

# Арнест

Бережно заботясь о природе, мы дарим красоту и комфорт человеку, создавая продукцию высочайшего качества и используя самые современные и эффективные технологии

Миссия «Арнест»

Выходит с марта 2005 года

## ИНФОРМ

К О Р П О Р А Т И В Н А Я Г А З Е Т А

### Наша «Прелесть» удивила Европу

Бренд «Прелесть Professional» стал официальным спонсором Чемпионата Европы по фигурному катанию. **Стр. 2-3**

### Время работать эффективнее

ОАО «Арнест» повышает рентабельность. **Стр. 4**

### Фокус на сети и максимальную эффективность!

Какой станет новая структура отдела продаж? **Стр. 5**

### Совершенствуем бренды

Обзор позиций брендов ОАО «Компания «Арнест». **Стр. 6**

### Кому досталось место под солнцем?

Совершенствуем бренды **Стр. 6**

### Как сэкономить на мобильном?

Эксклюзивное предложение Билайн сотруднику компании. **Стр. 7**

# Поздравляет!

В году есть два идущих друг за другом замечательных праздника - **23 февраля и 8 марта**, когда вниманием охвачены все сотрудники компании. В эти дни мы поздравляем тех, без кого наша жизнь является бессмысленной – **Настоящих Мужчин и Истинных Женщин!**

Это – наши близкие и родные, друзья и знакомые, и, конечно, те – с кем мы встречаемся почти каждый день – наши коллеги. Как много добрых и теплых слов можно услышать в эти дни! Мужчины рассыпаются в комплиментах, женщины расцветают на глазах. Кроме того, у всех нас появляется очередной повод порадовать своих друзей и близких замечательными подарками и теплыми словами.

По традиции в День защитника Отечества принимает поздравления каждый мужчина. И это не случайно. Именно на его плечах лежит забота о мире и благополучии семьи, детей, покое родного дома, нашей Родины. Их мирный созидательный труд служит делу укрепления Отчизны, ее процветанию. Этот день призван доказать, что каждый из окружающих нас мужчин – Настоящий защитник. Уважаемые мужчины, поздравляем вас с Днем защитников Отечества! Желаем вам мужества, стойкости, присутствия духа при любых обстоятельствах.

Но не стоит забывать, что каждый мужчина ощущает истинную меру своей ценности, прежде всего, благодаря женщине. «Без женщин жить нельзя на свете, нет...». Совершенно точно написал поэт эти слова в адрес прекрасной половины человечества. Чуткие, добрые, порой ранимые, но, в то же время, сильные и отзывчивые – это лишь малая часть того, что можно о них сказать. От всей души поздравляем вас, милые дамы, с наступающим праздником женского очарования, любви, и красоты! Пусть этот весенний праздничный день согреет вас теплом яркого солнца. А каждый новый день приносит только радость. Пусть сбудутся все самые заветные желания и пусть в ваших домах всегда царят мир и согласие. Доброго вам здоровья и солнечного настроения и, конечно, любви и счастья!

Руководство ГК «Арнест»

### СОБЫТИЯ И ФАКТЫ

ОАО «Арнест» получил от важнейшего партнера по контрактному производству – компании UNILEVER – принципиальное согласие на расширение портфеля заказов. В настоящее время «Арнест» выпускает 3 вида антиперспирантов Rexopa Teens. В соответствии с договором ассортимент расширится новыми товарными группами. В 2010 году «Арнест» планирует выйти на многомиллионный объем производства для UNILEVER.

Завершен редизайн логотипа ГК «Арнест», который объединяет два основных направления работы группы: производственное и торгово-маркетинговое. Редизайн осуществила студия Logodesigner, которая работает сейчас над созданием фирменного стиля ГК «Арнест».

ОАО «Арнест» награжден Почетным дипломом Российского Союза химиков и Российского химического профсоюза за большой вклад администрации и профсоюзного комитета в развитие социального партнерства и выполнения мероприятий коллективного договора на предприятии.

В цехе наполнения №11 ООО «Аэрозоль Новомосковск» изготовлен комплект оснастки для наполнения жестяных баллонов. Установка этого комплекта позволит выпускать линию средств ухода за волосами «Антураж».

Для этого же цеха энергомеханическое производство «Аэрозоль Новомосковск» провело реконструкцию ванны тестирования аэрозольного баллона, в настоящее время проводятся испытания.

Группа специалистов «Арнеста» посетила французскую фирму Gertex, известного в Европе производителя упаковочного оборудования. Итогом поездки стала приемка в эксплуатацию двух упаковочных машин, которые скоро будут установлены на 2-й и 7-й линиях цеха наполнения.

В конце января завершены работы по съемке учебного фильма по ассортименту ОАО «Компания «Арнест». В фильм вошли подробные материалы о брендах «ПРЕЛЕСТЬ PROFESSIONAL», «ПРЕЛЕСТЬ-БИО», «VIP», «SYMPHONY», «МЕБЕЛУХ», «АНТУРАЖ». Разработкой сценария и съемкой фильма занималась компания «Peak Point Ltd» (г. Москва) с участием давнего партнера компании в области обучения персонала - тренера Алексея Попова.

На сайте группы компаний «Арнест» завершился конкурс детских фотографий «Моя Прелесть», в котором приняли участие 112 фотографий чудесных детишек в возрасте от 6 месяцев. Победителями стали ребята из Ростова-на-Дону, Белгородской и Московской областей и Невинномыска. Все они получают дипломы победителей и наборы детской косметики «Моя Прелесть». Посмотреть фотографии победителей можно на сайте компании [www.arnest.ru](http://www.arnest.ru)



Причин выбора такого канала продвижения несколько. Прежде всего, мы хотим помочь российскому спорту и поддержать наших фигуристов. Также мы хотим, чтобы глядя на рекламу «Прелесть Professional», у наших зрителей возникали прямые ассоциации с красотой, которую демонстрирует нам фигурное катание. К тому же, сегодня этот вид спорта входит в число самых популярных видов спорта в России.

ОАО «Компания «Арнест» организовала поездку команды из сотрудников компании и представителей партнеров-дистрибуторов в Хельсинки, чтобы вместе поболеть за наших спортсменов непосредственно в центре событий. Мы встретились с некоторыми ее участниками и узнали об их впечатлениях.

**А.Н. ЧУРАКОВ**

Директор по маркетингу

Спонсорство Чемпионата Европы по фигурному катанию – это одна из составляющих нашей интегрированной маркетинговой программы по вовлечению эмоциональной составляющей нашей рекламы серии «Прелесть Professional» в фигурное катание. Во время проведения Чемпионата коммуникация была поддержана выходами на Национальном телевидении рекламных роликов, снятых с участием чемпионов Европы 2008 г. Оксаны Домнина и Максима Шабалина и активной кампанией в прессе. Кроме того, мы выступили спонсорами трансляции этого Чемпионата на наших российских каналах «Первый» и «Спорт». Практически каждая трансляция открывалась и закрывалась нашей рекламной заставкой.

Что касается участия нашей группы в поддержке фигуристов непосредственно на ледовой арене, то здесь основная наша цель была связана с увеличением лояльности наших дистрибуторов к компании «Арнест» и, в частности, к бренду «Прелесть Professional». И могу с твердой уверенностью сказать, что эта цель была нами достигнута. У нас подобралась очень хорошая команда, и уже в первый вечер нам удалось сплотиться и почувствовать себя единым коллективом.

Конечно, нам было очень обидно, что Домнина и Шабалин снялись с соревнований из-за травмы Максима, но мы надеялись, что другие наши пары тоже смогут себя показать и побороться за медали. Ведь по-хорошему счету, мы ехали болеть не только за Оксану и Максима, но и за всех наших фигуристов.

**Оказавшись прямо в центре событий, мы пережили массу впечатлений – и невероятный накал спортивной борьбы и разочарование оттого, что одну из**

# НАША «ПРЕЛЕСТЬ»

**В феврале произошло беспрецедентное событие для нашей компании. Впервые наш бренд вышел на международный уровень, выступив официальным спонсором одного из крупнейших соревнований по фигурному катанию – Чемпионата Европы. Жители 16 стран мира в течение 5 дней наблюдали логотип «Прелесть Professional» на бортах ледового катка во время выступлений сильнейших фигуристов Европы. В этом году Чемпионат прошел в столице Финляндии - Хельсинки с 20 по 25 января.**

наших пар Шефер и Рублеву поставили всего лишь на пятое место и бурную радость от успеха второй нашей пары Яны Хохловой и Сергея Навицкого.

Мы испытали огромное воодушевление, но, в то же время, и большое напряжение, когда смотрели на их выступление. Яна и Сергей были явными претендентами на медали и поэтому мы все буквально замерли, когда они вышли на лед. Каждый про себя шептал: «Только докатайтесь без ошибок, покажите - на что вы способны». И в самом финале их блестящей программы мы, конечно, взорвались восторженными криками и смогли выдохнуть. И когда мы увидели на табло их оценки и поняли, что они первые и их уже не догнать, мы испытали огромную гордость за нашу страну, за наших фигуристов и за то, что у нас есть такая замечательная школа парного фигурного катания. И т.к. мы сидели в первых рядах, мы передали Яне и Сергею наши российские флаги, с которыми они поехали по льду, показывая всю значимость этой победы.

Мы сидели настолько близко, что видели выражение лиц фигуристов, их сосредоточенность и напряжение перед прыжками, поддержками и другими сложными элементами. Мы поняли, насколько сложно им выполнять эти поддержки, эти красивые фигуры и синхронно выполнять танцевальные движения, и каких трудов стоит им короткое выступление на Чемпионате.

После выступления мы спросили у Яны и Сергея, насколько наша поддержка помогла им. Они ответили, что очень помогла и для всех спортсменов она очень важна. «В тот момент, когда выходишь на лед, и тебя со всех сторон ослепляют прожекторами, - сказали они, - очень хочется увидеть и услышать какую-то дружескую поддержку. И когда во время разминки мы услышали дружное скандирование «Россия» и увидели российские флаги, мы поняли, что есть



Команда болельщиков «Арнеста» прямо в эпицентре событий!

люди, которые верят в нас, надеются на нас и от этого кататься нам было гораздо легче». Мы пригласили наших чемпионов Яну и Сергея на ужин в отеле и были очень рады, что они согласились.

Более того, нам удалось попасть на закрытую вечеринку фигуристов – участников Чемпионата, которая проходила в соседнем отеле. Для нас это был уникальный шанс сфотографироваться, потанцевать и поговорить с другими фигуристами. И поэтому когда мы смотрели показательные выступления, то испытали совсем другие впечатления, ведь перед нами уже были знакомые люди, не только российские, но и зарубежные участники.

Несмотря на нашу напряженную культурную программу, мы выкроили время

для презентации дистрибуторам нашей стратегии на 2009 год. В ней мы отразили наши последние новости, наши планы, в том числе по расширению ассортимента, нашу политику взаимодействия с клиентами и развития нашей структуры продаж. Мы сделали ее максимально сжатой и информативной. И, могу сказать, что она вызвала большое количество заинтересованных откликов и вопросов. Это говорит о том, что нашим гостям было действительно интересно, что мы хотим сделать в этих непростых условиях, и куда будет двигаться наша компания в этом году.

Хочется отметить, что мы неоднократно слышали от тех людей, с которыми встречались в поездке, о том, что нам удалось показать всем, что российские компании тоже могут участвовать в таких соревнованиях международного уровня. В Хельсинки многие умеют читать по-русски и очень многие отметили, что российская компания впервые разместила свой бренд на русском языке на бортах Чемпионата.

В поезде на обратной дороге, все наши разговоры были только о Чемпионате Европы. В нашей группе было несколько владельцев компаний, которые, по их словам, предпочитают не ездить на подобные мероприятия, т.к. обычно во время этих поездок происходит сплошная «накачка» презентациями. По итогам нашей программы они все как один сказали, что от нашей поездки они в восторге и что с нами они будут ездить с большим удовольствием. И для нас это был показатель того, что результат, которого мы хотели добиться, мы достигли.

**НИКОЛАЙ ЧАЙКИН**

председатель профсоюзного комитета  
ОАО «Арнест», ведущий инженер  
коммерческого отдела

Это была моя первая поездка за границу. Поэтому многие вещи для меня были удивительными. Например, что все магазины заканчивают свою работу после 18:00 и совсем не работают в выходные дни. У них это запрещено, т.к. считается нарушением трудового законодательства и антимонопольного закона. Еще большее удивление вызвал тот факт, что каждые 20 лет жители Хельсинки обязаны по закону осуществлять капитальный ремонт фасада своего дома за собственные средства. При этом он должен потратить на ремонт 20 тыс. евро. Даже для финнов это большие день-



Логотип Прелесть Professional на борту Чемпионата Европы по фигурному катанию.



# УДИВИЛА ЕВРОПУ

ги и порой им приходится брать на эти нужды кредит или менять дом. Но благодаря этому сохраняется прекрасная архитектура города. Мне показалось, что Хельсинки очень похож на Санкт-Петербург, но только более ухоженный.

Конечно, одними из самых сильных стали впечатления от посещения Чемпионата Европы. Это было очень здорово - окунуться в эту атмосферу. Мы были единственной большой группой российских болельщиков. В основном на трибунах присутствовали единичные представители России. **Мы здорово болели за наших и они победили!**

Большой интерес вызвал наш логотип «Прелесть Professional» на борту, потому что он был на русском языке. Такое на международных соревнованиях бывает редко. К нам даже приезжали финские журналисты с радио, вещающего на русском языке, и брали интервью у Е.М. Сагал.

Из выступлений, кроме наших спортсменов, мне больше всего понравился юмористический номер французского фигуриста во время показательных выступлений. Он поразил меня тем, что он вышел на лед на лыжах, сел на и бортик и потом начал свое выступление. Это было очень забавно, неожиданно и запоминаемо. Когда выступали наши фигуристы, мы смотрели на них, скрестив пальцы, т.к. очень переживали, чтобы они ни дай бог не ошиблись. Разрыв с конкурентами был очень незначительным и поэтому мы все были напряжены. Было видно, насколько сложная техническая программа у них была. Мы были очень рады, что они победили. Костюмы у них были просто шикар-



Наши сотрудники с чемпионами Европы Яной Хохловой и Сергеем Навицким (в центре)

ные. Их шьет известный кутюрье Вячеслав Зайцев. И на вопрос, почему они не обращаются к специалистам по созданию спортивных костюмов, они ответили, что только Зайцев может сделать такие костюмы, которые наиболее полно раскроют образ танца.

## А.И. ПОПОВКИН

Региональный менеджер по югу

В Финляндии я был впервые. Мы посетили несколько интересных достопримечательностей. Например, бывший русский офицерский клуб, протестантский скальный храм, перед которым стоял огромный орган. Удивительно то, что потолок этого храма выложен медной проволокой длиной 23 км. Но оригинальнее всего, на мой взгляд, является православная церковь на Сенатской площади. Когда-то ее построили русские. Жаль, что не удалось попасть внутрь, т.к. она работает по расписанию и в этот день была закрыта.

В целом вся поездка прошла замечательно. Все было очень хорошо организовано. В первый день нашего посещения Чемпионата Европы мы сначала посмотрели одиночные выступления женщин, а затем танцы на льду парами. Дистрибуторы были в восторге, все дружной командой болели за наших и очень быстро сдружились между собой.

Логотип нашей серии «Прелесть Professional» был повсюду - и на самих бортах ледового катка, и на программах и билетах Чемпионата и даже на тех

машинах, которые разравнивали лед в перерывах между соревнованиями. Хорошо смотрелся наш рекламный ролик серии «Прелесть Professional», который демонстрировался в перерывах между выступлениями на огромном экране размером 6 на 3 метра прямо на ледовой арене.

Наши фигуристы - просто молодцы. Своим выступлением они всем показали, что они профессионалы самого высокого уровня. Конкурентами нашим были французская пара, которую тренирует наш известный тренер Александр Жулин и Олег Волков и англичане. Но наши не оставили шансов никому. Ребята очень молодые и перспективные. И я считаю, что у них еще многое впереди.

Болели мы на все 100%, на Чемпионате было много активных болельщиков-итальянцев, но мы перекричали всех и их в том числе. Сначала мы думали, что мы одни из России, но потом на трибунах все-таки стали появляться российские флаги. Под конец соревнований все русские объединились и болели вместе. Мы, русские, оказались самыми стойкими и ушли в числе последних.

На Чемпионате мы видели наших российских знаменитостей - А. Горшкова, Т. Москвину, Т. Тарасову. Как нам сказали, он первый раз посетил Чемпионат после перестройки. И мне даже удалось взять автограф у Горшкова.

В итоге все уехали очень довольные, с массой положительных впечатлений.

Виолетта ЮРЬЕВА



Яна Хохлова и Сергей Навицкий - чемпионы Европы!

## НОВОЕ ЛИЦО «АРНЕСТА»

Как правило, первое, с чем встречается наши партнеры, клиенты и потребители - это наш логотип. Он является своего рода «одежкой», по которой нас встречают, «лицом», по которому нас узнают, оценивают и запоминают. Без него невозможно представить ни один документ в компании - визитная карточка, реклама в прессе, упаковка продукции - во всех случаях логотип является одним из главных визуальных элементов. Логотип компании «Арнест» был создан 16 лет назад. За эти годы на предприятие активно развивалось - совершенствовались бренды, бизнес-процессы, технология производства и многое другое, но логотип оставался неизменным. Для того, чтобы сделать его более современным и актуальным был осуществлен проект по его усовершенствованию.

Проект по редизайну логотипа Арнест, инициатором которого выступил директор по персоналу В.А. Громченко,

можно назвать одним из самых деликатных. В качестве подрядчика выступила московская студия Logodesigner, специализирующаяся на разработке и изменению логотипов. Одной из главных целей, поставленных перед ди-



зайнерами этой компании, было максимальное сохранение преемственности. Поэтому каждая деталь, каждая буква совершенствовалась с большой осторожностью. В результате неизменной осталась форма овала, цвет и основа

логотипа - написание названия компании, которое теперь стало более читабельным.

Кроме того, преемственность сохранена в легком наклоне фирменного написания. Все линии нашего главного фирменного элемента стали более мягкими, плавными. Все это создает ощущение легкости, воздушности и в то же время динамичности.

Наибольшие изменения коснулись графической части знака. Начиная с буквы «Т» новая графическая часть образует спираль - символ бесконечного развития, динамики и природного начала.

Замечу, что первая страница этого номера газеты оформлена с теперь уже новым логотипом. В настоящее время ведутся работы по созданию плана мероприятий внедрения нового логотипа и разработке фирменного стиля компании. Уже к началу весны работы будут завершены.

## ВСЕ САМОЕ ИНТЕРЕСНОЕ О ФИНЛЯНДИИ

❖ Финляндия, по-фински Suomi (Суоми), - нордическая страна, седьмая по величине в Европе, главной достопримечательностью и достоянием этой страны является природа.

❖ Финляндию называют «страной тысяч озёр», в ней насчитывается около 190 000 озёр и 2 000 рек.

❖ Финляндия — одна из первых европейских стран, предоставивших женщинам равные права с мужчинами.

❖ В Финляндии два государственных языка: финский и шведский.

❖ Финская экономика входит в тройку самых конкурентоспособных экономик мира. Несколько лет подряд Финляндия занимала второе место в ежегодном списке самых конкурентоспособных экономик мира, а в 2003 г. и в 2004 г. Финляндия была на первом месте.

❖ В Финляндии действует прогрессивный налог: чем больше получаешь, тем больше платишь налог, самый большой налог составляет 52,5%.

❖ Согласно данным международной организации Transparency International, которая публикует данные о коррупции с 1995 г., первые два года Финляндия была отмечена как четвертая наименее коррумпированная страна, затем в течение трех лет - как вторая и с тех пор занимает первое место.

❖ Национальным символом Финляндии являются мумии-тролли. Это веселое семейство было придумано детской писательницей Туве Янсон: однажды, в разговоре с кем-то из домашних, она нарисовала на стене маленького забавного бегемотика, который позже трансформировался в самого популярного героя ее книг, а затем и всей Финляндии.

❖ Больше всего в холодном финском краю любят горячую баню. В Финляндии почти миллион саун. В последние десятилетия опять вошли в моду сауны, которые топятся по-черному.

❖ Береза является основной лиственной древесной породой лесов Финляндии. Леса, где береза является господствующим видом, занимают 17% от общей лесной площади страны.

❖ Клубнику, по фински - Mansikka, можно считать самой финской ягодой: ежегодно на полях Финляндии возделывается огромное ее количество — клубничные посадки занимают более 3500 гектаров, а урожай считается миллионами тонн.

❖ По статистике, финны потребляют 14 кг молотого кофе в год на человека (это 9 чашек в день), что делает Финляндию страной с самым большим потреблением кофе в мире.

❖ Финская вода из-под крана - высшего качества и ее можно пить. Несколько лет назад комитет по водным ресурсам при ООН признал водопроводную воду в Финляндии самой чистой в мире.

❖ Велосипед в финской семье - это необходимая вещь, как, предположим, телевизор, во всяком случае, он больше для них «старый друг», чем телевизор. Финны, без велосипедов не представляют свою жизнь.

❖ Финский Дед Мороз - Йоулупукки - живет в Лапландии, где у него есть свои офис и почта, которые работают круглый год. У него даже есть финский паспорт, где в графе «Год рождения» написано: «Давным-давно». Под Рождество он ходит по домам и разносит хорошим детям подарки.

❖ На улицах северных городов Финляндии действительно иногда можно встретить оленей.

❖ Зимой на севере Финляндии можно увидеть северное сияние, или Aurora Borealis, но изредка оно бывает и в южных регионах страны, даже в Хельсинки.



# ВРЕМЯ РАБОТАТЬ ЭФФЕКТИВНЕЕ

- Евгений Иванович, повышение эффективности – понятие емкое. Что Вы вкладываете в него применительно к работе «Арнеста»?

- Этот год будет трудным для всех: не будет легких денег, не будет и высоких результатов, полученных без особого труда. Поэтому нам нужно учиться работать эффективнее. Это значит, что работники всех уровней должны включиться в борьбу за рентабельность. Параллельно с сокращением издержек мы должны повысить производительность труда, оптимизировать ценообразование, пересмотреть организационную структуру, а также структуру и состав затрат. Известно, что 80% расходов приходится на 20% статей затрат, поэтому мы внимательно анализируем все виды расходов для оптимизации издержек. Все названные мероприятия в совокупности повысят эффективность нашего производства.

Мы должны регулировать события, а не только реагировать на них. Иначе – проиграем. Как говорили Ильф и Петров, - «Хватит говорить о чистоте, пора брать в руки метлу».

**- Высокая производительность труда – главное условие, определяющее успешность компании. Какие мероприятия намечены в этой области?**

- Большое внимание мы уделяем автоматизации производственных процессов, как одному из важных факторов повышения производительности. Группа специалистов «Арнеста» в составе руководителя проектов по автоматизации С.И. Швецова, ведущего инженера отделения энергообеспечения и ремонта оборудования О.Г. Гугуева и инженера коммерческого отдела С.С. Стрельченко только вернулась с фирмы Getmex – известного французского производителя упаковочного оборудования, машины которого уже успешно работают на нашем заводе. В Getmex наши сотрудники прошли обучение и приняли в работу две упаковочные машины, которые в ближайшее время будут установлены на 2-й и 7-й линии цеха наполнения. Тогда практически половина выпускаемой «Арнестом» продукции будет выходить с завода в европейской упаковке. Предусмотрен ряд других мероприятий по механизации и автоматизации процессов.

Мы продолжаем вкладывать средства в повышение уровня знаний наших спе-

**Любая компания, как начинающая, так и имеющая определенный статус, стремится занять свое место на рынке. В результате жестокой конкуренции предприятия вынуждены, как на боевом фронте, мобилизовать все силы для удержания завоеванных позиций. А в непростые времена особенно нужно работать на пределе возможностей. Именно такую задачу ставит генеральный директор ОАО «Арнест» Евгений Иванович Караулов.**

циалистов, даем возможность пройти обучение на ведущих мировых предприятиях. Этот фактор тоже усиливает позиции нашей компании при выборе потенциальными заказчиками производителя контрактной продукции.

В январе специалисты «Арнеста» - директор по производству и развитию Е.Ю. Поповкина, начальник отдела менеджмента качества И.А. Голда, заместитель начальника отдела контрактного наполнения А.В. Никитин прошли обучение в Англии.

**Мы должны регулировать события, а не только реагировать на них. Иначе – проиграем. Как говорили Ильф и Петров, - «Хватит говорить о чистоте, пора брать в руки метлу».**

**- «Арнест» продолжает расширять рынок контрактной продукции?**

- Да, и это один из важных критериев кризисоустойчивости нашей компании. У нас есть и перспективные предложения, и договоренность с одним из ключевых клиентов - компанией UNILEVER о существенном расширении заказов. В настоящее время «Арнест» выпускает 3 вида антиперспирантов Rexona Teens. Теперь же, в соответствии с договором, ассортимент расширится новыми товарными группами и уже в 4 квартале «Арнест» соберется утроить оборот с данным заказчиком, а в 2010 году выйти на многомиллионный объем производства для UNILEVER. Такие крупные проекты на нашем рынке случаются один раз в несколько лет, и получение этого заказа говорит о большом доверии к нашему предприятию. Для нас же производство продукции для трансна-

циональных компаний означает колоссальную ответственность.

Реализация этого проекта потребует переоборудования линий наполнения, реакторного отделения, усиления технологических процессов.

**- А что Вы можете сказать о заказах генерального партнера – «Компаний «Арнест» - будут ли они расти?**

- Заказ компании в 1 квартале составляет 80% от объемов прошлого года. Будут ли расти заказы, зависит от продаж компании. То, что продукция «Арнеста» находится в среднем ценовом сегменте, позволяет надеяться, что компания не потеряет рыночных позиций. Известно, что в кризисные времена меняется структура спроса: продажи не падают в дешевом сегменте, а средний класс начинает экономить и покупать более дешевые товары. Поэтому для нас сейчас актуально снижение себестоимости продукции, мы должны быть готовы предложить покупателю более доступный по цене товар. Появилась возможность оптимизировать затраты на упаковку. Цена на жезь остается весьма высокой и имеет тенденцию к росту, отсюда высокая стоимость жестяного баллона, однако мы используем благоприятную конъюнктуру на рынке алюминия.

Мы уменьшаем количество жестяных аэрозольных баллонов вдвое и увеличиваем производство алюминиевых. Мало того, «Арнест» переходит на производство баллона в сливере, которое, как известно, более мобильное. Подготовлены к работе две линии по надеванию на баллон пленки сливер, на которых будет производиться до 30 миллионов баллонов в год.

**- Мы подошли еще к одной составляющей эффективности - организационной структуре. Многие предприятия**

**и компании оптимизируют бюджет за счет сокращения персонала. Что ожидает коллектив завода?**

- Нынешняя ситуация заставляет думать об определенных реорганизациях. Во всех странах кризисные процессы проходят более болезненно, в России же они самортизированы социальными программами, и наши люди уверены, что появится дядя и что-то за них решит и сделает. Уверю вас: никто за вас ничего не сделает. Нужно эффективно работать и давать отдачу, которую требует время.

На сегодня мы не сократили ни одного человека, но, начиная с ноября, не приняли в штат завода новых сотрудников. Надеюсь, что сокращение персонала произойдет за счет естественного оттока сотрудников, который наблюдался в предыдущие годы. Но отток прекратился, что объясняется кризисом и резким сокращением рабочих мест в стране. Особенно сложно сейчас в цехе баллонов: из старого производства мы переводим людей на ручные работы, которые раньше выполняли временные рабочие. Наступает жесткое время и жесткие правила игры.

Я встречался с инженерно-техническими работниками цеха наполнения по вопросам соблюдения дисциплины, а точнее, по вопросу прекращения воровства, которое имеет место в этом цехе. Сейчас служба безопасности ведет расследование дела

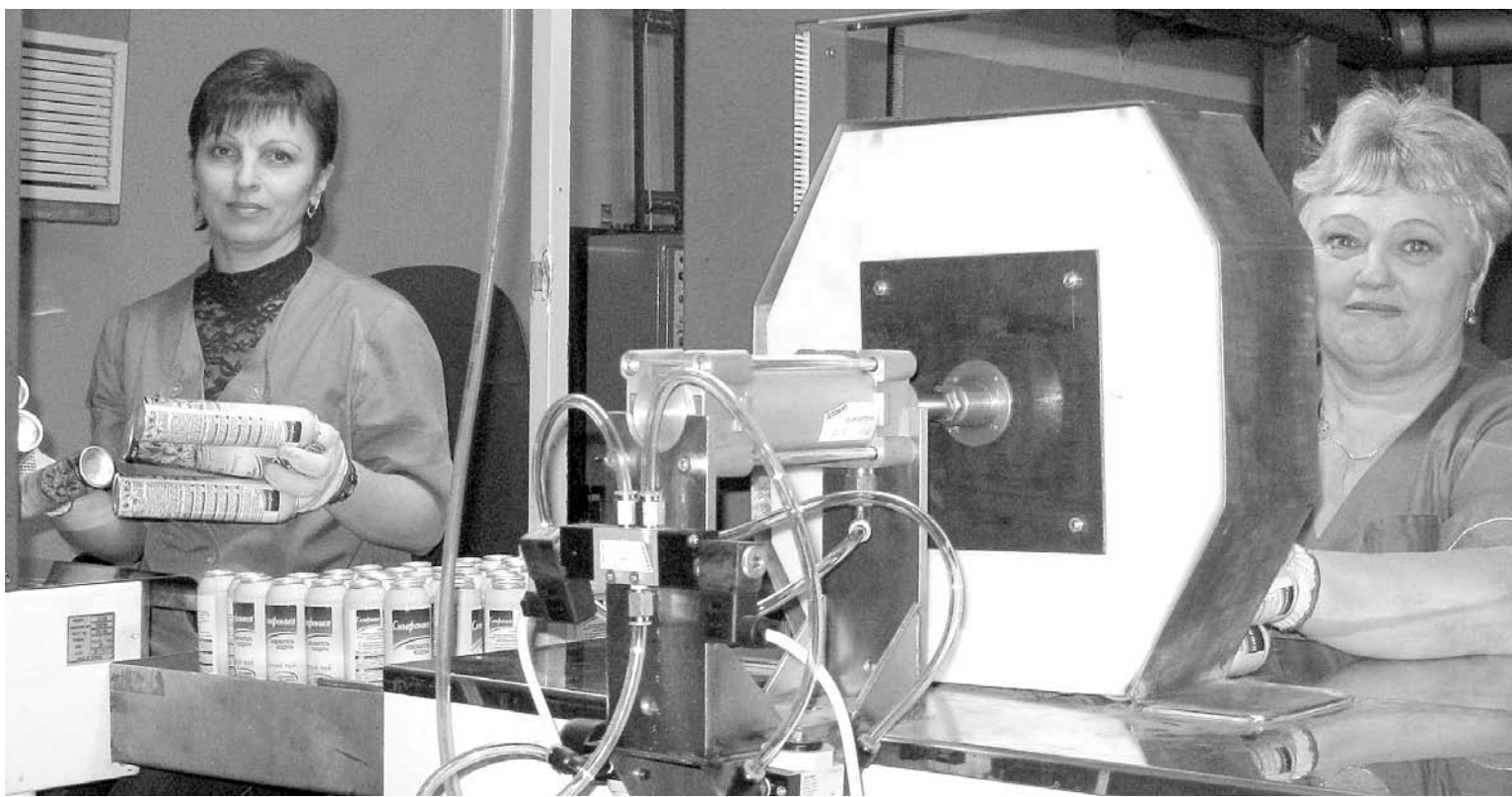
**Во всех странах кризисные процессы проходят более болезненно, в России же они самортизированы социальными программами, и наши люди уверены, что появится дядя и что-то за них решит и сделает. Уверю вас: никто за вас ничего не сделает. Нужно эффективно работать и давать отдачу, которую требует время.**

по незаконному списанию сверх нормы 61 тысячи баллонов в 4-м квартале и 10 тысяч баллонов в январе. Все они исчезли бесследно. Я применяю непопулярные меры и считаю, что цех должен быть режимным, а в случае задержания на проходной сотрудника с продукцией завода, будет уволена вся его смена вместе с начальником. Все случаи нарушения дисциплины станут достоянием гласности и убытки, которые понесет предприятие, будут покрываться за счет нерадивых работников, в соответствии с действующим законодательством. И такие прецеденты уже имеются.

Я проводил встречу с энергомеханической службой, которая почему-то считает, что им недостаточно платят. А платят им, кстати, очень хорошо, и от этой службы руководство ждет инициативы по переходу на фиксированную оплату труда. Регулирование численности подразделения должно идти изнутри структуры, как это произошло 2 года назад в ремонтно-инструментальном отделении. Там поддерживается оптимальная численность и хорошая зарплата без увеличения фонда оплаты труда в целом.

Идет реформирование коммерческой службы, на деятельность которой приходится около 50% бюджета программы по сокращению затрат. Нужно совершенствовать логику закупок и транспортировки, процедуру оформления таможенных документов, оптимизировать отвлечение валютных средств на долгосрочные запасы.

Время тяжелое. Хочу, чтобы каждый из вас понял: все мы – участники боевых действий на антикризисном фронте. И все зависит от нас. Соберемся в кулак, сплотимся, будем много работать, чтобы выжить.



Укладчики-упаковщики продукции Лариса Васильевна Нуждина и Наталья Александровна Подгорная на новой линии производства баллона в сливере.



## ШКОЛА РЕМОНТА

ВЛАДИСЛАВ  
ГРОМЧЕНКО

директор  
по персоналу  
ГК «Арнест»



В рамках программы по повышению эффективности ремонтной деятельности, одобренной советом директоров, ОАО «Арнест» заключил договор с независимой фирмой ООО «ТОИР Консалт» на проведение диагностики ремонтной деятельности.

ООО «ТОИР Консалт» - специализированная независимая консалтинговая компания, выполняющая проекты оптимизации и реорганизации системы управления эксплуатацией, техническим обслуживанием и ремонтами (ТОИР) оборудования крупных предприятий.

Диагностика проводится с целью оценки текущего состояния и определения направлений возможных улучшений при определенных ограничениях (финансовых, технологических, технических, людских, временных).

Обследование направлено, в первую очередь, на решение системных, управленческих задач, а не на реализацию конкретных технических мероприятий, которые должны обосновывать реализацию стратегии компании в части управления рисками.

Диагностическое обследование, проводимое в рамках настоящей работы должно стать первым этапом в реализации долгосрочной программы совершенствования организации ТОИР основных производственных фондов «Арнест».

В рамках проекта специалисты «ТОИР Консалт» уже ознакомились с производственными цехами, существующей системой технического обслуживания и ремонта ОАО «Арнест». В их задачу входило определение перечня мероприятий по переходу к более совершенной организации, разработка модели системы ТОИР, проведение экономической оценки эффективности от реализации проектов, выбор наиболее эффективного проекта и разработка комплексного плана реализации на 2009 г и ближайшую перспективу.

В рабочую группу проекта вошли директор по экономике и финансам А.Н. Борщев, директор по персоналу ГК «Арнест» В.А. Громченко, коммерческий директор Г.С. Индиков, начальник энергомеханического производства Н.Я. Гуца, начальник департамента по управлению персоналом С.Н. Кичигина, главный энергетик С.И. Щеглов, главный технолог А.В. Лапаев, начальник сектора технического перевооружения и надзора за оборудованием С.С. Соболевский, менеджер по надзору за эксплуатацией В.Д. Маан, механик цеха баллонов С.В. Ганноченко, заместитель начальника производства клапанов Д.С. Дементьев, механик цеха наполнения С.А. Комов.

Проект предусматривает создание оптимальной организационной структуры ремонтных подразделений, разработку системы показателей и мотивации ремонтного персонала, анализ надежности оборудования, осуществления планирования ремонтов на базе действующей информационной системы «Ахарт», учета дефектов и простоев, обеспечение материалами и запчастями.

Итогом реструктуризации ремонтной деятельности, конечно же, является оптимальная минимизация затрат на эту деятельность, но это отнюдь не подразумевает сокращения сотрудников службы. Повышение эффективности ремонтной деятельности в результате реструктуризации службы подразумевает ее централизацию. Служба должна стать полноценным внутренним подрядчиком, занимающимся техническим обслуживанием и ремонтом по заказу службы главного инженера. По окончании 1 квартала специалисты «ТОИР Консалт» выдадут рекомендации и представят технико-экономическое обоснование по дальнейшему развитию проекта.

# ФОКУС НА СЕТИ И МАКСИМАЛЬНУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ!

**Одним из главных показателей работы торгового предприятия являются продажи. Именно по ним можно оценить успешность компании. Насколько удачным в плане продаж был 2008 год, на что ставится упор в текущем году и какие нововведения произошли в структуре отдела продаж ОАО «Компания «Арнест» рассказывает директор по торговой политике Константин Попов.**

**Расскажите, с какими результатами закончили 2008 год? Есть чем гордиться?**

2008 год мы закончили с приростом продаж в 7%. При этом хорошо отработали по брендам. В частности, очень сильно приросли по таким основным брендам как «Прелесть Professional» – на 35%, «Symphony» – на 45 % и «VIP» – на 11%. Безусловно, это большой успех, т.к. нашей основной задачей в 2008 году было развитие тех брендов, которые приносят компании наибольшую прибыль. Конечно, мы все очень старались и результат, который мы получили в конце года, наверное, является тому подтверждением.

Порадовали в ушедшем году несколько структур нашего подразделения, а именно дивизион «Сети». Как раз здесь был максимальный прирост – более 30%. Отмечу, что в прошлом году мы выделили это направление в отдельный дивизион, при этом каждый менеджер был прикреплен к конкретной торговой сети и несет за нее персональную ответственность. И результат не заставил себя долго ждать. Уже в 4-м квартале прирост к предыдущему составил 44%. Нам удалось подключить к работе дополнительно несколько сетей, с которыми мы в последующем заключили договоры. В конце года мы провели большую подготовку, чтобы в 2009 году количество сетевых структур, с которыми мы работаем напрямую, увеличить почти в два раза, т.е. с 7 до 13 клиентов.

**Назовите ключевых сетевых партнеров, с которыми мы работаем на сегодняшний день, и с кем планируете развивать сотрудничество?**

Сегодня мы работаем с такими крупными сетями как Ашан, Метро, Магнит, Лента, ОК, Копейка, Пятерочка. Теперь добавляются Зельгрос Корфур, Гиперглобус - это большие немецкие и французские сети, а также Перекресток и Карусель.

**Условия вхождения в них у них такие же сложные, как и у других сетей?**

Да, они также, как и все остальные сети, выдвигают много условий. Но мы очень хорошо и удачно с ними договариваемся, потому что имеем определенные наработки и опыт. Кроме того, у нас есть репутация и сильные позиции на рынке, которые позволяют нам разговаривать с сетями не с позиции слабого партнера, а с позиции равных.

**В каких регионах удалось улучшить ситуацию в 2008, и какие планируете развивать в этом?**



Нам удалось улучшить ситуацию в дивизионе «Запад». К сожалению, в дивизионе «Восток» мы добились не совсем тех результатов, которые бы хотели, и поэтому его развитию посвятим этот год. Непростая ситуация сложилась в дивизионах «Украина» и «Зарубежье». Реализовать планы по ним нам помешала нестабильная политическая ситуация внутри СНГ. Прежде всего, это конфликтная ситуация с Грузией, военные действия в Северной Осетии, а также финансовая нестабильность Украины, в которой кризис наступил раньше. Все это повлекло за собой некоторые спады продаж.

**Какие цели ставите на первое полугодие и на 2009 год в целом?**

Конечно, это в первую очередь – выполнение бизнес-плана. У нас было очень хорошее начало года - за январь план мы перевыполнили. В конце 2008 года у нас была очередная покупка – это бренды «Антураж», «Москвичка», «Лана» у ЗАО «Гармония Плюс» и одна из главных задач первого полугодия - увеличить продажи по этим брендам по сравнению с тем уровнем, который они имели на момент покупки.

**Константин Владимирович, расскажите, какие изменения произошли в возглавляемом вами отделе и чем вызвана их необходимость?**

Во-первых, в России у нас станет на один дивизион больше, т.к. нагрузка на одного руководителя дивизиона на сегодняшний день очень большая, наша задача – сделать ее максимально оптимальной.

Во-вторых, произошла децентрализация отдела трейдмаркетинга и аналитики (далее ОТМА) и теперь его сотрудники переходят в подчинение руководителей дивизионов по своим направлениям. Этот отдел работал в течение трех лет и нарабатывал много теоретического материала, который с успехом используется на практике во всех дивизионах. Зачастую решения необходимо принимать максимально быстро, иной раз в течение дня, а то и полудня, и поэтому мы решили, что целесообразнее подчинить специалистов по трейдмаркетингу непосредственно руководителям дивизионов, чтобы они на месте, зная ситуацию изнутри, смогли принимать решение молниеносно. Большинство наших трейдмаркетинговых акций проходит следующим образом: специалисты отдела ОТМА анализируют наработанные шаблоны ме-

роприятий и выбирают, какие из них лучше применить на практике в том или ином конкретном магазине или в розничной сети, затем оперативно прорабатывают акцию и высылают на согласование руководителю. Раньше это могло занимать два дня с определенной проработкой и расчетом экономической целесообразности. Теперь мы рассчитываем на то, что этот процесс ускорится, т.к. решения будут принимать руководитель дивизиона. И, приняв решение, он может выделить бюджет на проведение таких акций. Кстати, трейдмаркетинговые бюджеты теперь тоже переходят в управление к руководителям дивизиона. Функциональные обязанности у них останутся прежние, но управлять ими будут руководители дивизионов. Фактически в их работе поменяться ничего не должно. В данный момент прописываются бизнес-процессы в этой области и разрабатываются меры по оптимизации работы отдела в целом, которые позволят сделать работу подразделения максимально эффективной. Так что перемены у нас возможны перемены.

**Как называется новый дивизион, кто им будет управлять, и какую он территория будет охватывать?**

Новый дивизион получил название «Центр». В него вошли Северный Урал, Пермский край, Татарстан, Удмуртия, Кострома, Мурманск, Архангельская обл. Его возглавит бывший руководитель отдела трейдмаркетинга и аналитики Елена Маслова, которая уже приступила к своим обязанностям с 1 февраля. При этом дивизион «Юг-центр» теперь называется просто «Юг» и его по-прежнему возглавляет Сергей Кузьменко.

**Какие цели и задачи Вы ставите перед новым дивизионом?**

Цели и задачи поставлены такие же, как и у остальных дивизионов – выполнение плана продаж, расширение и увеличение количественной и качественной дистрибуции. Отдельной целью можно выделить усиление влияния компании и более качественную проработку всех процессов, которые существуют на территории этого дивизиона и создание работоспособной команды в нем.

Мы надеемся на то, что данные изменения позволят нам в этом году достигнуть еще больших результатов, чем в прошлом!

Виолетта ЮРЬЕВА



# СОВЕРШЕНСТВУЕМ БРЕНДЫ

## Засияет по-новому!

«Кардинальные преобразования произошли в линейке чистящих и моющих средств «Сияние». Любительницам чистоты наверняка придется по вкусу не только новые продукты, призванные стать помощниками в доме, но и улучшенный дизайн серии.

Теперь линейка «Сияние» приобрела единый цвет фона упаковки – розовый, пользующийся популярностью у женщин – основных покупателей чистящих средств. Таким образом, новая упаковка средств «Сияние» содержит максимум информации о продукте, которая будет доступна потребителю с первого взгляда. И, пожалуй, главное, что хочется отметить в новом «Сиянии» – существенное преобразование логотипа. Он приобрел уникальность, стал более ярким и запоминаемым, что особенно важно для повышения лояльности к продукту.

Кроме того, в линейку «Сияние» добавлены четыре новых продукта – чистящие спреи для холодильников и микроволновых печей, а также два стеклоочистителя с разными ароматами. Как сообщают эксперты рынка чистящих и моющих средств, спрос на такие продукты набирает обороты. Это объясняется тем, что, во-первых, у наших потребителей в хозяйстве появляются все новые виды бытовой техники, и для того чтобы поддерживать их в хорошем состоянии, они на-



**Жизнь вокруг стремительно меняется – одни тенденции приходят на смену другим. Вещи, окружающие нас, становятся все более функциональными и оптимизированными. А современный рынок требует от своих участников все больше динамичности, актуальности и постоянных нововведений. Именно поэтому мы постоянно совершенствуем свои бренды, чтобы они как можно больше соответствовали ритму жизни и запросам нынешних покупателей.**

чинают покупать специализированные средства. Во-вторых, одной из последних тенденций является увеличение спроса на чистящие средства с оригинальными отдушками. Изменение аромата средства позволяет поддерживать интерес покупателя, стимулируя его приобретать продукт снова и снова.

## Мужской подход

Доказано исследованиями, что современные мужчины все больше и больше уделяют внимание своему внешнему виду. Маникюр, модные стрижки, одежда по последним тенденциям – все это стало для них таким же обычным, как и для женщин. А как иначе? Ведь они хотят быть успешными. А в этом немалую роль играет то, как ты выглядишь. Чтобы наши мужчины выглядели на все 100%, мы улучшили и расширили серию косметики VIP.

Одним из основных мотивов оптимизации дизайна стала необходимость в более четкой дифференциации линеек и преимуществ продукта. Для этого элементы, несущие важную информацию для покупателя о предназначении продукта, выделены цветом и более крупным шрифтом. В целом дизайн стал более лаконичным и стильным, при этом узнаваемость продукта сохранена в максимальной степени.

На сегодняшний день серия «VIP» является одним из перспективных брендов компании. Ранее она была представлена тремя линиями «Wild Wind» - Энергия,



«Cool Ice» - Свежесть и «Blue Water» - Уход. Теперь последнюю заменит новая линия «Deer Ocean» – Смягчение и увлажнение. В ней будет представлен комплексный набор продуктов – пена для бритья, бальзам после бритья и два антиперспиранта.

Дезодоранты и антиперспиранты серии предстанут в новом более современном и удобном формате, который должен понравиться сильной половине человечества.

Новинки появились в средствах по уходу за телом и волосами. Взамен шампуня «Cool Ice» против перхоти на полки встанет шампунь «Energy», предназначенный для укрепления волос и обеспечения безупречного ухода за кожей головы. Появятся два новых геля для душа, которые можно с полным правом назвать продуктами и для души. «Deer Ocean» – Антистресс снимет усталость и напряжение после трудового дня, «Energy» – Тонизирующий придаст бодрости и увлажнит кожу.

## Укладка под контролем!

Времена однообразных пучков и тугих кос по пояс давно ушли в прошлое. В арсенале современной женщины много нехитрых приспособлений, позволяющих каждый день создавать неповторимую прическу. Термошпильки помогут завить волосы в романтические локоны, утюжок для выпрямления волос сделает их безупречно прямыми и гладкими, а с помощью фена можно создать невероятный объем. Но здесь главное помнить, что для волос это настоящее испытание. В результате термоукладки они теряют влагу, становятся ломкими и безжизненными.

Специалисты отдела маркетинга и НТЦ предложили представительницам прекрасного пола отличное решение этой проблемы. Новая линия стайлинга не только будет блестяще выполнять свою основную функцию – надежную фиксацию, но и защитит волосы от повреждений при термовоздействии.

Новая линия стала гармоничным дополнением серии «Прелесть Professional» и получила название «ТермоКонтроль». Уникальность средств линии состоит в том, что они содержат специальный защитный комплекс, который обволакивает волосы эластичной пленкой, предотвращая пересушивание волос при горячей укладке. Кроме того, они обогащены питательными веществами – экстрактом миндаля и провитамином B5 для восстановления природной красоты волос.

В состав серии вошли лак и мусс сильной фиксации. «ТермоКонтроль» будет отличаться от других линий серии ярким розовым цветом, который будет эффектно выделять ее на полке.



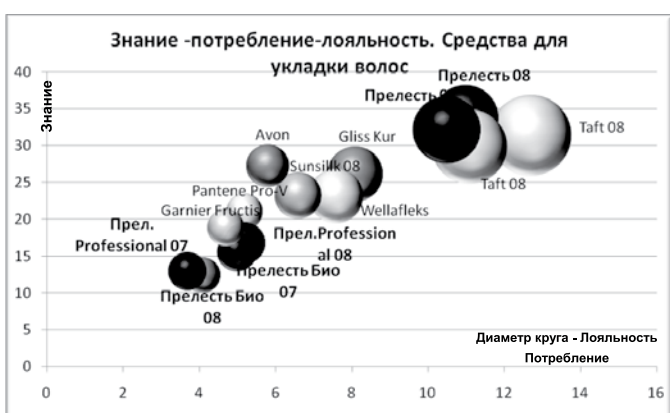
Виолетта ЮРЬЕВА

# КОМУ ДОСТАЛОСЬ МЕСТО «ПОД СОЛНЦЕМ»?

На что только не идут производители в борьбе за долю на рынке. Ежегодно они тратят миллионы долларов на рекламу, исследования, разработку инновационных решений и многое другое и все ради того, чтобы найти ключ к сердцу требовательного покупателя. Ведь именно он в итоге решает, кто из них окажется победителем и будет пользоваться наибольшим спросом. Каким спросом пользуются наши основные бренды и какую позицию по отношению к конкурентам они занимают, проанализируем с помощью исследований TNS Gallup M-Index в динамике с 2007 по 2008 год.

Традиционно наша компания занимает лидирующие места в категории средств для укладки волос, освежителей воздуха и инсектицидов. За прошедший год компания не утратила своих позиций, а напротив значительно их улучшила. Так, наша «Прелесть», по-прежнему опережает всех конкурентов по уровню знания (Диаграмма 1). Две другие наши марки значительно повысили свой рейтинг: «Прелесть Био» поднялась с 16 на 13 место, а «Прелесть Professional» с 14 на 12 место.

Диаграмма 1  
Знание-потребление-лояльность. Средства для укладки волос

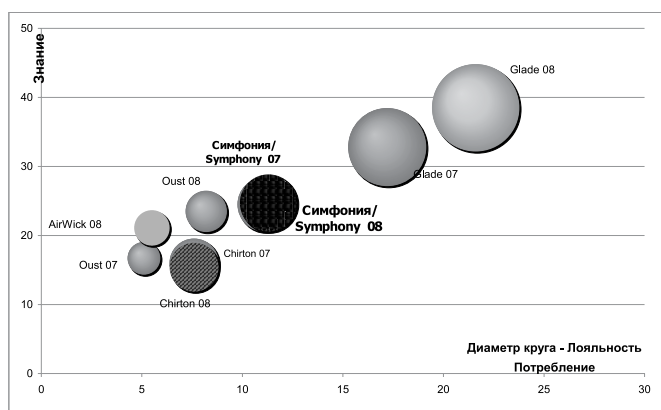


По уровню потребления «Прелесть» также как и в 2007 году занимает уверенное второе место, уступая только марке «Тафт» компании Шварцкопф и Хенкель. «Прелесть Био» также сохранила свои позиции, как и в 2007 году она осталась на 8 месте, а «Прелесть Professional» улучшила свой результат, поднявшись с 11

на 9 место и, таким образом, вошла в первую десятку брендов.

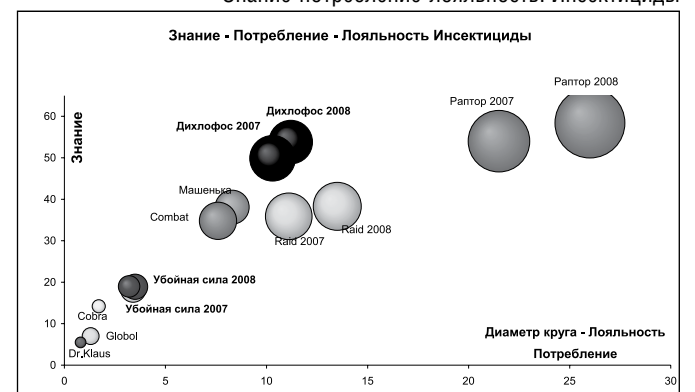
В категории освежителей воздуха по сравнению с предыдущим периодом картина практически не изменилась. Бренды «Симфония» и «Symphony» сохраняют свои позиции, несмотря на большую рекламную активность конкурентов, и по-прежнему занимают второе место по обоим показателям.

Диаграмма 2  
Знание-потребление-лояльность. Освежители воздуха



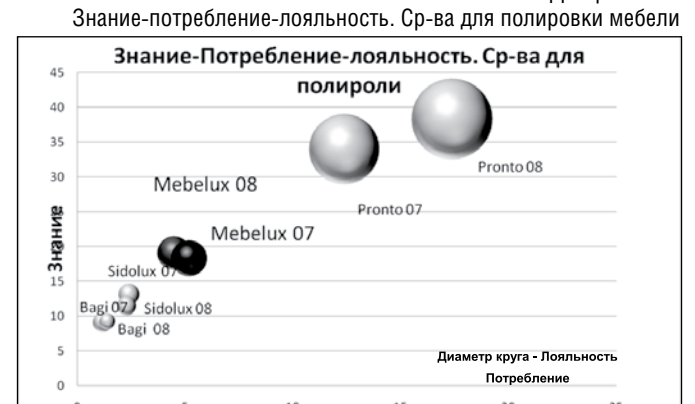
На рынке инсектицидов порадовала «Убойная сила», которая по уровню знания и использования поднялась с 7-го на 6-е место, обогнав торговую марку «Дохлокс». Позиции «Дихлофлоса» по отношению к 2007 году не изменились. Он также как и раньше входит в тройку лидеров, занимая 2-е место по знанию и 3-е по использованию (Диаграмма 3).

Диаграмма 3.  
Знание-потребление-лояльность. Инсектициды



Очень приятно, что наше относительно недавнее приобретение – торговая марка «Mebelux» пользуется большим спросом у потребителей и имеет очень неплохие рейтинги знания, потребления и лояльности. Как и в 2007 году она уверенно удерживает почетное второе место по всем показателям в средствах для полировки и чистки мебели (Диаграмма 4) и демонстрирует здесь очень хорошую динамику.

Диаграмма 4.  
Знание-потребление-лояльность. Ср-ва для полировки мебели



Надеемся, что наши марки и в дальнейшем будут показывать положительную динамику роста и будут крепко удерживать лидирующие позиции на рынке нашей страны.



# КАК СЭКОНОМИТЬ НА МОБИЛЬНОМ?

**Еще лет 10 назад большинство из нас только мечтали о возможности иметь беспроводной телефон, позволяющий общаться по нему из любой точки местонахождения. Сегодня жизнь без любимого «мобильника» вряд ли можно себе представить. Он прочно занял свое место в нашей жизни и стал такой же необходимой вещью как, например, ключи от квартиры. А оплата мобильного стала неотъемлемой частью семейных расходов.**

Компания «Билайн» предложила сотрудникам группы компаний «Арнест» вариант тарифного плана, который позволит сократить эту затратную часть бюджета. О новом предложении расскажет Светлана Кострицына - директор по корпоративным продажам Ставропольского филиала ОАО «ВымпелКом».



**В чем заключается предложение для сотрудников компании?**

Сотрудникам компании мы предлагаем воспользоваться услугой «Корпоративная предоплата» и подключиться к тарифному плану «Элита +». Данный тарифный план разработан специально для сотрудников ГК «Арнест» и предусматривает низкие расценки при использовании высококачественной связи.

Благодаря услуге «Корпоративная предоплата», абонентам будут доступны любые способы пополнения баланса, тарификация вызовов в режиме реального времени, возможность самостоятельно управлять своим номером. Также абоненты смогут участвовать в акциях для пользователей – физических лиц.

**Какие услуги получает сотрудник, выбравший новый тарифный план?**

Прежде всего, сотрудники получают льготную тарификацию голосовой связи при нахождении на территории Ставропольского края, GPRS- пакет, определитель номера, прием/передачу SMS – сообщений.

**Какова будет стоимость звонков и других услуг данного тарифного плана. Включает ли он абонентскую плату?**

Тарифный план «Элита +» не предполагает наличие абонентской платы. Тарификация вызовов посекундная с первой секунды соединения, за исключением междугородних/международных звонков. Исходящие вызовы внутри тарифа всего 34 копейки, звонки на номера «Билайн» Ставропольского края – 68 копеек, на проводные телефоны г. Ставрополя и Ставропольского края - 2 руб.37 коп.. Дополнительные услуги на базе GPRS предоставляются так же без абонентской платы. Стоимость одного MMS – сообщения составляет 6 руб.40 коп., стоимость 10 кб переданных/полученных данных GPRS-WAP составит 1руб. 35 коп. При подключении услуги SMS-пакет стоимость сообщения будет составлять менее одного рубля.

**Распространяются ли на предложенный тарифный план федеральные акции и бонусы?**

Да, абоненты, подключившиеся на тарифный план «Элита +» смогут участвовать в федеральных акциях, а также будут получать дополнительные бонусы.

**Если сотрудник переходит на новый тарифный план и устанавливает новую sim-карту, будет ли работать переадресация со старого номера?**

Да, если пользователь настроит переадресацию звонков на старом номере.

Кроме того, мы предлагаем воспользоваться услугой «Легкий шаг в Билайн». Данная услуга позволяет сохранить прежние контакты и безболезненно сменить старый номер на новый. При подключении услуги «Легкий шаг в Билайн» звонящие вам люди будут получать информацию о новом номере в виде голосового сообщения и SMS. Хочу отметить, что данная услуга предоставляется бесплатно.

**Если сотрудник получил sim-карту, но через какое-то время решил поменять тариф. Может ли он это сделать или должен в этом случае вернуть карту? Если может, то на каких условиях?**

Сотрудник при желании может самостоятельно произвести смену тарифного плана через сайт [www.beeline.ru](http://www.beeline.ru) в разделе «Управление услугами», а также при помощи стандартных сервисных номеров или позвонив в службу поддержки клиентов по номеру 0628.

**Если уже есть sim-карта компании «Билайн» может ли сотрудник просто перейти на предложенный тариф или замена sim-карты обязательна?**

Нет, в данном случае замена sim-карты не требуется. Абонент может переоформить свой номер на «Корпоративную предоплату» по согласованию с предприятием.

**Если сотрудник увольняется из компании, может ли он оставить sim-карту себе? Если может, то он должен будет перейти на другой тариф?**

Да, сотрудник может сохранить свой номер телефона и sim-карту, если предприятие не будет иметь возражений по переоформлению. Ему будет предоставлена возможность выбрать любой тарифный план, доступный для подключения физических лиц. Специальным же корпоративным предложением могут пользоваться только сотрудники ГК «Арнест».

**Каким образом проверяется счет и пополняется баланс карты?**

Клиенты могут проверить свой электронный счет при помощи команды \*102#. Пополнить баланс можно любым привычным способом: наличным платежом, через терминалы, при помощи карт оплаты.

**У каждой sim-карты, которую получит сотрудник, будет отдельный счет?**

Да и при пополнении электронного счета сумма будет зачислена именно на указанный номер телефона.

Итак, оценивайте новое предложение и принимайте решение. Экономия – дело хорошее. Но все же главное – выбрать тот тариф, который будет для Вас максимально удобным, чтобы общение по телефону превращалось в удовольствие.

*Подводя итоги вышесказанного, хочется отметить, что мы осветили ключевые вопросы относительно нового эксклюзивного предложения сотрудникам группы компаний «Арнест» от нашего давнего партнера Компании «Билайн». Получить ответы на дополнительные вопросы и осуществить подключение к новому тарифному плану сотрудники ОАО «Арнест» смогут у заведующего канцелярией Е. Г. Ковалевой по телефону 54-105, сотрудники ОАО «Компания «Арнест» у офис-менеджера 1-й категории Ю.В. Мардамышной.*

Виолетта ЮРЬЕВА



## ПОДДЕРЖИВАЕМ КРАСОТУ

Бренд «Прелесть Professional» выступил генеральным спонсором регионального отборочного тура национального конкурса «Мисс Россия» - «Мисс Ставропольский край». Поддерживать конкурсы красоты стало для компании доброй традицией. Регулярно «Арнест» спонсирует такие мероприятия в нашем родном Невинномысске, теперь компания поддержала красавиц краевого масштаба.



**Алина Гринько - победительница конкурса «Мисс Ставропольский край 2009»**

Чтобы вывести на подиум восемнадцать самых очаровательных девушек из Ставропольского края, организаторам конкурса пришлось ознакомиться с портфолио сотен моделей. Главными критериями отбора стали не только внешние данные моделей, но также опыт работы в модельных агентствах и победы на городских отборочных турах.

Финал конкурса состоялся 14 февраля, в день Святого Валентина, в ночном клубе «Новый Рим» г. Ставрополя. В результате трех этапов, традиционных для всех подобных конкурсов – актерский талант-фотосессия, дефиле в купальниках и вечерних платьях, судьба короны первых красавиц края была решена. Очень приятно, что титул «Мисс Ставропольский край» завоевала представительница города Невинномысска Алина Гринько. Ранее она одерживала победу в конкурсах: «Мисс Невинномысск 2006» и «Мисс ЮФО 2006». В номинации «Мисс Ставрополь» одержала победу Валерия Белошева. Общим девушкам будет предложено дополнительное задание, по итогам которого будет определено, кто из них будет представлять наш регион в финале национального конкурса в Москве.

Конкурс «Мисс Россия» - крупнейший национальный проект, предоставляющий шанс самым достойным российским девушкам из любых уголков страны заявить о себе, получить новые уникальные возможности личностного и профессионального роста и, самое главное, в течение года представлять российских женщин, быть олицетворением их красоты не только у себя на родине, но и за рубежом.

Наша компания не оставила без внимания ни одну красавицу, выступившую в отборочном туре края. Все претендентки получили наборы средств для укладки и ухода за волосами «Прелесть Professional». Среди участниц была выбрана «Мисс Прелесть». Ею стала Анна Батрашкина из невинномысского модельного агентства «Модница». Ей и победительницам в основных номинациях также были вручены большие наборы серии средств «Прелесть Professional» и брендированные мягкие игрушки, с которыми девушки с удовольствием позировали перед теле- и фотокамерами.

Это уже второй спонсорский проект ОАО «Компания «Арнест» за этот год. В марте компания планирует поддержать еще два, но на этот раз детских, конкурсы красоты.



# Мы вас любим, ценим, уважаем! От всей души поздравляем с Днем Рождения!

## Наши коллеги, родившиеся в марте

### ОАО «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Бельмас Жанна Владимировна	ведущий специалист ОКН	01.03.
Молотова Алла Викторовна	укладчик-упаковщик ЦБ	01.03.
Шумейко Дмитрий Николаевич	наладчик ЦК	01.03.
Сидорова Ирина Митрофановна	сборщик продукции ЦН	01.03.
Галицин Павел Федорович	электрогазосварщик ЦБ	02.03.
Лыкова Наталия Васильевна	сменный технолог ЦН	02.03.
Минка Любовь Самуиловна	лаборант ОМК	03.03.
Сосненко Виктор Николаевич	водитель погрузчика ЦХ и ГП	03.03.
Калосин Игорь Михайлович	наладчик оборудования пр-ва аэроз.упаковки	04.03.
Панащенко Инна Владимировна	сменный мастер ЦН	04.03.
Федянина Елена Николаевна	зам. начальника ЦН	04.03.
Конonenko Александр Викторович	наладчик ЦК	05.03.
Грудинина Галина Федоровна	сборщик продукции ЦН	05.03.
Алтухова Ирина Алексеевна	специалист ЦХ и ГП	05.03.
Маловичко Ирина Александровна	контролер ОМК	06.03.
Сивков Владимир Николаевич	наладчик оборудования пр-ва аэроз.упаковки	06.03.
Горбунова Алиса Юрьевна	оператор ЦН	06.03.
Шек Елена Ивановна	ведущий инженер КО	07.03.
Горнинова Татьяна Николаевна	сборщик продукции ЦК	07.03.
Линникова Елена Андреевна	сборщик продукции ЦН	07.03.
Витковская Ирина Викторовна	литейщик пластмасс ЦК	08.03.
Михеева Елена Петровна	ведущий специалист ОКН	09.03.
Левашова Татьяна Николаевна	экономист ОЭ и СП	09.03.
Бекирова Елена Николаевна	кладовщик ЦХ и ГП	09.03.
Ярошенко Ольга Анатольевна	инженер-разработчик службы по развитию и инновациям	10.03.
Базиль Любовь Федоровна	сборщик продукции ЦН	10.03.
Маловичко Елена Петровна	кладовщик ЦХ и ГП	10.03.
Меренков Николай Васильевич	наладчик оборудования ЦН	11.03.
Масенко Андрей Васильевич	водитель погрузчика ЦХ и ГП	11.03.
Черненко Александр Юрьевич	наладчик ЦК	12.03.
Холмова Нина Ивановна	сборщик продукции ЦН	12.03.
Ларина Вера Петровна	специалист ЦХ и ГП	12.03. Юбилей
Гонтарь Наталья Владимировна	начальник сектора службы по развитию и инновациям	13.03.
Мосина Наталья Юрьевна	сборщик продукции ЦН	13.03.
Курченко Надежда Борисовна	экономист ОТ и З	14.03.
Розенбах Светлана Владимировна	сборщик продукции ЦК	14.03.
Великорекский Андрей Александрович	инженер-разработчик службы по развитию и инновациям	15.03.
Лапина Елена Викторовна	водитель погрузчика ЦБ	15.03.
Клименко Галина Ивановна	сборщик продукции ЦН	15.03.
Чавыкина Ольга Николаевна	машинист ЦБ	16.03. Юбилей
Червякова Елена Николаевна	ведущий инженер КО	17.03.
Спицына Ирина Викторовна	специалист ОКН	17.03.
Пеньков Виталий Александрович	слесарь РО	17.03.
Джегутханов Валерий Викторович	инженер КО	18.03.
Воропинов Дмитрий Николаевич	слесарь ОЭ и РО	19.03.
Питько Олег Евгеньевич	начальник участка ЦН	19.03.
Олейникова Наталья Борисовна	сменный инженер-технолог ПДО	20.03.
Сердюков Михаил Петрович	энергетик ОЭ и РО	21.03.
Нечай Лариса Федоровна	литейщик пластмасс ЦК	21.03.
Злобина Алла Григорьевна	оператор ЦН	21.03.
Кузьмин Михаил Юрьевич	наладчик оборудования пр-ва аэроз.упаковки	22.03.
Схабовская Вилена Анатольевна	специалист ЦХ и ГП	22.03.
Попов Андрей Витальевич	наладчик оборудования пр-ва аэроз.упаковки	23.03.
Головина Наталья Ивановна	сборщик продукции ЦК	23.03.
Качанова Наталья Анатольевна	сборщик продукции ЦН	23.03.
Козлов Александр Владимирович	грузчик ЦН	23.03.
Походенько Олег Стефанович	сменный мастер ЦН	23.03.
Расказова Екатерина Юрьевна	сборщик продукции ЦН	23.03.
Павлова Ольга Васильевна	приемщик сырья, полуфабрикатов и ГП ЦН	24.03.
Пляшешник Раиса Ивановна	сборщик продукции ЦН	24.03.
Мальшева Валерия Анатольевна	водитель погрузчика ЦБ	25.03.
Гревцев Роман Георгиевич	аппаратчик ЦН	25.03.
Дерипаско Александра Анатольевна	приемщик сырья, полуфабрикатов и КП ЦН	26.03.
Коваленко Ирина Алексеевна	заместитель начальника ПДО	27.03.
Васильева Наталья Ивановна	сборщик продукции ЦН	27.03.
Сильченко Анна Васильевна	литейщик пластмасс ЦК	28.03.
Попков Сергей Иванович	грузчик ЦН	28.03.
Сергеева Тамара Дмитриевна	сборщик продукции ЦН	28.03.
Зарецкий Олег Петрович	водитель ЦХ и ГП	28.03.
Красношапка Анастасия Васильевна	специалист КО	29.03.

Лобанова Ольга Дмитриевна	машинист ЦБ	29.03.
Попова Людмила Николаевна	сборщик продукции ЦН	29.03.
Коваленко Алексей Владимирович	наладчик оборудования пр-ва аэроз.упаковки	30.03.
Груздева Ирина Ивановна	сборщик продукции ЦК	30.03.
Диденко Лариса Николаевна	литейщик пластмасс ЦК	30.03.
Бабакова Ирина Николаевна	оператор ЦН	30.03.
Колотюк Кристина Александровна	сборщик продукции ЦК	31.03.

### ООО «Аэрозоль Новомосковск»

ФИО	Должность	Дата рождения
Еремина Ольга Михайловна	лакировщик туб цеха по производству тары	01.03.
Ступин Алексей Николаевич	мастер по ремонту оборудования цеха по производству тары	01.03.
Козырьков Андрей Николаевич	наладчик оборудования жестяно-баночного производства цеха по производству тары	02.03.
Старкова Людмила Митрофановна	ведущий бухгалтер по заработной плате бухгалтерии	02.03.
Цуканов Михаил Иванович	водитель автомобиля ЦХ и ГП	02.03.
Гвоздков Алексей Владимирович	ведущий инженер цеха теплоэнергоснабжения	02.03.
Гизатулина Наталия Анатольевна	оператор жестяно-баночного оборудования цеха по производству тары	03.03.
Вагин Александр Борисович	наладчик оборудования цеха по производству тары	03.03.
Россихин Дмитрий Анатольевич	наладчик оборудования цеха по производству тары	05.03.
Кузнецова Елена Михайловна	аппаратчик нейтрализации цеха теплоэнергоснабжения	06.03.
Болдарев Юрий Анатольевич	главный механик-начальник ремонтно-инструментального цеха	06.03.
Старков Виктор Николаевич	машинист компрессорных установок цеха по производству аэрозольной продукции	09.03.
Акимова Ольга Ивановна	кладовщик цеха по производству тары	12.03.
Шелепкин Алексей Николаевич	токарь ремонтно-инструментального цеха	14.03.
Никифорова Елена Петровна	администратор базы данных сектора АСУ	14.03.
Никулина Марина Викторовна	лакировщик туб цеха по производству тары	15.03.
Коблов Геннадий Петрович	водитель погрузчика цеха по производству тары	15.03. Юбилей
Извекова Светлана Леонидовна	бухгалтер бухгалтерии	17.03.
Живчикова Алевтина Александровна	кладовщик ЦХ и ГП	17.03.
Агалина Екатерина Владимировна	аппаратчик цеха по производству аэрозольной продукции	18.03.
Суворова Светлана Васильевна	оператор жестяно-баночного оборудования цеха по производству тары	19.03.
Козырьков Сергей Иванович	наладчик оборудования жестяно-баночного производства цеха по производству тары	19.03.
Вуколова Ольга Валерьевна	инженер коммерческого отдела	22.03.
Живчиков Александр Анатольевич	наладчик оборудования цеха по производству тары	23.03.
Ерменев Алексей Иванович	шлифовщик ремонтно-инструментального цеха	23.03.
Лопухин Александр Михайлович	слесарь-сантехник цеха теплоэнергоснабжения	24.03.
Елышева Галина Владимировна	ведущий инженер коммерческого отдела	24.03.
Чуденкова Екатерина Вячеславовна	сборщик продукции цеха по производству аэрозольной продукции	26.03.
Норкин Владимир Васильевич	помощник генерального директора по административной работе	26.03. Юбилей
Денисова Светлана Васильевна	сборщик продукции цеха по производству аэрозольной продукции	28.03.
Бабак Мария Михайловна	сборщик продукции цеха по производству аэрозольной продукции	30.03.
Покатович Олеся Анатольевна	сборщик продукции цеха по производству тары	30.03.
Тельшев Григорий Сергеевич	наладчик оборудования цеха по производству аэрозольной продукции	31.03.
Минаев Виталий Алексеевич	наладчик оборудования цеха по производству тары	31.03.
Кочерова Надежда Леонидовна	слесарь-электрик цеха теплоэнергоснабжения	31.03.
Никлюдова Галина Васильевна	лаборант отдела менеджмента качества	31.03.
Кулакова Анастасия Константиновна	колорист научно-технического отдела	31.03.

### ОАО «Компания «Арнест»

ФИО	Должность	Дата рождения
Корнач Сергей Петрович	ведущий логист	13.03.
Холоднякова Алина Дмитриевна	ассистент отдела маркетинга	20.03.
Рожков Александр Николаевич	начальник юридического департамента	21.03.
Кайдаш Елена Юрьевна	аналитик	24.03.
Заиченко Наталья Николаевна	ассистент руководителя дивизиона Юг	27.03.
Мардамшина Юлия Викторовна	офис-менеджер	28.03.
Зулькарнеева Анастасия Валентиновна	ассистент руководителя дивизиона Зарубежье	30.03.
Мартынов Анатолий Анатольевич	специалист по транспортной логистике	30.03.

### ЗАО «Гармония Плюс»

ФИО	Должность	Дата рождения
Уварова Екатерина Сергеевна	ассистент отдела продаж	13.03.

Учредители:  
ОАО «Арнест»  
ОАО «Компания «Арнест»  
Главный редактор Елена УСТИНОВА

Адрес и телефоны:  
г. Невинномысск, ул. Комбинатная, 6,  
Пресс-служба ОАО «Арнест».  
Тел./факс (86554) 5-43-35

Корпоративная газета сверстана  
17.02.2009 г.  
Отпечатано в ООО «Эль-Квест Принт»  
г. Москва, Малая Семеновская, 3.

Номер подписан в печать 17.02.2009 г.  
Тираж 999 экз.  
Заказ №  
Распространяется бесплатно