

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

Осторожно – модерн!

Движемся в сторону технического перевооружения ОАО «Арнест»

Стр. 2

В чем Прелесть Тодчука?

Что пишут самые популярные СМИ о нашей компании?

Стр. 4-5

Победа под прицелом

Как «отстрелялась» команда ОАО «Аэрозоль Новомосковск» в городских соревнованиях

Стр. 7

В гармонии с рынком

Как решаются задачи по повышению объема продаж в ЗАО «Гармония Плюс»

Стр. 3

Не проходите мимо!

Результаты анкетирования работников

Стр. 6

Маленькая «Прелесть» – большая радость для детей

Сюжет с детского конкурса красоты

Стр. 7

НАШИ ЛЮДИ!

БУДУЩЕЕ «АРНЕСТА» - ЗА ТЕХНИЧЕСКОЙ ЭЛИТОЙ

ЕЛЕНА УСТИНОВА

Механик цеха баллонов Сергей Владимирович Ганноченко стал победителем 1 тура в ежегодном Всероссийском конкурсе «Инженер года» в номинации «Машиностроение». На вопрос «Какое чувство испытал, когда об этом узнал?», Сергей отвечает: «Двоякое. Первый позыв – приятно, а потом подумал: все-таки не высшая награда в этом конкурсе, а я всегда стремлюсь к лучшему». Да, Сергей Ганноченко – максималист. Все у него должно быть по высшему разряду. А если еще точнее, то он всегда с меньшими затратами хочет получить больший эффект.

Есть у Сергея Владимировича и мечта: установить новую линию цеха баллонов. «Хотя линии еще и нет, но я знаю, с новой линией будет прорыв, скачок в нашем производстве. Думаю, что рынок сам поможет нам принять такое решение. Сейчас в цехе баллонов много средств затрачивается именно на содержание линий – ведь большинство из них старые. И люди, которые их обслуживают – высококвалифицированные специалисты – не только операторы по обслуживанию, но одновременно и ремонтники, и настройщики. Такой персонал найти не просто. Новые же линии более производительны и в обслуживании более удобны. К тому же новые линии имеют автоматическую отбраковку продукции, поэтому на качество продукции человеческий фактор влияет в наименьшей степени. А качество продукции – основной показатель любого бренда».

Механиком Сергей Ганноченко стал не сразу: инженер-электрик по образованию, сначала он поработал наладчиком, мастером по наладке оборудования, а четыре года назад принял дела механика цеха баллонов. Базовая профессия помогает Сергею Владимировичу – ведь чисто механического оборудования сейчас нет, в нем всегда присутствуют электрика, электроника, пнев-



матика, поэтому специальные знания облегчают ему общение со специалистами.

Сергей Владимирович постоянно осваивает новые технологии, любит процесс восстановления и модернизации оборудования. «Мне нравится продлевать срок жизни обо-

рудования – повышается выпуск продукции, увеличивается межремонтный пробег. Моя цель – не останавливаться на достигнутом, все время совершенствовать результат. Нужно быть самокритичным, и перед собой ставить высокие цели. Может, сегодня я и не могу их

достичь, но нужно к ним стремиться. Я бы назвал такое постоянное совершенствование рационализацией», – говорит Сергей Ганноченко.

Да, чем больше у нас будет думающих инженеров, тем богаче будет предприятие.

СОБЫТИЯ И ФАКТЫ

Группа компаний «Арнест» прошла первый тур отбора на оказание господдержки в связи со сложной финансово-экономической ситуацией в стране. Всего государство обещает поддержать пятьсот российских заводов и фабрик. Ставрополье отправило на утверждение список из 49 предприятий, 17 из них прошли первый этап. Предпочтение отдавалось градообразующим и системообразующим предприятиям. Предположительно помощь будет состоять в финансовых вливаниях, субсидировании оборотных средств или инвестиционных проектов.

Инженер-конструктор по модернизации и ремонту оборудования Ольга Владимировна Волошенко и механик цеха баллонов Сергей Владимирович Ганноченко из ОАО «Арнест» стали победителями 1 тура ежегодного всероссийского конкурса «Инженер года» в номинации «Машиностроение» по версии «Инженерное искусство молодых».

В марте к работе в должности директора по продажам ОАО «Компания «Арнест» приступил Олег Семенович Синякин. Олег Семенович окончил Ташкентский Государственный Технический Университет. Имеет опыт руководящей деятельности в области продаж более 10 лет. До прихода в ОАО «Компания «Арнест» работал в крупных транснациональных компаниях, таких как Procter&Gamble, Schwarzkopf&Henkel. В 2008 году написал книгу «Дрим-Тим. Как создать команду мечты».

ООО «Аэрозоль Новомосковск» приступил к выпуску линии «Антураж» в жестяном баллоне. На первом этапе наполнение производится в покупной баллон. После переоснащения одной из линий по изготовлению жестяного баллона, которое ожидается в ближайшее время, баллоны будут изготавливаться в «Аэрозоль Новомосковск».

Обсуждение выполнения обязательств коллективного договора по итогам 2008 года прошло в коллективах ОАО «Арнест». Нужно отметить, что коллективный договор, принятый в 2007 году, сохранил все социальные льготы. Предложения, внесенные работниками в процессе обсуждения коллективного договора, будут опубликованы в апрельском номере «Арнест Информ».

Закончен ремонт в реакторном отделении цеха наполнения в ООО «Аэрозоль Новомосковск». Оборудованы моечное и развесочное отделение, установлены грузовые подъемники.

ОАО «Компания «Арнест» приступило к тестированию новой системы электронного документооборота «Центр управления предприятием». Участники рабочей группы проверяют в условиях реальных бизнес-процессов основные функции и возможности системы. После окончания пилотного тестирования система ЦУП будет введена в эксплуатацию в части обеспечения автоматизации документооборота всех сотрудников Компании.

ОСТОРОЖНО - МОДЕРН или ТЕХНИКА ПРЕОБРАЗОВАНИЙ

Модернизации оборудования в «Арнесте» всегда уделялось достойное внимание, но с созданием сектора автоматизации это направление получило системное развитие. Сергей Игоревич Швецов, почти год занимающийся этими проектами, охотно отвечает на вопросы «Арнест Информ».

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Сергей Игоревич, глобально, что является целью внедрения новой техники в «Арнесте»?

- В итоге всех преобразований мы хотим вывести «Арнест» на новый виток развития. И этим преобразованиям посвящена соответствующая программа, целью которой является максимально возможная автоматизация технологического процесса. В рамках этой программы ежегодно составляются экономические обоснованные мероприятия, которые утверждаются генеральным директором. Замечу, что далеко не ко всем службам руководство относится так пристрастно – ведь в итоге при внедрении новой техники сокращается рабочее время на производство продукции, а, следовательно, сокращаются материальные затраты и повышается производительность труда.

- В последние годы в «Арнесте» наблюдается рост производства продукции в полимерной упаковке, причем производство самой упаковки конкурентоспособно, как цене, так и по качеству. Как мы к этому пришли?

- До 2006 года полимерную упаковку «Арнест» заказывал на стороне, что было абсурдно с точки зрения здравого смысла – мы давали зарабатывать на себе другим производителям. Нужно также заметить, что флаконы были плохого качества: кривые, с неоднородной толщиной стенок, кривой горловиной, на которую негерметично навинчивалась крышка. При этом мы понимали, что ПЭТ-флакон – самый дешевый, оснастка для его производства – тоже, поэтому было принято решение перевести выпуск флаконов на свою площадку. Первым проектом был установка в цехе клапанов автомата для выдува флаконов из ПЭТ-преформ. Предварительный технико-экономический расчет показал, что срок окупаемости такого оборудования – 3 года.

Сейчас оборудование успешно работает, выпуская качественные флаконы объемом 250, 500 и 1000 мл, матового белого цвета и прозрачный. Но, в принципе, можно сделать любой цвет по желанию заказчика.

В этом же цехе к линии выдува ПЭТ-флаконов планируем добавить линию наполнения. Здесь будет наполняться продукция больших объемов: линия «Няня» объемом 1000 мл, «Сияние» – 500 мл, шампуни и бальзамы «Прелесть professional» – 500 и 750 мл.

В общем же, в 2008 году производство флаконов увеличено по сравнению с 2007 годом в 1,8 раза и составило почти 2 миллиона штук.

- После нелегкой победы по получению контрактного заказа у Unilever на производство антиперспирантов и дезодорантов, «Арнесту» понадобятся дополнительные линии на осуществление этого проекта?

- Да, подошло время выбирать оборудование для выпуска этой продукции. Проект объемный и осуществить его можно только в командной работе. Моя работа заключается в поиске оборудования, которое рекомендует заказчик и которое должно подходить и по функциям, и по цене. Я вплотную работаю с отделом контрактного наполнения, в основном, с Натальей Ивановной Емцовой и Андреем Валерьевичем Никитиным. Отдел контрактного наполнения синхронизирует работу службы автоматизации и производственных служб, которые адаптируют новые продукты к выпуску на нашем предприятии. Директор по производству и развитию Елена Юрьевна Поповкина и начальник отдела менеджмента качества Ирина Артуровна Голда побывали в Великобритании, посмотрели, как работает аналогичное производство Unilever в Линце.

Нужно сказать, что как любая фирма, желающая продвинуть свой товар на рынке, Unilever придумывает всякие хитрости и необычности. В дезодорантах фирмы есть очень хитрый ход – колпачок с замком. Пока замок не откроешь – колпачок не нажмется и продукт не будет эвакуирован. Сделано это специально для ношения таких дезодорантов в дамской сумочке – чтобы не случилось непредвиденных ситуаций.

Еще один участник этого проекта – начальник сектора технического перевооружения и надзора за строительством Сергей Семенович Соболевский вместе со своими конструкторами сейчас дорабатывают автомат надевания колпака на баллон. Загодка в том, что рисунок замка на баллоне и замок на колпаке должны совпасть, следовательно, надеть его нужно так, чтобы метки находились друг напротив друга. Планируется сделать так, что баллон тоже будет проходить через установку ориентации, которую планируется изготовить силами энергомеханического производства. В этой установке видекамера фиксирует положение метки на баллоне и поворачивает его на необходимый угол, и в это время держатель сверху защелкивает на баллоне колпак. Все!

- Да, я всегда восхищаюсь машинами и людьми, которые их изобретают, и



Приемка оборудования на фирме Gertex во Франции, в Дижоне.

знаю, что в «Арнесте» немало своих «Кулибиных».

- Летом мы испытывали устройство с системой видеоориентации для наклейки стикеров на баллон в точно заданном месте. Прибор устроен следующим образом: на небольшом участке транспортера установлен аппликатор. Специальная видекамера следит за поворачивающимся баллоном и фиксирует определенную метку, на которую видекамера настроена. Как только метка появилась в поле зрения камеры, баллон останавливается и на него наклеивается стикер. Подобный автомат, только с производительностью в 4 раза большей, стоит в Европе сотни тысяч евро, а наши умельцы, понятно, затратили на его производство в десятки раз меньше.

Понятно, что не все мы можем создать своими руками – некоторое оборудование рациональнее купить. Так, сейчас наш сектор работает с немецкой фирмой по вопросу закупки машины ориентированного колпака. Этот проект мы должны запустить к сентябрю.

Заключен также контракт с фирмой Lindal на поставку машин надевания прокладки на корпус клапана. Эта машина поступит на завод в начале апреля, ее применение позволит заменить шесть существующих автоматов надевания прокладки. Хочу заметить, что руководство предприятия гарантирует, что освободившийся в результате применения нового оборудования персонал будет сохранен и задействован на других участках.

- Расскажите о своей недавней командировке во Францию.

- Группа специалистов «Арнеста» ездила во Францию на фирму Gertex принимать машину упаковки баллонов в картонную тару для 2-й и 7-й линий цеха наполнения. В группе, кроме меня, были ведущий инженер отделения энергообеспечения и ремонт оборудования Олег Геннадьевич Гугуев

и инженер коммерческого отдела Светлана Сергеевна Стрельченко.

Фирма Gertex – известный в Европе производитель упаковочного оборудования. Прямо на месте мы запустили линии и испытали их по полной программе. Отработали все форматы упаковки, а их по три на каждой машине. Проверили, как печатает принтер, потому что имели печальный опыт покупки машины упаковки на 6-ю линии, принтер которой не был укомплектован программным обеспечением, о чем мудро умолчал продавец. А уже после установки машины на предприятии фирма сказала об этом. Поэтому при приемке новых машин мы обратили внимание продавца на отсутствие программного обеспечения, в связи с чем не удавалось испытать его с автоматом наклеивания этикетки на коробку. В благодарности тому, что Олег Гугуев взял с собой ноутбук с программой, проблема была решена: наша программа подошла к этим машинам. В результате переговоров с представителем фирмы, была достигнута договоренность, что Gertex купит нам лицензионную программу. Впоследствии оказалось, что купить они не могут, но на величину стоимости программы пришлют дополнительные запчасти. В принципе, это выгодная сделка.

Можно добавить, что наш специалист Олег Гугуев так понравился на Gertex, что руководство предложило ему работу в представительстве фирмы в Москве. Но, как говорится, русские не сдаются. Олег деликатно отказал Gertex, сославшись на прекрасные условия работы в «Арнесте».

В итоге три новых линии наполнения из четырех будут укомплектованы машинами упаковки продукции в картонную тару. И буквально на днях от фирмы Gertex я получил предложение на покупку упаковочной машины б/у, что случается очень редко. Машина капитально отремонтирована, а стоит в два раза дешевле новой. Сейчас по этому вопросу готовим предложения на Совет директоров.



Идет подготовка линии №7 к монтажу машины упаковки французской фирмы Gertex

ЗАМЕТКИ НА ПОЛЯХ

♦ - Понимаете, мне надо бы упаковать...
- Что?
- Вселенную...
- Запросто!

(анекдот)

♦ В настоящее время транспортная упаковка расширяет свои функции. К функции защиты добавляются маркетинговые и логистические функции, т.е. упаковка, даже транспортная, является элементом продвижения товара. Это связано, в первую очередь, с ростом торговых сетей и возможностью выставления групповой транспортной упаковки в торговых залах, в штабель, или на прилавках магазинов.

♦ Первая складная коробка была изобретена в 1879 году Робертом Гейром, владельцем бруклинской типографии. Однажды в его типографии случилась неполадка – металлическая линейка печатного станка стала делать ровные прорезы в пакетах. Это навело Гейра на мысль, что отточенные штампы можно использовать для вырубки картонных коробок, а тупые для бигования картона – для обеспечения ровного сгиба. В результате Гейр стал производить 7 500 коробок в час. Первым продуктом, упакованным в складную картонную коробку, стала «Квакерская овсянка», появившаяся спустя 7 лет после изобретения Гейра.

♦ Популярность гофротары обусловлена уникальными свойствами самого материала. Гофротара экологически безопасна, легка и пластична, легко утилизируется, и, одновременно с этим прочна. При наличии большого количества слоев прочность гофротары может быть сравнима с прочностью деревянных ящиков. При этом гофротара позволяет автоматизировать процессы упаковки, складирования, делает удобной и безопасной перевозку многих товаров, что делает ее очень экономичной.

♦ Самым популярным среди упаковочных материалов является полиэтилентерефталат – ПЭТ. Сегодня ПЭТ используют для производства упаковки и тары для разных видов пищевой, парфюмерной и химической продукции.

♦ ПЭТ стали использовать с конца 1970-х годов. С 1990 по 1998 годы ПЭТ-таре удалось увеличить свою долю на рынке упаковочных материалов для напитков с 9% до 30%.

♦ ПЭТ обладает рядом преимуществ. Самым первым является легкость материала. Самая обычная ПЭТ-бутылка на пол-литра весит примерно 17 граммов, а стеклянная – примерно 350 граммов. ПЭТ – прозрачный материал, что делает его идеальным для разлива минеральной или газированной воды. Если продукции нежелательны воздействия солнечных лучей, то ПЭТ окрашивается в коричневый либо зеленый цвета.

♦ В качестве исходного материала для производства ПЭТ служат ПЭТ-преформы. Из них и выдувают бутылки. ПЭТ-преформы производятся при помощи метода прессформирования из гранулированного полимера – полиэтилентерефталата. Цвет и прозрачность будущей бутылки будет заложено во время производства ПЭТ-преформы из гранул.

♦ Еще одним преимуществом ПЭТ-тары является прочность. Это очень важный аргумент, если учитывать транспортировку и хранение. Также ПЭТ, равно как и стекло, может быть полностью переработано. Чтобы упаковать ПЭТ-тару, не нужны ящики. ПЭТ-тара может быть упакована в полиэтиленовую пленку с картонным поддоном либо без него.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Михаил Николаевич, почему было принято решение о переименовании «Аэрозоль Трейд» в «Гармонию Плюс»?

- Решение было принято по причине большей известности имени «Гармония Плюс» в российском бизнесе. Московская компания имела более чем 20-летний опыт работы на Российском парфюмерно-косметическом рынке, в конце 90-х годов на ее базе было создано совместное производство с крупнейшей мировой парфюмерно-косметической компанией «L'OREAL», которая помогала ее росту, развитию и продвижению. Изменение названия поможет дальнейшему укреплению и развитию позиций невинномысской компании.

Между тем стоит отметить, что замена названия не повлекла за собой никаких структурных изменений. Просто наименование компании стало более узнаваемым, звучным и интересным.

- Вместе с покупкой имени «Гармония Плюс» группа компаний «Арнест» приобрела и их основные бренды – линию лаков «Антураж» и линию по уходу за одеждой «Лана». Чем это было продиктовано?

- Продиктовано это стратегией развития группы компаний «Арнест». В целом компания консолидировала пакет продуктов ухода за волосами, а, в частности, «Гармония Плюс» получила в свой ассортиментный портфель дополнительные бренды. Бренд «Антураж» для нас открывает выход в средний ценовой сегмент, а для «Компании «Арнест» создает дополнительное присутствие в среднем ценовом сегменте и способствует укреплению рыночных позиций.

- Я знаю, что новыми марками теперь торгует и «Компания «Арнест» и «Гармония Плюс».

- Да, решение о введении продукции в прайс-лист двух компаний было принято по причине необходимости достижения максимально возможных объемов продаж. Бренд «Антураж» из-за ограниченности ресурсов у прежних владельцев компании развивался только на территории Москвы и центральной части России. Мы же делаем ставку на его полноценное развитие на всей территории страны. В планах – вывод бренда на территорию Ближнего Зарубежья.

- Повлияли ли эти изменения на объемы продаж?

- В октябре 2008 года с началом деятельности коммерческого директора Виталия Александровича Черкасова приступила к работе выделенная структура продаж ЗАО «Гармония Плюс». Новая структура и новый руководитель внесли положительную динамику в работу. В частности, в феврале 2009 года по сравнению со среднемесячными продажами за 2008 год прирост объемов продаж по региону «Центр» составил 57,4%, по региону «Кавказ» значительно увеличена клиентская база, а прирост продаж составил 55,8%. Динамичное развитие наблюдается в регионе «Золотое кольцо». А в Москве, где продажах руководит Елена Тюрина, прирост объемов продаж составил 153,7%!

К сожалению, не по всем регионам наблюдается такая положительная динамика, есть проблемы с продажами на экспорт, но мы их активно решаем. Однако, несмотря на это, в целом по России прирост объемов продаж в феврале по сравнению со среднемесячными продажами за 2008 год составил 10%.

В марте ожидается рекордный за всю историю компании объем продаж. Для этого у нас есть все предпосылки: мы расширяем клиентскую базу, свое присутствие в сетевой рознице, дистрибьюторы отказываются от основных конкурентов в нашу пользу.

- С сетями особенно непросто договориться, да и дистрибьюторская база, наоборот, изменилась в контексте кризиса. Какие мероприятия проводятся по совершенствованию продаж?

- Стоит признать, что наша продукция не является товаром первой необходимости, и в период финансово-экономических сложностей эти факторы оказывают влияние на спрос. Но, несмотря на это, наша продукция представлена в нижнем и среднем ценовом сегментах, а значит, является максимально доступной покупателю и

В ГАРМОНИИ С РЫНКОМ

После покупки группой компаний «Арнест» бизнеса еще одного российского производителя аэрозолей – компании «Гармония Плюс», в декабре 2008 года компания «Аэрозоль Трейд» изменила свое название на «Гармония Плюс». Вместе с названием изменились и задачи, о которых сегодня нам рассказывает управляющий ЗАО «Гармония Плюс» Михаил Голубь.



Отгрузка продукции клиентам «Гармонии Плюс» со склада в Новомосковске.

наименее подвержена влиянию кризисных настроений.

Между тем, для решения возникающих сложностей очень важным является грамотное использование всех механизмов, предусмотренных торговой политикой «Гармония Плюс». Особое внимание в текущий момент мы уделяем качественному и своевременному проведению трейд-маркетинговых мероприятий, направленных на увеличение интереса и лояльности к нашей продукции, а как следствие и объемов продаж. Акции разноплановые: для дистрибьюторов, для их клиентов, а так же для конечных покупателей.

Важным и значимым является расширение количества торговых точек, поскольку это непосредственно влияет на объем продаж. Работа наших региональных менеджеров и сотрудников продаж выделенных отделов дистрибьюторов направлена на достижение расширения их количества.

Готовимся к проведению обучения сотрудников выделенных отделов дистрибьюторов. Именно они обеспечивают отток продукции от дистрибьютора в торговые точки, и от их знаний и умений зависит очень многое.

- Учитывая географическую удаленность управляющей компании – в Невинномысске от производства – в Новомосковске, как решена проблема логистики?

- В течение 2008 года перед нами стояла задача провести оптимизацию логистики и обеспечить возможность отгрузок продукции в адрес клиентов дивизионов «Запад» и «Центр» со склада в Новомосковске. Совместными силами сотрудников «Гармония Плюс», «Компании «Арнест» и «Аэрозоль Новомосковск» данный проект был запущен, и теперь уже точно можно сказать, что его функционирование проходит успешно и приносит значительную экономическую эффективность. Кроме снижения затрат мы сократили сроки доставки продукции нашим клиентам – дистрибьюторам. А, значит, мы стали более качественно работать с точки зрения клиентского сервиса, что не осталось незамеченным со стороны наших партнеров. Отдельную благодарность за выполнение этого сложного проекта выражаю директору по закупкам «Компании «Арнест» Татьяне Николаевне Ткачевой, заместителю генерального директора по логистике «Аэрозоль Новомосковск» Ольге Михайловне Миронченко и начальнику отдела логистики «Гармония Плюс» Роману Владимировичу Цыбину.

В настоящее время в целях упорядочивания отгрузок по дням недели разработан и внедрен график подачи заявок и отгрузок клиентам, что позволило дисциплинировать клиентов по срокам предоставления заявок и упорядочить сроки выполнения заказов.

Уважаемые коллеги! С этого номера мы вводим в нашу газету новую рубрику «О нас пишут», где будут публиковаться интересные материалы о группе компаний в различных СМИ. Познакомьтесь с другими публикациями о компаниях Вы можете на нашем сайте www.arnest.ru. Рубрику ведет Виолетта Юрьева

ЖИЗНЬ БЕЗ СПРОСА

Главной проблемой российских предприятий становится спрос на их продукцию. Если ее не решить, неизбежен новый виток кризиса с разрушительными последствиями для экономики большинства российских регионов.

По материалам журнала «Эксперт», №7 (646), 23 февраля 2009 г.

Журнал «Эксперт» — одно из самых влиятельных еженедельных деловых аналитических изданий России. Тираж: 85 000 экземпляров. Распространяется через 207 розничных сетей.

Статистика падения промышленного производства в январе — более 16% к декабрю и более 19% к январю прошлого года — создает ощущение, что мы движемся по катастрофическому сценарию. И даже доводы о том, что прошедший январь отнюдь не показательный месяц, поскольку был переполнен выходными днями (многие предприятия продлили новогодние каникулы до 20-го и даже до 27 января), не успокаивают ни обывателя, ни правительственных чиновников.

Чтобы понять, действительно ли мы стоим на пороге экономической катастрофы, федеральный «Эксперт» попросил главных редакторов своих региональных приложений написать короткие аналитические заметки о том, как развивается кризис в их регионах. Общее ощущение: кризис есть, но положение пока отнюдь не безнадежно.

Наиболее сложная ситуация в частном банковском секторе: федеральная помощь до региональных банков так и не дошла, так что небольшие частные банки постепенно сворачивают бизнес из-за нехватки ликвидности. Главными пострадавшими при этом оказываются малые и средние предприятия — именно они были главными клиентами небольших региональных кредитных структур.

Зато в тяжелой промышленности ситуация начинает исправляться. Первая причина этого — оживление спроса со стороны заказчиков, выработавших наконец все запасы сырья и комплектующих. Вторая — включение многих крупных предприятий в правительственный список системообразующих, что облегчило как привлечение кредитов от госбанков, так и расчет по прежним долгам, в первую очередь все перед тем же Сбербанком.

Что же касается непосредственно регионов, то самыми интересными моментами являются следующие.

1. **Промышленный Урал**, сильно пострадавший в ноябре-декабре от кризиса в силу своей отраслевой специфики, начинает оживать. Главная причина — оживление спроса со стороны производителей конечной продукции, у которых кончились запасы сырья и комплектующих.

2. **В Сибири** ситуация значительно тяжелее. Сырьевой комплекс, во многом ориентированный на экспорт, вынужден сворачивать новые проекты. Падение спроса подорвало финансовую устойчивость предприятий цветной металлургии, особенно тех, которые в последнее время активно развивались за счет привлечения доступных займов. Похоже, единственная надежда многих сибирских компаний — оживление конъюнктуры мировых рынков сырья.

3. **Поволжье** по-прежнему представляется наиболее пострадавшим от кризиса. Будучи торгово-логистической зоной, Поволжье не сумело вырастить практически никаких экономически сильных субъектов, и рост здесь держался прежде всего на активизации торговых потоков внутри европейской части России. Большая доля в экономике региона крупных машиностроительных предприятий, ориентированных исключительно на внутренний спрос — в первую очередь речь идет об автомобилестроении, — ставит Поволжье в полную зависимость от эффективности протекционистской политики правительства.

4. **Северо-Западный регион** тоже не смог найти свое экономическое лицо — он не промышленный, не сельскохозяйственный, не постиндустриальный. По сути, в последние годы здесь сложилась транзитная экономика, что предопределило сегодняшние проблемы: как только объемы международных потоков денег и товаров сократились, регион оказался в исключительно сложной ситуации.

5. **Юг** выглядит наименее пострадавшим. С одной стороны, это объясняется экономи-



ческим отставанием региона от среднероссийского уровня: там мало крупных промышленных предприятий, так что почти все они оказались в правительственном списке 295 системообразующих. Сильное сельское хозяйство тоже способствует оптимистическим настроениям в регионе. Тот факт, что сегодня, в разгар кризиса, представители аграрного комплекса и пищевой считают едва ли не главной проблемой производителей, говорит о многом.

Юг: пессимизм сменяется ОПТИМИЗМОМ

В экономике Юга России сегодня отчетливо просматриваются два сюжета. Первый касается наиболее заметных компаний среднего и крупного бизнеса. Все они либо уже ожидают государственной помощи, либо находятся в зоне расширенного мониторинга правительства РФ и могут рассчитывать на внимание региональных антикризисных комиссий.

Второй сюжет — судьба компаний, которые могут рассчитывать только на свои силы. Слабейшие начали тихо умирать, другие же находятся в режиме тяжелого выживания, конца которому, по нашим оценкам, раньше осени не видать.

Тяжелее всего было в ноябре, когда нужно было в атмосфере всеобщей нервозности организовать работу в новом режиме и при этом быстро осознать, каким образом вернулась система бизнес-ценностей. Ноябрьский ужас неопределенности сменился хотя и вполне пессимистичной, но все же гораздо более спокойной определенностью. Октябрь и ноябрь — это были месяцы, когда власти на уровне регионов просто не знали, что делать. Сегодня же они осознали необходимость антикризисных мер на местах.

«Нужно понимать, что власти региона не могут помочь всем, — говорит председатель совета директоров компании «Инпром» Игорь Коновалов. — Помощь, увы, может быть оказана лишь избранному кругу крупных предприятий, чтобы флаги региона

нальной экономики не утонули в бушующем море кризиса. Своевременное финансирование заявленных программ, проектов позволит поддержать спрос».

Многие из южных компаний, попавших в «путинский список», еще не понимают, чем это им поможет, хотя их представители сходятся во мнении, что это попадание — важный сигнал для госбанков. Например, Сбербанк, по заявлениям его представителей, весьма лояльно смотрит на тот факт, что у двух его клиентов, ТагАЗа и «Ростсельмаша», находящихся в правительственном списке, краткосрочная задолженность составляет по 6 млрд рублей. На деятельности обоих предприятий кризис сказался очень заметно, и они получили помощь от правительства, что оказалось результативным.

Юг: металлургия оживает

С начала года в металлургической отрасли Юга России увеличиваются объемы производства. На фоне девальвации рубля отечественные «ломовики» глотнули свежего воздуха и поспешили увеличить экспорт — его доля возросла с 45 до 70%. Относительная дешевизна российского проката на внешнем рынке дала металлургам возможность практически полностью переориентироваться на экспортные поставки.

Сельское хозяйство Юга, на которое в 2007 году приходилось около 14% ВРП, в 2009 году намерено расти. Его поддерживает, прежде всего, ослабление рубля по отношению к доллару — экспортные цены на сельхозкультуры привязаны к доллару. То, что осенью засеивалось по старым ценам, может быть продано по новым. Если соотношение рубля и доллара до этого времени не претерпит значительных изменений, сельские в новом сезоне смогут получить за свою продукцию вдвое больше.

В целом в ЮФО достаточно компаний, намеренных в 2009 году расти. Вряд ли их влияние на общие социально-экономические показатели будет сильным, однако опыт тех, кто сегодня понимает ситуацию и имеет внятную стратегию действий, сейчас наиболее ценен.

«В конце 2008 года мы приобрели у ЗАО «Гармония Плюс», одного из пяти российских производителей аэрозолей, пакет торговых марок средств ухода за волосами, — рассказывает Елена Сагал, гендиректор ставропольского ОАО «Компания «Арнест», производящего косметику и бытовую химию. — Цель приобретения — консолидировать российские марки, чтобы более уверенно чувствовать себя в системе продаж. Для нас интересны крупнейшие российские сети и дистрибуторы, имеющие серьезные складские и транспортные мощности, работающие с транснациональными компаниями. Российским производителям парфюмерии и косметики зачастую сложно вести переговоры с такими партнерами — сети, разумеется, нацелены почти исключительно на объемные высокодоходные контракты. Владеть пакетом марок, нам будет проще договариваться — у дистрибуторов по большому счету не окажется альтернативы «Арнесту». Думаю, кризис может даже в чем-то помочь нам и другим российским производителям: часть покупателей переходит в низкий ценовой сегмент, а это как раз наша ниша».

«АРНЕСТ» УВЕЛИЧИВАЕТ ПРИСУТСТВИЕ В СЕТЯХ

Компания «Арнест» консолидирует отечественные бренды с целью увеличения своего присутствия в розничных сетях и укрепления позиций на рынке стайлинга.

По материалам журнала «Новости торговли» №3 март, 2009г.

«Новости торговли» — всероссийский информационный журнал для профессионалов в области розничной торговли. Тираж 25000 экз. Распространяется во всех регионах России.

Компания «Арнест» заключила сделку с компанией «Гармония Плюс» на пакет торговых марок «Гармония» и «Антураж», позиционирующихся в среднем и нижнем ценовых сегментах. До сделки «Антураж» являлся конкурентом самого сильного бренда компании «Арнест» — «Прелесть», входящего в тройку лидеров продуктов дня укладки волос с долей рынка. «За счет приобретения марок «Антураж» и «Гармония», занимающих значительную часть российского рынка

стайлинга, доля компании возрастет — говорит генеральный директор компании «Арнест» Елена Сагал. Мы получили полный портфель торговых марок средств для укладки, позиционирующихся в низком и среднем сегменте. Не секрет, что российским производителям парфюмерии и косметики зачастую сложно вести переговоры с сетями, которые в основном нацелены на высокодоходные контракты. Мы рассчитываем на то, что с таким пакетом марок нам будет проще договариваться с сетями». По словам Елены Сагал, в этом году руководство намерено увеличить количество партнеров-сетей в два раза. «Нам интересны крупные сети, имеющие серьезные складские и транспортные мощности. — говорит Елена Сагал. — Уже достигнута предварительная договоренность по сотрудничеству

с двумя международными сетями. Среди наших ключевых партнеров «Ашан», «Метро», «Магнит», «Лента», «О'Кей», «Пятерочка» и другие. По итогам 2008 года нам удалось увеличить продажи через крупные федеральные сети на 30%».



ПРОИЗВОДИТЕЛИ КОСМЕТИКИ ПЫТАЮТСЯ ВНЕДРИТЬ PROFESSIONAL В МАССЫ

Schwarzkopf & Henkel запустил в России бренд – Syoss, который позиционируется как профессиональная линейка, рекомендованная к использованию в салонах красоты. Однако продаются они в обычных магазинах. Эксперты индустрии красоты сомневаются в профессиональности новинки, а маркетологи хвалят производителя за грамотный ход. Ведь слово professional на косметическом рынке давно стало самостоятельным брендом, помогающим продавать больше и дороже.

По материалам журнала Sales Business от 12 февраля 2009г.

«Sales Business» – еженедельное деловое аналитическое издание. Тираж: 30 000 экз. Журнал распространяется посредством корпоративной подписки и через розничные сети

О чем мечтают женщины

«Черная голова» Schwarzkopf & Henkel хорошо известна и потребителям сегмента масс-маркета (Shauma, Gliss Cur, Taft), и среди парикмахеров (Bonacure). Syoss похож на гибрид этих двух рынков. Компания вывела новинку осенью 2008 года и уже вносит «существенные коррективы в изначальные планы продаж, прогнозируя увеличение объемов сбыта».

«Уход за волосами – самая большая и растущая часть рынка средств косметики для волос, – говорит Наталья Маркова, бренд-менеджер Schwarzkopf & Henkel. – Премиальный сегмент здесь имеет значительный потенциал и опережает как рост рынка в целом, так и инфляцию. Кроме того, предложение профессионального продукта в массовой рознице практически отсутствует. Транснациональные марки продаются по очень высоким ценам – существенно выше премиального сегмента масс-маркет. Медийная и промоактивность по ним отсутствует. Мы же вывели первый профессиональный продукт по цене в среднем в два раза ниже».

Производитель сопровождает запуск Syoss ротацией роликов на ТВ (для спе-

циализированных средств это несвойственно), заполняет женские форумы и журналы рассказами о свойствах новинки и дает рекомендации по ее использованию в домашних условиях. Плюс промо и семплинг в точках продаж – то есть все признаки масс-маркета. Неудивительно, что российские представители индустрии красоты марку Syoss не признали. «Косметика, реализующаяся через масс-маркет, по определению не может быть профессиональной, – рассуждает Ирина Фомина, директор по продажам сети «Моне». – Любые средства, позиционирующиеся таким образом, должен рекомендовать специалист, исходя из анализа состояния волос, кожи и т. д.».

Лев Охотин, генеральный директор «Юникосметик», российского производителя профессиональных красок и средств для волос Estel, уверен: «специализация» Syoss не более чем маркетинговый ход. Высокая конкуренция на полках заставляет производителей искать новые инструменты стимулирования сбыта. Syoss – полный аналог того, что делает «Арнест», выпускающий лак «Прелесть». У них тоже есть серия, рекомендованная для использования в салонах. Но подобная продукция там не продается.

Прелесть Тодчука

Идея Schwarzkopf & Henkel с их профессиональной линейкой для массового сегмента действительно не нова. Компания



Фото с сайта salon4u.ru

«Арнест» весьма успешно использует этот прием с апреля 2006 года. Именно тогда лак «Прелесть», известный миллионам российских женщин, стал профессиональным. «Салонная» серия «Прелесть Professional» включает в себя несколько линий. В компании подчеркивают: каждая из профлине-

товар с таким позиционированием. Не у всех потребителей есть деньги на дорогие салоны и эксклюзивную косметику, но они с удовольствием раскошелятся на иллюзию профессиональности».

В компании «Арнест» считают доступность массовому покупателю одним из преимуществ своей специализированной серии. Профессиональные средства транснациональных корпораций, как правило, стоят дорого. Продукты «Прелесть Professional» дешевле, и предоставляют покупателям возможность салонной укладки в домашних условиях. Лаки «Прелесть» на рынке уже более 35 лет, тогда как с момента выпуска серии Professional не прошло и трех лет. При этом ее продажи идут такими темпами, что скоро догонят по показателям традиционную «Прелесть».

Салон на дому. Недорого

Анна Дычева, вице-президент компании «Старая крепость», говорит, что прием с профессиональным позиционированием среди продуктов масс-маркета популярен.

По оценкам Льва Охотина, «Арнест» зарабатывает на своей профессиональной серии примерно на 30 процентов больше, чем на остальных продуктах. Так, цена лака «Прелесть Professional» при формате 300 куб. см равна 80–85 рублей, «Прелесть Био» объемом 210 куб. см – 48–50 рублей. «Цифры могут показаться незначительными, но это если не знать, что «Прелесть» в натуральном выражении самый продаваемый лак в России. Раскрученный Taft – на втором месте», – анализирует Охотин. Эксперты отмечают грамотную ценовую политику производителя, подчеркивая адекватную наценку за «профессиональность». В случае со Syoss ситуация обратная – эксперты говорят о слишком низкой цене. Судя по отзывам на женских форумах, этот факт смущает не только Фомину. Покупательницы чувствуют некоторый диссонанс между низкой ценой, большим объемом продукта и обещаниями профессионального ухода.

То, что спрос покупателей на профессиональную косметику растет, подтверждает большинство опрошенных экспертов. Можно предположить, что покупатели, которые тратятся на дорогие по общепринятым меркам косметические средства, с готовностью переключатся на недорогой «профессиональный» бренд. Анна Дычева, вице-президент «Старой крепости» предполагает, что в ближайшее время это станет актуальным трендом на рынке. И хотя говорить о глобальной тенденции пока рано, но последний проект Syoss подтверждает потенциал сегмента косметики, который условно может быть назван «профессиональным масс-маркетом».



А. Тодчук. Фото с сайта www.style.rbc.ru

ные полимеры, которые обеспечивают надежную, но в то же время эластичную фиксацию, что позволяет смоделировать прическу даже самой высокой степени сложности. У серии две целевые аудитории: первая – конечные потребители – женщины, которые следят за своей внешностью, экономят время и деньги. Вторая – парикмахеры, владельцы небольших салонов красоты, отдающие предпочтение качественным продуктам по разумным ценам. Сегодня марку по праву можно назвать одной из самых успешных в ассортиментном портфеле нашей компании» – говорит А. Чураков, директор по маркетингу.

Продается обновленная «Прелесть» в сетях и неорганизованной рознице. Продвигается в основном через самый массовый канал – телевидение, с привлечением селебрити. На этапе вывода бренда на рынок «Прелесть Professional» представляли актриса Елена Корикова и стилист Александр Тодчук, владеющий премиальными салонами, носящими его имя.

Подбор звезд вполне логичен. Корикова, активно снимающаяся в сериалах, популярна среди домохозяек среднего и старшего возраста. Тодчук – завсегдатай глянца и различных шоу на музканалах, где из всех делают красавицу, хорошо узнаваем более молодой аудиторией. В паре они показывают, что «Прелесть» – это не лак из Советского Союза, а стильные профессиональные средства. Сейчас продукт рекламируют чемпионы Европы по фигурному катанию в танцах на льду Оксана Домнина и Максим Шабалин.

«Понятно, что лак не совсем профессиональный, но продукт отлично вписывается в категорию «дешево и сердито». Приемлемое качество по доступной цене, – комментирует проект на условиях анонимности один из игроков рынка. – Это очень грамотный ход со стороны «Арнеста». Покупатель с готовностью переплачивает за

В ЭФИРЕ СНОВА «ПРЕЛЕСТЬ PROFESSIONAL»!

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

С 23 по 29 марта население всей страны снова увидели на экранах своих телевизоров рекламные ролики серии «Прелесть Professional» с участием знаменитых фигуристов – Оксаны Домнина и Максима Шабалиным.

Рекламная кампания прошла в рамках Чемпионата Мира по фигурному катанию, где выступает наша звездная пара. Набирающий все большую популярность бренд «Прелесть Professional» выступил спонсором показа этого крупнейшего соревнования на ведущих российских каналах: «Первый» и «Спорт». Спонсорские заставки транслировались как во время анонсов Чемпионата, так и непосредственно в ходе выступлений сильнейших пар Мира. Кроме этого на канале НТВ были показаны прямые рекламные ролики в самых популярных у потребителей серии программах. Кроме того, компанию на телевидении будет сопровождать реклама в таких рейтинговых и охватных женских журналах как «Лиза», «Телнеделя» и «Бурда».



НЕ ПРОХОДИТЕ МИМО!

Служба персонала провела анкетирование среди сотрудников ОАО «Арнест» и ОАО «Компания «Арнест», цель которого - повысить информативность и эстетичность проходной «Арнеста». Работники сами определили, какой должна быть проходная, чтобы каждый, идя на смену, мог зарядиться хорошим настроением и получить исчерпывающую информацию о жизни нашего коллектива.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

Из 130 сотрудников, принявших участие в опросе, обращают внимание на оформление проходной 93%, из них 87% считают стенды на проходной достаточно информативными, 86% считают оформление проходной эстетичным.

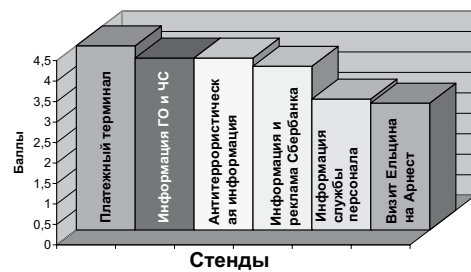
На вопрос анкеты: «Оцените по 5-ти бальной шкале уровень актуальности и целесообразности размещения на проходной существующих стендов» высшую оценку - 4,5 балла заслужил платежный терминал, стенды с информацией ГО и ЧС и антитеррористической получили по 4,2 балла, далее по убывающей идут информация Сбербанка и службы персонала. Наименее актуальными для сотрудников оказались стенды с фотоинформацией о визите Б. Н. Ельцина и обрядом освящения «Арнеста», получившие соответственно 3,2 и 3,1 балла, что иллюстрирует приведенная диаграмма.

Работники высказали свои предложения по тематике стендов, которые они хотят видеть на проходной. За размещение информации профкома и телефонный справочник завода рядом с телефоном-автоматом высказались 58% опрошенных, 53% предложили актуализировать информацию службы персонала, половина - разместить стенд с производственной информацией, из которого было бы видно выполнение плана заводом, компанией и подразделениями, треть респондентов хочет видеть витрину с выпускаемой заводом продукцией, пятая часть опрошенных предложила поместить корпоративную газету «Арнест Информ» и план-макет завода и 16% - разместить стенд с информацией службы безопасности.

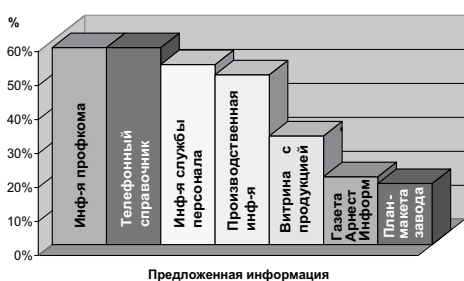
Служба персонала благодарит респондентов, внесших предложения по улучшению эстетического вида проходной. Среди таких предложений - сделать ремонт проходной, а оформление поручить профессиональному дизайнеру; убрать рамку-металлоискатель; сделать цивилизованную камеру хранения; оформить проходную цветами, установить новые часы и кофейный аппарат.

Сейчас создана рабочая группа из представителей управления, дизайнеров и службы персонала. Результатом деятельности группы станет обновленная проходная, которая, мы уверены, будет способствовать повышению информативности и созданию позитивного настроения работников.

Актуальность, информативность стендов



Востребованность информации



О ВКУСАХ СПОРЯТ

В октябре прошлого года в статье «Ваше мнение услышано» служба управления персоналом рассказала о результатах анкетирования среди работников ГК «Арнест». Одним из замечаний, высказанных работниками, была недостаточная организация питания. Газета обещала вернуться к этому вопросу. Мы провели мини-интервью среди сотрудников ГК на тему питания в заводской столовой, которые представляем Вашему вниманию.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

Рамазан Магомедович Магомедов, слесарь-инструментальщик ремонтного отделения ОАО «Арнест»:

- Я постоянно обедаю в столовой, и, в общем-то, доволен: чистота, много блюд на выбор, готовят вкусно, девочки хорошо обслуживают, но цены «кусаются». Обед у меня выходит примерно в 80 рублей - по моей зарплате это дороговато. В рабочей столовой обед должен стоить хотя бы 50 рублей. Т. е. при тех небольших порциях, какие у нас, цены явно должны быть ниже. Людей в столовой мало. Если столовая хочет получать прибыль за счет высоких цен - тогда она права. Но рабочая столовая все-таки для рабочих! И прибыль должна получать за счет большего количества питающихся. А их будет больше, если цены будут приемлемыми.

Владислав Анатольевич Громченко, директор по персоналу ГК «Арнест»:

- Я питаюсь в общем зале столовой, и вижу прогресс по сравнению с тем периодом, когда мы проводили анкетирование персонала. Расширилось меню: на выбор предлагается несколько салатов, первых и вторых блюд, соков. Улучшился сервис, появились салфетки, ножи. Готовят вкусно и, видимо, качественно. Обычно, рабочие столовые «славятся» очень тяжелой для пищеварения пищей. Но в нашей у меня такого чувства не возникает. Все вкусно, молодцы повара!

Александр Николаевич Рожков, начальник юридического департамента ГК «Арнест»:

- Хочу поблагодарить Зою Дмитриевну Плотвину за организацию питания для участков избирательных комиссий, в которых работали наши сотрудники в день выборов главы города. Еда была вкусной, питательной, оперативно доставлялась на места. Сотрудники остались довольны и просили передать благодарность за внимание к ним.

Елена Николаевна Евглевская, заместитель председателя профкома ОАО «Арнест»:

- В нашей столовой мне все нравится: хороший ассортимент, девочки молодцы - готовят с изюминкой, а если говорить об обслуживании, то обслуживание всех коллективных мероприятий не уступает ресторанному.

Елена Петровна Каплюк, ведущий юрист юридического департамента ГК «Арнест»:

- Мне нравится, как готовят в нашей столовой, обеды всегда вкусные, единственная просьба - сделать блюда подешевле.

Владимир Евгеньевич Лобан, начальник производства упаковки ОАО «Арнест»:

- Я для себя сейчас сделал выгодный ход: первое и второе превратил в одно блюдо - жаркое в горшочке - и мясо есть, и картошечка. К этому добавляю салат и

компот. Это стоит 120 рублей - для меня приемлемо, но я понимаю, что для рабочих это дороговато.

Светлана Николаевна Кичигина, начальник департамента по управлению персоналом:

- Работая в «Арнесте» почти два года, я всегда обедаю в столовой. Имея опыт питания в столовых других крупных предприятий города, хочу отметить, что столовая «Арнеста» выгодно отличается уютным интерьером, здесь всегда чистые скатерти, салфетки, цветочки в вазочках и, кроме вилки и ложек - ножи! - чего я не видела ни в одной обычной столовой. Блюда все качественные, вкусные, разнообразные. Большим плюсом считаю питание по заказу, в меню которого указывается состав блюда - это уже как в ресторане.

Но при всех этих положительных факторах хочу отметить дороговизну блюд. Занимаясь работой с персоналом «Арнеста», я неоднократно слышу, что наши работники не ходят в столовую только потому, что обеды дорогие при очень небольших порциях. Далеко не каждый может заплатить за такой обед. Поэтому хочу выразить пожелание сотрудникам столовой: пусть блюда будут вкусными, но найдите возможность пересмотреть ценовую политику, чтобы привлечь в свои залы больше народа. Ведь основное назначение нашей столовой - кормить работников горячей полезной едой с тем, чтобы они сохраняли свое здоровье.

Вот такие мы собрали мнения. Служба персонала совместно с редакцией делает мониторинг цен в рабочих столовых города, а также изучит в них качество блюд.



СПОРТ

ПРИЦЕЛ НА ПОБЕДУ

ИГОРЬ КРЕНИЦКИЙ

Начальник штаба ГО и ЧС ООО
«Аэрозоль Новомосковск»

Команда стрелков ООО «Аэрозоль Новомосковск» заняла 3 место в городских соревнованиях по пулевой стрельбе из малокалиберной винтовки среди объектов экономики города, за что удостоена диплома 3 степени Новомосковского отделения РОСТО.

Обильный снегопад, сопровождавший соревнования, не повлиял на боевой настрой нашей команды и в результате упорной многочасовой борьбы, волнений и переживаний наши бойцы обошли шесть команд соперников.

Лучшие результаты показали инспектор по режиму Сергей Владимирович Дон, водитель ЦХ и ГП Станислав Алексеевич Красиков, мастер цеха теплоэнергоснабжения Александр Павлович Мошнин, механик ЦХ и ГП Владимир Георгиевич Игнатов, начальник штаба ГО и ЧС Игорь Ремович Креницкий.

Руководство «Аэрозоль Новомосковск» наградило участников команды Почетными грамотами «За активное участие в спортивной жизни общества и высокие результаты в соревнованиях по стрельбе».

Так держать ребята! Желаем вам дальнейших мирных метких побед!



В ТРОЙКЕ ЛИДЕРОВ

ИГОРЬ НЕСМЕЛЬЦЕВ

Председатель спортивной комиссии профкома ОАО «Арнест»

Закончился сезон городских игр по волейболу и баскетболу среди предприятий Невинномыска, который включает кубковое и круговое первенство. С радостью отмечаю, что волейбольная и баскетбольная команды ОАО «Арнест» сделали шаг вперед. Наши баскетболисты уверенно удерживают третье место, а волейболисты твердо вошли в тройку лидеров города.

Только случайности отделяют нас от первой ступеньки пьедестала. В финале кубка сборная по баскетболу встречалась с серьезным соперником - командой Азота, которая систематически занимает призовые места в первенстве города. В тяжелой упорной борьбе в овертайме мы проиграли одно очко. Также одно очко поиграли этой команде и в первенстве города. За преданность спорту хочу поблагодарить Евгения Харужина - это настоящий фанат баскетбола, на нем держится команда.

Волейбольная команда «Арнеста» ставила себе задачу - войти в тройку городских лидеров, и успешно с этим справилась. Впереди нас только «Азот» и Химический колледж. Дух команды волейболистов поддерживали Виктор Величко и Сергей Немыкин.

СПОНСОРСТВО

МАЛЕНЬКАЯ «ПРЕЛЕСТЬ» - БОЛЬШАЯ ДЕТСКАЯ РАДОСТЬ



Компания «Арнест» продолжает поддерживать самых красивых и талантливых детей в различных конкурсах. Практически каждый год компания выступает спонсором детского конкурса красоты в родном городе. В этот раз «Арнест» поддержал конкурс творчества и эрудиции для девочек «Мисс Крейзи Парк», который прошел с 11 по 14 марта в одном из самых популярных семейных развлекательных центров края - Крейзи парке (ТЦ «Космос»).

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

Отборочные туры проводились на базе образовательных учреждений с середины февраля до начала марта. В итоге в финальных состязаниях на звание «Мисс Crazy Park» на суд жюри предстали более 35 очаровательных и смелых девчушек из Ставрополя и края в возрасте от 3 до 13 лет.

Сначала жюри, в которое входили и представители нашей компании, устроило просмотр самым маленьким красавицам от 3 до 6 лет. Чем только детки не пытались покориť строгих судей! Сначала милые нежные создания очень старались изобразить дефиле в шикарных балльных платьях и у некоторых это даже здорово получилось. После этого малышам обязательно нужно было продемонстрировать какой-нибудь талант. Кто-то пел песенку, читал стишки, а некоторые даже показали зажигательные танцы.

Затем свои прекрасные внешние данные, эрудицию и умение держаться на сцене продемонстрировали девочки от 7 до 9 и в заключительный день соревнований юные леди от 10 до 13 лет. Жюри было поражено мастерством и разнообразием творческих номеров участниц. Одна девчушка спела известную песню «Гляжу в озера синие» так, что у всех присутствующих побежали мурашки по коже. Удивительно, что обладательница в буквальном смысле золотого голоса и умения прекрасно петь Юлия Катюнина не учится в музыкальной школе, а занимается с учителем пения в своем лицее. Не меньше поразила своим выступлением участница, которая, несмотря на свой юный возраст, уже является кандидатом в мастера спорта по художественной гимнастике. Очень интерес-

ными были восточный и индийский танец. И хотя девочки очень волновались, своими выступлениями они принесли много удовольствия, как оценивавшим их представителям жюри, так и зрителям мероприятия. И судить юных дарований было очень сложно. Тем не менее, в результате долгих споров, жюри определило победительниц в главных номинациях и отметило самых талантливых конкурсанток дополнительными премиями.

Как всегда одним из самых приятных и волнительных моментов стало награждение, которое было организовано в виде бала, где не только участницы конкурса, но и посетительницы центра блеснули прекрасными балльными нарядами и вечерни-

ми прическами. В ходе награждения все конкурсантки получили долгожданные призы от нашей компании - наборы детской косметики «Моя Прелесть». Некоторые девчушки, не скрывая своего любопытства, заглядывали в пакеты с продукцией и с радостью рассматривали свои подарки. И для тех, кто не стал победителем ни в одной номинации наши призы стали очень хорошим утешением. Ну а тем красавицам, кому посчастливилось стать победителем в номинации «Моя Прелесть», были вручены еще и большие плюшевые мишки от нашей компании, от которых девочки были в восторге.

Вместе с мамами и бабушками за конкурсанток пришли «поболеть» и их друзья и одноклассники, которые дружно размахивали растяжками, транспарантами и выкрикивали лозунги. В завершении бала всем присутствующим детям были розданы разноцветные шарики с логотипом «Моя Прелесть», что сделало Крейзи Парк еще более праздничным.

Конкурс закончился, страсти утихли, но еще два месяца посетители Крейзи Парка будут любоваться красочными баннерами детской серии «Моя Прелесть», которые украшают площадку любимого всеми детьми места и получать листовки нашей продукции.



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

Наши коллеги, родившиеся в апреле

ОАО «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Плотникова Светлана Никитична	ведущий экономист ОТ и З	01.04.
Ушакова Светлана Владимировна	сборщик продукции ЦН	01.04.
Ганноченко Сергей Владимирович	механик ЦБ	02.04.
Бойко Александр Александрович	водитель ЦХ и ГП	02.04.
Мальченко Алла Викторовна	укладчик-упаковщик ЦБ	03.04.
Жарикова Галина Федоровна	сборщик продукции ЦН	03.04.
Афонин Александр Семенович	сменный мастер ЦХ и ГП	03.04.
Петрова Ирина Николаевна	сборщик продукции ЦН	04.04.
Губина Татьяна Борисовна	главный экономист службы президента	04.04. Юбилей
Мошура Татьяна Сергеевна	сборщик продукции ЦН	05.04.
Пикалов Владимир Иванович	слесарь ЦН	05.04.
Ус Владимир Петрович	слесарь -сантехник ОЭ и РО	06.04.
Короткова Евгения Владимировна	инженер по охране труда	06.04.
Крымов Александр Алексеевич	наладчик ЦБ	06.04.
Гордиенко Геннадий Николаевич	наладчик ЦК	06.04.
Рябченко Нина Семеновна	сборщик продукции ЦК	07.04.
Супрунова Ирина Зиновьевна	резчик эластомеров и резины ЦК	07.04.
Горчакова Валентина Федоровна	специалист ЦХ и ГП	07.04. Юбилей
Андреева Ирина Георгиевна	сборщик продукции ЦН	08.04.
Момот Елена Валентиновна	оператор этикетировочного станка ЦН	08.04. Юбилей
Ковалева Елена Гурьяновна	заведующая канцелярией	09.04.
Василегина Наталья Викторовна	ведущий специалист КО	09.04.
Сазанов Вячеслав Яковлевич	наладчик ЦБ	09.04.
Долинин Владимир Иванович	водитель ЦХ и ГП	09.04.
Кривкина Галина Степановна	сборщик продукции ЦК	10.04.
Свидлов Евгений Николаевич	наладчик ЦН	10.04.
Шадзевская Юлия Борисовна	сборщик продукции ЦК	11.04.
Парфенова Клавдия Алексеевна	кладовщик ЦХ и ГП	11.04.
Швецов Сергей Игоревич	руководитель проектов СТП	12.04.
Исупова Любовь Ивановна	сборщик продукции ЦН	12.04.
Федосеев Луиза Егоровна	литейщик пластмасс ЦК	13.04.
Волошенко Ольга Владимировна	инженер-конструктор СТП	14.04.
Трифоновна Мария Юрьевна	сборщик продукции ЦН	14.04.
Петренко Александр Александрович	водитель погрузчика ЦХ и ГП	14.04.
Волошенко Антон Васильевич	инженер-электроник ОЭ и РО	15.04.
Бондаренко Александр Иванович	ведущий инженер по охране труда	15.04.
Цаплева Олеся Григорьевна	сборщик продукции ЦН	15.04.
Шубин Виктор Петрович	грузчик ЦН	15.04.
Диканев Александр Викторович	водитель погрузчика ЦХ и ГП	15.04.
Будылина Лилиана Николаевна	машинист моечной машины ЦБ	16.04.
Слепухов Владимир Григорьевич	грузчик ЦХ и ГП	16.04.
Олейникова Наталья Ирековна	кладовщик ЦХ и ГП	18.04.
Гурьянов Владимир Михайлович	вице-президент	19.04.
Жариков Анатолий Васильевич	слесарь ЦБ	19.04.
Алексеев Алексей Николаевич	сменный инженер-технолог ЦН	19.04.
Загороднев Игорь Евгеньевич	грузчик ЦН	19.04.
Масалова Елена Николаевна	контролер ОМК	20.04.
Овчаренко Елена Александровна	укладчик-упаковщик ЦБ	20.04.
Плескач Елена Анатольевна	ведущий экономист ФО	21.04.
Загорюлько Татьяна Николаевна	колорист ЦБ	21.04.
Пекина Елена Александровна	машинист моечной машины ЦБ	21.04.
Шаталина Наталья Николаевна	сборщик продукции ЦН	21.04.
Магомедов Рамазан Магомедович	слесарь-инструментальщик РО	22.04.
Долженко Татьяна Валерьевна	сборщик продукции ЦН	22.04.
Ковалева Елена Николаевна	инженер-микробиолог ОМК	23.04.
Сергеенкова Наталья Владимировна	машинист моечной машины ЦБ	23.04.
Салех Эльмира Грантовна	ведущий инженер КО	24.04.
Олейник Олег Анатольевич	токарь РО	24.04.
Авильцева Татьяна Васильевна	укладчик-упаковщик ЦБ	24.04.
Попов Сергей Анатольевич	директор по контрактному производству	25.04.
Тигина Наталья Александровна	сборщик продукции ЦК	26.04.
Поповкина Елена Юрьевна	директор по производству и развитию	27.04.
Плис Максим Александрович	наладчик ЦБ	28.04.
Герасченко Анна Станиславовна	сборщик продукции ЦН	28.04.

Артюшенко Василий Николаевич	тракторист ЦХ и ГП	28.04.
Цуканова Фатима Шихьян-Кызы	делопроизводитель канцелярии	30.04.
Супрунова Екатерина Игоревна	кладовщик ОЭ и РО	30.04.
Вальдшмидт Светлана Александровна	укладчик-упаковщик ЦБ	30.04.

ООО «Аэрозоль Новомосковск»

ФИО	Должность	Дата рождения
Рязанцева Людмила Борисовна	контролер качества продукции ОМК	01.04.
Могучева Инна Владимировна	ведущий инженер ПДО	03.04.
Васин Владимир Владимирович	слесарь-ремонтник РМЦ	03.04.
Балакина Юлия Николаевна	экономист ФЭО	04.04.
Мельникова Ольга Александровна	инженер-технолог ЦПАП	06.04.
Коженикова Екатерина Анатольевна	сборщик продукции ЦПАП	07.04.
Краснолобова Елена Юрьевна	диспетчер ЦХ и ГП	07.04.
Беленко Лариса Владимировна	аппаратчик ЦПАП	08.04.
Егоров Андрей Владимирович	водитель автомобиля ЦХ и ГП	08.04.
Сигалаева Лариса Игоревна	комплектующий туб ЦПТ	09.04. юбилей
Стец Елена Борисовна	аппаратчик ЦПАП	10.04.
Никулин Сергей Алексеевич	наладчик оборудования ЦПТ	10.04.
Синицына Анна Владимировна	контрольный мастер ОМК	11.04.
Иванов Валентин Андреевич	мастер ЦПАП	13.04. юбилей
Косарева Юлия Вячеславовна	ведущий специалист ОМК	14.04.
Михеева Наталья Дмитриевна	литейщик пластмасс ЦПТ	15.04.
Власов Виктор Николаевич	наладчик машин ЦПТ	15.04. юбилей
Грачев Сергей Алексеевич	мастер ЦПАП	16.04.
Беляев Виктор Петрович	главный энергетик	16.04. юбилей
Мехтиев Эдуард Максимович	слесарь-сантехник ЦТЭС	16.04.
Маар Елена Анатольевна	сборщик продукции ЦПАП	17.04.
Крюченкова Валентина Ивановна	комплектующий туб ЦПТ	18.04. юбилей
Янков Владимир Анатольевич	ведущий специалист РИЦ	20.04.
Ламзина Наталья Петровна	сборщик продукции ЦПАП	20.04.
Марков Александр Анатольевич	слесарь-сантехник ЦТЭС	21.04.
Фокина Валентина Дмитриевна	лаборант ОМК	25.04.
Никитина Вера Анатольевна	комплектующий туб ЦПТ	25.04.
Забрук Николай Михайлович	заместитель главного инженера	25.04.
Власова Вера Юрьевна	мастер по ремонту прессформ РИЦ	26.04.
Гиренок Жанна Юрьевна	штамповщик ЦПТ	26.04.
Горобец Антон Павлович	наладчик ЦПТ	28.04.
Домов Алексей Валентинович	электромеханик РИЦ	29.04.
Салова Елена Анатольевна	сборщик продукции ЦПАП	29.04.
Харина Галина Николаевна	диспетчер ПДО	30.04.

ОАО «Компания «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Токмачева Ирина Олеговна	ассистент отдела маркетинга	01.04.
Никифоров Артем Николаевич	специалист ОКП	02.04.
Родина Инна Викторовна	специалист по оформлению документов ОП	03.04.
Гожев Руслан Александрович	начальник ОП	03.04.
Демонина Валентина Павловна	специалист сектора отгрузки СС	05.04.
Кузнецова Мария Анатольевна	логист ОП	09.04.
Ляпин Алексей Александрович	руководитель дивизиона "Восток" ОП	10.04.
Тончица Татьяна Георгиевна	бухгалтер	16.04.
Порсюрлова Наталья Леонидовна	трейд-маркетолог ОП	23.04.
Пашенко Игорь Ильич	специалист сектора отгрузки СС	24.04.
Колодченко Светлана Ивановна	заместитель начальника ЮД	24.04.
Каркошкина Виктория Александровна	бухгалтер	25.04.
Богусев Павел Сергеевич	специалист по логистике СС	28.04.
Ермолова Елена Игоревна	начальник ФО	29.04.
Алексеева Анна Андреевна	экономист ФО	30.04.

Представительство в Москве

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Педоренко Людмила Васильевна	Региональный менеджер	19.04.
Гаврилова Елена Игоревна	Бухгалтер	19.04.
Леонтьев Павел Петрович	Водитель-экспедитор	29.04.

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
25.03.2009 г.
Отпечатано в ООО «Эль-Квест Принт»
г. Москва, Малая Семеновская, 3.

Номер подписан в печать 25.03.2009 г.
Тираж 999 экз. Заказ №
Распространяется бесплатно
только среди сотрудников ГК «Арнест»