

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

Первая ступень производства

Участок подготовки химсырья ОАО «Арнест» получил новую прописку.

Стр. 2.

Доверяем тебе, профсоюз!

В ОАО «Арнест» прошла отчетно-выборная профсоюзная конференция.

Стр. 4

Железный характер

О совершенствовании технологии алюминиевой упаковки.

Стр. 6

Имидж – все!

Как «Арнесту» не «потерять лицо» в жестких условиях рынка?

Стр. 3.

Как единственной на свете королеве красоты

«Арнест» в очередной раз стал спонсором городского конкурса красоты.

Стр. 5

Новости парфюмерно-косметического рынка

Тенденции продаж российского и международного косметического рынков.

Стр. 7

НАШИ ЛЮДИ!

СОБЫТИЯ И ФАКТЫ

ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА

ТАТЬЯНА ЮРОВА

Ведущий специалист отдела менеджмента качества Юлия Косарева начала работу в ООО «Аэрозоль Новомосковск» в августе 2002 года в должности инженера по качеству отдела технического контроля. Проявив глубокие знания в области контроля качества и высокий профессионализм, Юлия быстро заработала репутацию надежного и ответственного сотрудника. С ее приходом в отделе многое изменилось: разработка и введение в действие листов и журналов контроля по стадиям производства продукции в цехах – ее заслуга.

В мае 2007 года была переведена в сектор управления качеством старшим инженером. А вскоре Юлия получила предложение возглавить формирующийся отдел менеджмента качества. В то время ООО «Аэрозоль Новомосковск» переживало нелегкий период – проходила реорганизация структуры общества и оптимизация кадров. Численность сотрудников отдела технического контроля была сокращена втрое, а объекты и периодичность контроля не изменились. Новый отдел объединил функции сектора управления качеством и отдела технического контроля. В этих непростых условиях Юлия начала работу ведущим специалистом отдела менеджмента качества.

- Высокое профессиональное мастерство, оперативность и точность выполнения заданий – отличительные качества Юлии, - считает главный технолог Елена Юрьевна Шишкова. – Она умело организует работу отдела, в кратчайшие сроки выполняя любые поручения. Под ее руководством функционирует система менеджмента качества, сертифицированная на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001. В ближайших планах – начало работ по аккредитации лаборатории отдела менеджмента качества.

- Я люблю свою работу, - говорит Юлия, - качество выпускаемой нами продукции соответствует высоким потребительским требованиям, в чем немалая заслуга сотрудниц отдела, более половины из которых имеют высшее образование. У нас сплоченный, дисциплинированный коллектив, каждая из сотрудниц готова прийти на помощь коллеге.

Юлия Вячеславовна – не только ответственный руководитель, но и тонкий, внимательный к окружающим человек. Она смогла создать в коллективе атмосферу доверия и открытости, не смотря на то, что предъявляет к подчиненным высокие профессиональные требования.



У Юлии крепкая, дружная семья, замечательная дочь Маша, воспитанию которой Юлия посвящает все свободное время. Она также успевает заниматься рукоделием и любит зимние виды спорта, хорошо владеет коньками и имеет юноше-

ский разряд по лыжным гонкам. В настоящее время Юлия обучается вождению и скоро получит водительские права. Юлия с оптимизмом смотрит в будущее и готова соответствовать современному ритму жизни.

ОАО «Арнест» расширил линейку Syoss новыми продуктами: лаками Shine & Hold, Max Hold, Strong и Volume, а также муссами - Curl Control, Max Hold, Strong и Volume. Новизна производства в том, что «Арнест» впервые произвел аэрозольную продукцию в упаковке объемом 400мл. Всего в линейке Syoss «Арнест» выпускает 18 продуктов.

В ноябре «Арнест» выпустил для сети магазинов «Магнит» освежитель воздуха «Альпика».

Для брендовой компании «Красная линия» «Арнест» выпустил новые товарные группы: лаки и муссы «Фара» и мужскую линейку дезодорантов «Викинг».

В рамках XIV Международной научно-практической конференции «Косметические средства и сырье: безопасность и эффективность», проводимой Российской Парфюмерно-Косметической Ассоциацией, прошел конкурс «Лучший технолог», в котором приняли участие инженеры-разработчики научно-технического центра Елена Шагинян и Ксения Деревнина. Они представили на конкурс рецептуры увлажняющих кремов для лица.

Для специалистов группы компаний «Арнест» тренинго-консалтинговое агентство Dolphingames провело сессию «Инновационные игры». Участники отработали навыки стратегического планирования, инновационного маркетинга и менеджмента.

НАЗНАЧЕНИЯ

ОАО «Арнест»

В октябре на позицию директора по техническим вопросам принят Герхард Фридрих Тауш. С 1997 года Герхард Тауш работал на руководящих позициях в компании Schwarzkopf & Henkel.

В зоне ответственности Герхарда находятся вопросы технической политики и технического развития ОАО «Арнест» и ООО «Аэрозоль Новомосковск», реконструкция и техническое перевооружение производства, диверсификация производства, обеспечение эффективности проектных решений, технической эксплуатации, ремонта и модернизации оборудования, качества продукции.

ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ ПРОИЗВОДСТВА

Участок развешивания химического сырья, входящий в структуру цеха хранения и грузоперевозок ОАО «Арнест», играет важную роль в производственном процессе и является первой ступенью в технологии производства продукции. В октябре участок получил новую прописку: все хозяйство перевели в новое здание, которое полностью соответствует европейским нормам и правилам подготовки сырья к производству. С работой участка читателей знакомят начальник цеха хранения и грузоперевозок Константин Львович Коноваленко и сменный мастер участка Александр Семенович Афонин.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Какие конкретно функции выполняет цех хранения и грузоперевозок?

К. Л. Коноваленко: - Цех хранения и грузоперевозок осуществляет прием сырья, полуфабрикатов, комплектующих, оборудования, запасных частей, размещает их на складах и организует хранение в соответствии с нормами и правилами на каждый вид сырья и полуфабрикатов. По заявкам цехов осуществляется выдача сырья и прием готовой продукции, размещение ее на хранение и отгрузка по заявкам потребителей. А потребителями для ОАО «Арнест» являются ОАО «Компания «Арнест» и контрактные заказчики - Schwarzkopf & Henkel, L'Oreal, Unilever, Sara Lee, концерн «Калина», «Красная Линия», «Биогард» и другие.

К сожалению, на территории «Арнеста» нет единого складского комплекса, поэтому в ведении цеха находится большое количество складов, разбросанных по территории, в том числе и арендованные «Кампа» и «Терминал». Общая площадь складов составляет около 25 000 кв. метров. На складах химсырья хранится до 1 000 наименований химических веществ.

Еще четыре года назад работы по развеске сырья выполнялись в реакторном отделении, которое получало сырье со склада в штатной укупорке – бочках. Обусловлено это было тем, что согласно нормам и правилам пожарной безопасности, на складах категорически запрещается производить операции, связанные с вскрытием и развесом хранящихся веществ. Поэтому все было подчинено этому правилу. Но потребности производства росли, производственных площадей становилось недостаточно, реакторные отделения перестали справляться с ростом нагрузок, и буквально три года назад было принято решение функции развеса передать цеху хранения, выделив для этих целей специальное помещение.

Был создан участок расфасовки химсырья, на котором сырье фасовали кладовщики. Большинству требований контрактных заказчиков эта развесочная удюветворяла – как по санитарно-гигиеническим нормам, так и по нормам безопасности, но в этом году мы столкнулись с тем, что и площадей и людей для развески не хватает. Для новой развесочной специально освоили

или компрессорную и провели реконструкцию этого помещения. Сейчас работы закончены, оборудование поставлено, сырье завезено. Старый участок мы не будем уничтожать, а немного переориентируем на развешивание отдушек и сырья для продукции L'Oreal.

- Как организована работа нового участка развешивания химсырья?

К. Л. Коноваленко: - Участок развешивания размещен в просторном отапливаемом помещении, подведена горячая и холодная вода, обычная и аварийная канализация, установлены мойка, вентиляция – общая и местная – на местах развески сыпучих продуктов. Помещение позволяет сконцентрировать персонал в одном месте, что улучшает контроль над его работой. Также это позволяет более правильно и в полном объеме реагировать на условия наших контрактных заказчиков, которые требуют, чтобы сырье со склада в реакторные отделения поступало на паллетах, в стрейч-пленке, с соответствующими ярлыками о составе. На старом складе не было даже места, чтобы поставить автомат для палетирования.

В складе при участии развешивания сырья создается трехсуточный запас, а в сутки развешивается от 12 до 15 тонн сырья. Некоторые виды сырья развешиваются в больших объемах, а некоторые, такие как красители, например, фасуются в сотых грамма. Мы надеемся, что существующей численностью персонала, а сегодня это семь развесчиков, два грузчика на автопогрузчиках и сменный мастер – мы обеспечим выполнение заказов.

Новый участок оборудован стационарными и передвижными весами полного диапазона – от трехсоткилограммовых до лабораторных, способных взвешивать тысячные доли грамма. Одновременно можно взвешивать сырье на шести весах: четырех настольных, одних настольных и одних – передвижных. По требованию контрактного заказчика L'Oreal установлены весы, адаптированные с системой Ахарта и оснащенные печатающим устройством. На этикетке распечатывается



Грузчик Сергей Кивелев производит выборку сырья штабелером.



Развесчики Дмитрий Еременко и Александр Баисов.

наименование сырья, вес и время фасовки. Этикетка клеится на бочку либо мешок и отправляется в цех.

Некоторые виды сырья раньше поступали в бочках емкостью 150-200 литров, а сейчас приходят в емкостях по 1000 литров, поэтому для таких емкостей сделаны специальные стеллажи.

Имеются палетировщики для упаковки заказов. Самоходные штабелеры, снимающие упаковку с верхних полок стеллажей и гидравлические тележки облегчают и ускоряют работу персонала. На гидравлической тележке с легкостью можно перевозить двухтонные грузы. Очень облегчают работу в новой развесочной и бочкокантователи – специальные захваты, которые берут бочку и поднимают и тогда ее с легкостью можно наклонить и вылить содержимое.

- А как же организован сам процесс подготовки сырья?

- А. С. Афонин: - Технологический процесс начинается здесь, в развесочной. Ежедневно мы получаем от цеха наполнения заявки на определенное количество сырья, которое работники участка формируют в партии и подают в реакторное отделение цеха наполнения.

Перед поступлением в производство все сырье проходит

карантин и только после этого его приносят на склад. Приехавшее сырье заносится в информационную систему Ахарта, каждому его виду присваивается номенклатурный номер. С поступлением на участок развешивания сырье раскладывается на стеллажи для хранения и затем подается в отделение развешивания. На основании требований и накладных, в информационной системе распечатываются бирки, на которых указывается наименование сырья, количество, дата поступления его на завод, дата анализа и дата взвешивания.

Развесчики проверяют соответствие затребованного сырья с его наличием. На складе по складской бирке определяется заводской номер этого сырья, идентифицируется название, код, затем взвешивают под контролем либо мастера либо бригадира, контроль ведет приемщик сырья цеха наполнения. Затем химсырье ставится на поддоны, формируется в партии, палетируется и отправляется в цех.

В производстве продукции ОАО «Арнест» использует около тысячи наименований сырья. Для цеха наполнения ежедневно отгружается до 40 партий сырья. Одна партия – это одна загрузка для реактора для приготовления того или иного продукта. К особому дорогому сырью относятся немецкие и французские красители для шампуней, стоимость одного килограмма такого красителя достигает 12 000 рублей. Не дешево и отдушки, средняя цена которых

- 800 рублей за килограмм. Ежедневно цеху наполнения отпускается сырье на сумму от 2 до 2,5 миллионов рублей.

Нужно сказать, что специальность развесчика химсырья введена в «Арнесте» только с прошлого года. Развесчик должен знать английский язык в рамках, предъявляемых к специалисту со среднетехническим образованием, т.к. наименование сырья на этикетках написано на английском языке, а развесчик должен уметь идентифицировать название. Развесчик также должен в совершенстве знать методы взвешивания химсырья, условия хранения и обращения, его физико-химические свойства. Например, есть сырье, у которого температура замерзания +15 градусов, при этой температуре оно кристаллизуется, после чего с ним невозможно работать. И абсолютно к каждому сырью нужно соблюдать требование герметичности: после вскрытия заводской упаковки и отвешивания части сырья, упаковке герметично закрыть. Поэтому знать условия хранения и соблюдать эти правила – крайне важно для специалистов участка развешивания. Здесь ценится внимательность, пунктуальность, скрупулезность. Иначе партия, приготовленная для цеха наполнения, не пройдет лабораторного контроля. И такими качествами обладает большинство работников участка развески. Но лучше других работают развесчики Юрий Гузовский, Дмитрий Буланый, Максим Иващенко, Виталий Ильин, Дмитрий Еременко, водители погрузчика Андрей Масенко, Дмитрий Найденов, грузчик Сергей Кивелев.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Герхард, вы недавно влились в коллектив группы компаний «Арнест», какие зоны развития в менеджменте, организации труда заметили «свежим» взглядом?

- ОАО «Арнест» находится в хорошем положении в аэрозольном бизнесе, соблюдая, по сравнению с другими российскими субподрядчиками, приемлемый уровень соответствия стандартам GMP и достаточный уровень соблюдения гигиенических требований. Сейчас «Арнест» производит контрактную продукцию для всемирно известных компаний: Schwarzkopf & Henkel, L'Oreal, Unilever, Sara Lee, концерна «Калина». Эти компании и сами соблюдают и требуют от нас соблюдения высоких требований организации производства и контроля качества, гигиенических стандартов и стандартов качества.

Девизом каждого руководителя должно стать: жить, вдохновлять и передавать это каждому, даже тем, кто просто приходит на территорию нашего предприятия!

Но ситуация меняется: конкуренты подтянули позиции, они соблюдают высокие стандарты и предъявляют более высокие требования к стандартам GMP. Наши иностранные клиенты начинают создавать свои заводы в России и приносят с собой высокие стандарты. На российский рынок приходят новые конкуренты, создаются новые компании, а иностранные субподрядчики уже вошли на российский рынок - и с собой принесли свои стандарты.

Поэтому пришла пора укреплять имидж «Арнеста».

- Как же улучшить имидж?

- Как «Арнесту» соревноваться с иностранными компаниями, которые вошли в Россию? Как нам убедить клиентов, что мы - та самая, нужная им компания? Ответ: улучшая свои сантехнические помещения! Почему я считаю, что это нужно делать в первую очередь? Я раньше работал на Henkel в должности аудитора, и у нас была особая стратегия: на каждом новом заводе-подрядчике мы шли в туалет. Туалет - зеркало завода. По нему видно, как на заводе относятся к гигиене, соблюдению сантехнических норм. Уверен, что другие крупные компании при аудите нового партнера поступают точно также.

Улучшить имидж предприятия мы сможем также за счет улучшения качества продукции, внедряя и соблюдая GMP, соблюдая правила безопасности, предоставляя обслуживание высокого качества и надежности.

Мы должны мотивировать персонал уважать правила и жить по ним. У нас должны быть честные отношения не только с клиентами, но и с собственным персоналом. Если все это у нас будет - то мы на правильном пути к улучшению собственного имиджа.

Почему я такое внимание уделяю сантехническим вопросам? Очень важно донести до сознания людей, что ваше рабочее место - это ваша кухня и ее нужно содержать в чистоте. Ведь мы дома соблюдаем чистоту на кухне, знаем, в каких условиях мы готовим и принимаем пищу. Поэтому первая задача - модернизировать и правильно организовать работу сантехнических помещений. Кстати, чистая и соответствующая каждому отделу рабочая униформа тоже должна стать повседневным правилом.

ИМИДЖ — ВСЕ!

Среди производителей аэрозолей «Арнест» имеет устойчивую репутацию, но развитие косметической отрасли диктует все большее требования производителям. О том, как остаться «на гребне волны» и не «потерять свое лицо», рассказывает директор по техническим вопросам Герхард Тауш.

Очень важно, чтобы отдел менеджмента качества периодически проводил тренинги по соблюдению гигиенических и микробиологических требований, а каждый руководитель мотивировал и контролировал персонал на предмет соблюдения гигиенических правил и, конечно, был примером для подчиненных. Девизом каждого руководителя должно стать: жить, вдохновлять и передавать это каждому, даже тем, кто просто приходит на территорию нашего предприятия!

- Каким путем, Вы считаете, нужно улучшать качество продукции?

- В первую очередь, мы должны сравнить существующие правила и процедуры контроля качества с запросами наших наиболее требовательных клиентов, и по необходимости усовершенствовать. Мы, как подрядчики, находимся в очень сложной ситуации: клиентов много, и у каждого свои стандарты, поэтому мы должны соединить все стандарты и требования в один общий стандарт, который будет применяться ко всем ситуациям. Я знаю, что это очень сложно, но это нам облегчит работу: люди будут понимать, что от них требуется и станут работать более ответственно и от этого улучшится качество продукции. Если люди будут для одного клиента работать по одним требованиям, для другого - по другим, то они сами скоро запутаются и будут совершать ошибки. Поэтому так важно иметь общий стандарт. Периодические тренинги персонала по менеджменту качества также позволяют освежать знания и пользоваться ими.

Нужно себя совершенствовать, каждый человек должен учиться чему-то новому. Сегодня мы работаем здесь, а завтра, возможно, будем в другой компании работать. И то, что мы сегодня узнаем, чему научимся - мы заберем с собой. Если вы ничему не научились, то в другую компанию вы ничего и не принесете. И будет считаться, что здесь время потрачено зря.

Я обратил внимание, что не все претензии рассматриваются быстро. А нужно наладить такую систему, при которой каждую

У нас должны быть честные отношения не только с клиентами, но и с собственным персоналом. Если все это у нас будет - то мы на правильном пути к улучшению собственного имиджа.

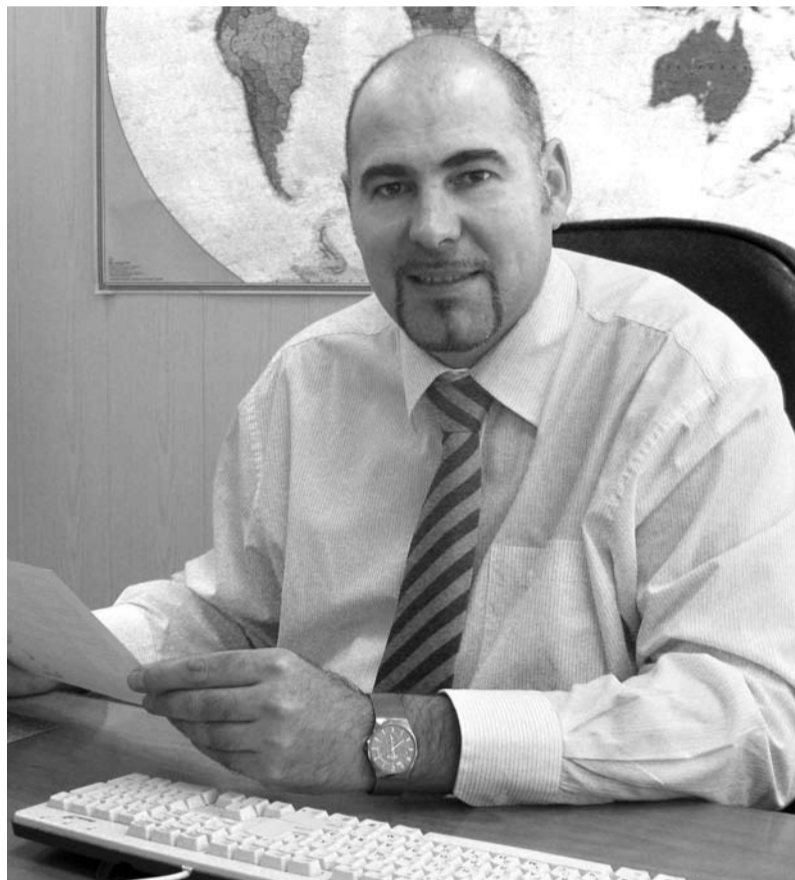
претензию нужно анализировать персонально и давать обратную связь клиенту максимум через 42 часа. Такой подход можно назвать профессиональным.

Нам всем не хватает активного самостоятельного участия в решении вопроса. В России я понял, что руководитель делегирует задания и думает, что вся работа совершена. Но она, к сожалению, не завершена. Вспоминаю случай. Когда я работал на Henkel, я зака-

зал какие-то запчасти по проекту и стал ждать. Мой руководитель спросил: «Как обстоят дела?». На что я ответил, что поставщик еще не поставил запчасти. Он спросил: «А когда ты закажешь?». «Месяц назад» - ответил я. «И как часто ты с поставщиком общался?». «Совсем не общался, ждал, когда заказ придет». Мой руководитель возмутился: «Ты каждую

их соблюдать. А для этого нужно внедрять и соблюдать требования GMP в каждом отделе, ведь не только производство должно отвечать требованиям GMP, но также склады и вся инфраструктура завода.

Считаю, что у нас должно стать повседневной практикой проведение тренингов по GMP для нового персонала и перио-



неделю должен был спрашивать о статусе выполнения задания! И если бы ты раньше узнал о причине, по которой запчасти не могут быть поставлены, ты бы заказал их где-то в другом месте!». Так я понял свою ошибку. Поэтому так важно принимать участие в решении всех вопросов.

Выполнение этих требований даст понять клиенту, что мы заботимся о качестве его продукции и сообщать, как мы решаем вопросы качества, а также ввести правила во избежание повторных ошибок. Заказчики могут и не знать о наших проблемах, а получать претензию уже от своих покупателей. Если мы регулярно и пошагово будем сообщать заказчикам, на какой стадии находится решение вопроса, они будут чувствовать себя уверенней. Ведь информация - как вода: чем больше информации, тем меньше пожара.

- Какое влияние, по-вашему, оказывает соблюдение стандартов GMP на качество продукции?

- Вообще-то GMP - это не что-то особенное, это нормальная добросовестная производственная практика. Три буквы - GMP - лидируют сейчас в пищевом, косметическом производстве, фармацевтике. Мы должны сами научиться выполнять требования GMP и научить других тому, как

ности играет исключительную роль в имидже предприятия.

- Как и в вопросах качества, мы должны анализировать существующие правила безопасности на соответствие требованиям наших требовательных клиентов и по необходимости их улучшать. Каждый руководитель должен контролировать их соблюдение, а в случае нарушения - незамедлительно наказывать виновных, даже если это не ваша зона ответственности! Приведу небольшой пример: мы едем на машине и видим на дороге большой камень. Просто его объехать - неправильно! Нужно остановиться и убрать камень. Можно сказать, что этим мы спасем жизнь тому, кто едет за нами. Мы должны понимать, что мы могли бы быть тем, кто едет сзади. То же самое и в производстве. Нельзя позволять себе нарушать правила. Иногда рабочие правила не соблюдают, а если им говоришь об этом, они отвечают: «Ну, увольняйте меня, что ж поделаешь!». И я скажу, что таких людей нужно увольнять, потому что они представляют опасность для завода. Я всегда завод сравниваю с пистолетом, а сотрудников - с патронами. Патро-

Информация - как вода: чем больше информации, тем меньше пожара.

нов должно быть достаточно. И если работнику все равно, у нас должна быть возможность пулю сменить. Потому что дурной пример, если он не наказывается, послужит другим сигналом: раз его не наказали, значит, и я буду так поступать!

Подводя черту, скажу, что клиенты чувствуют себя уверенней, если их продукция производится с соблюдением высоких стандартов безопасности, и они могут не беспокоиться о нанесении урона своему имиджу в случае какого-либо несчастного случая, связанного с производством их брендов.

Наши заказчики - это крупные компании, которые присутствуют практически на всех рынках и если их продукт нанесет вред человеку, и этот факт попадет в СМИ, очень пострадают их имидж. Тут же снизятся продажи их продукта, а в мировом масштабе - это большие финансовые потери для компании. Поэтому так важно нам донести клиента, что производство их продукции в надежных руках.

Большинство улучшений, о которых я сказал, можно внедрить без привлечения крупных капиталовложений. Чистота, внедрение стандартов и соблюдение правил не стоят больших денег. Если мы будем постоянно внедрять, улучшать и уважать эти правила, заказчики почувствуют, что они в хороших руках и продолжат размещение заказов по производству своих собственных брендов у нас, даже если цена продукта будет немного дороже, чем сейчас. Только если у нас будут хорошие производственные условия, и мы будем жить по правилам, мы сможем ожидать доверия со стороны заказчиков к тому пакету услуг, который им предлагаем.

- Вы упомянули вначале разговора, что безоговорочное соблюдение правил безопас-

ДОВЕРЯЕМ ТЕБЕ, ПРОФСОЮЗ!

12 ноября состоялась отчетно-выборная конференция профсоюзного комитета ОАО «Арнест». Отчеты и выборы – это возможность проанализировать выполнение поставленных задач, что и сделал перед собравшимися председатель профсоюзной организации Николай Чайкин.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

В «Арнесте» гордятся своим коллективным договором, ведь недавно он по итогам краевого смотр-конкурса коллективно-договорной работы неоднократно признавался одним из лучших в крае. Высокая культура производства, современная оснащённость рабочих мест, хорошие бытовые условия, повышенное внимание к здоровью персонала – все это лежит в основе социально-экономической деятельности предприятия.

Первичная профсоюзная организация объединяет 864 человека в ОАО «Арнест», 390 ветеранов предприятия, 28 членов из ООО «Арнест-Сервис» и 58 – из ООО «Дворец Спорта «Олимп». Каждый

По итогам краевого смотр-конкурса коллективный договор «Арнеста» неоднократно признавался одним из лучших в крае.

из 12 членов профсоюзного комитета имеет свои обязанности, связанные с основными направлениями работы профкома. Сюда входит защита социально-экономических прав и интересов членов профсоюза и их прав на безопасные условия труда, правовая защита в сфере труда, сохранение здоровья, обучение профсоюзного актива, работа с молодежью и ветеранами «Арнеста», а также организационно-уставная работа.

При профсоюзном комитете работает 10 комиссий, – рассказал Николай Чайкин, – по организационно-массовой работе, социально-трудовым проблемам, охране труда и экологии, культурно-массовой работе, спортивно-оздоровительной работе, жилищно-бытовым вопросам, работе с молодежью, социальному страхованию, пенсионным вопросам, информационной работе. Представители профсоюзного актива есть во всех совместных комиссиях, действующих на предприятии: инженерно-врачебной, социальному страхованию, охране труда, трудовым спорам, награждению.

Среди работников предприятия более 50% составляют женщины, поэтому работе среди женщин и детей профсоюз уделяет особое внимание. Специальная комиссия ведет учет многодетных семей, одиноких матерей, решает вопросы по оказанию материальной поддержки этой категории работников. В течение года проводятся



Делегаты профсоюзной конференции

мероприятия для детей работников предприятия в честь Дня матери, Дня Защиты детей, Дня знаний, Нового года. Особенно хорошо в этом направлении работают члены профсоюзного комитета Елена Картаева, Наталья Дорошина, Елена Сероштанова.

Уполномоченные по охране труда и технике безопасности – представители Росхимпрофсоюза – участвуют в работе совместной комиссии предприятия по охране труда. И хотя вопросы охраны труда находились под постоянным контролем профкома, – подчеркнул Николай Чайкин, – добиться работы уполномоченных по охране труда на должном уровне проком так и не смог. В будущем году мы направим все усилия на совершенствование работы профактива в вопросах охраны труда, и очень надеемся и в дальнейшем получать поддержку члена профкома Ольги Павловой и с её помощью организовать работу уполномоченных по охране труда в каждом подразделении.

Большого внимания как со стороны руководителей подразделений так и со стороны профсоюзного актива заслуживает дисциплина труда. Порой наша жалость к нерадивым работникам имеет один конец – их увольнение по собственному желанию за неоднократные нарушения производственной дисциплины. В некоторых случаях, возможно, этого можно было бы избежать, примени мы к этим работникам своевременно жесткие меры.

Николай Чайкин подчеркнул, что профсоюзный комитет совместно с администрацией решает вопрос сокращения работающих: не обоснованных увольнений не было.

Активно работает комиссия по культурной работе, в ведение которой входит организация смотра художественной самодеятельности среди цехов и служб, конкурса новогодних газет, проведение цеховых вечеров и профессионального праздника «День Химика». Благодарность за эту работу Николай Чайкин вынес председателю комиссии Елене Ковалевой.

Заслуживает похвалы и работа спортивной комиссии, которую много лет возглавляет Игорь Несмелцев. Благодаря его активной деятельности спортсмены «Арнеста» не только постоянно участвуют, но почти всегда становятся призерами спортивных городских мероприятий. Надеемся, что энтузиазма Игорю хватит еще на много лет.

Профсоюзный лидер «Арнеста» обратил внимание делегатов конференции на то, что в последние десятилетия в нашей стране провозглашается иная политика, суть которой – ограничение функ-

ций и ответственности государства в сфере формирования условий жизнедеятельности населения. При этом открыто признается, что для обеспечения устойчивости своего социально-экономического положения защиты от социальных рисков человек должен, в первую очередь, опираться не на общество, не на государство, а на собственные силы. Это новый момент по сравнению с предыдущими десятилетиями. Тут нужно подчеркнуть, что коллективный договор арнестовцев отражает практически любую сферу жизнедеятельности. Несомненно, такое возможно, когда позиции работодателя и профсоюзной организации совпадают.

Учитывая то, что рыночный механизм несовместим с гарантированной государственной защитой, особо радует то значение, которое придается социальному партнерству на предприятии. В

свои предложения и, в то же время, учитывать аргументы представитель администрации с тем, чтобы, в конечном счете, стороны пришли к разумному компромиссу. Как справляется профком со своими задачами – видно по выполнению обязательств коллективного договора. Нужно также отдать должное администрации предприятия: профсоюзному комитету были созданы все условия для выполнения работы и обязательств, для непосредственного участия в информировании работников о целях и задачах, которые стоят перед коллективом в поддержании трудовой и производственной дисциплины, в содействии повышению производительности труда и разрешению назревших проблем и заключению социального мира. Профком имеет полную информацию о деятельности предприятия, о его социальной политике.



Заместитель председателя профкома Елена Евглевская и председатель профкома Николай Чайкин

ОАО «Арнест» бережно относятся к достигнутым положительным вопросам двухсторонних взаимоотношений. Закладывая в себе основные задачи по созданию нормальных условий труда, обеспечению людей спецодеждой, спецообувью и другими средствами индивидуальной защиты, коллективный договор на нашем предприятии с годами превратился в программу повышения уровня социальной защиты работающих, которая охватывает все стороны производственной и трудовой деятельности работников, – сказал Николай Чайкин.

По предложению профсоюзного комитета с апреля 2006 года коллективный договор стали заключать на 3 года и отражать в нем обязательства и мероприятия по занятости, оплате и охране труда, лечению, оздоровлению и отдыху, а так же социально-экономические гарантии.

Сегодня профсоюзный комитет, представляющий интересы трудового коллектива, должен договариваясь с работодателем по всем основным гарантиям, обосновать

всеми своими бывшими работниками, ушедшим на пенсию.

Участие в культурных и спортивных программах позволяет поддерживать настроение работников и имидж предприятия, поэтому в коллективном договоре предусмотрено отчисление работодателем денежных средств первичной профсоюзной организации на культурно-массовую, спортивную и другие нужды. Сотрудники ОАО «Арнест» в выходные дни часто выезжают на экскурсии, в 2008 году в поездках выходного дня побывали 828 человек.

Николай Чайкин обратил внимание собравшихся на то, что с декабря этого года профсоюзному активу предстоит серьезная работа – подготовка проекта коллективного договора, который будет действовать на предприятии с апреля 2010 года. Коллективный договор разрабатывается и принимается на условиях социального партнерства, проект его обсуждается на рабочих комиссиях, разногласия регулируются центральной комиссией, а утверждает его конференция. Для грамотного подхода к разработке разделов коллективного договора проводится обучение с членами комиссий и председателями цеховых комитетов. В состав центральной комиссии на паритетных условиях входят представители от администрации и профсоюзной организации. – Я надеюсь, – подчеркнул Чайкин, – что работа в комиссии в конечном счете приведет стороны к разумному компромиссу. Настроенное эффективное деловое партнерство очень важно. Только так можно принести пользу всему трудовому коллективу.

Среди работников предприятия более 50% составляют женщины, поэтому работе среди женщин и детей профсоюз уделяет особое внимание.

В заключение председатель профсоюзного комитета Николай Чайкин поблагодарил председателей цеховых комитетов, которые вели активную работу в своих структурных подразделениях – Дмитрия Шумейко, Татьяну Харужину, Ольгу Маланину, Светлану Несмелцеву, Наталью Гонтарь, Наталью Денисову. А самые заслуженные члены профактива – Виктор Сухов, Александр Гречкин и Антонид Бахвалова за активную работу получили от профсоюза подарки.

Итогом конференции стали выборы нового состава профсоюзного комитета. Председателем профсоюзного комитета ОАО «Арнест» выбран Николай Чайкин, его заместителем – Елена Евглевская.

КОНКУРС

В преддверии Нового года редакция корпоративной газеты «Арнест Информ» объявляет конкурс среди сотрудников и ветеранов группы компаний «Арнест» на лучшее новогоднее стихотворение. В стихотворении должна отражаться корпоративная тематика и поздравления своим коллективам. Лучшие стихи будут опубликованы в новогоднем номере «Арнест Информ».

Стихи можно принести в редакцию до 15 декабря по адресу ОАО «Арнест», АБК-3, кабинет №111, передавать по факсу (86554) 54-172, либо по e-mail: eystinova@arnest.ru – с пометкой **НОВОГОДНИЙ КОНКУРС**.



СПОРТ

ВЗЯТ РЕВАНШ

ИГОРЬ НЕСМЕЛЬЦЕВ

Среди предприятий Невинномысска прошли соревнования мужских команд по баскетболу, в которых приняла команда ОАО «Арнест». Наши бойцы баскетбольной площадки взяли реванш, вновь заняв первое место среди городских команд. Эти соревнования проводятся дважды в год, и последний раз 1-е место у команды «Арнеста» было в 2007 году. Впервые мы победили сильнейшие команды - ГРЭС - на 29 очков и «Азот» - на 9 очков. На такой блестящий результат повлияла безграничная вера в победу всех членов команды, которых я от души благодарю.



НОВОСТИ ОТРАСЛИ

В настоящее время Правительство РФ завершает подготовку и согласование в федеральных органах исполнительной власти законопроекта «О внесении изменений в федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции». Представители РПКА участвовали в работе Экспертного совета комитета Государственной Думы по экономической политике и предпринимательству, где отстаивали достигнутые в базовом Федеральном законе положения, учитывающие особенности и специфику производства и оборота спиртосодержащей парфюмерно-косметической продукции.

КАК ЕДИНСТВЕННОЙ НА СВЕТЕ КОРОЛЕВЕ КРАСОТЫ

По материалам газеты «Невинномысский рабочий», № 81 (13647) от 31.10.09.

«Невинномысский рабочий» - городская газета Невинномысска. Тираж 4 907 экземпляров.

14 самых сильных, энергичных, красивых юношей и 14 самых привлекательных, обаятельных, артистичных девушек города Невинномысска боролись за право стать обладателями столь высокого титула. Все по-новому, все по-новому. Кто тут самый-самый? Да практически все, все конкурсанты, достигшие финала этого конкурса.

Зрителей и гостей праздника красоты приветствовал ансамбль танца «Миллениум Данс».

На долю очень солидного жюри, в составе которого – первый заместитель главы Администрации города Татьяна Васильченко, олимпийский чемпион по тяжелой атлетике Андрей Чемеркин, представители многочисленных спонсоров, партнеров – выпала сложнейшая миссия – оценить лучших участников грандиозного шоу.

Конкурс состоял из трех туров. Сначала подиум Дворца атаковали юноши. Каждый в меру способностей и фантазии демонстрировал свои таланты жестами, мимикой, спортивными трюками, приемами бодибилдинга, показывая современную стильную одежду от известных фирм. Звания «Вице-мистер» удостоены три участника: призеры зрительских симпатий Сергей Тарала, он стал третьим конкурсантом, заслужившим звание «Вице-мистер», Семен Федоров, который стал вторым и самый обаятельный Владимир Васильев, получивший титул «Первый вице-мистер-2009». Покорил всех необыкновенной артистичностью Артур Меткалов. Мнения публики и жюри совпали – единодушно он провозглашен победителем конкурса с присвоением почетного титула «Мистер Невинномысска-2009». С победой его поздравила и вручила приз Татьяна Васильченко. Все мистеры получили заслуженные награды и подарки от спонсоров.

Затем в борьбу за звание королевы красавиц вступили девушки. Красота – это страшная сила. Самые обаятельные, привлекательные, стройные, талантливые девчонки показали себя на подиуме дворца во всей красе. Зал сотрясся от аплодисментов, провозжая каждую девушку бурей восторга.

Титулов «Мисс Обаяние» и «Мисс Прелесть» удостоена несравненная Анастасия Карпухина, «Мисс Шарм» – Анна Кравченко, самой нежной признана Татьяна Еремина, а самой фотогеничной – Виктория Королева, «Мисс Дружба» – единогласно Олеся Черенко, грациозней всех – Лолита

Под девизом Года молодежи в рамках отборочного тура национального конкурса «Мисс Россия» во Дворце спорта «Олимп» прошел конкурс «Мистер и Мисс Невинномысска-2009», генеральным спонсором которого в очередной раз стала ОАО «Компания «Арнест».



«Мистер Невинномысска-2009»
Артур Меткалов



«Мисс Прелесть»
Анастасия Карпухина

победительница прошлогоднего конкурса «Мисс Невинномысска-2008» Инна Калашникова. Примечательно, что первым поздравил девушек самый сильный человек на планете Андрей Чемеркин. Затем посыпались подарки от спонсоров и партнеров. Все участники конкурса получили наборы косметики компании «Арнест».

Устроитель конкурса «Мистер и Мисс Невинномысска-2009» руководитель модельного агентства «Модница» Ольга Хавшабова выразила огромную благодарность всем партнерам за помощь в организации и проведении конкурса.

Алла КАЛМЫКОВА

Занфирова, а в дефиле не было равных Наталье Орловой. «Мисс Очарование» бесспорно названа Мария Безлюдная, эlegantностью всех покорила Яна Выродова, артистичностью – Динара Назаренко, лучше всех прошла по подиуму Елена Богословская, от улыбки Ксении Купцовой стало всем светлей.

От моделей одежды рябило в глазах. На подиуме демонстрировались купальники – последний писк, ослепительные свадебные наряды, вечерние платья, аксессуары, часы, меховая и спортивная одежда, модная в этом сезоне, шикарные вечерние костюмы, пальто и кардиганы.

Пока члены уважаемого жюри подводили итоги конкурса, зрители развлекали артисты танцевальной студии «Лейла». Настоящий фурор в зале вызвал показ моделей одежды от ТЦ «Купеческий» под названием «Вырастайка!» самыми маленькими участниками шоу. Поражали навыки юных модников и модниц совсем не по-детски двигаться по подиуму, при этом улыбаться и строить милые гримасы.

Наконец настал самый волнующий момент – награждение победительниц. Под громкие аплодисменты на пьедестале почета обладательница титула «Мисс Интернет зрительских симпатий» Анастасия Дмитриева, третья «Вице-

мисс Невинномысска-2009»; самая очаровательная участница конкурса Мария Безлюдная занимает вторую ступеньку и провозглашается второй «Вице-мисс Невинномысска-2009». Звания первой «Вице-мисс Невинномысска-2009» удостоена грациозная Лолита Занфирова.

И вот она, королева конкурса «Мисс Невинномысска-2009», – на самой верхней ступеньке. Это «Мисс Оригинальность» Светлана Есипенко, у которой от волнения и переполнявших ее эмоций заблестели на глазах слезы, но это, конечно же, слезы счастья. Необыкновенно к лицу победительнице корона, которой венчала голову красавицы



Победительница конкурса «Мисс Невинномысска-2009»
Светлана Есипенко



По материалам газеты
«Косметический рынок сегодня», №17

«Косметический рынок сегодня» -
информационно-аналитический вестник,
тираж 4 500 экземпляров

ТОЛЬКО ОДНО ИСКЛЮЧЕНИЕ

Действительно, металл, несмотря на свою высокую стоимость, достаточно активно используется в парфюмерно-косметическом дизайне. Пожалуй, только в одном случае этот материал выявлен персоной нон-грата – при выпуске комплектующих дозаторов. В остальных его присутствие не только желательно, но иногда просто необходимо. Например, аэрозольные баллоны – исключительная зона ответственности алюминия. Металл используется и в комплектующих (например, воронки для флаконов, колпачки), и как средство декорирования, и как аксессуар, и, конечно, в качестве первичной, а также вторичной упаковки.

Сегодня встречаются достаточно оригинальные варианты его использования. Например, самоклеющиеся этикетки из сплава на основе олова. Цветные и натуральные, фигурные и с затейливым конгревом, – эти изделия можно было видеть на последних выставках в Москве.

АЭРОЗОЛИ СЕГОДНЯ

Отдельно следует отметить аэрозольную продукцию, интерес к которой в последнее время заметно растет. Это вызвано целым рядом обстоятельств, и в первую очередь повышенным вниманием к экосоставляющей современной упаковочной продукции. А, как известно, алюминий, один из основных материалов изготовления аэрозольных баллонов, полностью поддается многократной переработке без какой-либо потери качества. Сегодня в США аэрозольная упаковка на 59%, а в Европе – на 56% изготавливается из переработанного материала. По данным Международной организации производителей алюминиевой аэрозольной упаковки (Organisation of Aluminium Aerosol Container Manufacturers, AEROBAL), несмотря на снижение спроса в последнем квартале, объем продукции, выпущенной в 2008 году, составил 5,7 млрд изделий. А это на 8% больше, чем в 2007 году. По данным этой организации, на долю алюминиевой упаковки приходится 44% мирового рынка всей выпускаемой аэрозольной упаковки, объем которой приближается к 13,1 млрд единиц. При этом большая часть аэрозольной продукции – 76% – предназначена для парфюмерно-косметического рынка. В качестве примеров можно вспомнить хотя бы некоторые последние новинки. Это многочисленная гамма средств для волос Nivea Styling и лимитированный выпуск 2009 года Evian спрей для кожи Beauty edition by COCO (флакон 50 мл в трех вариантах оформления, каждый из которых представляет разный образ). Стоит отметить, что по сравнению с предыдущим годом в этой последней новинке графика не такая эффектная, но, тем не менее, эта продукция заслуживает внимания.

В прошлом году соотношение товарных категорий аэрозольной продукции в индустрии красоты выглядело следующим образом: 48% – дезодоранты, 11% – лаки и прочие фиксаторы для волос, 10% – спреи для волос, 3% – пены для бритья. Вследствие глобального кризиса темпы роста в текущем году снизились, но уже во втором

ЖЕЛЕЗНЫЙ ХАРАКТЕР

Популярности металла в современной парфюмерно-косметической упаковке способствуют не только эстетика и функциональность. С недавних пор, когда винтаж закрепился в числе основных дизайнерских тенденций, появился спрос на жестяную упаковку. А в последнее время актуальности металлу добавляет экосоставляющая, то есть его пригодность к переработке. Постоянно совершенствующиеся технологии декорирования также укрепляют позиции этого материала.

полугодии эксперты прогнозировали оживление спроса. Несмотря на колебания конъюнктуры, дизайн аэрозольной продукции продолжает развиваться. И здесь мы наблюдаем серьезные

качественные перемены. Это касается технологий декорирования и прочих эстетических составляющих, а также улучшения функциональных характеристик. Заметно разнообразнее становится форма. На смену традиционному для данного случая цилиндру все чаще приходят более оригинальные силуэты, в частности, встречаются асимметрич-

арсенале есть одна из последних новинок – так называемая технология thermotransferprinting с использованием фольги. Кроме того, компания разработала инновационную конструкцию cap-in-cap (баллон в баллоне), обеспечивающую повышенную защиту содержимого, что в свою очередь увеличивает срок годности продукта, а это важно для натуральных средств или продуктов с низким содержанием консервантов. В упаковку cap-in-cap можно поместить высоковязкие косметические средства, такие как кремы, гели, краски,

сортименте компании можно найти много оригинальных силуэтов. Среди последних новинок – патентованные формы «Эволюшен», «Эротика». «Сегодня мы особое внимание уделяем форме, – говорит Михаил Геворкян, экспорт-проект-менеджер, представитель компании на рынке СНГ. – Оригинальность внешнего вида пользуется повышенным спросом, так как она не только позволяет бренду выделить свою продукцию, подчеркнуть при этом повышенный уровень ее качества, но и является хорошей защитой от подделки».



ные варианты. Таким образом, форма аэрозольной упаковки, а не только цвет и графика, вовлекается в передачу основных черт бренда, и это одна из наиболее примечательных тенденций. Кстати, эксперты отмечают, что на изготовление фигурной формы требуется меньше материала, что снижает количество упаковочных отходов, т.е. негативное воздействие на окружающую среду.

Это все хорошо видно на примере швейцарско-немецкой компании Nussbaum, которая уже не один год работает на российском рынке. «Сегодня мы освоили различные современные технологии декорирования, – говорит начальник отдела продаж Сибилл Шиллинг (Sibille Schilling). – В частности, это 8-цветная печать на емкостях диаметром от 35 до 53 мм, шелкография, нанесение фотоизображений. Также в нашем

зубные пасты, медицинские мази, бальзамы и другие виды и группы вязких и полувязких веществ. Конструкция действует по принципу двойной тубы, но вместо привычного давления рукой по поверхности надо нажать на активатор. Активатор заставит газ, заполняющий пространство между внешним и внутренним баллонами, оказать давление на последний, и таким образом содержимое выйдут наружу. Это примерно та же система, что и в вакуумных диспенсерах с внутренней камерой, только здесь вместо вакуума – газ. Такая конструкция обеспечивает безотходное (на 99%) использование продукта, контролируемое дозирование и важную для натуральных продуктов гигиеничность, т.е. сокращение контакта с воздухом и руками.

Особое внимание в Nussbaum уделяют работе с формой. В ас-

ЛУЧШАЯ ЛАМИНАТНАЯ ТУБА

Alcan Packaging стала победителем конкурса на лучшую тубоупаковку, проводимого Европейской ассоциацией производителей туб (European Tube Manufacturers Association). В номинации ламинатных изделий Best Laminate Tube 2009 лучшей была признана туба Bye-Bye Spot, которую компания Nivea использовала для своего нового продукта из молодежной серии Visage Young. Помимо практичности, упаковка заслужила особого внимания благодаря аккуратной иллюстрации, которая была нанесена с помощью двух печатных технологий: Pixel Graphics и горячей штамповки для создания зеркального эффекта.

Ирина ЕМЕЛЬЯНОВА

ИТОГИ КОНФЕРЕНЦИИ

Источник: www.intercharm.net

В рамках выставки «Интершарм» прошла XIV Международная Научно-Практическая Конференция «Косметические средства и сырье: безопасность и эффективность».

В конференции приняли участие более 350 представителей ведущих российских производителей парфюмерно-косметической продукции и зарубежных компаний, работающих на российском рынке, а также сырьевых компаний. Среди них директора по качеству, технологи-разработчики, представители органов сертификации, тестирующих лабораторий и научно-исследовательских институтов.

Было представлено 40 докладов, общим лейтмотивом которых стала наиболее актуальная в настоящее время тема – обеспечение безопасности и повышение эффективности косметической продукции в условиях научнотехнического прогресса.

Особое внимание было уделено проблемам производства и сертификации натуральной косметики. Стоит также отметить серьезную работу по исследованию влагоудерживающих свойств яблочного воска компании MIRRA.

Традиционно в рамках конференции прошел «Конкурс молодых ученых».

ПОБЕДИТЕЛЯМИ КОНКУРСА СТАЛИ:

1-е место – Малинникова Анна (ООО «СМ Мишель») с докладом на тему «Исследование факторов, влияющих на потребительские свойства современной туши для ресниц».

2-е место – Хотенкова Екатерина (ЗАО «Лаборатория Эманси») с докладом на тему «Эффективный метод снижения содержания эмульгатора при производстве косметической эмульсии».

3-е место – Мухаметгалиева Альбина (ОАО «Рокор») с докладом на тему «Применение ИК-спектроскопии для анализа и идентификации поверхностно-активных веществ, применяемых в современном косметическом производстве».

Малинникова Анна получила главный приз от компании Dow Corning – поездку на семинар в Бельгию, а также ценный подарок от РПКА.

С большим успехом прошел впервые проводимый в этом году конкурс «Лучший технолог». Его задача – подчеркнуть важную роль технолога-разработчика в процессе производства парфюмерно-косметической продукции. Участниками конкурса стали двадцать один технолог-разработчик известных российских, украинских и молдавских компаний, таких как: Концерн «КАЛИНА», ХБО при РАН «ВИТА», Viorica-Cosmetic, Свобода, Московская косметическая фабрика «Рассвет», Арнест, Ренессанс Косметик, Лорен Косметик, MIRRA, Эльфа, Ипок-Косметик.

Первое место разделили руководитель группы косметических изделий научно-исследовательского центра ОАО Концерн «КАЛИНА» Бавина Вера Ивановна и технолог-разработчик ООО «Лорен Косметик» Морозова Марина Владимировна. Специальным призом от CPL Aromas за лучшее введение отдушки было отмечено косметическое изделие главного технолога-косметолога АО «Виорика-Косметик» Почумбан Аллы Васильевны.

НОВОСТИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОГО РЫНКА

РПКА СОЗДАЕТ СОБСТВЕННЫЙ ПЕЧАТНЫЙ ОРГАН

На последнем заседании Правления РПКА принято решение о создании собственного печатного органа Ассоциации - газеты «Вестник РПКА».

27 сентября 1995 года 23 российских компании подписали протокол о создании Российской Парфюмерно-Косметической Ассоциации.

На протяжении многих лет Ассоциация старалась оперативно реагировать на все изменения в законодательстве, постоянно отслеживала ситуацию, складывающуюся на парфюмерно-косметическом рынке, оказывала помощь и поддержку своим членам.

За годы многолетней успешной деятельности РПКА количество постоянных компаний-членов увеличилось почти в четыре раза. Теперь в составе Ассоциации более семидесяти компаний: производственные и сырьевые, центры по сертификации, отраслевые СМИ.

Одна из основных задач Ассоциации - информационно-правовое обеспечение предпринимательской деятельности на российском парфюмерно-косметическом рынке. Ни для кого не секрет, что правдивая, точная и своевременная информация для участников рынка - залог успешной деятельности каждой компании. И особенно важно это сейчас, в столь непростое для отрасли время. Учитывая все эти факторы, на очередном заседании Правления РПКА было принято решение активизировать информационную деятельность Ассоциации и создать собственный официальный печатный орган - газету «Вестник РПКА».

В новом издании планируется освещать новости законодательства и международного сотрудничества, давать обзоры состояния зарубежного парфюмерно-косметического рынка, продвигать продукцию российских производителей, рассказывать об успехах и проблемах компаний, о новых достижениях и планах. Также «Вестник РПКА» будет уделять серьезное внимание кадровым вопросам beauty-индустрии, освещать выставочную деятельность и различные мероприятия отрасли.

Мы уверены, что создание собственного печатного органа станет логическим продолжением успешной деятельности РПКА на благо отрасли.

Координатор проекта: Юлия Омелянюк (e-mail: emk@rambler.ru)
Лилия МИЛЛЕР

ПРОДАЖИ ПАРФЮМЕРИИ И КОСМЕТИКИ В КРИЗИС РАСТУТ

Вопреки ожиданиям и предположениям в кризис продажи косметики и парфюмерии продолжают расти, хотя и в два раза медленнее, чем год назад. Больше других упали темпы прироста в премиальном сегменте. Лучше всех себя чувствует декоративная косметика и средства по уходу в категории масс-маркет, однако

увеличение продаж происходит в основном за счет роста цен. Уже в 3 квартале рынок нормализовался, говорят ритейлеры и, по традиции, ожидают нового роста продаж в новогодний сезон.

По подсчетам аналитиков медиагруппы «Стараякрепость» объем парфюмерно-косметического рынка в 2009 году выйдет на уровень в \$9,7 млрд или на 4,1% больше чем в 2008 году, когда рынок вырос на 8,7%.

«Премиальный» кризис

Как отмечают участники рынка, парфюмерия в этом году пользовалась меньшим спросом, чем косметика, а больше всего в кризис пострадал сегмент премиальной парфюмерии (от 2500 руб. за 100 мл), где снижение по сравнению с аналогичным периодом 2008 года составляет десятки процентов. Спрос на парфюмерию класса люкс снизился примерно на 30%, уточнил «Ведомостям» гендиректор парфюмерно-косметической сети «Арбор мунди» Александр Логинов. По его словам, одна из причин кроется в росте цен в этом сегменте на 30-40% из-за девальвации рубля.

Впрочем, снизились не только продажи парфюмерии. Как следует из отчетности L?Oreal, like-for-like продажи (сопоставимая выручка без учета доходов от магазинов, работающих менее года - ред.) в России в долларах в первом полугодии упали на 0,4%, хотя до этого стабильно росли.

В целом, падение продаж наблюдается по всей продукции премиум-класса, в т.ч. и в суперпремиуме. Продажи выросли только у тех, кто существенно увеличил расходы на дистрибуцию, говорит бывший топ-менеджер крупного поставщика косметики. В их числе оказался, например, бренд Kanebo. По словам генерального директора Kanebo Cosmetics Rus Йокко Катсухи, компания видит «устойчивый рост», а «увеличение продаж в России наиболее ощутимо среди всех стран БРИК».

Amway, у которого объем реализации премиальных косметических брендов Amway в России в рублях снизился на 15,5%, намерен в следующем году представить рынку бренд косметики средней ценовой категории, рассказал «Ведомостям» глава российского офиса Ричард Стивенс.

В 3 квартале ситуация с продажами в России стабилизировалась, говорят участники рынка. Производители элитной парфюмерии и косметики ждут роста продаж в новогодний сезон. «Потребители не откажутся от подарков на Новый год и это в первую очередь благоприятно скажется на продажах парфюмерии», - сказал «Ведомостям» гендиректор Chanel в России Паскаль Ияфиль.

Масс-маркет держит уровень

Продажи в сегменте декоративной косметики и средств по уходу в категории масс-маркет оказались намного лучше. Рост продаж связан в первую очередь

повышением цен зарубежными производителями из-за девальвации рубля. Так, Procter & Gamble «в условиях девальвации в первой половине года вынужденно повысил цены», сообщил газете представитель российского офиса концерна.

В среднем по сегменту средств для ухода за волосами, телом и кожей за 9 месяцев этого года продажи увеличились на 10% в стоимостном выражении, рассказал газете генеральный менеджер подразделения «Косметика и средства личной гигиены» «Хенкель» Сергей Быковских. Прежде всего это происходит из-за

начинают выпускать в качестве промовариантов увеличенные по размеру упаковки и некоторые покупатели переключились на них. При этом объем продаж средств по уходу за лицом вырос на 8% и в денежном, и в натуральном выражении, добавляет Алексеева.

Зато местные производители бюджетной косметики проблем со спросом на свою продукцию не испытывают. Например, у российского концерна «Калина» в первом полугодии продажи увеличились на 24,3% (до 6,8 млрд рублей), тогда как до кризиса рост был гораздо меньше - за аналогичный период 2008 года

Сильный пол налегает, прежде всего, на средства для и после бритья. По крайней мере, половина мужчин регулярно покупает дезодоранты, одеколоны и туалетную воду.

Ну а дамы практически в полном составе используют помаду, тушь, лак для ногтей. Кремами для рук и для лица пользуются 80-90% женщин, маски применяют около 60%.

Вторая причина - сам кризис. Эксперты говорят о так называемом эффекте губной помады. Проявился он еще во времена Великой депрессии в США, когда вдруг обнаружилось, что при тотальном падении потребительского спроса и доходов населения женщины продолжают покупать помаду и прочую косметику, а также нижнее белье. В наше время не отстают от них и мужички. Кризисные стрессы пытаются лечить красотой.

Не менее мощные факторы работают и против парфюмерно-косметического рынка: девальвация сделала импортную косметику чрезмерно дорогой, падение доходов населения заставило аккуратно относиться к тратам. Многие заменяют импортные средства на дешевые отечественные аналоги.

Текущую ситуацию на российском парфюмерно-косметическом рынке можно оценить, как затихшие перед бурей. Если первоначальной традиционной антикризисной стратегией была схема «затихнуть и переждать», то теперь маркетологи получили достаточное количество статистики, чтобы запускать внятные агрессивно-наступательные «антикризисные» программы. В том числе и для освоения новых ниш, освобожденных не выдержавшими «кризисного» марафона конкурентами.

Более того, запускать программы надо именно сейчас. Приближается самая «горячая» для данного рынка пора - рождественский всплеск спроса. Именно рождественские потребительские предпочтения расставят участников рынка по новому ранжиру и определят лидеров на ближайший год.

Компании, которым удастся за счет рождественских продаж потеснить конкурентов, обеспечат себе позиции фаворитов не на год, а на более длительный срок - на весь посткризисный период.

По данным медиамониторинговой группы AdMonitor, в июле-августе в общей структуре рекламного телерынка категория «Парфюмерия, косметика и средства гигиены» стала лидером и заняла 20,7% от общего объема. В этой категории было продемонстрировано 18,81 тыс. минут рекламы.

Российский парфюмерно-косметический рынок считается одним из самых быстрорастущих в мире. Его потенциальную емкость эксперты оценивают в 15-8 миллиардов долларов. Ожидается, что этот уровень будет достигнут к 2016-2017 годам, однако из-за кризиса сроки сдвинулись.



роста цен. В штуках, по его словам, объемы реализации упали в среднем на 8% из-за уменьшения покупательной способности россиян. Девальвация рубля превысила 10%, но главные игроки не стали полностью закладывать ее в цену, так как бились за потребителей с более низкими доходами, чем их докризисная целевая аудитория, считает Быковских.

Эту тенденцию подтверждают и данные «Nielsen Россия». Так, розничные продажи шампуней в городах с населением от 10 тыс. человек выросли на 8% (в рублях), а в натуральном выражении снизились на 5%. Продажи средств по уходу за телом в рублях выросли на 5%, в штуках продукции снизились на 4%. Рост в денежном выражении не обязательно связан с подорожанием, уверяет аналитик компании Оксана Алексеева, т.к. производители

он составил 16%. Производитель пользуется моментом: инвестирует в дистрибуцию своих брендов, расширяет ассортимент - в первом полугодии «Калина» вывела на рынок 155 новинок.

По данным сайта www.rb.ru

ТЕНДЕНЦИИ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Россияне продолжают покупать косметику вопреки кризису. Существует несколько факторов, которые поддерживают спрос на косметику.

Первый: россияне уже привыкли ухаживать за собой. По опросам российской компании Profi On-line Research, 99% женщин и 95% мужчин в возрасте от 23 до 55 лет так или иначе пользуются косметикой и парфюмерией постоянно.

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

Наши коллеги, родившиеся в декабре

ОАО «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Адаменко Оксана Анатольевна	инженер 1 категории производственно-диспетчерского отдела	01.12.
Веснин Анатолий Сергеевич	заместитель генерального директора по общим вопросам	01.12.
Фефелов Виктор Михайлович	автоматчик цеха клапанов	01.12.
Тендряков Федор Вадимович	специалист 1 кат. коммерческого отдела	02.12.
Загорюлько Денис Николаевич	наладчик оборудования цеха баллонов	02.12.
Квашнина Наталья Анатольевна	оператор технологических установок цеха наполнения	02.12.
Чабанова Ирина Евгеньевна	сборщик продукции цеха наполнения	03.12.
Чобанян Станислав Хугасович	водитель погрузчика - грузчик цеха хранения и грузоперевозок	03.12.
Никифоров Геннадий Анатольевич	аппаратчик цеха наполнения	04.12.
Литовченко Яков Николаевич	механик цеха баллонов	05.12.
Антонова Галина Агвановна	сборщик продукции цеха наполнения	05.12.
Выборных Вера Николаевна	делопроизводитель канцелярии	05.12.
Дудко Ольга Владимировна	ведущий инженер производственно-диспетчерского отдела	06.12.
Ермолов Николай Иванович	токарь ремонтного отделения	06.12.
Бендус Александр Иванович	наладчик оборудования цеха клапанов	06.12.
Лунин Сергей Владимирович	термист ремонтного отделения	08.12.
Дулиба Елена Геннадьевна	сборщик продукции цеха наполнения	08.12.
Наконечников Сергей Николаевич	заместитель начальника цеха наполнения	08.12.
Дергалов Валерий Юрьевич	наладчик оборудования цеха баллонов	09.12.
Любавина Наталья Константиновна	укладчик-упаковщик цеха баллонов	09.12.
Клокова Наталья Вячеславовна	сборщик продукции цеха наполнения	09.12.
Рязанцев Павел Анатольевич	сменный мастер цеха наполнения	09.12.
Бурляев Андрей Анатольевич	мастер отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	10.12.
Федосеева Зильфира Валеевна	сборщик продукции цеха наполнения	10.12.
Жданова Ольга Ивановна	специалист 1 кат. цеха хранения и грузоперевозок	11.12.
Галка Артем Анатольевич	наладчик оборудования цеха баллонов	14.12.
Аржевкин Сергей Кимович	наладчик оборудования цеха наполнения	14.12.
Ковалева Светлана Николаевна	сборщик продукции цеха наполнения	14.12.
Самойленко Максим Александрович	грузчик цеха наполнения	14.12.
Кравец Сергей Александрович	грузчик цеха наполнения	15.12.
Моисейкина Ирина Валерьевна	оператор эвм цеха хранения и грузоперевозок	15.12.
Супрунов Игорь Иванович	энергетик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	16.12.
Стрекалова Степанида Федоровна	литейщик пластмасс цеха клапанов	16.12. юбилей
Босенко Наталия Владимировна	контролер качества отдела менеджмента качества	17.12.
Сухоплюев Вадим Валентинович	токарь ремонтного отделения	17.12.
Бондарев Михаил Олегович	грузчик цеха наполнения	17.12.
Кобзарева Елена Владимировна	укладчик-упаковщик цеха баллонов	18.12.
Касатский Владимир Николаевич	наладчик ХШО цеха клапанов	18.12.
Калмазов Вячеслав Анатольевич	грузчик цеха наполнения	18.12.
Поддубная Светлана Ивановна	ведущий экономист отдела экономики и стратегического развития	20.12.
Гейде Павел Павлович	электрогазосварщик ремонтного отделения	20.12.
Любавин Игорь Анатольевич	наладчик оборудования цеха баллонов	20.12.
Курьянов Денис Николаевич	оператор технологических установок цеха наполнения	20.12.
Петренко Людмила Борисовна	специалист цеха хранения и грузоперевозок	20.12.
Несмелъцев Игорь Геннадьевич	наладчик машин цеха клапанов	21.12.
Запара Светлана Константиновна	сборщик продукции цеха наполнения	21.12.
Грицунова Галина Васильевна	литейщик пластмасс цеха клапанов	22.12.
Алексухина Татьяна Александровна	сборщик продукции цеха наполнения	22.12.
Бурова Наталья Михайловна	сборщик продукции цеха наполнения	22.12.
Яценко Сергей Иванович	оператор технологических установок цеха наполнения	22.12.
Великорещкая Светлана Ивановна	ведущий инженер научно-технического центра	23.12.
Асташова Светлана Васильевна	сменный мастер цеха наполнения	23.12.
Миженский Василий Николаевич	наладчик оборудования цеха наполнения	23.12.
Язловецкий Сергей Николаевич	аппаратчик цеха наполнения	23.12.
Кузьминых Николай Владимирович	наладчик оборудования цеха баллонов	24.12.
Белимова Оксана Михайловна	сборщик продукции в аэрозольной упаковке	24.12.
Михайленко Галина Викторовна	сборщик продукции цеха клапанов	24.12.
Балановская Елена Николаевна	кладовщик цеха хранения и грузоперевозок	24.12.
Зарезко Оксана Викторовна	инженер - микробиолог 2 категории отдела менеджмента качества	25.12.
Рубис Яна Геннадьевна	сборщик продукции цеха наполнения	25.12.
Чухман Владимир Александрович	электромеханик отделения энергообеспечения и ремонта оборудования	26.12.
Акимов Сергей Анатольевич	наладчик оборудования цеха баллонов	26.12.
Ларионова Елена Ивановна	печатник по жести цеха баллонов	26.12.
Головацкий Евгений Владимирович	аппаратчик цеха наполнения	26.12.
Горносталя Наталья Валентиновна	сборщик продукции цеха наполнения	26.12.
Леонов Антон Викторович	фрезеровщик ремонтного отделения	27.12.
Александров Виталий Анатольевич	инспектор (по транспорту) службы президента	29.12.
Зорина Людмила Викторовна	сборщик продукции цеха наполнения	29.12.

Стрешная Елена Николаевна	грунтовальщик цеха баллонов	30.12.
Саламаха Анна Васильевна	сборщик продукции цеха клапанов	30.12.
Сердюков Владимир Николаевич	наладчик машин цеха клапанов	30.12.
Иванова Оксана Викторовна	сборщик продукции цеха наполнения	30.12.
Магамедов Никита Юрьевич	грузчик цеха наполнения	30.12.
Маркин Олег Витальевич	водитель автомобиля цеха хранения и грузоперевозок	30.12.

ООО «Аэрозоль Новомосковск»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Бойко Сергей Феликсович	руководитель проекта отдела технического развития и проектирования	01.12.
Волкова Жанна Владимировна	дизайнер цеха по производству тары	01.12.
Евсеева Татьяна Анатольевна	контролер качества продукции и технологического процесса отдела менеджмента качества	02.12.
Точилина Елена Вадимовна	лакировщик туб цеха по производству тары	03.12.
Рудковичский Олег Владимирович	инженер-энергетик цеха теплоэнергоснабжения	04.12.
Сенчихина Лариса Владимировна	инженер по производству производственно-диспетчерского отдела	04.12.
Иноземцева Валентина Матвеевна	подсобный рабочий цеха по производству аэрозольной продукции	04.12.
Матюшин Сергей Владимирович	инженер по подготовке производства цеха по производству тары	05.12.
Маскайкина Наталья Васильевна	комплектовщик цеха по производству тары	05.12.
Марков Михаил Владимирович	электрогазосварщик ремонтно-инструментального цеха	06.12.
Тимофеев Антон Игоревич	машинист компрессорных установок цеха по производству аэрозольной продукции	09.12.
Рошупкина Наталья Анатольевна	прессовщик туб цеха по производству тары	09.12.
Зуева Елена Николаевна	аппаратчик нейтрализации цеха теплоэнергоснабжения	09.12.
Горецкая Ирина Борисовна	экономист финансово-экономического отдела	09.12.
Егоров Александр Кузьмич	наладчик оборудования в производстве аэрозольных упаковок цеха по производству аэрозольной продукции	10.12.
Якимчук Владимир Александрович	электрогазосварщик ремонтно-инструментального цеха	11.12.
Моторин Геннадий Дмитриевич	ведущий инженер цеха теплоэнергоснабжения	11.12. юбилей
Шильдяева Валентина Николаевна	комплектовщик цеха по производству аэрозольной продукции	12.12.
Новикова Екатерина Викторовна	кладовщик цеха хранения и грузоперевозок	12.12.
Селиванова Ольга Павловна	ведущий инженер-химик научно-технического отдела	14.12.
Минайлов Сергей Валентинович	слесарь-электрик по ремонту электрооборудования цеха теплоэнергоснабжения	14.12.
Колдаков Анатолий Михайлович	наладчик оборудования тубного производства цеха по производству тары	15.12.
Казанцев Виктор Геннадьевич	заместитель главного бухгалтера	17.12.
Морозов Юрий Леонидович	юрист	18.12.
Николаев Илья Владимирович	инженер по подготовке производства цеха по производству тары	20.12.
Соловьева Лариса Владимировна	машинист компрессорных установок цеха теплоэнергоснабжения	20.12.
Гришунов Павел Анатольевич	грузчик цеха хранения и грузоперевозок	21.12.
Барулина Мария Сергеевна	сборщик продукции в аэрозольной упаковке цеха по производству аэрозольной продукции	22.12.
Чугаев Сергей Викторович	наладчик оборудования в производстве аэрозольных упаковок цеха по производству тары	23.12.
Дворянкин Александр Викторович	Электромеханик по средствам автоматизации и приборам технологического оборудования ремонтно-инструментального цеха	25.12.
Кузнецова Ирина Анатольевна	машинист экструдера цеха по производству тары	26.12.
Дергачев Василий Анатольевич	слесарь-инструментальщик ремонтно-инструментального цеха	27.12.
Чувикина Алевтина Николаевна	кладовщик цеха хранения и грузоперевозок	28.12.
Тюнина Елена Ивановна	ведущий специалист отдела по управлению персоналом	29.12.
Титова Людмила Кузьминична	комплектовщик цеха по производству аэрозольной продукции	29.12.
Вдовьева Елена Анатольевна	литейщик пластмасс цеха по производству тары	31.12.

ОАО «Компания «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Золотарева Наталья Николаевна	экономист экономического отдела	02.12.
Литвинская Елена Александровна	экономист экономического отдела	02.12.
Косилов Владимир Иванович	ведущий специалист группы дизайна отдела маркетинга	05.12. юбилей
Федченко Александр Викторович	региональный менеджер дивизиона "Юг" отдела продаж	06.12.
Банюхов Алексей Николаевич	руководитель дивизиона "Восток" отдела продаж	14.12.
Вишнякова Ирина Анатольевна	региональный менеджер по Восточной Сибири отдела продаж	19.12.
Беловод Наталья Юрьевна	менеджер проектов отдела контрактного производства	29.12.
Корнилов Олег Игоревич	логист дивизиона "Урал" отдела логистики	30.12.

Представительство в Москве

Работник	Должность	Дата рождения
Шмелева Наталья Юрьевна	Руководитель дивизиона "Сети" отдела продаж	28.12.

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
25.11.2009 г.
Отпечатано в ООО «Эль-Квест Принт»
г. Москва, Малая Семеновская, 3.

Номер подписан в печать 25.11.2009 г.
Тираж 999 экз.
Заказ №
Распространяется бесплатно