

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

Технический взлет

Как идет внедрение нового оборудования в ОАО «Арнест»?

Стр. 2

IT-технологии против бюрократии

Компания «Арнест» в электронном документообороте опередила страну.

Стр. 3

Чистота дороже денег

Что пишут популярные СМИ о нашей компании.

Стр. 4-5

Долгожданный час победы

Санпост ООО «Аэрозоль Новомосковск» стал победителем областных соревнований.

Стр. 6

Туба – дело тонкое

Насколько сложнее процесс изготовления тубы, чем алюминиевого баллона?

Стр. 6

Парад доброты

Коллективы группы компаний «Арнест» вновь показали свою доброту.

Стр. 7

НАШИ ЛЮДИ!

ТАЛАНТ ПРОДАВАТЬ ВЫГОДУ

ЕЛЕНА УСТИНОВА

Региональный менеджер дивизиона «Золотое кольцо» ОАО «Компания «Арнест» **Александр Дрожников** достиг наилучшего результата в отделе продаж: во вверенном ему регионе объем продаж в 2009 году по отношению к соответствующему периоду прошлого года увеличился практически в 2,4 раза! Именно за это Александр и получил заслуженный приз от генерального директора ОАО «Компания «Арнест» **Елены Сагал** и директора по продажам **Олега Синякина**.

За два с половиной года, которые Александр работает в компании, регион его ответственности менялся: был период, когда в него входили 10 областей, сейчас Александр курирует Тульскую, Калужскую

и Орловскую области.

До прихода в компанию «Арнест» Александр работал в крупной компании «Балтика» торговым представителем, однако увидел в нашей организации большие перспективы развития. Он не боялся увеличения зоны ответственности, так это давало возможность проявить себя в компании, в которой на тот момент происходило становление современной структуры продаж.

- Приходилось начинать с основ – я был первым сотрудником в данном регионе непосредственно на месте, - говорит Александр. - Я ставил перед собой простую цель – делать свою работу хорошо – так, чтобы не было стыдно за результат. Моя работа приносит мне удовольствие и возможность попробовать новые пути к раз-

витию продаж. А достигнутый результат – это результат целой команды людей – торговых представителей, менеджеров-координаторов, сотрудников дистрибуторов, сотрудников нашей компании. Моя задача на данном этапе – это, прежде всего, создание и обучение команды продаж региона. Мы стараемся принимать на работу лучших сотрудников, обучаем их, помогаем им развиваться. В работе всегда ставлю себе цель и иду к ней, несмотря на трудности на пути. Стараюсь общаться с людьми позитивно и находить такие решения, которые устраивают все стороны.

Что умеет делать талантливый продавец, а в нашем случае региональный менеджер? Не просто убедительно презентовать характеристики и пре-

имущества продукции, а продать дистрибутору выгоду, ощущение уверенности в том, что с помощью нашего товара он может заработать и осуществить свои коммерческие планы. Талантливый менеджер по продажам умеет также устанавливать доверительные долгосрочные отношения с заказчиком. И, что очень важно – создать сплоченную подготовленную команду, нацеленную на общую задачу.

Именно эти качества помогают Александру достигать намеченного.

Как и любая коммерческая организация, компания «Арнест» ставит целью увеличение объема продаж, а, значит, ей просто необходима команда талантливых менеджеров по продажам – таких как Александр Дрожников.

СОБЫТИЯ И ФАКТЫ

Цех баллонов ОАО «Арнест» установил очередной рекорд, выпустив в августе 11 297 000 баллонов, перевыполнив план на 40%.

ООО «Аэрозоль Новомосковск» выпустил первую миллионную упаковку красок для волос для транснациональной компании Schwarzkopf & Henkel.

В ОАО «Арнест» впервые размещено производство освежителей «Альпика» для торговых сетей «Магнит». До этого «Арнест» производил для «Магнита» лак и мусс для волос «Delight».

ООО «Аэрозоль Новомосковск» ведет подготовительные работы по размещению линии расфасовки сухого отбеливателя «Няня» с суточной производительностью 37000 упаковок. Пуск линии планируется на первую половину октября 2009г.

ОАО «Компания «Арнест» готовит к выпуску шампунь «Прелесть Био» в новом дизайне и упаковке. Обновленные продукты встанут на полки магазинов в ноябре 2009 г.

В ООО «Аэрозоль Новомосковск» идут пусконаладочные испытания сашетной машины Piltz, предназначенной для производства упаковок бальзама и проявляющей эмульсии.

НОВОСТИ ОТРАСЛИ

● Агентство DISCOVERY Research Group провело исследование российского рынка парфюмерии и косметики. Ожидается, что к 2010 году средние темпы роста данного сегмента рынка составят 9,8%. При этом уровень потребления постепенно будет приближаться к европейским показателям, и в ближайшие десять лет россияне будут увеличивать долю парфюмерно-косметических средств в потребительской корзине. В результате этого, по прогнозам, уровень расходов на парфюмерно-косметические средства в 2014 году приблизится к \$100 на человека в год.

● По данным маркетингового агентства Discovery Research Group, объем рынка бытовой химии России в 2008 году составил \$6,5 млрд, по сравнению с 2007-м он вырос на 12,5%. Около 80 - 90% рынка приходится на стандартные среднеценовые средства – стиральные порошки средней и низкой ценовой категории, универсальные пятновыводители и отбеливатели.

● Почему большинство книголюбителей отказываются от возможности почитать электронную книгу? А все потому, что она не пахнет как настоящая бумажная книга, считают изобретатели Smell of Books™. Эта новинка представляет собой спрей с запахом книги. Производитель предлагает несколько вариантов: Традиционный запах, Запах очень старой книги, Запах новой книги. А специально для романтических женщин – Запах «книг Джейн Остин», которые, как уверяют производители, пахнут фиалками, лешадми и чем-то еще очень романтичным.



ТЕХНИЧЕСКИЙ ВЗЛЕТ

Выпуск продукции для всемирно известных компаний предполагает использование высокотехнологического оборудования. Поэтому в ОАО «Арнест» постоянно ведутся работы по обновлению технического парка. О технической политике предприятия рассказывает начальник энергомеханического производства Николай Яковлевич Гуца.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Николай Яковлевич, как реализуется программа обновления производственных фондов?

- В ОАО «Арнест» проводится грамотная техническая политика, поддерживаемая Советом директоров, который ежегодно утверждает план мероприятий по автоматизации и механизации производства. В последние годы совершен прорыв в техническом перевооружении завода, выполнен значительный объем работ по внедрению новой техники и улучшению условий труда. Это позволило предприятию выйти на новый уровень производства косметической продукции.

Масштабная программа этого года предусматривает вложить около 70 миллионов рублей в техническое перевооружение предприятия. В частности, планом технического развития предусмотрено создать специализированную линию для производства серии продуктов «Няня», внедрить автомат установки шарика и ориентирования флаконов на линии производства продукции в полимерной упаковке №2, автоматизировать процесс завинчивания пробки на продукцию «Syoss», закупить, а где возможно - и изготовить упаковочное оборудование для линии Flaxu Pac №1. Остается актуальной задача поиска приемлемого по цене оборудования для автоматизированной упаковки клапанов с трубкой в короб и замена нескольких машин сборки активатора одной, но более производительной. На стадии проектных решений находится работа по изготовлению нового спрей-колпака.

Необходимо в кратчайшие сроки внедрить схему по приему, хранению и подаче поверхностно-активных веществ с использованием насосного оборудования в

реакторы производства продукции в полимерной упаковке.

- Что делается, чтобы предприятие оставалось конкурентоспособным?

- Заказчики - а это и компания «Арнест», и транснациональные компании - предъявляют высокие требования к качеству продукции в соответствии с международными нормами. Учитывая это, мы внедряем передовые технологии, каждый год на заводе выпускаются десятки новых продуктов, создаются новые рецептуры, многие из которых являются инновационными. Для обеспечения выпуска таких продуктов требуется высокотехнологичный парк оборудования.

Мы уделяем особое внимание модернизации оборудования на линии наполнения продукции в полимерной упаковке. Так, на линии полимерной упаковки Jefitt №1 установлены ориентатор крышек на флаконы «Syoss» и завинчиватели крышек фирмы Finse. Сейчас процесс укупорки крышек на флаконы «Syoss» происходит в автоматическом режиме. Под новые продукты в полимерной упаковке вся оснастка разрабатывается и изготавливается в энергомеханическом производстве.

Параллельно проведены работы по модернизации линии полимерной упаковки №5: установлен трехроликовый узел для наклейки этикеток на цилиндрические флаконы, модернизирован узел укупорки колпачков. Все работы по внедрению новой оснастки и автоматизации на участке наполнения проходят через золотые руки старшего наладчика **Николая Семеновича Свидлова**.

На линии полимерной упаковки № 2 изготовлен и запущен в эксплуатацию автомат с монтажом схемы управления для ориентирования флаконов и установки шарика на роликовые антиперсперанты-дезодоранты Фа. Под изготовленное оборудование



Инженер-конструктор Ольга Владимировна Волощенко и начальник сектора Сергей Семенович Соболевский

на линии удлинен транспортер, перемонтированы коммуникации кабельных проводов. Экономия от внедрения этого проекта составит 614 000 рублей в год.

Следующее направление, над которым вплотную работает наша служба - модернизация оборудования для производства аэрозольной продукции. Так, в цехе баллонов выполнен монтаж двух упаковочных машин с адаптацией в линии «Сливер», что позволило на 20% увеличить производительность линий. Но в процессе эксплуатации выявились недостатки схем управления самих упаковочных машин. Специалисты отделения энергообеспечения и ремонта оборудования разработали надежную схему управления, которая обеспечит стабильную эксплуатацию оборудования и экономия упаковочной ленты. Необходимо продолжить работу по модернизации упаковочных машин на линиях «Сливер» с установкой баллонов в горизонтальной плоскости. Цель - завершить монтаж схемы контроля отсутствия баллона в матрице на прессах линий баллонов №4,5.

В цехе баллонов приступили к созданию локальных установок по смазке ронделей на линиях № 4,5 с использованием комплектующих

из существующего оборудования.

Сдана в эксплуатацию автономная установка наклейки стикеров на ориентированный аэрозольный баллон с видеосистемой, которая позволяет наклеить стикер в любую точку цилиндрической поверхности баллона. Отлично с этой новой задачей справились специалисты отделения энергообеспечения и ремонта оборудования **Михаил Петрович Сердюков и Олег Геннадьевич Гугуев** и специалисты ремонтного отделения, возглавляемые ведущим инженером по нестандартному оборудованию **Русланом Джагафаровичем Гайнулиным**.

В мае запущена машина надевания прокладки на корпус клапана фирмы Lindal, которая заменила шесть предыдущих аналогичных автоматов. Экономия составляет 966 000 рублей в год при односменной работе. Уверенно с задачей пуска и наладки поступившего оборудования справился заместитель начальника цеха клапанов **Дмитрий Сергеевич Дементьев**.

- Над чем сейчас работают специалисты технических служб?

- В инвестиционном портфеле 2009 года запланировано финансирование проектов, которые позволят выпускать более сложные продукты для наших заказчиков. Так, для компании Unilever планируется выпуск дезодоранта в баллоне особой конструкции. В связи с этим возникла необходимость срочно модернизировать машину надевания колпаков на линии наполнения аэрозольных баллонов Flaxu Pac №2. Сотрудники сектора технического перевооружения - начальник сектора **Сергей Семенович Соболевский** и инженер-конструктор **Ольга Владимировна Волощенко** разработали схему оснастки, а специалисты ремонтного отделения самостоятельно ее изготовили. Оснастка прошла аудит специалистов Unilever при изготовлении пилотной партии продукта. Внедрение проектов, связанных с выпуском продукции для компании Unilever, коснется и автоматизации в сфере промышленной безопасности. Многие задачи в сфере промышленной безопасности необходимо выполнить в кратчайшие сроки и представить на аудит заказчикам.

В этом году компания «Арнест» увеличила заказ продукции «Няня», для которой используется флакон, сложный в плане автоматического наполнения, укупорки и этикетирования. В связи с этим генеральный директор Евгений Иванович Караулов поставил задачу - создать специализированную линию полимерной упаковки № 6. Уже закуплена и введена в эксплуатацию машина фасовки, машина этикетирования с опцией подачи воздуха во флакон для обеспечения его жесткости при нанесении этикетки. Поставщикам этикетировочного и укупорочного оборудования направлены исходные данные на машину укупорки для продукции «Няня».

Намечены существенные преобразования в технологических схемах приготовления активного вещества в цехе наполнения: проработаны проектные решения, закуплено оборудование и уже идет монтаж оборудования по приему, хранению и подаче поверхностно-активных веществ с использованием насосного оборудования в реакторы при приготовлении активного вещества. Реализация этого проекта значительно сократит ручной труд аппаратчиков реакторного отделения, грузчиков цеха хранения и в какой-то степени уменьшит проблему нехватки площадей для приема и хранения сырья.

Продолжается расширение использования форматов упаковок на упаковочных машинах Sermetx в упаковку «wrap around» (оборачивание) на линиях наполнения №№ 2,6,7 с опцией наклейки транспортной этикетки на короб в автоматическом режиме. При активном участии начальника цеха **Сергея Игоревича Швецова** ведется работа по поиску упаковочного и емкостного оборудования на площадках Европы.

Так что основной задачей механизации и автоматизации производства - увеличением производительности труда, снижением доли субъективных факторов, влияющих на качество продукции, снижением затрат на неэффективный ручной труд - технические службы завода занимаются постоянно в соответствии с программой и теми задачами, которые ставит производство и заказчики.



Заместитель начальника цеха клапанов Дмитрий Сергеевич Дементьев

IT-ТЕХНОЛОГИИ ПРОТИВ БЮРОКРАТИИ

В рамках Федеральной целевой программы «Электронная Россия» в России в 2010 году между министерствами и ведомствами будет внедрен электронный документооборот, который обеспечит информационное взаимодействие госорганов и граждан. Через единый портал можно будет получить официальный бланк, консультацию и такие госуслуги, как постановка на учет недвижимости, лицензирование, предоставление соцпомощи. ОАО «Компания «Арнест» оказалась более прозорливой в этом вопросе и первой в Ставропольском крае внедрила электронный документооборот. Тысячи позиций продукции отгружает компания в регионы России и Зарубежье. Сложность спецификаций продукции, необходимость оперативной отгрузки - все это ставит вопрос о повышении эффективности работы организации и сокращения затрат. Как в этом помогают информационные технологии – рассказывает директор по процессному управлению и информационным технологиям компании «Арнест» Сергей Бычков.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Сергей, расскажите об информационной политике компании «Арнест». Как она связана с технологией управления, бизнес-процессами?

- Сегодня IT-решения необходимы для обеспечения эффективного управления всеми ресурсами компании: активами, финансовыми потоками, производственными процессами. Их смело можно отнести к числу управленческих технологий. Служба информационных технологий в компании достаточно молода – можно сказать, что формирование началось с января 2009 года, с моим приходом на должность директора этого направления. До этого в компании работал системный администратор **Андрей Хорошилов**, который отвечал за обслуживание оргтехники и серверного оборудования. Сегодня служба имеет полноценную структуру: два системных администратора в Невинномысске, один администратор в московском представительстве и два программиста «1С», на которых возложены серьезные задачи.

У всех современных предприятий на пути развития появляются различного рода проблемы. Это и затраты времени на управление сотрудниками, на объяснения того, что и когда требуется выполнить, контроль выполнения поставленных задач, и медленное согласование документов. Недостаточно оперативно взаимодействие между сотрудниками, особенно между территориально отдаленными подразделениями. Из-за большой текучки порой не удается сосредоточиться на приоритетных задачах. Вот здесь и появляется необходимость внедрения информационных систем, задача которых - решать все эти проблемы.

- И какие же из них были внедрены в этот период?

- В части развития информационных технологий произошел явный прогресс. По инициативе директора по персоналу **Владислава Громченко** запущена в эксплуатацию информационная система «Центр управления предприятием» - ЦУП, которая состоит из взаимосвязанных модулей. Каждый из них решает свой круг задач:

- оптимизация и ускорение до-

кументооборота. Как правило, очень много времени уходит на бумажный документооборот. Задача оптимизации - освободить это время и направить его на решение более важных задач;

- автоматизация работы с клиентами, повышение ее качества. Ориентация на клиента - основа стратегии для торговой компании;

ответственно, произошло перераспределение функций. Сейчас я разрабатываю соответствующие регламенты, которые сотрудники компании смогут использовать в своей работе.

- Какие цели преследует внедрение новых программ?

- Введение модуля «ЦУП-Документооборот» автоматизировало движение документов и дало нам несколько плюсов. Мы



Директор по процессному управлению и информационным технологиям Сергей Бычков и системный администратор Александр Палаткин

- интеграция всех сотрудников, географически отдаленных подразделений и филиалов в единую информационную базу. Быстрый и качественный обмен информацией внутри организации делает ее более мобильной и конкурентоспособной. Эффективность сотрудников и их групповой работы возрастает и, соответственно, приносит дополнительную прибыль;
- управление проектами, назначение задач, контроль их выполнения. Решение позволяет планомерно и прогнозируемо достигать целей. Ведь любая цель достижима, если четко спланировать все шаги для ее достижения, распределить работу по сотрудникам и четко контролировать реализацию этих шагов.

На сегодняшний день к системе ЦУП подключены все сотрудники компании. Адаптирована часть бизнес-процессов, в частности, заключение договоров, реализованы маршруты, прописан полноценный регламент. Связано это с тем, что в компании произошли большие структурные изменения и, соот-

избавились от ненужной бюрократии и сократили время прохождения документа от автора до человека, его утверждающего. Если раньше бумажный оригинал этого документа переносился из кабинета в кабинет, и согласование шло последовательно, то сегодня документ согласовывается параллельно у нескольких специалистов. Отправить договор, приказ, письмо можно одним «кликом». После чего система сама в соответствии с заданным маршрутом пересылает документ сотрудникам для согласований или резолюций. Специалисты, внося замечания, видят в компьютерной ремарке, сделанные их коллегами. Это исключает повторы и позволяет своевременно решить некоторые спорные моменты. Система «ЦУП-Документооборот» позволила оптимизировать и бизнес-процессы. До этого многие руководители согласовывали документы, которые не входили в круг подведомственных им вопросов. Скорее это были недоработки делопроизводственной сферы. При этом все говорили: «А у нас так принято!». В конечном итоге



Программисты «1С» Олег Середа и Сергей Лунев

мы исключили ненужные звенья, дублирование функций, которые, во-первых, отвлекали от основной работы и, во-вторых, были ненужной тратой времени.

Введен у нас модуль новостей: все работники, в том числе и удаленные, видят новости компании.

Помимо этого сделан корпоративный форум, где люди общаются по рабочим вопросам, могут сделать предложения по улучшению работы ЦУП и другим вопросам.

Также существует модуль «ЦУП-база знаний», содержащий нормативные, методические и организационно-распределительные документы, которые действуют в компании. Там же расположены презентации продукции, сертификаты, которыми сотрудники могут воспользоваться в любой момент.

- Что планируется внедрить в ближайшее время?

- Постоянное улучшение процессов работы с клиентами является одной из важных задач коммерческой организации. Поэтому мы планируем внедрить модуль «ЦУП – CRM» (управление взаимоотношениями с клиентами), который позволит нам видеть картину, происходящую в деятельности дистрибуторов. Мы ускорим процессы работы с клиентами и повысим ее качество, соберем и структурируем хранение в одном месте всей значимой информации о клиентах. Менеджеру это позволяет быстро входить в курс дела перед общением с клиентом, а руководителю – контролировать состояние дел клиента и работу менеджера.

На следующий год введем в ЦУП модуль «Корпоративный портал». Портал позволит эффективно управлять и обеспечивать максимальный эффект от совместного использования информации не только сотрудниками компании, но и клиентами, где бы географически они не находились. Сегодня портал существует как отдельный программный продукт и нам предстоит решить задачу его интеграции в систему ЦУП.

Весь учет организации сегодня ведется в системе «1С - Управление производственным предприятием». Помимо этого существует модуль СВД - система взаимодействия с дистрибуторами. Это система, представляющая собой надстройку над системой «1С», позволяет нам получать и передавать необходимую информацию дистрибуторам, такую, как остатки на складах,

ассортимент, прайс-листы, продажи дистрибуторов, их заказы на продукцию и другую информацию, необходимую для качественного планирования деятельности и прогнозирования продаж на среднесрочный и долгосрочный период. Работа программистов по совершенствованию этой программы позволит в будущем уменьшить трудозатраты при разработке новых документов и отчетов, проведении обновлений, связанных с выпуском новых версий «1С» фирмой-разработчиком, при изменении законодательства страны. Помимо названных причин увеличилось количество сотрудников в московском офисе, и встала проблема создания так называемой распределенной базы данных «1С», чтобы сотрудники и в Москве, и работающие «в полях» могли работать в системе, не ощущая физического расстояния.

В связи с изменением торговой политики меняются и требования к системе СВД, поэтому перерабатываем ряд отчетов, которые сегодня морально устарели и не позволяют получить необходимую информацию в полном объеме.

- Какой набор программных продуктов должна иметь современная успешная торговая компания, чтобы считать себя таковой?

- Компания «Арнест», безусловно, таковой является, и набор программных продуктов соответствует нашим амбициозным задачам. Задача нашей службы - помочь всем отделам компании достигнуть поставленных стратегических целей. Мы анализируем необходимые потребности всех подразделений компании и в этих рамках развиваем информационные системы.

- Лично для себя какие цели вы ставите на ближайший год?

- У меня два направления деятельности: процессное управление и информационные технологии, поэтому и целей несколько. В процессном управлении сейчас закончена работа над бизнес-процессами отдела продаж, до конца года мы доведем до конца бизнес-процессы и других основных подразделений: отдела логистики и отдела маркетинга. В области информационных технологий планируем сделать распределенную базу данных в «1С», запустить в работу модуль «CRM», подготовить систему СВД в соответствии с концепцией развития, чтобы достичь новых вершин в продажах.

Рубрику ведет Виолетта Юрьева

ЧИСТОТА ДОРОЖЕ

По материалам журнала «Новости торговли», №8-9 (август-сентябрь 2009)

«Новости торговли» - всероссийский информационный журнал для профессионалов в области розничной торговли

Российский рынок синтетических моющих средств (СМС) стабилен, но и этот сегмент, конечно же, затронуло ухудшение экономической ситуации, хотя и в меньшей степени, чем другие на рынке FMCG. «Несмотря на сложную экономическую ситуацию и, в связи с этим, изменение баланса экспорта и импорта, индустрия чистящих и моющих средств претерпела наименьшие изменения по сравнению с другими отраслями потребительского сектора, – считает руководитель подразделения по исследованию и разработке продукции компании «Хенкель Россия» Сергей Большаков. – Потребители не перестали стирать белье, мыть посуду и поддерживать чистоту в помещении.

Изменения не носят кардинального характера, и товары, пользовавшиеся спросом в прошлом году, востребованы и сейчас. Можно ожидать, что по итогам года как физические объемы производства, так и рыночные доли основных игроков претерпят незначительные изменения».

Данные компании Symbol-Marketing подтверждают, что кризисные настроения 2008 года не значительно повлияли на производство синтетических моющих средств. «По итогам 2008 года объемы производства синтетических моющих средств – средства моющие, моющие синтетические в мелкой расфасовке, средства

По мнению экспертов, российский рынок синтетических моющих средств не значительно пострадал от кризиса: объемы рынка практически не уменьшились, тренды те же, что и в 2008 году.

для отбеливания, подсинивания и подкрамаливания изделий из тканей, средства чистящие – увеличились на 5,5%, достигнув отметки в 2,1 млн т. По состоянию на первое полугодие 2009 года, объемы производства составили 1,14 млн т, что на 0,5% или 6 249 т меньше аналогичных показателей 2008 года», – рассказывает руководитель маркетинговых проектов Symbol-Marketing Ирина Матасова. «По нашим оценкам, объем рынка

В 2009 ГОДУ НАБЛЮДАЕТСЯ СНИЖЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА РЫНКА СМС. СОГЛАСНО ПРОГНОЗНОЙ ОЦЕНКЕ, РОСТ В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ СОСТАВИТ 7%, ЕМКОСТЬ РЫНКА – 56,7 МЛРД РУБ.

составляет около 650 тыс. т и порядка 900 млн евро, или около 40 млрд руб., – говорит директор по маркетингу направления «Чистящие и моющие средства» компании «Хенкель Россия» Терезия Штрайтер. – Если в 2008 году отмечался достаточно активный рост рынка – 6-8%, то в 2009-м мы наблюдаем снижение темпов роста. В 2009 году кризис больше всего сказался на премиальном сегменте. Однако мы ожидаем, что динамика рынка восстановится достаточно быстро, так как общий объем рынка

и потребление на душу населения пока относительно невысоки в России». «Объем российского рынка средств для стирки в 2008 году составил 52,7 млрд руб., что на 8% больше по отношению к 2007 году. В 2009 году планируется рост рынка средств для стирки в стоимостном выражении на 7%, емкость рынка составит 56,7 млрд руб. По прогнозам Euromonitor, рост емкости всех продуктовых сегментов средств для стирки покажет положительную динамику до 2011 года», – делится информацией ведущий бренд-менеджер товаров бытовой химии компании «Арнест» Мария Яркина. Ведущий менеджер отдела маркетинга группа СМС и БХ компании «Невская косметика» Татьяна Крымова отмечает, что в 2008 году и в первой половине 2009 года все сегменты рынка СМС показали динамичный рост, кроме сегмента жидких средств для стирки.

«Этот сегмент в России традиционно не очень развит, хотя и имеет определенный потенциал, – поясняет эксперт. – По разным оценкам, в 2008 году объем рынка СМС в натуральном выражении составил от 790 до 900 тыс. т».

Отказа не будет

Причин такого достаточно стабильного положения дел на рынке, по мнению экспертов, две: во-первых, у рынка очень большая перспектива роста, во-вторых, потребители готовы экономичнее использовать СМС, но ни в коем случае не отказываться от них. «Наше подразделение специализируется на товарах повседневного использования – стиральные порошки и чистящие средства нужны людям всегда. Таким образом, мы ожидаем, что влияние кризиса на наш рынок будет не настолько серьезным, – говорит Терезия Штрайтер. – Кроме того, российский рынок все еще обладает огромным потенциалом, особенно в отдельных специализированных сегментах: средства для стирки цветных вещей, для чувствительной кожи, жидкие средства для стирки, специальные средства для деликатных тканей, таких как шелк и шерсть». «Объем рынка в натуральном выражении продолжит рост, – уверена Татьяна Крымова. – Хотя, вероятно, и не такой динамичный, как в докризисный период». Возможно, такая стабильность обусловлена тем, что основой рынка (51,8% в натуральном выражении, по информации Nielsen) являются стиральные порошки. И несмотря на то что, согласно данным Nielsen, с марта по июнь 2009, по сравнению с аналогичным периодом годом ранее, продажи категории сократились на 7% в натуральном выражении, 75-80% россиян продолжают покупать те же марки стиральных порошков, что и до кризиса (данные последней волны исследования «Russians through crisis», проведенного в мае этого года). «В то же время, за два последних периода иссле-

дования мы видим рост более дешевых марок стиральных порошков – вероятно кризис заставил определенную часть покупателей пересмотреть свои привычки потребления в этой категории», – отмечает маркетолог-аналитик компании «Nielsen Россия» Евгения Ковалева. «Стиральный порошок принадлежит к категории

Качество как знак отличия

Эксперты рынка отмечают, что несмотря на общую тенденцию перехода потребителей на более дешевую продукцию, они по-прежнему готовы платить за качественный продукт. «Потребители начинают переключаться с

Доля категорий в объемном выражении ко всему сегменту хозяйственных средств (в %, на географии городской России, в городах с населением свыше 10 тыс. человек)

Категории	январь-июнь 2009
освежители воздуха	8,6
средства для мытья посуды	10,8
стиральный порошок	51,8
средства для чистки ковров	0,3
средства для чистки труб	1,1
порошок для посудомоечной машины	0,5
смягчители воды	1,0
отбеливатели/кондиционеры для белья	15,2
чистящие средства для туалета	1,2
чистящие средства для дома	8,2
чистящие средства для окон	1,3

Источник: «Nielsen Россия»

товаров первой необходимости. Продажи его вряд ли значительно упадут, а мощности компаний-лидеров вполне достаточно для того, чтобы продолжить выпуск новинок. Возможен больший, чем в докризисное время, интерес к экономичным упаковкам большого формата», – считает руководитель проектов маркетинга и стратегического планирования агентства Soldis Илья Плакшина. Об упаковке как способе экономии рассуждает и Евгения Ковалева. «Еще прошлой осенью при принятии потребителем решения

75-80% РОССИЯН ПРОДОЛЖАЮТ ПОКУПАТЬ ТЕ ЖЕ МАРКИ СТИРАЛЬНЫХ ПОРОШКОВ, ЧТО И ДО КРИЗИСА.

о покупке товаров по уходу за домом мы отмечали увеличение продаж больших упаковок.

Это было обусловлено, прежде всего, ростом значимости формата современной торговли для этой категории. У потребителя и тогда была своя стратегия в экономии бюджета: «чем больше упаковка, тем меньше я плачу», – говорит эксперт. – Но спустя всего полгода в ряде категорий стала заметна другая тактика – снижение цены среднего чека и частоты похода в магазин. Цена чека может быть снижена или за счет сокращения ассортимента, или за счет сокращения объемов. Как показали наши исследования, россияне с трудом отказывают себе в привычках, приобретенных в благополучные докризисные годы. Потребители чаще говорили о переключении на покупку товара той же марки, но меньшего объема». «В условиях сокращения доходов потребители переключаются на более дешевую продукцию, отдавая предпочтение отечественным производителям или снижают потребление, приобретая меньшие форматы», – утверждает Мария Яркина.

более дорогих ценовых сегментов на более дешевые, что влечет за собой рост среднего и value-for-money – «качество по доступной цене» – сегментов», – говорит Терезия Штрайтер. «Можно отметить переориентацию потребителя на более дешевую продукцию для стирки», – утверждает Татьяна Крымова. «Влияние кризиса негативно отразилось на потреблении товаров бытовой химии в целом. Однако спрос на продукцию среднего ценового сегмента остался практически неизменным, – рассказывает Мария Яркина. – Более всего пострадал высокий ценовой сегмент». Однако Терезия Штрайтер считает, что спад в верхнеценовом сегменте незначителен. «Верхний ценовой сегмент занимает по-прежнему большую долю рынка – порядка 30% в денежном выражении», – отмечает эксперт.

И дело здесь в том, что потребитель предпочитает качественный продукт, несмотря ни на какие экономические потрясения. «Российские потребители очень серьезно подходят к качеству продукта и понимают, что за качество нужно платить. Таким образом, хотя ценовая политика и продвижение приобретают повышенное значение во время кризиса, наиболее важными остаются репутация бренда и его способность отвечать нуждам потребителя, то есть его эффективность», – уверена Терезия Штрайтер. Производители используют все новые способы, чтобы убедить потребителя в качестве и эффективности своего продукта. «Заметной тенденцией на рынке в 2009 году стало более частое использование компаниями сторонних экспертных организаций для подтверждения тех или иных потребительских свойств своей продукции, – говорит Сергей Большаков. – Все большее количество продуктов на полках содержит знаки отличия, медали и прочие подтверждения качества.



ДЕНЕГ

То же самое относится и к телевизионной рекламе – практически в каждом ролике идет ссылка на исследования сторонними организациями».

Для особо чувствительных

Несмотря на сложные времена, на рынке СМС продолжает развиваться тренд экологичной, гипоаллергенной, детской продукции. «Это определенно динамично развивающийся и перспективный сегмент», – считает Татьяна Крымова.

«Продукция всех зарекомендовавших себя на рынке компаний тестируется на отсутствие аллергенных веществ: ответственная компания не может вывести на рынок продукт, от которого у потребителей воз-

можно использовать натуральных растительных ингредиентов в рецептурах: миндальное молочко, алое вера, хлопковое молочко, масло авокадо. На российском рынке в последние два-три года отмечается значительный рост предложений в этом сегменте. «В Европе тренд экологичности продукции представлен у значительно большего числа производителей, чем в России. Однако наличие в составе натуральных ингредиентов – экстрактов растений, трав, растительных комплексов, био-разлагаемых компонентов – приветствуется и отечественными потребителями», – резюмирует эксперт. Илья Плакхинос считает, что чрезмерное стремление к натуральности и экологичности может привести к разрушению бренда. «Мода на натуральность и экологичность продукции может вскоре привести к буму на неароматизированные и неокрашенные СМС, а также СМС, содержащие только натуральные активные вещества. Вместе с тем недопустимо, с точки зрения брендинга, создание зонтичных брендов, объединяющих СМС и косметические средства. Представление об СМС как о продукте, содержащем химически активные вещества, разрушит косметический бренд. При этом представление о косметике как о способе «нежного» воздействия на организм внушит сомнения в силе и эффективности СМС», – предупреждает эксперт. Но пока производители думают о том, как этот сегмент наполнить. Компания «Арнест» развивает линейку средств для стирки «Няня» специализированными продуктами для стирки одежды новорожденных детей. «Невская Косметика» также вывела на рынок новинки в средствах для стирки – порошкообразные отбеливатели и пятновыводители в сериях «Ушастый нянь» – гипоаллергенная серия средств для стирки детского белья, и «Сарма» – эффективные продукты для отбеливания и удаления пятен с доказанным антибактериальным эффектом. Компания «Хенкель» предлагает целый ряд средств,



разработанных специально для людей с чувствительной кожей и детей. Более того, как рассказывает Терезия Штрайтер, «Хенкель» уделяет особое внимание обучению потребителей.

«У нас даже есть специальные программы для молодых мам, где мы объясняем, почему одновременно и безопасно, и эффективно использовать стиральный порошок Persil Sensitive или кондиционер для белья Vernel Kids для стирки детских вещей, начиная уже с ясельного возраста», – говорит эксперт. В числе других трендов рынка

СМС эксперты отмечают рост производства и продаж жидких, а также концентрированных СМС в таблетках, использование порошка совместно с активными добавками и углубляющуюся специализацию продуктов. «В последние несколько лет в потреблении средств для стирки наблюдается сдвиг в сторону специализированных продуктов: для темного белья, для спортивной одежды, для деликатных тканей. Увеличивается потребление жидких средств для стирки, однако говорить о том, что они составят конку-

ренцию порошкам, еще очень рано», – считает Мария Яркина. С другой стороны, именно небольшим категориям аналитики предрекают наибольший рост на рынке чистящих и моющих средств. «Несмотря на кризис, для небольших категорий есть место для роста, например, для относительно молодой и перспективной категории средств для чистки труб. Основными драйверами роста для категории является обилие новых запусков за последние полтора года», – объясняет тенденцию Евгения Ковалева.

РОСТ ЕМКОСТИ ВСЕХ ПРОДУКТОВЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА СМС ПОКАЖЕТ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ДИНАМИКУ ДО 2011 ГОДА.

никнут проблемы, – рассказывает Сергей Большаков. – Для особо чувствительных потребителей существует продукция Sensitive. В странах Западной Европы, как правило, не выделяется сегмент СМС для стирки детского белья. Особенность российского рынка – наличие такого обособленного детского сегмента, который продолжает активно развиваться».

«Сегмент гипоаллергенных средств и средств для детского белья занимает достаточно большую и при этом растущую долю российского рынка СМС. Гипоаллергенная продукция и продукция для чувствительной кожи особенно востребована среди молодых мам, которые стремятся обеспечить максимальную заботу о своем ребенке», – добавляет Терезия Штрайтер. Как отмечает Мария Яркина, производители обратили внимание на концепцию «продукция бытовой химии для людей с чувствительной кожей» в 2006 году. Для продуктов, предназначенных для стирки одежды людей с чувствительной кожей,

МАРИЯ ЯРКИНА

ведущий бренд-менеджер товаров бытовой химии компании «Арнест»

Российский рынок СМС следует тенденции западных стран: доля продукции для автоматических стиральных машин увеличивается, доля средств для ручной стирки сокращается. Следствием этого становится рост потребления дополнительных средств для стирки: отбеливателей, пятновыводителей, кондиционеров, смягчителей для воды, новых многофункциональных средств, обеспечивающих хорошее качество стирки. Активно растет сегмент гелей и жидкостей для автоматической стирки, а также специализированных средств для стирки цветного белья, шерстяных тканей и детских вещей. Самой динамично развивающейся будет категория концентрированных средств для стирки. Ее рост в 2009 году составит 28% по отношению к 2008 году, емкость – 2,85 млрд руб. Самой емкой, но менее растущей является категория стиральных порошков. Прогнозируемый рост в 2009 году составит 22% по отношению к 2008 году – емкость 27,44 млрд руб.

ТАТЬЯНА КРЫМОВА

ведущий менеджер отдела маркетинга группа СМС и БХ компании «Невская Косметика»

Основное отличие в развитии российского и западноевропейского рынков СМС состоит, во-первых, в культуре потребления продуктов для стирки. На Западе стирают чаще, но при высоких тарифах на электроэнергию для потребителей очень важно экономить электроэнергию при стирке, поэтому важным преимуществом является возможность стирать при 15-20° С, практически отсутствует ручная стирка. Во-вторых, различаются потребительские предпочтения: в России предпочитают порошки, на Западе – жидкие средства для стирки, концентрированные формы порошков, так называемые «компакты», таблетированные средства. Также есть различия в предпочтениях запахов и их интенсивности: российский потребитель отдает предпочтение свежим, цитрусовым и легким цветочным запахам, в Западной Европе есть тенденция к усложнению парфюмерных композиций, и потребитель предпочитает более интенсивный запах, который сохраняется на белье после стирки

СЕРГЕЙ БОЛЬШАКОВ

руководитель подразделения по исследованию и разработке продукции компании «Хенкель Россия»

Значительным событием на рынке бытовой химии в 2009 году стало снижение или полный отказ от использования фосфатов в СМС. Фосфаты – традиционный компонент СМС для смягчения воды, улучшения стирки и предотвращения осаждения извести на термоземельные стиральных машин – использовался в отрасли десятилетиями. Однако оборотная сторона этого вещества – экологическая нагрузка. Попадая в закрытые водоемы, фосфаты способствуют росту водорослей и заболачиванию. Нахождение оптимального баланса в вопросе использования фосфатов заняло в странах ЕС десятилетия ожесточенных дискуссий. Тем не менее, в 2009 компании отрасли добровольно нашли эффективные альтернативы для смягчения воды, улучшения стирки и предотвращения осаждения извести на термоземельные стиральных машин и сделали шаг в сторону более экологически дружелюбных технологий.

ИЛЬЯ ПЛАКХИНОС

руководитель проектов маркетинга и стратегического планирования Soldis

В докризисное время рынок СМС развивался в двух противоположных направлениях. С одной стороны, наблюдалась все большая сегментация и специализация средств, с другой – продукты вбирали в себя много функций: стиральный порошок и отбеливатель, и освежал, и упрощал глажку, и успокаивал кожу, и защищал от последующих загрязнений. Также появлялись СМС с косметическими и терапевтическими эффектами, полезными для кожи, например «Tide Детский +» с экстрактом ромашки, оказывающим успокаивающее действие, стиральный порошок для детей «Ушастый Нянь», «Наша Мама». В числе других трендов я бы отметил распространение стиральных порошков в жидком формате, а также концентрированных в таблетках, ориентацию на низкотемпературную стирку, использование порошка совместно с активными добавками, помогающими, например, выводить пятна.

СЛУЖБА СПАСЕНИЯ

РАБОЧИЕ БУДНИ



Команда санитарного поста ООО «Аэрозоль Новомосковск»

ДОЛГОЖДАННЫЙ ЧАС ПОБЕДЫ

Мы уже не раз говорили об успехах команды санитарного поста ООО «Аэрозоль Новомосковск» в городских и районных соревнованиях и позволим напомнить читателям нашей газеты, что три последних года подряд ей не было равных на Новомосковской земле.

ИГОРЬ КРЕНИЦКИЙ

И вот, как чемпион города 2009 год, ребята из санитарного поста в очередной раз поехали защищать честь предприятия и города Новомосковска на соревнования санитарных постов Тульской области, которые проводятся на базе Спасательного центра МЧС России, что находится в поселке Кураково Тульской области.

К сожалению, не все участники команды имеют опыт соревнования на областном уровне, ведь за 3 года существования команды не раз менялись её участники. Но наповину обновленный санитарный пост все равно ставил перед собой только самые высокие задачи, и поразительному стремлению наших ребят к их выполнению можно было бы только позавидовать.

Четыре сложнейших этапа,

четыре тяжелейших преграды на пути к победе и предстояло пройти членам нашей команды с наименьшими штрафными баллами, чтобы достигнуть намеченной цели. И наши ребята – члены санитарного поста: инженер по таможенному оформлению грузов цеха № 10 Павел Егорович Косинов, литейщик пластмасс цеха № 12 Светлана Александровна Черепенькина, старший инженер отдела МК цеха № 10 Татьяна Александровна Юрова, сортировщик жести и изделий цеха № 12 Елена Александровна Кузовкина – не просто великолепно справились с поставленными задачами, но и поразили всю судейскую коллегию высокими теоретическими знаниями и практическими навыками, высоким чувством ответственности, духом коллективизма, взаимовыручки и товарищества.

Было отчетливо видно, что ребята учли все недостатки прошлогодних неудач, сделали правиль-

ные выводы былых поражений и подошли к областным соревнованиям в оптимальной форме.

И, как результат, команда санитарного поста ООО «Аэрозоль Новомосковск» всего лишь с одним штрафным очком, заняла 1-е место и стала чемпионом Тульской области 2009 года! Последний раз чемпионом области команда из Новомосковска становилась только 7 лет назад.

На заключительном торжественном построении команда санитарного поста ООО «Аэрозоль Новомосковск» была награждена кубком и Почетной грамотой от имени Департамента здравоохранения Тульской области, Главного управления МЧС России по Тульской области и Тульской областной организации Красного Креста.

Поздравляем команду и весь коллектив ООО «Аэрозоль Новомосковск» с этой долгожданной и заслуженной победой и желаем не останавливаться на достигнутом. Совершенствуйте свое мастерство!

Также выражаю искреннюю признательность руководству ООО «Аэрозоль Новомосковск» и отдельных структурных подразделений за то, что они нашли возможность предоставить время на подготовку команды к соревнованиям.

ТУБА – ДЕЛО ТОНКОЕ

В структуре ООО «Аэрозоль Новомосковск» есть цех по производству алюминиевой тубы. Казалось бы, ничего особенного нет: мы настолько привыкли видеть в повседневной жизни эту незамысловатую упаковку, что вряд ли кто задумывался, насколько сложен и тонок её процесс производства.

АНТОН ПАВЛОВ

На первый взгляд, технология изготовления тубы в чём-то схожа с производством алюминиевого баллона, но это только на первый. Как и при изготовлении баллона, основным оборудованием здесь является пресс. По конструкции и принципу работы прессы практически близнецы, зато оснащается пресс для тубы абсолютно по-другому. Чтобы обобщить все отличия, скажем так: если на баллонной оснастке формируется дно баллона, то на тубной – горловина с носиком под резьбу и мембрана. Как увидеть, что такое мембрана и для чего она нужна? Очень просто. Для этого стоит отвернуть защитный колпачок на новой тубе и посмотреть вовнутрь. Мы увидим защитную стеночку, отделяющую содержимое тубы от воздействия внешней среды, ведь алюминиевая туба применяется, в основном, в косметической промышленности и фармацевтике. Чтобы удалить защитную стеночку, нужно перевернуть колпачок (бушон) обратной стороной и специальным наконечником лёгким движением руки проткнуть мембрану.

Чтобы закрепить защитный колпачок, необходимо нарезать резьбу на кончике тубы, что сде-

лать даже вручную довольно сложно. Для этого существует специальная машина, которая вобрала в себя несколько операций: обрезку тубы по длине, нарезку резьбы и шлифовку плеча.

Алюминиевая туба – упаковка мягкая, ведь для удаления содержимого из упаковки её нужно изрядно смять. Чтобы добиться такого свойства как мягкость, тубу нагревают в специальной печи до температуры 400-500 градусов Цельсия. Ну а дальше происходят все те же операции, что и при производстве алюминиевого баллона: покрытие лаком внутренней поверхности, нанесение грунта и печати. Вот только наружный лак на тубу не наносят.

Как ранее мы сказали, тубу получают с «плеча», поэтому последней операцией в технологии производства тубы является комплектация практически готовой тубы защитным колпачком – бушоном. Для такой деликатной операции существует сложнейшая машина, требующая очень точной настройки – ведь туба имеет толщину стенки всего 0,1 мм, и работать с ней нужно крайне аккуратно. Поэтому на линии алюминиевой тубы работают только надёжные и проверенные люди. Вместе со старожилками показывают свою состоятельность и молодые наладчики, прессовщики, стараясь получить только высококачественную продукцию. Руководит производством тубы Сергей Валерьевич Мартын – человек опытный, профессионально подготовленный, и имеющий огромный талант руководителя. Самым главным испытанием для всего коллектива отделения алюминиевой тубы станет выпуск опытной партии туб Ø 28 мм для транснациональной компании Schwarzkopf & Henkel, которая намечена на конец сентября 2009 года. Пожелаем же успехов коллективу в столь сложном начинании!



СПОНСОРСТВО

КРАСОТА ВРЕМЕНИ НЕ ПОДВЛАСТНА

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

ОАО «Компания «Арнест» несколько лет подряд поддерживает конкурсы красоты среди самых красивых детей и юных девушек. Теперь компания выступила спонсором конкурса красоты «Миссис Ставропольский край», который в этом году проводился впервые. В нем приняли участие женщины старше 18 лет, имеющие детей. К участию в итоговом соревновании были допущены 12 претенденток из 26 прошедших отборочный тур. Кстати, вопреки стереотипам, главным условием участия в «Миссис Ставрополь» и «Миссис Ставропольский край» стало отнюдь не модельная внешность и умение дефилировать по сцене, а



Замечательные мамы, талантливые бизнес-леди и просто прекрасные женщины участвовали 11 августа в конкурсе «Миссис Ставропольский край». За корону боролись 12 финалисток. Все они успешно прошли несколько отборочных туров. И, наконец, получили долгожданные достойные их награды. Все это стало возможным благодаря ОАО «Компания «Арнест», которая выступила генеральным спонсором конкурса и оказала финансовую поддержку в его организации.

статус матери. На пути к заветной цели им предстояли занятия в фитнес-зале и школе танцев, кулинарный поединок и даже конкурс по вождению автомобиля, в котором разгорелись нешуточные страсти. За рулем «Audi TT» женщины должны были проехать змейку из фишек, не задев их и не пролив стакан воды, установленный на крышу автомобиля. И с этим нелегким заданием справились почти все красавицы! А в преддверии учебного года все участницы посетили детский дом села Надежды, где порадовали сирот сладостями, по-

дарками и веселыми конкурсами, которые придумывали сами. Конечно, и наша компания не могла остаться в стороне и предоставила детскому дому в качестве подарка нашу продукцию.

Как всегда самым волнующим моментом стало финальное шоу, на котором компетентное жюри, в состав которого были включены и представители нашей компании, определили победительницу. Финал состоялся в ставропольском ночном клубе «Эрмитаж». Главное, что оценивали жюри – это очарование матерей, их таланты, жизненные успехи и умения во всем – в воспитании детей, карьере, поддержании гармонии в семье, в спорте. Организато-

ры преподнесли им прекрасный подарок: их выступления сопровождали лучшие вокальные и танцевальные коллективы города. Жюри долго совещалось, и в итоге пальму первенства отдали 52-летней Елене Хмельницкой. Кстати, здесь мнения судей и болельщиков совпали. Елена получила и титул «Миссис Ставропольский край» и приз зрительских симпатий. Она покорила всех своей женственностью, грацией и вокальными данными. В финале она исполнила песню на французском языке. Елена – известная в городе бизнесвумен. Она руководит хлебопекарным предприятием, воспитывает 6-летнюю внучку и невероятно гордится ее успеха-

ми в фигурном катании. А еще у главной ставропольской красавицы два взрослых сына. Титул «Миссис Ставрополь» достался Наталье Алексенцевой. Она работает трейдером фондового рынка и воспитывает двух детей. А еще Наталья занимается благотворительностью: оказывает посильную помощь детским домам. Ну и, конечно, согласно нашей доброй традиции, одна из участниц была награждена нашей специальной номинацией – «Мисс Прелесть». Ею стала Александра Глущенко, которую с полным правом можно назвать настоящей героиней. Ведь она воспитывает 8 детей и одну внучку. Именно им любящая мать посвящает все свое время. От нашей компании она получила большой набор продукции. Кстати, и остальные финалистки не остались без наших подарков.

Ну а главные красавицы края вместе с титулом и подарками получили возможность представлять наш край на всероссийском конкурсе «Русская женщина», который пройдет в Москве в ноябре-декабре этого года. Желаем им удачи!

ПАРАД ДОБРОТЫ

Так уж повелось в последние годы, что в канун учебного года у всего коллектива группы компаний «Арнест» прибавляется хлопот. А связано все это с добрыми делами, которые наши сотрудники привыкли делать для детей сирот, инвалидов и воспитанников подшефного Дома детства.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

В ОАО «АРНЕСТ»

В последний день летних каникул, накануне общероссийского «Дня знаний», руководство и профсоюзный комитет ОАО «Арнест» устроили настоящий праздник для детей-первоклассников, родители которых трудятся на предприятии. В конференц-зал «Арнеста» дети пришли с мамами и папами.

С приветственным словом к ним обратился председатель Совета директоров ОАО «Арнест» **Анатолий Борисович Александров**: «Сегодня у нас красивое мероприятие, на котором присутствуют папы и мамы с будущими инженерами, врачами, учителями, юристами, финансистами, продавцами, рабочими – с нашей сменой. Руководство и профсоюзный комитет пригласили вас сюда, чтобы поближе познакомиться и дать детям возможность посмотреть, где работают их родители».

Анатолий Борисович рассказал историю предприятия и возникновения имени «Арнест». Нелишне будет напомнить и нашим читателям, что красивое и звучное имя «Арнест» - аббревиатура слов «АэРозоли-НЕвинномысс-Ставрополье».

Поздравляя детей с наступающим учебным годом, Анатолий Борисович сказал: «Мы, взрослые, школьные годы помним как самые счастливые. Поэтому первое сентября для нас всегда остается праздником. Наде-



юсь, что у вас будут хорошие учителя, что вы будете с ними ладить, и вам будет сопутствовать успех на всем 11-летнем пути. Надеюсь что и вы, уважаемые родители, будете понимать своих детей и всячески их поддерживать». Присоединяясь к поздравлениям, председатель профсоюзного комитета **Николай Борисович Чайкин** сказал: «Мы желаем, чтобы вы хорошо учились и пришли на смену своим родителям».

Затем детей вместе с родителями провели на экскурсию в цех наполнения, где они увидели, как делают лаки и освежители. После экскурсии каждому ребенку вручили подарки от торговой марки «Моя Прелесть», сладости и праздничные шары.

А в конце этого запоминающегося события все сфотографировались на память. Когда эти дети окончат школу, они достанут эту фотографию и вспомнят, что 1 сентября в первом классе у них был не только в школе, но и на работе родителей - в «Арнесте».

В ПОДШЕФНОМ ДОМЕ ДЕТСТВА

Первого сентября в Доме детства, над которым уже много лет шефствуют коллективы ГК «Арнест», прошла торжественная

линейка, посвященная празднику Первого звонка. Как всегда звучали торжественные речи, слова поздравления директора школы и гостей.

От имени ОАО «Арнест» детей приветствовала заместитель председателя профсоюзного комитета **Елена Николаевна Евлеская**. На деньги, собранные работниками предприятия, детям Дома детства подарили фотоаппарат. Елена Николаевна выразила надежду, что с таким подарком дети смогут вести летопись своей жизни.

ВО ДВОРЦЕ СПОРТА «ОЛИМП»

Праздник знаний во дворце спорта «Олимп» уже давно имеет статус городского, хотя организует его благотворительный детский фонд «Моя Прелесть».

1 сентября в «Олимпе» в очередной раз прошло грандиозное шоу, участниками которого стали 1200 школьников. Ансамбль танца «Радуга» ставропольской хореографической школы, солисты музыкальной школы №1, группа «Виват!» и другие замечательные артисты радовали собравшихся ребятшек.

Именитые гости: глава города **Константин Константинович Храмов**, заместитель председателя городской Думы **Ирина Александровна Зайцева**, настоятель храма Серафима Саровского протоиерей **Отец Игорь**, председатель Совета директоров ОАО «Арнест» **Анатолий Борисович Александров** поздравили детей с Днем знаний и выразили надежду, что каждый из них найдет свой путь в жизни.

Чтобы праздник запомнился надолго, благотворительный фонд «Моя прелесть» вручил каждому маленькому гостю сладкие подарки.

Благотворительный фонд «Моя прелесть» благодарит организации, принявшие активное участие в организации и проведении во Дворце спорта «Олимп» праздника, посвященного Дню знаний:

- ОАО «Компания «Арнест» - Е.М.Сагал;

- ОАО «Арнест» - Е.И. Караулов;
- ЗАО «Меркурий» - И.Г. Иванова;
- ОАО «Невинномысский «Азот» - В.Я. Кайль;
- ООО «Инпротех» - В.И. Калмыков;
- Отделение №1583 Северокавказского Банка СБ РФ – С.А. Комаров;
- Филиал ЗИП «Энергомера» - Ю.А. Суворов;
- ОАО «Невинномысский электро-механический завод» - В.Г. Ковалева;
- ОАО «Дворец спорта «Олимп» - З.Д. Плотвина;
- ООО «Асстек» - Н.Н. Степаненко;

ры несколько раз в год собирают для этих ребятшек игрушки, книжки, сладости, одежду, школьные принадлежности. Накануне 1 сентября каждый ребенок Дома детства получил подарок от сотрудников компании.

Хорошей традицией стал и сбор детей-сирот в школу. Каждый руководитель компании «Арнест» берет на себя обязательство подготовить одного ребенка, нуждающегося в помощи, к школе. Выглядит это обычно так: вместе с подопечными взрослые идут в магазин, выбирают одежду, обувь, книги,



- МУП «Горэлектросеть» - А.В. Ильенко;
- ПК «Электрик» - А.П. Евин;
- ОАО «Железобетон» - А.Н. Седелников;
- ООО «Сантехмонтажстрой» - Ю.Л. Маламант;
- Управление ЖКХ, градостроительства, архитектуры, транспорта и связи администрации города – В.Н. Очеретко;
- ООО «Промгражданстрой» - М.Х. Чачалия;
- ООО «Тандем» - А.В. Кучеренко.

В ОАО «КОМПАНИЯ «АРНЕСТ»

Свою заботу о детях Дома детства проявили и сотрудники ОАО «Компания «Арнест», кото-

школьные принадлежности. Попечители предпочитают оставаться в тени и не хвататься, но для обездоленных детей они выглядят ангелами, сошедшими с неба, и исполнившими их мечты. А видя счастливые лица детей и наши директора не знают, как сдержать свои чувства. Такая традиция, которую тоже ввел благотворительный фонд «Моя Прелесть», не только помогает нуждающимся детям, но и облагораживает сердца взрослых. По этому поводу вспоминаются мудрые китайцы, которые говорят: «Ароматом роз веет от руки, которая их дарит».

Добрым традициям продолжаться!



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

Наши коллеги, родившиеся в октябре

ОАО «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Ксенофонтов Леонид Викторович	пресовщик лома и отходов металла цеха баллонов	01.10.
Лейко Алексей Сергеевич	наладчик холодно-штамповочного оборудования цеха клапанов	01.10.
Ныч Валерий Петрович	грузчик цеха хранения и грузоперевозок	02.10.
Легун Зоя Вильевна	специалист цеха хранения и грузоперевозок	03.10.
Полянский Александр Владимирович	грузчик цеха наполнения	04.10.
Христова Светлана Ивановна	укладчик-упаковщик цеха баллонов	05.10.
Якимов Сергей Вячеславович	ведущий специалист отдела менеджмента качества	05.10.
Несмелцева Светлана Николаевна	начальник отдела кадров	06.10.
Шакина Елена Александровна	сборщик продукции цеха наполнения	06.10.
Одарюк Денис Владимирович	оператор технологических установок цеха наполнения	06.10.
Толмачев Николай Владимирович	слесарь-электрик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	06.10.
Сурова Галина Егоровна	сборщик продукции цеха наполнения	07.10.
Кислова Татьяна Николаевна	сборщик продукции цеха клапанов	07.10.
Решетникова Наталья Викторовна	литейщик пластмасс цеха клапанов	07.10.
Новик Елена Николаевна	сборщик продукции цеха наполнения	08.10.
Дьяконов Сергей Геннадьевич	инспектор по экономической безопасности	08.10.
Малиновский Игорь Михайлович	слесарь-электрик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	08.10.
Лобода Сергей Николаевич	аппаратчик приготовления эмульсий цеха наполнения	08.10.
Иванов Олег Константинович	наладчик оборудования цеха баллонов	08.10.
Стрижакова Татьяна Николаевна	инженер коммерческого отдела	09.10. юбилей
Черных Галина Николаевна	сменный технолог	09.10.
Затынайченко Александр Алексеевич	грузчик цеха наполнения	09.10.
Харужина Татьяна Николаевна	сменный мастер цеха наполнения	09.10. юбилей
Мурашкина Елена Ивановна	сборщик продукции цеха наполнения	10.10.
Сухов Денис Викторович	слесарь-электрик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	10.10.
Трегуб Людмила Викторовна	сборщик продукции цеха наполнения	10.10.
Артищева Валентина Владимировна	лакировщик туб цеха баллонов	11.10.
Шереметьев Владимир Вячеславович	сменный инженер-технолог цеха наполнения	11.10.
Нуждин Андрей Алексеевич	водитель погрузчика - грузчик цеха хранения и грузоперевозок	12.10.
Шапалова Ирина Николаевна	сборщик продукции цеха клапанов	12.10.
Вереникина Юлия Борисовна	контролер качества отдела менеджмента качества	12.10.
Машаев Юрий Алексеевич	наладчик оборудования в пр-ве аэроз. упаковок	13.10.
Пасунко Галина Владимировна	сборщик продукции цеха клапанов	13.10.
Картаева Елена Николаевна	ведущий бухгалтер	13.10.
Воронин Степан Николаевич	наладчик оборудования цеха наполнения	13.10.
Яструбинский Виктор Юрьевич	грузчик цеха наполнения	14.10.
Лепехова Наталья Николаевна	сборщик продукции цеха клапанов	14.10.
Ревнивцев Александр Евгеньевич	наладчик оборудования цеха баллонов	14.10.
Сердюкова Людмила Александровна	сменный технолог цеха наполнения	14.10.
Шагинян Елена Рудольфовна	инженер - разработчик сектора разработки новых товаров	14.10.
Деревнина Ксения Геннадьевна	инженер - разработчик сектора разработки новых товаров	14.10.
Внукова Евгения Олеговна	ведущий специалист отдела менеджмента качества	15.10.
Фоменко Петр Викторович	наладчик оборудования цеха баллонов	16.10.
Бубнова Ольга Михайловна	оператор зэм цеха наполнения	16.10.
Блихина Зоя Петровна	кладовщик цеха хранения и грузоперевозок	16.10.
Индиков Георгий Сергеевич	коммерческий директор	17.10.
Щепотьева Людмила Николаевна	машинист отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	17.10.
Булгакова Ольга Анатольевна	штамповщик цеха баллонов	17.10.
Харужин Евгений Валерьевич	наладчик оборудования цехов клапанов	17.10.
Рыкова Татьяна Евгеньевна	литейщик пластмасс цеха клапанов	18.10.
Вощаный Олег Алексеевич	наладчик ХШО цеха клапанов	18.10.
Чабан Алла Алексеевна	кладовщик цеха хранения и грузоперевозок	19.10.
Лиманова Елена Анатольевна	укладчик-упаковщик цеха баллонов	19.10.
Владимиров Федор Владимирович	сменный инженер-технолог цеха наполнения	19.10.
Никонова Надежда Ивановна	обмотчик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	20.10.
Малова Людмила Алексеевна	начальник департамента внутреннего контроля и аудита	20.10.
Лебедева Татьяна Анатольевна	сменный мастер цеха клапанов	20.10.
Жукова Зинаида Григорьевна	лаборант хим. анализа отдела менеджмента качества	21.10.
Диканев Виктор Иванович	водитель цеха хранения и грузоперевозок	21.10.
Устюжанина Галина Петровна	кладовщик цеха хранения и грузоперевозок	21.10.
Никифорова Елена Николаевна	сборщик продукции цеха наполнения	21.10.
Качура Наталья Ивановна	сборщик продукции цеха клапанов	21.10.
Цаплева Татьяна Николаевна	сборщик продукции в аэрозольной упаковке	22.10.
Мартынов Алексей Юрьевич	наладчик оборудования цеха наполнения	22.10.
Аверьянов Станислав Владимирович	наладчик ХШО цеха клапанов	22.10.
Богунова Любовь Ивановна	Специалист (по логистике грузоперевозок) цеха хранения и грузоперевозок	23.10.
Ляхно Людмила Алексеевна	укладчик-упаковщик цеха баллонов	24.10.
Меткалова Ирина Викторовна	сборщик продукции цеха наполнения	24.10.
Шведков Константин Геннадьевич	наладчик оборудования цеха наполнения	24.10.
Машинец Ольга Павловна	сборщик продукции цеха наполнения	25.10. юбилей
Иванова Любовь Николаевна	грунтовальщик цеха баллонов	25.10.
Шутков Сергей Михайлович	наладчик оборудования цеха наполнения	25.10.
Буйракова Светлана Владимировна	сборщик продукции цеха наполнения	25.10.
Липовой Александр Алексеевич	электросварщик ремонтного отделения	26.10.
Волков Дмитрий Федорович	грузчик цеха хранения и грузоперевозок	26.10.

Воробей Алена Викторовна	машинист расфасовочно-упаковочных машин цеха баллонов	26.10.
Щеглов Сергей Иванович	главный энергетик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	28.10.
Менделева Татьяна Алексеевна	приемщик цеха наполнения	28.10.
Жуков Геннадий Анатольевич	водитель погрузчика - грузчик цеха хранения и грузоперевозок	28.10.
Борщев Андрей Николаевич	директор по экономике и финансам	28.10.
Панасенко Анатолий Иванович	наладчик холодно-штамповочного оборудования	28.10.
Мамонова Юлия Николаевна	аппаратчик приготовления эмульсий цеха наполнения	28.10.
Алексухина Тамара Александровна	сборщик продукции цеха наполнения	28.10.
Дейнега Сергей Михайлович	слесарь-электрик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	30.10.
Галков Александр Валерьевич	грузчик цеха наполнения	31.10.

ООО «Аэрозоль Новомосковск»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Шовырина Елена Григорьевна	начальник производственно-диспетчерского отдела	03.10.
Зубарева Галина Николаевна	сборщик продукции в аэрозольной упаковке цех по производству аэрозольной продукции	04.10.
Мельник Светлана Анатольевна	комплектовщик цеха по производству тары	05.10.
Пронин Юрий Алексеевич	наладчик оборудования жестяно-баночного производства цеха по производству тары	06.10.
Камнева Светлана Петровна	комплектовщик цеха по производству аэрозольной продукции	07.10.
Конторский Михаил Николаевич	наладчик оборудования в производстве аэрозольных упаковок цеха по производству тары	07.10.
Арсентьева Зинаида Викторовна	инженер по производству производственно-диспетчерского отдела	07.10.
Пронина Валентина Сергеевна	сборщик продукции в аэрозольной упаковке цех по производству аэрозольной продукции	08.10.
Костиков Вячеслав Владимирович	наладчик оборудования в производстве аэрозольных упаковок цеха по производству тары	09.10.
Елисеев Сергей Валентинович	наладчик оборудования в производстве аэрозольных упаковок цеха по производству тары	09.10. юбилей
Щеглова Галина Леонидовна	слесарь-электрик по ремонту электрооборудования участка энергообеспечения и ремонта оборудования	09.10.
Талалаев Роман Евгеньевич	аппаратчик приготовления химических растворов цеха по производству тары	10.10.
Ершова Елена Вячеславовна	сборщик продукции в аэрозольной упаковке цех по производству аэрозольной продукции	10.10.
Пинашина Людмила Юрьевна	штамповщик цеха по производству тары	10.10.
Дронова Оксана Александровна	комплектовщик цеха по производству тары	12.10.
Спиридонов Сергей Васильевич	электромеханик по средствам автоматики и приборам технологического оборудования участка по ремонту электрооборудования	15.10.
Посевкина Людмила Петровна	укладчик-упаковщик цеха по производству аэрозольной продукции	17.10.
Ширнина Анна Сергеевна	сборщик продукции в аэрозольной упаковке цех по производству аэрозольной продукции	21.10.
Астафуров Сергей Викторович	электромеханик по средствам автоматики и приборам технологического оборудования участка по ремонту электрооборудования	23.10.
Писарев Юрий Германович	наладчик оборудования в производстве аэрозольных упаковок цеха по производству аэрозольной продукции	25.10.
Виноградов Виталий Викторович	начальник смены цеха по производству тары	25.10.
Бышев Сергей Евгеньевич	наладчик оборудования в производстве аэрозольных упаковок цеха по производству аэрозольной продукции	27.10.
Фролова Маргарита Владимировна	комплектовщик цеха по производству аэрозольной продукции	29.10.
Андреева Ирина Валерьевна	оператор жестяно-баночного оборудования цеха по производству тары	30.10.
Петухов Александр Николаевич	наладчик технологического оборудования цеха по производству аэрозольной продукции	30.10.
Чернова Елена Алексеевна	химик научно-технического отдела	31.10.

ОАО «Компания «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Драченин Юрий Юрьевич	менеджер по работе с ключевыми клиентами дивизиона "Восток" отдела продаж	01.10.
Вохмякова Светлана Васильевна	специалист по оформлению документов отдела логистики	03.10.
Смирнова Ольга Викторовна	менеджер по работе с ключевыми клиентами дивизиона "Запад" отдела продаж	10.10.
Кудряшова Наталья Владимировна	менеджер сектора отгрузки сервисной службы	12.10.
Нефедова Любовь Николаевна	заместитель главного бухгалтера	19.10.
Неменуца Наталья Александровна	ведущий бухгалтер	22.10.
Усольцева Ирина Николаевна	начальник отдела управления персоналом	29.10.

Представительство в Москве

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Кокуцев Михаил Владимирович	системный администратор службы информационных технологий	01.10.
Тюрина Елена Викторовна	руководитель дивизиона "Запад" отдела продаж	12.10.
Синякин Олег Семенович	директор по продажам	25.10.
Герасимова Наталья Александровна	менеджер по работе с сетевыми клиентами дивизиона "Сети" отдела продаж	30.10.

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
23.09.2009 г.
Отпечатано в ООО «Эль-Квест Принт»
г. Москва, Малая Семеновская, 3.

Номер подписан в печать 23.09.2009 г.
Тираж 999 экз.
Заказ №
Распространяется бесплатно