финансовой грамотности является необходимым элементом стабильности в экономике и безопасности страны, и решение этого вопроса во многом зависит от ситуации на региональном уровне», - говорит руководитель представителя ЗАО «ФИНАМ» в Новороссийске и Геленджике Алексей АДАМОВИЧ.

Предлагаемый в регионе ассортимент услуг холдинга «ФИНАМ» на сегодняшний день охватывает все категории инвесторов. Тем, кто обладает крупным капиталом, будут интересны услуги по индивидуальному доверительному и консультационному управлению активами. При этом клиентам новороссийского офиса доступна и революционная для данного рынка услуга – «Доверительное

управление-Лайт», позволяющая инвестору воспользоваться всеми преимуществами индивидуального доверительного управления активами при вложении от 500 тыс. рублей. Другой активно набирающей популярность услугой УК является «Структурный продукт», обеспечивающая высокий уровень потенциальной доходности при минимальных рисках на вложенный капитал. Клиенты «ФИНАМа» в Новороссийске также имеют возможность вложения средств в паевые инвестиционные фонды.

Наиболее массовой услугой холдинга является брокерское обслуживание. Инвесторам, заинтересованным в самостоятельном вложении средств на фондовом рынке, предложены выгодные тарифные планы и высокое качество услуг, а также дополнительные бесплатные сервисы. Следует отметить, что жители Новороссийска могут работать как на российском, но и на зарубежных рынках (в т.ч. валютном рынке Forex), вести маржинальную торговлю, совершать операции с акциями и ETF на наиболее ликвидных мировых площадках, а также торговать на основных срочных рынках.

Участники пресс-конференции заинтересовались у Алексея АДАМОВИЧА, не боится ли он конкуренции. На что руководитель ЗАО «ФИНАМ» в Новороссийске с уверенностью ответил: «Я всегда за конкуренцию!».

форумы

Новороссийские женщины в деловом сообществе России!

22 февраля 2012 г. в конгресс-центре Торгово-промышленной палаты России при поддержке Правительства Российской Федерации, Министерства экономического развития Российской Федерации и ТПП РФ состоялся IV Всероссийский Форум «Женщины бизнеса: приоритеты и возможности».

Об этом событии нам рассказала директор компании «ВИВГрупп» Ирина Владимировна НИКИТИНА, которая представила Новороссийск на мероприятии.

Организатором Форума выступила Общероссийская общественная организация «Женщины бизнеса», которая более 6 лет активно работает над развитием женского делового сообщества России.

Среди почетных гостей Форума были руководитель секретариата Первого заместителя Председателя Правительства РФ Игоря Шувалова Надера МУХОМЕДЖАН, директор Департамента развития малого и среднего предпринимательства Министерства экономического развития РФ Наталья ЛАРИОНОВА, Президент ТПП РФ Сергей КАТЫРИН, вице-президент ТПП РФ Георгий ПЕТРОВ и Александр РЫБАКОВ.

Форум объединил 450 женщин, владеющих собственным бизнесом и



занимающих руководящие посты в крупнейших российских корпорациях, компаниях и организациях, призванных оказывать содействие развитию делового климата, из 36 регионов РФ.

На форуме обсуждалась роль женщин в топ-менеджменте, оплата женского труда, женский стиль руководства, женское предпринимательство и политическая активность женщины.

По окончании пленарного заседания состоялось три «круглых стола» - «Жен-

ское лидерство в России», «Социально ответственный бизнес» и «Роль женского предпринимательства в модернизации экономики и улучшения инвестиционного климата в стране», сообщает пресс-служба ТПП РФ. Ирина Владимировна приняла участие в «круглом столе» на тему «Женское лидерство в России».

«Я не пожалела об участии в мероприятии. Были собраны представительницы элиты женского сообщества России. Женщины объединяются, решают пробле-

мы. Это и праздник, и живое общение на проблемные темы. Для меня было очень интересно пообщаться с теми, кто играет большую роль в международных отношениях, в российском бизнесе и представляет женщин Новороссийска», - рассказала Ирина НИКИТИНА.

Приглашаем всех желающих поделиться опытом и интересными статьями членом Клуба Деловых Женщин!

внимание!

Председатель Клуба - Людмила Анатольевна ЗОРИНА
Адрес: г.Новороссийск, ул.Губернского, д. 6
Тел.: (8617)

61-00-98

Факс: (8617) 61-00-59
e-mail: LZorina@ntpp.biz

Газета Новороссийской торгово-промышленной палаты

3



#5-6 [128-129], 16/05/12

18 апреля Новороссийская торгово-промышленная палата совместно с Отделом надзорной деятельности г. Новороссийска провела круглый стол на тему: «Внеплановые проверки по обеспечению пожарной безопасности на предприятиях. Ответственность сторон. Вопросы и ответы»



«КРУГЛЫЙ СТОЛ»

Внеплановая проверка пройдёт по плану!

Проконсультировал предпринимателей государственный инспектор г. Новороссийска по пожарному надзору, начальник нормативно-технического отдела Отдела надзорной деятельности г. Новороссийска **Евгений Александрович КЛИНТУХ**.

Это не первый круглый стол, который проводит Новороссийская ТПП с Евгением Клинтухом. Предприятия, которые уже участвовали в семинаре по плановым проверкам с инспектором 21 марта, последовали его рекомендациям и проверки прошли для них достаточно безболезненно. «Конечно, были штрафы, - поспешил заметить государственный инспектор. - Но не 150 тысяч рублей, а 3 тысячи. Разница ощутима!».

По словам инспектора, внеплановых проверок становится с каждым годом все больше. Напоминаем руководителям, что о проверке вас должны уведомить за сутки заблаговременно, путём вручения распоряжения на проведение проверки или иным способом. Сама проверка не может превышать 20 дней для объектов крупного бизнеса и 15 часов для малых предприятий, для плановых проверок и не более 20 дней для внеплановых выездных проверок.

«Как быть, если нарушения связаны с капитальным строительством, переносом стены?» - поинтересовались участники семинара. «Если вы арендуете помещение, то эти нарушения лежат на арендодателе, если иное не указано в договоре аренды, - ответил Евгений Александрович. - Согласно гражданскому кодексу помещения, которое передается в аренду, должно соответствовать всем требованиям, в том числе и требованиям пожарной безопасности. Есть статьи закона, согласно которым разрушения и пе-

рехоса стен можно избежать. Все рассматривается в индивидуальном порядке».

Многих заинтересовал вопрос, когда предоставляется акт и выписывается штраф за выявленные нарушения. «Акт, предписание и протоколы о нарушении предоставляются руководителю сразу после проверки. Штрафные санкции назначаются по результатам рассмотрения административных протоколов, а в предписании указано, в течение какого срока нужно устранить нарушения требований пожарной безопасности, - проконсультировал руководителей государственный инспектор. - В течение 15 дней принимается решение о привлечении к ответственности к тем или иным суммам штрафов».

Суд рассматривает не все нарушения. Он может рассмотреть дело по невыполнению в срок предписаний - это компетенция Мирового судьи или когда организация или предприниматель ранее привлекался по ч. 3 или 4 статьи 20.4 КоАП РФ. Дело направляется в районный суд на приостановление деятельности объекта по статье 20.4 часть 5. Обращаем внимание руководителей, что срок приостановления деятельности - до 90 суток либо штраф в размере 200-400 тыс. руб. Приостанавливается деятельность в здании путём наложения пломб, печатей и т.д. судебными приставами.

Что касается внеплановых проверок, то их основания изложены в ФЗ-294. Одним из основных и часто используемых оснований является истечение сроков в ранее выданном предписании. Сроки исполнения инспектор устанавливает самостоятельно исходя из того, сколько времени потребуется на устранение нарушений. Обычно, он составляет 4-5 месяцев. Если же есть серьезные на-

рушения, требующие значительных временных затрат на устранение, все нюансы обсуждаются с инспектором, представляются подтверждающие документы и устанавливаются сроки исполнения.

Другим основанием для внеплановой проверки является обращение граждан, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей о возникновении угрозы причинения вреда жизни, здоровью граждан. «Все жалобы (обращения), в соответствии с ФЗ № 294, в которых стоит вопрос о проведении проверки мы отправляем в прокуратуру на согласование», - пояснил предпринимателям Евгений Клинтух. Но руководителям не стоит переживать, что внеплановая проверка ждет организацию из-за любой поступившей жалобы. Соглашаются только те жалобы, в которых есть достаточные основания, подпадающие под действие ФЗ-294.

Третьим основанием проверки может стать требование прокурора.

Штрафы при внеплановой проверке составляют 70-80 тыс. руб. на юридическое лицо и 3-4 тыс. руб. на должностное.

Особое внимание заслуживают организации, которые имеют лицензию на монтаж противопожарного оборудования, пожарные сигнализации. «Они находятся под контролем органов государственного пожарного надзора, - отметил Евгений Александрович. - И проверяется в таком предприятии не только помещение, в котором находится оборудование, но и квалификация, стаж специалистов, соответствие оказываемых услуг. А также осуществляется выезд на объект, где установлено оборудование и проверяется соответствие требованиям. Перечень таких организаций можно найти на



сайте МЧС. В Новороссийске их около 80».

Сомнения у руководителей вызвал и такой вопрос: если ИП ведет свою деятельность в жилом помещении, под какую категорию попадает объект? Инспектор предъявляет требования к фактическому функциональному использованию. Требования к помещению предъявляются по тому назначению, по которому оно используется в настоящее время.

Теперь о противопожарных мерах в самой организации. Приказ МЧС РФ № 645 от 12.12.2007 г. определяет перечень должностных лиц в организации, которые подлежат обязательному обучению по программе пожарно-технического минимума, а также порядок проведения инструктажа по пожарной безопасности. Там же определен перечень должностей лиц, обязанных пройти пожарный технический минимум. Его про-

ВНИМАНИЕ!

Мы продолжим информировать руководителей о предстоящих семинарах и «круглых столах». А за получением консультаций и необходимых материалов по вопросам пожарной безопасности вы можете обратиться в НТПП по адресу:

ул. Губернского, 6, каб.16
Телефон:
8(8617) 61-00-98,
8(9887) 652264,
Людмила Анатольевна
ЗОРИНА,
вице-президент НТПП
E-mail: LZorina@ntpp.biz

ходят в тех организациях, у которых есть программы, согласованные с органами МЧС.

Евгений Клинтух уточнил и место расположения огнетушителя: на полу в специальной подставке, исключая падение или же на стене на специальном кронштейне на высоте не более 1,5 м от пола.

«Для приёма граждан у нас предусмотрены приемные дни: вторник-четверг с 10 до 13 и с 14 до 15 по адресу ул. Кутузовская, 1, - напомнил участником круглого стола государственный инспектор по пожарному надзору. - В это время вы можете прийти и задать интересующий вопрос, а также обратиться за оказанием консультативной помощи».

Приятно отметить, что семинары, организованные НТПП совместно с органами надзорной деятельности, помогают предпринимателям быть полностью информированными обо всех нюансах плановых и внеплановых проверок.

дата

Май

Коллектив и Правление НТПП сердечно поздравляют всех своих друзей, отмечающих день рождения в мае:

01 Пономарева В.В.	16 Корякину Н.И.	23 Симианиди А.Ю.
04 Кашпуренко О.В.	17 Цыбенко С.В.	23 Вериш Н.Н.
06 Нечаева О.В.	17 Аладжа С.	26 Матвеев И.В.
06 Дронина С.А.	17 Бажан А.В.	26 Еременко А.В.
07 Косович И.М.	18 Смирнову А.В.	26 Солодкий В.А.
08 Крюкову И.Е.	18 Маслову Г.В.	28 Геража С.В.
11 Носкова Т.О.	18 Череву Е.П.	28 Шаповалова М.А.
12 Никитову Г.П.	20 Голубинского А.В.	30 Волошину Т.Г.
12 Карапузова Ю.А.	20 Кузьменко В.О.	31 Ряховскую Г.В.
12 Мовчана В.Н.	21 Шмолина Л.В.	31 Довгую Л.П.
15 Кушнир Е.В.	22 Портнова И.В.	

Гостиница "Новороссийск"

- ✓ Номера всех категорий
- ✓ Конференц-залы
- ✓ Сауна с бассейном
- ✓ Кафе

8 (8617) 606-505
www.hotel-novoros.ru

Маникюрный салон Nail Studio

ТЦ Красная площадь, 4-й эт.,
8-964-96-9999-7

Распространяется БЕСПЛАТНО

Газета Новороссийской торгово-промышленной палаты



ДЕЛОВОЙ НОВОРОССИЙСК

Адрес редакции и издателя: 353900, г. Новороссийск, ул. Губернского, 6. Тел. (8617)

61-14-77. E-mail: pr@ntpp.biz
Главный редактор **Мария ЛЕБЕДЕВА**.

Учредитель и издатель: Новороссийская торгово-промышленная палата
Регистрационное свидетельство № ПИ 10-3632 Северо-Кавказское территориальное управление.
Объединенная редакция НТПП.

Отпечатано в издательстве «С легкой руки» 353907, г. Новороссийск, ул. Видова, 111/9. Подписано в печать по графику: 12.00, факт.: 12.00. Печать офсетная. Объем 1 п.л. Тираж - 1 100 экз. Заказ № _____

www.ntpp.biz

За содержание рекламных материалов редакция ответственности не несет.

#5-6 [128-129], 16/05/12



«КТО НА МЁД НЕ ЖАЛЕЕТ, ТОТ НЕ БОЛЕЕТ И НЕ СТАРЕЕТ...»

МЕДОВАЯ РАСПРОДАЖА

с 5 АПРЕЛЯ 2012 г.
СКИДКА НА МЁД ДО 30 %

НАШИ АДРЕСА:
г. Новороссийск

- с. Цемдолина, ул. Ленина, 80 А

(у ДК «КУБАНЬ» удобный автоподъезд)

- ТЦ «ЗАПАДНЫЙ» мясной павильон, роллет №11
- ТЦ «ЮЖНЫЙ» торговый комплекс №2, роллет №19
- Центральный продуктовый рынок, мясной павильон, напротив сухофруктов

тел.: (8617) 699-743

«КРУГЛЫЙ СТОЛ»

Роспотребнадзор. Предупрежден – значит вооружен

4 апреля в Новороссийской ТПП состоялась «круглый стол» на тему «Роспотребнадзор: выполнение предпринимателями требований законодательства по обеспечению защиты прав потребителей и благополучия человека. Плани и особенности проверок в 2012 году».

На «круглый стол» с участием контролирующих органов Новороссийская ТПП пригласила те предприятия, кому предстоит пройти плановую проверку в апреле, мае и июне.

На вопросы предпринимателей отвечала заместитель начальника территориального отдела Управления Роспотребнадзора в г. Новороссийске **Татьяна Владимировна ТРЕТЬЯКОВА**. Бизнесмены узнали об особенностях организации и проведения плановых и внеплановых проверок органами Роспотребнадзора, ответственности за несоблюдение установленных законом требований.

Президент НТПП **Игорь ЖАРИНОВ** отметил, что задача Палаты – поиск разумного компромисса между контролем и бизнесом. «Безусловно, нормативы должны присутствовать в любом бизнесе, - поспешил заметить Игорь Геннадьевич. - Контролирующие органы выполняют свою работу не только в интересах государства, но и в целях обеспечения нашей безопасности. Организуя такие встречи, мы хотим, чтобы предприниматели лично познакомились с представителями контролирующих органов, задали интересующие вопросы. Давайте переведем процедуру проверки из противодействия во взаимодействие!»

Татьяна Третьякова предупредила предпринимателей: «О проведении плановой проверки мы уведомляем в письменном виде за три дня. Вы должны получить распоряжение, в котором вы расписываетесь, подтверждающая факт проверки. Микро-предприятие мы проверяем в течение 15 часов, крупное – максимум до 20 дней».

Обращаем внимание, что руководители предприятий имеют полное право попросить удостоверение и распоряжение у проверяющего. А проверяющий обязан заполнить журнал проверок, в который вносят Ф.И.О., должность, основание проверки. По окончании проверки в течение суток должен быть составлен протокол.

Что касается внеплановой проверки, ее основанием чаще всего является жалоба. По словам Татьяны Третьяковой, проверяющий должен ознакомить руководителя с жалобой, но не обязан говорить, кто ее написал. Проверять в организации только то, что написано в жалобе, превышение полномочий не допускается.

На вопрос, к чему готовиться и что проверять у предприятий, занимающихся торговлей, Татьяна Викторевна ответила кратко: «Все, кто занимается торговлей, должны знать 55 постановление о правилах торговли».

Новороссийская ТПП продолжит информировать предпринимателей о предстоящих семинарах и «круглых столах».

ВНИМАНИЕ!

Если у Вас есть какие-либо вопросы по предстоящей проверке вы всегда можете прийти на консультацию в отдел Управления Роспотребнадзора в г. Новороссийске в четверг с 10.00 до 14.00 по адресу: ул. Видова 170



ДЕЛОВОЙ

НОВОРОССИЙСК

ДЕНЬГИ

www.ntpp.biz

#5-6 [128-129], 16/05/12, среда

специальный проект

http://www.business101.ru/

розничная торговля

8

миффов о розничной торговле?

В розничной торговле существует множество неправильных представлений о том, что требуется, чтобы быть успешным. Данная статья рассказывает о распространенных (и не очень) мифах розничной торговли.

1

Достаточно открыть магазин и покупатели придут

Правильно выбранные продукты для продажи, стратегия ценообразования и приятная атмосфера магазина не принесут ему пользы, если покупатели не будут знать о его существовании. Многие новые магазины розничной торговли не справляются с маркетингом. Недостаток средств и неправильная рекламная компания может помешать покупателям услышать ваше послание. Даже во время спада в экономике реклама может быть эффективным инструментом. Выберите маркетинговые идеи для магазина розничной торговли, которые вам подойдут.

2

Маленькие магазины не могут конкурировать с сетями

Хотя это правда, что небольшие магазины не могут составить конкуренцию по ценам, они все равно могут конкурировать. Можно занять свою долю рынка, повышая уникальность бизнеса, улучшая сервис и создавая уютную атмосферу.

3

Лучшие покупатели – те, кто больше тратит

Возможно, у вас есть покупатель, который заходит время от времени и тратит больше, чем обычно тратят в вашем магазине. Перед тем, как начать считать его лучшим клиентом, остановитесь и подумайте о покупателе, который тратит немного, но рекомендует ваш магазин семье и друзьям. Постоянные клиенты очень ценны и могут принести намного больше пользы, чем покупатели, траещащие помногу раз в полгода.

4

Интернет-магазины придут на смену обычным

Электронная коммерция делает огромные шаги вперед в розничной торговле. Хотя иметь он-лайн представительство очень важно для магазинов из кирпича и бетона, всегда будут покупатели, которые хотят примерить вещи, проверить качество товара или бренда. Кроме того, некоторым покупателям нравится безопасность личной оплаты и получения товара.

5

Переезд магазина сильно навредит бизнесу

Перемещение бизнеса может быть дорого и возможно разрушительно, но с некоторым планированием это может быть лучшим решением, если вам нужно сократить затраты. Начните заранее и составьте список, чтобы переезд был организованным. Обязательно спланируйте маркетинговую кампанию вокруг вашего переезда как для существующих клиентов, так и для потенциальных покупателей в том месте, куда ваш бизнес переезжает.

6

Покупатель всегда прав

Нет, покупатель не всегда прав. Бывает, что покупатель со-

– Что для счастья надо в общей совокупности? Магазин, конечно, в ШАГОВОЙ доступности!



Десять способов потерять покупателя

У каждого человека есть вещи, которые его раздражают в магазинах розничной торговли. То, что неприятно одному, может не беспокоить другого. Но хорошие торговцы не могут позволить себе потерять ни единого покупателя. Содержать магазин в чистоте и порядке нетрудно. Это также недорогой способ привлечь покупателей и создать приятную атмосферу. Ниже приведены причины, по которым покупатель может покинуть ваш магазин навсегда.

1) Грязные туалеты

Туалеты в магазине розничной торговли всегда должны быть чистыми, независимо от того, доступны они для покупателей или нет.

2) Громкая музыка

Музыка в магазине розничной торговли может помочь созданию определенной атмосферы для покупателей.

3) Ценники, написанные от руки

В эпоху современных технологий нет оправдания ценникам, написанным от руки!

4) Пятна на полу или на потолке

Да, неприятности случаются. Однако покупателям не нужно видеть их результаты. Грязные ковры, пятна на полу, уродливый потолок – все это может огорчить ваших покупателей!

5) Перегоревшие и тусклые лампочки

Заменяйте перегоревшие лампочки как можно быстрее!

6) Сильный запах

Некоторые запахи можно понять и они могут даже нравиться покупателям. Однако им не понравится запах обеда вашего сотрудника, распространяющийся по магазину.

7) Загроможденные проходы

Покупателям нравится широкий выбор товаров, но только не в ущерб комфорту во время посещения магазина.

8) Беспорядок на кассе

Груда вешалок, возвращенных товаров и небрежная работа за кассой – большое разочарование для покупателей.

9) Нехватка корзин/тележек

Если вы рассчитываете, что покупатель приобретет больше 1 товара, убедитесь, что у вас достаточно корзин.

всем неправ. Покупатели заблуждаются и иногда хотят чего-либо, ничего не давая взамен. Хотя покупатели и не всегда правы, ваша задача как розничного торговца дать им почувствовать, что они важны.

7

Хороших сотрудников трудно найти

На самом деле можно найти отличных работников, хотя это и займет больше времени. Начните с написания должностной инструкции. Установите систему требований, чтобы отсеивать кандидатов, которые им не соответствуют. Изучите, как проводить собеседование и программы подготовки персонала. Научитесь мотивировать персонал. Набор персонала не сложен, если у вас есть план.

8

Нельзя зарабатывать на жизнь розничной торговлей

Это совершенно неверно. Небольшая маржа прибыли на каждую единицу товара, возможно, не сделает вас богатым, но хорошие продажи могут принести хороший доход для владельца магазина. А для тех, кого не интересует открытие своего дела, есть множество профессий, связанных с розничной торговлей, помимо продавца и кассира. Например, закупщик, мерчандайзер или логист.

есть вопрос

Задели за живое...

Редакция «ДН» поинтересовалась у генерального директора ООО «Кентавр» Галины Константиновны РЫЖИКОВОЙ,

какова ситуация на рынке и легко ли держаться на плаву сегодня магазину шаговой доступности.

- Галина Константиновна, расскажите об основных проблемах продовольственного магазина.

- Одна из главных проблем – очень высокие платежи и непрерывно растущие тарифы обслуживающих организаций.

Помимо всего прочего, подняли социальный налог: до 2011 года он составлял 14,2%, а сейчас 30%! Если раньше мы платили примерно 26 тысяч рублей в месяц, то в этом году 60-62 тысячи. Нет абсолютно никакой градации: крупное или мелкое предприятие.

Раньше мы помогали всем: и детям-инвалидам, и детской больнице в Мыскако, и 9-ой школе, и ветеранам – а теперь сами не можем свести концы с концами. Еле вытннули 2011 год, а первый квартал 2012 года вовсе убыточный. Грустно это признавать.

- А что насчет конкуренции с супермаркетами?

- Я не понимаю, зачем нашему городу столько супермаркетов!

Зачем говорить, что государство помогает малому бизнесу, если постоянно дают разрешения на открытие супермаркетов.

Наш магазин работает в 13-м микрорайоне уже 18 лет. Когда начинали, были одни в районе, а сейчас нас семь магазинов и еще гипермаркеты!

Мы не в силах с ними соперничать, настолько агрессивная конкуренция. Они ставят свои условия не только покупателям, предлагая огромные скидки, но и производителям. В гипермаркетах продажная цена некоторых продуктов гораздо ниже, чем у нас оптовая! Получается, им делают скидку, а нам надбавку, чтобы перекрыть свои убытки!

Мы, предприниматели, собираемся, общаемся, медленно гаснем и только и слышим о том, что нас поддерживают. А кроме семинаров и субсидирования кредитных ставок, помощи больше не поступают. Как выживать?



Встречаются на бегу два приятеля, оба бизнесмены.

- Как дела?

- Да все хорошо. Слушай, тебе вагон сахара не нужен?

- Можно в принципе, а почему?

- Да по (столько-то).

- Отлично, договорились!

Ударил по рукам, один побежал искать деньги, другой ... вагон с сахаром.

- Рабинович, как вы, торгуя газированной водой, построили себе трехэтажный особняк?

- Наше государство построило гигантские электростанции на простой воде. Почему я не могу построить маленький домик на газированной?



#5-6 [128-129], 16/05/12

Мнение специалиста

Мы поинтересовались у заместителя начальника территориального отдела Управления Роспотребнадзора в г. Новороссийске ТРЕТЬЯКОВОЙ Татьяны Владимировны,

какие жалобы поступают на супермаркеты и какие преимущества могут использовать магазинам шаговой доступности, конкурируя с крупными сетями?

«Я считаю, супермаркеты действуют, прежде всего, на психику людей: покупаешь все, что нужно и не нужно. Новороссийские супермаркеты пытаются соответствовать уровню Европы, однако до нее нам еще далеко: нет порядка и высокого качества обслуживания.»

Жалуются в основном на несоответствие цен: указана одна, а продают по другой. Также большим недостатком является то, что продают испорченные овощи и фрукты, снижая на них цену, хотя они не имеют права продавать товар низкого качества.

Что касается магазинов шаговой доступности: покупатель здесь один на один с продавцом, все товары на прилавке, все можно рассмотреть, спросить – в этом преимущества. А в условиях жесткой конкуренции посоветую предпринимателям работать со своими продавцами: объяснять, обучать, где-то наказывать. Продавец, обслуживая покупателя, должен быть одновременно и консультантом: рассказывать, показывать, предложить и выполнять свою работу с хорошим настроением.»



Человек у обувного прилавка:
- У вас есть мужская обувь?
- Нет.
- А женская?
- Тоже нет.
- Ну, а детская?
- Чего вы пристали? У нас обувной отдел, а не справочное бюро!

Продавец и покупатель в магазине:
- Синька есть?
- Есть.
- Какого цвета?
- Белого, твою мать!

Покупатель:
- Я хотел бы посмотреть дешую, но красивую и прочную обувь.
Продавец:
- Я тоже.

Покупатель в обувном магазине предъявляет претензию:
- Я всего неделю назад купил у вас башмаки, а из них уже вылезают наружу пальцы?
- Гм..., - замечает продавец. - А что, по-вашему, должно было из них вылезти?

Пожилая дама долго выбирает платье. Наконец, она просит у продавца вон то, с полосками.
- Мадам, но ведь горизонтальные линии полнят...
- Да вы что, наглец, думаете, я кушаю это платье буду?

В ювелирном магазине.
- Сколько стоит это кольцо?
- Сто тысяч.
- Кошмар! А вон то кольцо?
- Два кошмара.

Пришел мужик в магазин.
- У вас сметана есть?

- Нет.
- Так вам и надо!

Покупатель спрашивает у продавца:
- У вас пряники свежие?
- Да нет, очень старые, даже заплесневели.
- А печенье?
- О нет, возьмите уж лучше пряники!

Приходит мужик в магазин и говорит продавщице:
- Взвесьте мне, пожалуйста, колбаски грамм триста.
- Хорошо!
- А можно порезать?
- Хорошо!

- Ммммм... Какие-то эти кусочки кругленькие... Порезьте, пожалуйста, квадратиками.
Продавец, недоумевая, режет.
- Круто! А можно треугольничками?

Продавец, свирепея, рубит.
- Классно! А ну давайте мельничко-мельничко!
Продавец, багровея:
- Мужик, ты что, псих?!!!
Мужик, суетясь, роется в карманах:
- Да... У меня и справочка есть.

Покупатель спрашивает продавца:
- Что значит 90 дней гарантии на эту вещь?
- Это значит, что если она сломается, ремонтник придет к вам через 90 дней.

На одной улице стоят три одинаковых магазина. Чтобы привлечь покупателей, на одном магазине повесили вывеску: «Старейшая фирма». На другом наоборот: «Новейший магазин». На третьем магазине, стоящем между первыми двумя, повесили надпись: «Главный вход».



Председатель объединения торговых предприятий «Единство»

Людмила Леонтьевна МИЩЕНКО

рассказала «ДН» о камнях преткновения, которые мешают малому бизнесу развиваться и успешно осуществлять свою деятельность.

проблемы...

Продать, чтобы выжить

- Людмила Леонтьевна, в Ваше объединение обращаются предприниматели. Какие проблемы являются самыми животрепещущими для продовольственных магазинов?

- Начнем с непомерно высоких цен за электроэнергию. 6.5 рублей за 1 кВт! А продукцию нужно где-то хранить, охлаждать помещение. Сумма на оплату электроэнергии выходит больше чем налоги!

Следующая проблема – огромное количество супермаркетов. В Новороссийске уже около 300 «Магнитов», 2 гипермаркета «Магнит», «Табрис», «Лента», «Перекресток». Если посчитать все площади супермаркетов, налицо противоречие закону о торговле, в котором ограничивается площадь монополии на рынке. И никто на это не обращает внимание! Зато активно ведутся внеплановые проверки и приостанавливается деятельность предприятий. Да, действительно есть серьезные нарушения правил пожарной безопасности, которые предусматривают закрытие предприятий. Но таким нарушением не является факт нахождения огнетушителя на 10 см выше положенного или отсутствие журнала учета этих самых огнетушителей!

Еще одной наиболее проблемной является стоимость лицензии на алкоголь, которая составляет 45 тысяч рублей. Одну и ту же сумму платит и маленький магазин, и «Магнит» на все свои триста супермаркетов. Один или триста? Разница ощутима! Неужели нашему государству это выгодно?!

И так во многих законах: не предусмотрена градация между малым бизнесом и гипермаркетом, требования одинаковые. Но ведь нужно понимать: ту сумму, которая по силам гипермаркету, владелец магазина шаговой доступности не может себе позволить.

Что такое охрана труда? Наше предприятие не сталкивалось с этой проблемой до прошлого года. Мы одни из первых прошли комплексную проверку по охране труда, и одним из нарушений было такое: у продавца тапочки без задников! Это уже серьезно!

Обязательно должна быть аттестация и сертификация рабочих мест, в том числе места уборщицы. А где найти это место для уборщицы в небольшом продовольственном магазине? Должен быть даже сертификат на халат уборщицы!

Еще раз повторюсь: нет градации для предприятий: аттестовать места на предприятии, в котором штат 300 человек, или маленький магазинчик с пятью сотрудниками.

Еще одно нововведение: принятые нормы – расстояния между зданиями должны быть не менее 6 метров. И никто не обращает внимание, что здание стоит с 1954 года, что в городе много старых зданий. Да, выходит человек нарушает закон, но его вина в этом нет! И исправить это невозможно!

- Как можно было облегчить жизнь магазинам шаговой доступности рядом с супермаркетами?

- Я руковожу предприятием общепита, продовольственным магазином и магазином одежды. Жуже ситуация, чем в продуктовом магазине, нет нигде: с одной стороны конкуренция супермаркетов, с другой бесконечные проверки экологов, пожарников, прокуратуры.

Приведу пример на европейских странах. По воскресеньям гипермаркетам работать запрещено. Время их работы ограничено до 19-20 часов вечера. И эта ниша остается сектору малого бизнеса.



- Разве возможно руководителю уследить за всеми изменениями и от кого ждать помощи?

- Выходит, чтобы соответствовать всем требованиям и знать законы, появляющиеся все чаще и чаще, уже закрепившимся на рынке малым предприятиям надо содержать в штате электрика, эколога, инженера по охране труда, пожарного эксперта и юриста-консультанта. Почему нельзя принять свод законов для бизнеса хотя бы на 10 лет и ничего не менять? Почему не дать людям поработать и встать на ноги?

Многие предприятия все чаще не ждут помощи и подаю в суд. Судьи говорят, что им просто некогда заниматься другими делами – все время занято обращениями бизнесменов. И руководителей можно понять. Что значит закрыть магазин на 90 дней? Это значит его погубить: очень сложно восстановить потерянный коллектив, вернуть деньги, затраченные на охрану имущества.

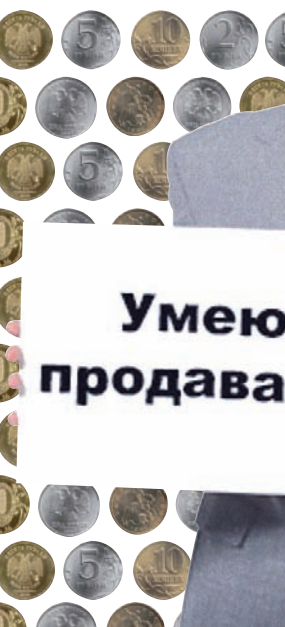
- Как быть предпринимателям в таких суровых рыночных условиях?

- Начинать надо с того, чтобы быть социально активными людьми и не забывать о том, что государство – это мы. В России предпринимательство как сила себя не заявила никак. Нужно высказывать свою позицию. Умолчание, попытка каждого в отдельности решить проблему разными доступными способами ни к чему хорошему не приведет. Наверно, это заложено на генетическом уровне: человеку передается страх высказывать свои претензии. Как бы мы не говорили о демократии, люди боятся, и сегодня каждый сам за себя.

Совет

Электронную версию газеты и самые интересные новости из жизни ТПП вы всегда можете найти на сайте

ntpp.biz



#5-6 [128-129]

Вот так история...

«За свою продукцию полностью отвечаю!»

Директор ООО «ОЛВИС» и ООО «Юпитер» Владимир Васильевич ШЕВЧЕНКО пошел по стопам родителей, которые проработали всю жизнь в торговле. Изучив азы предпринимательской деятельности, Владимир Васильевич занялся бизнесом, открыл свой первый магазин «Пирамида». А вскоре появился новый магазин и спортивный клуб «Юпитер». Мы спросили у опытного бизнесмена, как не только выжить в условиях жесткой конкуренции, но и сделать свой магазин востребованным и прибыльным.

- Владимир Васильевич, работать в торговле сложно?

- «Пирамида» дала мне хороший опыт работы в торговле. Несмотря на это, безусловно, сложностей много. Одна из них, которая к счастью бывает достаточно редко, сбой электроэнергии, когда работа встает: пропадают продукты в холодильниках, не работают компьютеры, не пробивается по штрихкодам товар. Это для нас очень страшно. Также сложности возникают с помещениями: нужно найти место не только для прилавка и витрин, но и для склада.

- А как среди двух продуктовых магазинов оказался спортивный клуб?

- Спортивный клуб – не дань моде, а любовь к спорту. Я с детства занимался футболом, баскетболом. Открывая клуб, я хотел, чтобы наши дети не болтались по улицам, а следили за своим здоровьем. Прибыль с магазина помогает нам содержать спортивный клуб, платить достойную зарплату работникам и оказывать услуги на высоком уровне.

- За последние 10 лет супермаркеты стали появляться практически на каждом углу. Как магазинам шаговой доступности выжить рядом с сетью «Магнитов»?

- Конечно, конкурировать с супермаркетами сложно: со своим огромным ассортиментом они забивают маленькие магазины, что очень расстраивает. Однако есть у них большой минус: сети не всегда добросовестны по отношению к покупателям. Я полностью отвечаю за свою продукцию: у меня ничего не переклеивается, не переписываются сроки годности, не меняются местами продукты. Супермаркеты играют в первую очередь со здоровьем людей. Мы же каждый день списываем и выбрасываем продукцию, срок годности которой истек. Салаты каждый день свежие. Люди это видят, знают и поэтому приходят к нам. Помимо продуктов у нас один из лучших кофе-баров и ликероводочных отделов с широким ассортиментом элитного алкоголя.

Давайте представим, если большие супермаркеты заполняют ры-

нок и будут диктовать людям свои правила. Тогда не будет конкуренции и выбора, это уже монополия. Без маленьких магазинов мы не выиграем, а проиграем – нужно помогать развиваться малому бизнесу.

- Какие преимущества использовать в конкуренции с сетями?

- Грамотный сервис! Многое зависит от персонала. Когда работники улыбаются, помогают друг другу, это дорогого стоит.

- Выходит, нужно тщательно подбирать сотрудников? Вам это удалось?

- Мы до сих пор подбираем коллектив, несмотря на то, что «Юпитер» на рынке уже два года. Я хочу подобрать не просто сотрудников, а команду, организовать ее работу, как единое целое. В «Пирамиде», например, у меня есть такая команда, и я этим горжусь: работаем уже 9 лет!

- Каким должен быть продавец?

- Аккуратной, приветливой, улыбчивой и доброй. Главная наша задача, чтобы клиент вышел из магазина с хорошим настроением. Я часто бываю за границей, и нам стоит многому поучиться у них. Например, основному правилу торговли: покупатель всегда прав, каким бы он ни был. Продавец должен улыбнуться и обслужить клиента. У нас же многие работники сферы обслуживания и торговли начинают раздражаться, нервничать и грубить покупателю. Этого делать категорически нельзя!

- Есть ли какие-то планы на будущее?

- Хочу, чтоб магазин процветал, товарооборот был больше, коллектив был слаженный. Самое главное для меня – коллектив. Если я за эти годы создам команду, буду счастливым человеком! Хочу довести «Юпитер» до совершенства, сделать элитным, популярным и вызывающим только положительные ассоциации магазином.