

# Pro

ЖУРНАЛ О ЖИЗНИ КРАЯ

Январь Февраль 2006

**Виртуальная  
конфета для  
маленького  
человека**

А вы задумывались  
над тем, чему учит  
наших детей  
реклама?

**Дым  
с острова  
Свободы**

Если уж вы  
курите сигары,  
то делайте это  
по правилам!

**ПЕРСОНА  
НОМЕРА**

**АРТУР  
НАСОНОВ**

# СТИЛЬ ТАЙМ

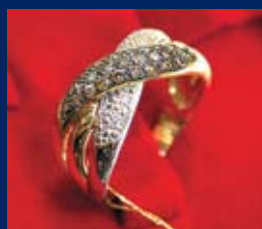
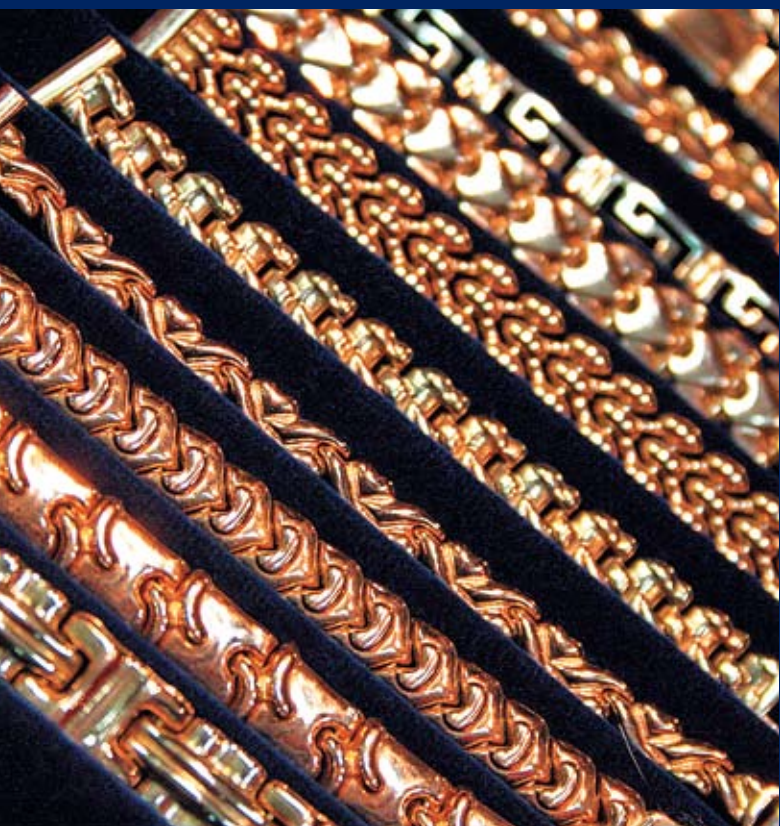
ЧАСОВОЙ САЛОН «СТИЛЬ ТАЙМ»  
Г. СТАВРОПОЛЬ, УЛ. ДЗЕРЖИНСКОГО, 133  
ЦУМ, 2-Й ЭТАЖ, ТЕЛЕФОН: (8652) 26-03-57

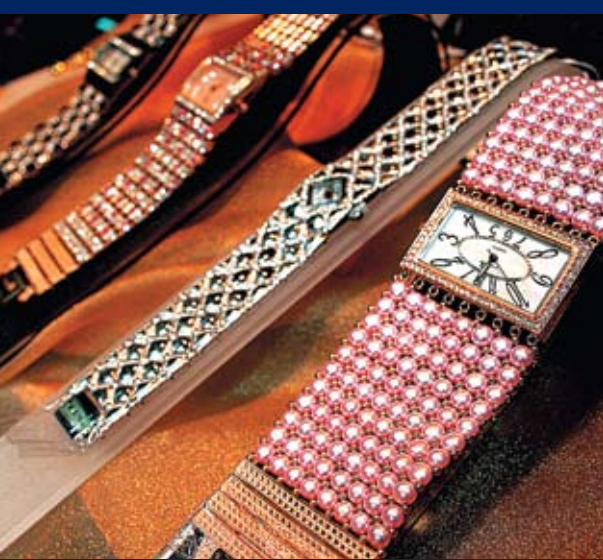
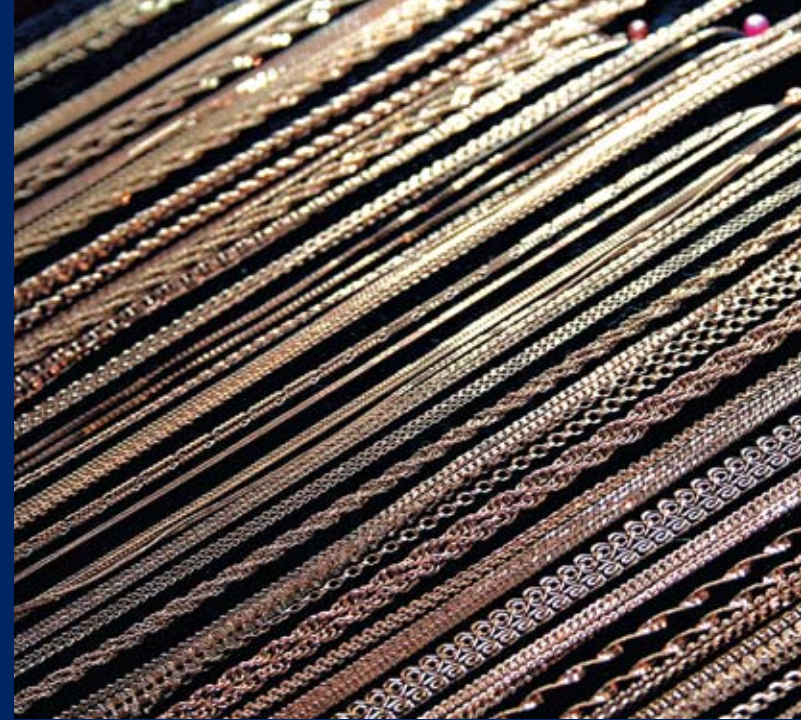




  
Русский  
**СТИЛЬ**  
Ювелирная фирма

*Стиль высшей  
пробы!*



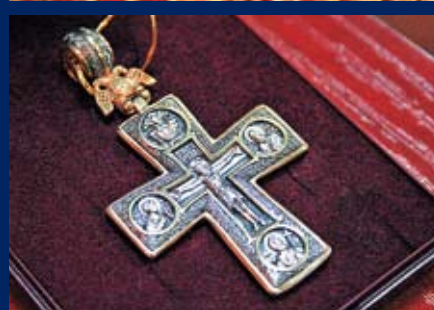



**Русский  
СТИЛЬ**  
Ювелирная фирма

ул. Ленина, 474, универмаг «Ставрополь»  
тел. 56 75 03

ул. Ленина, 347, Торговый дом «Селена», 2-й этаж  
тел. 35 85 88 (доп.110)

пр-т К. Маркса, 59, магазин «Пассаж», 2-й этаж  
тел. 26 14 23



# СОДЕРЖАНИЕ

Проблема

## **Виртуальная конфета для маленького человека 8**

Надо ли ограждать своего ребенка от воздействия рекламы? И возможно ли это? А, может быть, реклама тоже школа жизни?

Престо

## **Креативные новости 12**

События и факты из мира рекламы и PR

Про деньги

## **От неприятностей не застрахован никто, от их последствий может застраховаться каждый 14**

Рынок страхования России растет с каждым годом. О видах страхования и сути страхового бизнеса рассказывает постоянный ведущий рубрики Георгий Костыря

## **Дым с острова Свободы 16**

Сигара – это своеобразный антракт, изымающий курильщика из обычного течения жизни

Прорекламируемся

## **Эффективная реклама 22**

В этом выпуске рубрики речь пойдет о радиорекламе

Персона

## **Артур Насонов.**

## **Возраст созидания 46**

Человек, который знает, как стать политиком



# Pro

Продвижение – только вперед!

журнал № 1-2 (7)  
январь-февраль 2006

**Главный редактор**  
Ирина Боголюбова

**Директор**  
Галина Белозерцева

**Арт-директор**  
Николай Мокринский

**Литературный редактор**  
Галина Туз

**Редактор**  
Александр Быков

**Ответственный редактор**  
Татьяна Морозова

**Над номером работали**  
Юлия Богданова, Дарья Иващенко,  
Юрий Швыдченко, Мария Мацур

**Дизайн, верстка**  
Николай Мокринский  
Ростислав Ненашев  
Олеся Рудченко

**Корректор**  
Галина Сергиенко

**Коммерческий отдел**  
Евгений Литвинов, Виктория Арканникова,  
Алексей Иванелло, Елизавета Дмитренко,  
Максим Бизяев  
размещение рекламы  
(8-928-3) 216-615 /14/13/12

**Административный отдел**  
Сергей Москвитин, Елена Мазная, Елена  
Свиридова

**Учредитель и издатель** Издательский дом MediaPro  
Свидетельство ПИ № ФС 10-6031 от 06 октября 2005 г.  
выдано Управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых  
коммуникаций и охране культурного наследия по Южному федеральному округу

**Офис в городе Ставрополе:** 355003, г. Ставрополь, ул. Ломоносова, 23. Торговый центр «Пилот»  
тел.: (89283) 216-612, тел./факс: (8652) 35-33-44,34-45-45

**Офис в городе Пятигорске:** 357500, г.Пятигорск, ул.Крайнего,49. Региональный деловой центр  
тел.: (89283) 216-615, тел./факс: (8793) 36-37-41

**Тираж 7000 экз.**

Отпечатано в типографии «Полиграфсервис» 355035, г.Ставрополь, Старомарьевское шоссе,15

**Распространяется бесплатно** (см. стр. 4-5)

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных материалах.  
Рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

Перепечатка материалов журнала **Pro** невозможна без письменного разрешения редакции.

При цитировании ссылка на журнал **Pro** обязательна. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.



14

**Pro** деньги. **Георгий Костыря.** Директор ООО «K&Co консалтинг», консультант ИГ СТЭК. Входит в пятерку лучших компетентов Юга России. Эксперт «The Moscow Times» и журнала «Слияние и поглощения» по региону. Сертифицирован всемирным банком по специальности «оценка бизнеса».



22

**Прорекламируемся.** **Игорь Лапинский.** Эксперт в области политического PR, бизнес PR и рекламе. 15-летний опыт работы в рекламном бизнесе. Автор более десяти тысяч рекламных аудиоспотов и сорока рекламных концепций. Постоянный ведущий рубрики **Прорекламируемся.** Этот выпуск Игорь Лапинский посвящает радиорекламе.



## РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР

Бизнес-центр класса "А".

Современное 13-этажное здание,  
расположенное в самом  
центре г.Пятигорска.

Удобная транспортная доступность.

Профессиональная  
управляющая компания.

Долгосрочная аренда.

Услуги конференц-зала, кафе-бар,  
работает филиал банка, авиакассы,  
парикмахерские, салон красоты,  
юридические и другие виды услуг.

Удобная планировка офисов  
площадью от 40 м<sup>2</sup>.

Оснащен современными системами связи.

Сплинkerная система пожаротушения.

Круглосуточная охрана.

3 пассажирских и 1 грузовой лифты.

Парковка на прилегающей территории.

Престижное расположение.

Современные системы жизнеобеспечения.

Адрес: Ставропольский край  
г.Пятигорск, ул.Крайнего, 49  
тел.:8(8793) 36-36-02  
36-36-03, факс:33-79-13  
e-mail: rdc@infranet.ru  
www.kmv-center.ru



Казалось бы, беспроигрышный вариант – наружная реклама. Есть, как говорится, не просит, затрат минимум, раз повесил – и она работает на прибыль без дальнейшего вашего участия... И не случайно во всем мире так любят плодить щиты вдоль дорог и громоздить вывески на зданиях. Ставрополь в этом смысле не исключение, но, увы, и не образец. Так считает эксперт номера Александр Сиротинский, депутат городской Думы Ставрополя, доцент кафедры мировой экономики Ставропольского государственного аграрного университета, первопроходец на городском рынке наружной рекламы.

## ТЕМА НОМЕРА

# PR & РЕКЛАМА

– Вы стояли у истоков возникновения наружной рекламы в нашем городе. С чего же все начиналось?

– Ещё не так давно, в начале 90-х, в Ставрополе вообще не существовало понятия «наружная реклама». Город казался просто серым. В то время я владел сетью магазинов аудио- и видеотехники и задумался об их достойном оформлении. Но даже сделать вывеску, как ни странно, оказалось большой проблемой. Рекламу пришлось заказывать в Дубае по заоблачным ценам, в пути неоновые трубки бились, и эти рискованные предприятия однажды привели меня к мысли, что рекламой нужно заниматься самому. В 95-м я купил полный комплект оборудования для изготовления наружной рекламы. Чтобы понять, как должна быть устроена моя фирма, я отправился смотреть и учиться в Атланту и в Нью-Йорк. Сначала мы работали только на рекламу собственных магазинов, но скоро стали выполнять заказы других компаний. Так в Ставрополе и появилась наружная реклама. Конечно, внесли свой вклад и другие фирмы, им, как и нам, приходилось все начинать с нуля. Но у нас производство было сразу поставлено на широкую ногу, делалось «для себя», а значит – максимально качественно. Рынок наружной рекламы постепенно расширяется, и это положительная тенденция. Чем больше конкурентов – тем интереснее работать.

– Что можно сказать о качестве современной ставропольской рекламы?

– Наша фирма с самого начала опиралась на прогрессивные технологии. В свое время именно мы продемонстрировали городу многообразие того, что предлагает современный рынок рекламного оборудования. Сейчас производство рекламы находится на таком уровне, который позволяет осуществлять любые идеи, не жертвуя качеством. Я считаю, что сейчас в городе дела с наружной

рекламой обстоят неплохо. Работает много интересной молодежи, которая находит нестандартные дизайнерские решения. Хотя видны и минусы.

– Какие именно?

– Прежде всего – отсутствие политики в установке рекламных щитов. Это бедствие началось в 2000-м году, с тех пор эффективность щитовой рекламы падала, а сейчас практически равна нулю. Такое обилие информации, которое обрушивается на человека, скажем, на проспекте Кулакова, просто не воспринимается. Щитов должно быть мало, только тогда можно говорить об их действенности. За право раздражать своим логотипом взгляд горожанина рекламодатели должны платить большие деньги.

На мой взгляд, на щите должна быть исключительно имиджевая реклама. Я противник любой текстовой информации, даже телефонов. Это отвлекает внимание. Изготовители щитовой рекламы должны придерживаться определенных этических норм, ведь если в других формах рекламы есть принцип «не нравится – не смотри», то здесь информация навязывается. На щиты так или иначе смотрят все – и дети, и пенсионеры. Поэтому я считаю, что наружная реклама должна быть не просто понятна и доступна всем, но в хорошем смысле слова консервативна. Идеальный щит – это простой шрифт и минимум информации. Только логотип компании или продукта.

А перетяжки? Они годятся только в качестве источника оперативной информации. Но многие в связи с их дешевизной используют перетяжки как рекламу, и они висят годами, возвещая об отсутствии у рекламодателя элементарного вкуса. Сейчас щитовая реклама портит настроение всему городу, в этой области должен быть наведен порядок.

– С щитами, кажется, все понятно. Но ведь

ими наружная реклама не исчерпывается.

– Что касается вывесок, то как раз с ними в нашем городе проблем, мне кажется, нет. Многие выполнены на мировом уровне. Вывеска должна привлечь внимание, проинформировать, сформировать положительный образ того, что она представляет. Вывеска – лицо организации, а лицо должно быть приятным. Это не значит, что на производство вывески нужно тратить огромные деньги, ведь дороже – не значит лучше. Пусть будет красивой, технологичной.

– Ну а как же пресловутый «креатив»?

– Есть много рекламы, которая сама по себе восхитительно сделана, но не реализует своей главной функции. Цель рекламы – продавать. И большая беда, когда реклама уводит человека от цели. Бывают, например, замечательные, креативные ролики, однако зритель уже через минуту не может вспомнить, что рекламировалось. Это ошибка создателей рекламы.

– Какие новые решения предлагает сегодня рынок наружной рекламы?

– После неона ничего интересного по большому счету не придумано. Появились светодиоды – вот, пожалуй, и все. Основное направление развития сейчас – производство становится более технологичным. Другой вектор поиска – размещение рекламы в нестандартных местах, так как на щитах, на транспорте, на стенах она уже примелькалась. Как правило, самыми эффективными считаются рекламные кампании, которые сочетают наружную рекламу с рекламой в печатных и электронных СМИ. Но так как Ставрополь – небольшой город с ограниченным рынком, такие кампании могут себе позволить единицы. У нас самая эффективная реклама – народная молва, а для этого нужно просто хорошо работать. И тогда о вашей фирме скоро станет известно всему городу.



П Л А З А - О Д Е Ж Д А З А !



Colours & Beauty  
MILANO

*steilmann*

unique

swatch 

SASCH®

 trend by Paris

Г. СТАВРОПОЛЬ, УЛ. ЛЕНИНА, 370/91, ТЕЛ.: 8(8652) 37-16-81



# ВИРТУАЛЬНАЯ КОНФЕТА ДЛЯ МАЛЕНЬКОГО ЧЕЛОВЕКА

Представьте, что вы посчитали рекламу злейшим врагом своего ребенка и решили, что он больше не встретится с ней нигде и никогда. Тогда пришлось бы спрятать от него не только наш журнал, но и практически все остальные. Затем надо было бы выбросить из дома телевизор, убрать из автомобиля радиоприемник. И возить на этом автомобиле свое дитя пришлось бы, завязав несчастному глаза, чтобы не видел рекламных щитов вдоль дороги. В конце концов, с ребенком под мышкой бежать из города, прочь от цивилизации. В поля, в леса, на необитаемый остров... Я знаю только одного человека, который поступил подобным образом, но детей у него нет, а для связи с миром он все-таки купил себе сотовый телефон.

Хотя, может, никакой проблемы и вовсе нет, а тема наша высосана из пальца? А то, что реклама часто не такая, как нам хотелось бы, так ведь и в жизни не все так просто. Вот пусть с младых ногтей и учатся отличать зерна от плевел, понимать, кому можно доверять, а кому – нельзя. Пусть социализируются, интегрируются, так сказать, во взрослый мир товарно-денежных отношений. Реклама – тоже школа жизни. Как армия! И нечего растить уклонистов. К тому же семья, родители зачем? Если уж вы такие щепетильные, не давайте детям смотреть взрослую рекламу, пусть смотрят детскую.

Между прочим, детская реклама у нас защищена законодательством. Из статьи 20 Федерального закона «О рекламе», кто не знает, может узнать, что в детской рекламе запрещены: а) дискредитация родителей и воспитателей, направленная на подрыв доверия к ним несовершеннолетними; б) внушение непосредственно несовершеннолетним, чтобы они убеждали родителей или других лиц приобрести

рекламируемые товары; в) привлечение внимания несовершеннолетних к тому, что обладание тем или иным товаром дает преимущества над другими несовершеннолетними, а также к тому, что отсутствие этих товаров дает обратный эффект; с) создание у несовершеннолетних нереального (искаженного) представления о стоимости (цене) товара для несовершеннолетнего, в частности, путем применения слов «только», «всего лишь» и тому подобных, а также путем прямого или косвенного указания на то, что рекламируемый товар доступен для любого семейного бюджета.

А теперь пусть каждый из вас, дорогие читатели, сам себе ответит, только честно: все ли перечисленные пункты этой статьи соблюдаются? По-моему, ни один не соблюдается. Мастера рекламы на то и Мастера, чтобы уметь обходить юридические препоны и моральные рогатки. Все преподносится не в лоб, а в такой форме, чтобы на любое обвинение можно было ответить типа: «Что вы, что вы! Вы нас неправильно поняли. Мы ведь совсем не то хотели сказать». Так что же, вся реклама – зло, растление, скрытый криминал? Ни в коем случае. Конечно, реклама болеет теми же болезнями, что и вся наша цивилизация. Есть в ней и проходимцы, и бездари, и плагиаторы. И все же погоду делают другие люди: порядочные, талантливые, самобытные. Рекламе есть не только к чему стремиться, но есть и с помощью кого. В идеале реклама – это такое произведение массмедийного искусства, которое несет в себе необходимую, правдивую информацию о рекламируемых товарах или услугах, выгодно отличающую их от им же подобных. А если говорить о детской рекламе, то уместно будет вспомнить и о педагогической миссии господ

рекламщиков. Ведь в отличие от взрослых, часто переключающих телевизор с одной программы на другую, чтобы не видеть рекламы лишней раз, дети готовы смотреть один и тот же рекламный ролик многократно и с неослабевающим интересом. Такова особенность детской психики. К тому же для многих современных детей реклама (особенно телевизионная как самая навязчивая) — основной источник информации, оказывающий решающее влияние на образ их мысли.

А отсюда – и возможные последствия. Известно, что такая благополучная страна, как Швеция, занимает первое место в мире по количеству самоубийств. Но вопрос – почему? Знакомый психолог, побывавший там, утверждает, что почти половина шведов, покончивших с собой, ушли из жизни из-за комплекса неполноценности, вызванного невозможностью иметь определенную вещь. В основном это все люди молодые и здоровые. Например, подросток, которому родители не купили престижный мотоцикл и чей лучший друг (владелец такого мотоцикла) стал его избегать, стыдиться. И тот факт, что этот лучший друг потом утверждал, будто на самом деле все это было только в голове юного самоубийцы, делает ситуацию еще более ужасной и угнетающей. Тот же психолог сообщил: если ребенку, «подсевшему» на рекламу, внушить, что реклама – ложь, он может вообще перестать верить всем и всему. А это, по-моему, самое страшное, что может случиться с молодым человеком. Он ведь никогда не сможет быть счастливым! Кстати, Швеция на своих ошибках учится. Из всех европейских стран именно там действует самое суровое законодательство в отношении детской рекламы. В частности, реклама, нацеленная на детей младше 12 лет, в этой стране

вообще запрещена. Может, нам тоже стоит учиться на ошибках Швеции?

В этом может помочь простая мысль:

**разнообразие всех рекламируемых и не-рекламируемых товаров неизмеримо беднее человеческого разнообразия.** По логике, мы, люди, должны быть друг другу интереснее любого самого уникального товара, самой навороченной техники. Но нам почему-то скучно друг с другом. Мы включаем телевизор. Он – наш главный информатор и советчик. Но он - один и тот же во всех домах и квартирах, с одними и теми же программами. И наши мысли, наши чувства ему по барабану. Сколько у вас программ? 5? 10? 50? Все равно нас, людей, даже знакомых друг с другом, значительно больше. И мы живые! Но мы не общаемся, мы одинаково тупо пялимся в свой общий телевизор, беспомощно наблюдая за поведением вещей, которые вступают с нами в товарно-рыночные отношения, с помощью рекламы ищут среди нас своих. Хвалят. Подзадоривают. Ловят на «слабо». Ведь пока мы разные. К каждому надо найти свой ключик. А чем мы будем одинаковее, скучнее, банальнее, тем легче этот ключик

будет к нам подобран. Вот и идет борьба: кто кого.

А наши дети где? Да сидят рядом с нами и тоже смотрят телевизор. Они подражают нам. Это их природный инстинкт – нам подражать. И уж если так происходит, следует понимать: какие психологические установки сформируют в детях рекламные ролики, такое общество, такую страну, такую планету мы и получим. Если это и преувеличение роли рекламы в нашей жизни, то самое незначительное. Ведь реклама - это двигатель... А вот чего? Это зависит от того, какие ролики встретятся с какими шариками и в какую сторону эти шарики потом закрутятся. Если только в сторону материального благополучия, то мы можем в конце концов получить такое поколение, которое будет оценивать свою и чужую значимость, исходя из того, кто чем владеет. Как в странах развитого капитализма, а ведь там по этому поводу уже давно бьют тревогу. Зачем же нам наступать на грабли, да еще на чужие? Мы должны пойти своим путем. Ведь реклама так многому может детей научить: захотим – научим добру, правде, справедливости

(у каждого из нас в голове - собственные примеры таких телевизионных роликов), захотим - заставим усвоить стереотипы поведения «гребущего под себя», расчетливого и жестокого человека, а то и предателя (примеров и в этом случае не счесть). Понятно, что любое государство, как и любая семья, не склонно самостоятельно обучать своих членов насилию, скардености, вещизму, все члены любого сообщества заинтересованы во взаимном приятии, уважении, доброжелательном отношении. Ну а если такие милые, веселые, общительные люди еще и красиво одеты, едят вкусную и полезную еду, ездят на симпатичных автомобилях – кто же будет такому противиться? Значит, рецепт хорошей рекламы для детей прост – эстетика плюс этика, плюс еще воспитательный момент, и смотрите, наши дорогие, рекламу сколько угодно. Однако не забывайте: хорошая книжка или задушевный разговор с другом гораздо увлекательнее мелькания перед глазами виртуальных дорогих игрушек, конфет, вафельных тортиков и зубных паст.

Михаил Малинин





Интерьер бутика Studio A.V. выдержан в черно — белых цветах, символизирующих бескомпромиссность и респектабельность. И это очень показательно: настоящий мужчина выберет лучшее. И точка.

# ОДЕЖДА КЛАССА «ЛЮКС» ВЫЗЫВАЕТ ПРИВЫКАНИЕ!

Владимир Алексеевич Аникин, владелец и создатель мультибрендового бутика мужской одежды класса «люкс» Studio A.V., помог команде **Pro** заглянуть в особый мир мужской моды и немного рассказал о себе и своем деле:

- Коллекции Ermenegildo Zegna, Armani, Givenchy, Kenzo, Bikkembergs воплощают идеи респектабельности и самодостаточности, свойственной современным мужчинам. Эта одежда для тех, кто стремится к самовыражению через образ, одежду, парфюм, точно подобранный аксессуар...

Для бутика я выбираю вещи на свой вкус. Отдаю предпочтение классическим и спортивным коллекциям культовых брендов, непревзойденному качеству уникальных тканей и высочайшему искусству портных. Постоянно стремлюсь к развитию, обращаю внимание на новые тенденции и стилистические решения знаменитых дизайнеров. Возможно, благодаря этому чувствую себя носителем моды, стиля, образа нашего времени.

Могу без стеснения заявить, что являюсь «крупным байером», то есть закупщиком одежды. Я регулярно бываю в Италии и в





Париже на дефиле коллекций престижных домов моды. Кстати замечу, в бутик Studio A.V. приезжали представители крупных брендовых марок модной одежды и были приятно удивлены подбором коллекций одежды, обуви, парфюма, аксессуаров и тем, насколько грамотно они представлены в бутике. Это вызывает законную гордость. Таким же высоким требованиям отвечает «парный» бутику мужской одежды Studio A.V. бутик женской одежды Victoria, где представлены модные коллекции Sonia Rykiel, MaxMara, Valentino, Sergio Rossi. Мне очень приятно видеть хорошо одетых людей, поэтому я приглашаю читателей **Pro** посетить Studio A.V.

фото - Николай Мокринский



Адрес: г. Ставрополь  
ул. Краснофлотская, 91  
тел.: (8652) 37-18-66

# КРЕАТИВНЫЕ НОВОСТИ

Первое в Новом году рекламное событие мирового масштаба прошло в Дюссельдорфе с 11 по 13 января. Там состоялась престижная международная выставка рекламных технологий PSI-2006. Она признана ведущей в своей отрасли, что, в частности, показывает число и международный статус участников. Выставка организуется институтом PSI (Praesent Service Institute - Институт современных услуг). В качестве экспонентов на выставке выступают только члены PSI (во всем мире членами Института являются 6700 фирм), т. е. компании, работающие в сферах промоушена, инсентива, интернет-услуг и других рекламных технологий, с которыми работает Институт.



Калифорнийская компания «Girls valet parking» предприняла не совсем обычный рекламный ход. Её клиенты, подавляющую часть которых составляют представители кинобизнеса, — люди с автомобилями, которые нужно как-то парковать, и по возможности делать это красиво. На парковке «Girls valet parking» клиентов встретят привлекательные сотрудницы, причем можно «заказать» парковщицу в нижнем белье, мини-юбках, шортиках или камзолах. При этом клиенты могут быть уверены, что ключи от них примет обладательница самых безупречных черт лица и форм тела: Girls Valet Parking принимает в свои ряды исключительно моделей и актрис, которые проходят кастинг строже, чем для голливудского фильма.

К выпуску такой традиционной сувенирной продукции, как календари, в 2006 году многие компании подошли с выдумкой. В календаре SPN Ogilvy Public Relations в стиле handmade показан процесс

**Жизнь в мире рекламы не замирает ни на секунду. Урожай новых идей собирают каждые несколько часов. Но лишь избранные становятся сенсациями...  
Pro постарался отобрать для своих читателей как раз такие.**

производства варежки. Дизайнеры, готовя проект, раскладывали на листах бумаги шерстяные нитки, рисуя узоры. Ручка, изображенная на декабрьском листе календаря, связана на заказ обычной бабушкой. «Чем дальше продвигается технический прогресс, тем больше мы ценим то, что сделано непосредственно руками человека, что несёт неповторимый отпечаток его личности», — объясняют производители. Текстовое сопровождение каждой страницы календаря отражает мировоззрение компании: «Твори! Весь мир - твоя мастерская!». Календарь составил часть новогоднего подарочного комплекта, куда помимо прочего вошли и теплые вязаные красные варежки.

«Наше Радио» в целях саморекламы и пропаганды рока выпустило «Толковый Календарь Живого Великорусского Рока» — все о настоящем наших рок-героев, их прошлом и будущем. На «Нашем радио» отмечают, что на странице календаря попали 12 наиболее актуальных сегодня групп, постоянно звучащих в эфире: «Мумий Тролль», «Чиж и К<sup>0</sup>», «Машина Времени», «Ю-Питер», «Звери», «Король и Шут», «Пикник», «Кирпичи», «Пилот», «Сплин», «Аквариум», «Ленинград».

Туманный экран от компании «Визуальные технологии» использовался как элемент декорации на VIP-премьере блокбастера «Дневной дозор» 1 января 2006 года в московском кинотеатре «Октябрь». Прежде чем попасть в зрительный зал, гости в буквальном смысле попадали в сумрак, проходя сквозь Туманный экран с изображением по темному коридору. Туманный экран — достижение современной техники, новая разработка в сфере рекламных и PR-коммуникаций. Экран создает поразительный эффект, изображение как будто парит в воздухе. При этом посетители спокойно могут проходить сквозь парящее в воздухе изображение, соприкасаясь с чудо-экраном. При упоминании российских блокбастеров

и рекламы, то есть т.н. «product placement», приходит в голову «Ночной дозор» режиссера Тимура Бекабегова. Несомненно, все зрители помнят навязчивые пельмешки «Сан Саныч», эмблему МТС и «Хороший вкус, хорошее начало» Гоши Куценко. Теперь нас испытывают «Дневным дозором». В каждом телевизоре показывает только Первый канал, а пиво существует только одной марки — «Старый Мельник». Сцена, где Городецкий разрывает плакат «9 роты», видимо, отражает гигантские планы продюсеров фильма: «догнать и перегнать».

Впрочем, есть и очень интересный случай «продукт плейсмент»: например, несуществующий шоколад Wonka стал реальным брендом после фильма Тима Бартона.

Международная консалтинговая компания Interbrand Group и Ассоциация менеджеров России признали марку LADA самым дорогим отечественным автомобильным брендом. Его стоимость эксперты оценили в \$38 млн.

3 января крупнейший в мире производитель процессоров Intel начал ребрендинг. Из логотипа Intel исчезла знаменитая буква «e», набранная в строке ниже остальных, а на смену всемирно известному слогану «Intel Inside» пришел новый — «Intel. Leap Ahead», то есть «Intel. Шаг вперед». Это самое крупное изменение торговых знаков Intel за все 38 лет существования компании. В рейтинге всемирно известных брендов, ежегодно составляемом компанией Interbrand, логотип Intel занимает пятое место после Coca-Cola, Microsoft, IBM и General Electric. Согласно этому рейтингу, бренд Intel стоит \$35,6 млрд.



# МЕБЕЛЬНЫЙ БУТИК «ОЛИГАРХ» – ВЫСОКИЙ СТИЛЬ

Исключительность,  
неповторимость, изысканность,  
великолепие, роскошь –  
те слова, которыми люди  
называют интерьеры  
**high-class**.

И самое главное, что это – характеристика  
владельца, его личное чувство прекрасного,  
стиля и гармонии.



Частный интерьер, г. Пятигорск

Что же такое **интерьер high-class**?  
Это Высокий Стиль интерьеров «от Кутюр»,  
это то, что публикуют на своих страницах  
глянцевые журналы. **High-class** можно узнать  
в любом дизайнерском стиле, от хай-тека  
до барокко. Он не терпит подделок  
и компромиссов, суррогата  
и искусственности. Каждый предмет  
интерьера – мебель, ковры, люстры,  
аксессуары – неповторим.

И всё же **high-class** не товар. **High-class** –  
**это услуга**. Высокий Стиль интерьеров создают  
профессионалы! Дизайн-проект, авторский  
надзор, подбор строителей, комплектация  
мебелью, декорирование – работа дизайнеров.

Мебельный бутик «Олигарх» – высокоэффективная система, включающая в себя дизайн-студию, мебельные бюро, фабрики, которые под каждый конкретный объект, учитывая статус и запросы потенциальных клиентов, формируют интерьеры. Это система «полного цикла». В ней профессионалы общаются с профессионалами. Только так создается роскошь.



Частный интерьер, г. Москва

**Мебельный бутик «Олигарх»** реализует проекты любой сложности – от частных интерьеров до гостиничных комплексов.

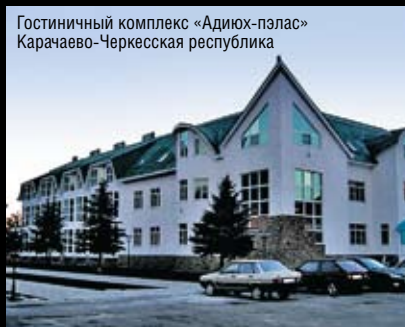
**Мебельный бутик «Олигарх»** – единственное место на юге России, где представлен истинный **high-class**.



Эскиз частного интерьера, г. Москва



Номер в гостиничном комплексе «Адиух-пэлас»



Гостиничный комплекс «Адиух-пэлас»  
Карачаево-Черкесская республика



Номер в гостиничном комплексе «Адиух-пэлас»

## Монополия роскоши

## МЕБЕЛЬНЫЙ БУТИК ОЛИГАРХ



Ставрополь, ул. Доваторцев, 13  
тел.: (8652) 77 27 43

# ОТ НЕПРИЯТНОСТЕЙ НЕ ЗАСТРАХОВАН НИКТО, ОТ ИХ ПОСЛЕДСТВИЙ ЗАСТРАХОВАТЬСЯ МОЖЕТ КАЖДЫЙ



Ваша страховая компания. Так мы подошли к сути страхового бизнеса:

**за определенный процент от полной стоимости Клиент покупает полную оплату ущерба от неприятностей, которые могут наступить в будущем.**

Правда, по полису ОМС Вам оплатят далеко не все медицинские услуги, а только те, которые перечислены в законе. Здесь мы обнаруживаем одно из принципиальных различий обязательного и добровольного страхования. Если Вы решили застраховаться добровольно, то сумма страховой премии – платы за страховку – будет рассчитана как определенный процент от суммы потенциальных выплат. Процент определяют совместно Страховщик и Клиент. При обязательном страховании сумма страхового сбора и/или порядок его расчета будут зафиксированы в законе. Там же будут четко прописаны перечень услуг, оплата которых будет компенсирована, и, как ни печально, верхний предел выплаты; так, например, в Законе об Обязательном Страховании

АвтоГражданской Ответственности (ОСАГО) он ограничен 400 000 рублей по одной аварии или 120 000 одному потерпевшему.

**ОСАГО** – самый, наверное, знаменитый вид страхования. Вокруг принятия закона об Обязательном Страховании АвтоГражданской Ответственности развернулась разне что не война.

В дискуссиях принял участие, наверное, все политики всех уровней, все правозащитники и т.д. и т.п. Еще бы, впервые государство обязало собственников автомобилей за свой счет застраховать свою ответственность перед другими гражданами. Здесь стоит отметить одну из особенностей страхового бизнеса:

**Вы можете застраховать как ущерб, нанесенный Вам, так и ущерб, нанесенный Вами другим людям или организациям.**

В случае с ОСАГО главные споры велись о размерах платы за полис. Дескать, он великоват для пенсионеров и малоимущих граждан. На мой взгляд, эти разговоры чистой воды политиканство. Вряд ли можно назвать малоимущими граждан, имеющих автомобиль. А главное достоинство страхования гражданской ответственности за время работы закона поняли, в первую очередь, я считаю, именно пенсионеры-автомобилисты. Автомобили у них преимущественно не новые и российские,

## КРЕПНЕМ ЗАДНИМ УМОМ

Зачастую первая мысль о страховании большинства из нас пока звучит приблизительно так: «Блин! Надо было застраховаться!». Тем более, что застраховать сегодня можно практически любой ущерб. За счет страховой компании можно и вылечить зуб в современной клинике, и восстановить трехэтажный дом после пожара. НО! Застраховаться надо все-таки до наступления страхового случая. К счастью, с каждым годом это понимает все большее количество россиян. «Рынок страхования России растет в среднем на 25-30% в год, – говорит Президент Ассоциации страховых компаний Ставропольского края Георгий Нефетиди. – Его емкость в 2005 году оценена ведущим мировым аналитическим агентством Fitch Ratins в 13,4 миллиарда долларов. Объем страхового рынка края подошел к 7 миллиардам рублей». И это далеко не предел. Вполне вероятно, что через несколько лет и российские новости об очередных катаклизмах будут заканчиваться на западный манер: «... аналитики прогнозируют значительные убытки страховых компаний». Давайте попробуем рассмотреть этот рынок поближе. Традиционно рынок страхования делят на

два больших сегмента: добровольное и обязательное страхование. Внутри каждого из них есть похожие или даже одинаковые виды страховых услуг – отличие одно: или Вы самостоятельно принимаете решение о заключении договора страхования, или Вас обязывает сделать это закон.

## НЕ ЗАСТРАХОВАТЬСЯ НЕ ПОЛУЧИТСЯ, ИЛИ ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ВИДЫ СТРАХОВАНИЯ

Сегодня участниками рынка обязательного страхования являются почти все россияне. Иногда почти незаметно для себя. Каждый из нас, порывшись в комод, обнаружит полис **обязательного медицинского страхования (ОМС)**. Договор со страховой компанией в данном случае заключаете не Вы, а компания, в которой вы работаете. Полисы школьников и пенсионеров оплачивает Государство. Вы вызываете скорую помощь или обращаетесь в поликлинику – и это вам не стоит практически ничего. Вас просят только предъявить полис. На самом деле эти обращения платные и имеют тарифицированную государством стоимость, но оплачивает полную стоимость этих услуг

реакция и способность реагировать в экстренных ситуациях в связи с возрастом уже не те, а стоимость даже мелкого ремонта сегодня вряд ли будет ниже двух тысяч рублей, т.е. той самой средней стоимости полиса ОСАГО. Поверьте, истории про «Запорожец» и «Мерседес» стали в девяностых годах (по данным правоохранительных органов) далеко не анекдотами для тысяч граждан страны. Таким образом, покупая полис ОСАГО, Вы страхуете только ущерб, нанесенный Вами, в случае если виновник аварии Вы, другим участником происшествия. Ущерб, полученный Вами, стоит застраховать отдельно и добровольно. Прочие виды обязательного страхования пока узкоспециализированны и малоизвестны. В основном они касаются организаций, которые эксплуатируют взрыво- и пожароопасные объекты или сотрудники которых выполняют работу, связанную с риском для жизни. Самый известный на сегодня вид специализированного страхования – это введенная в 2005 году система государственного страхования банковских вкладов, но это уже совсем другая (хотя и интересная) тема. А самый обсуждаемый в настоящее время вид обязательного страхования, закон о котором может быть принят в ближайшем будущем, – это закон об обязательном страховании гражданами своего жилья. Пока же страхование жилья необязательно, но, на мой взгляд, весьма и весьма желательно, поэтому с него я и начну рассказ о добровольном страховании.

**БЕРЕЖЕНОГО И БОГ БЕРЕЖЕТ. ДОБРОВОЛЬНО БЕРЕЖЕНОГО – БЕРЕЖЕТ ДОБРОВОЛЬНО**

Уверен, что чем лучше ты подготовишься к неприятностям, тем меньше вероятность их наступления. Но, коль скоро неприятности

все же наступили, то как-то приятнее, если их последствия оплатит кто-то другой. И поэтому в прошлом году (до этого все-таки «жаба душила») мы с женой стали страховать свое имущество добровольно. Начали с оформления договора по **страхованию самого дорогого нашего актива – жилья**. Расчет простой – два ремонта после потопов обошлись нам тысяч в 30-40. В квартире под нами живет курящий Володька – алкоголик. Перекрытия деревянные. Конечно, 10 тысяч в год платить немного жаль, но и 2 000 000, случись что, будут не лишними. А если учесть, что мансарда пристроена на кредитные средства, далеко не лишними. Застраховались пока только от ущерба, нанесенного недвижимости в случае катастроф, но можно было застраховать и внутренности квартиры (мебель, бытовую технику и т.д.) от кражи и прочих неприятностей. «К сожалению, люди пока мало задумываются о страховании той же бытовой техники, – говорит директор ставропольского филиала страховой компании «Авикос» Алексей Швец, – но ущерб от ее повреждения или хищения сегодня легко может достигать сотен тысяч рублей. Особенно жаль людей, которые купили все это в кредит и еще даже не погасили ссуду». Может, страховщикам стоит договориться с банками, чтобы те рекомендовали страховать имущество, приобретаемое на потребительские кредиты? Ведь в случае выдачи ипотечного кредита или ссуды на приобретение автомобиля банки просто обязывают Вас страховать приобретаемое имущество. Недвижимость – от ущерба. Автотранспорт – от ущерба и угона.

**Страхование автотранспорта** – один из самых динамично развивающихся сегментов страхового рынка. «Причем в 2005 году, – отмечает Георгий Нефетиди, – рост происходил не только за счет страхования автомобилей, приобретаемых в кредит, но и за счет действительно добровольного страхования». Основная доля продаж приходится на полисы КАСКО – комплексного

страхования автомобиля от ущерба как в случае угона и аварий, так и в случае прочих повреждений автомобиля и противоправных действий третьих лиц. Например, страховая компания оплатит Вам замену поврежденных вылетевшим из-под колес камешком лобового стекла или фары. Моему приятелю оплатили покраску автомобиля после того, как хулиганы исцарапали ему дверь гвоздем. Правда, в случае необходимости кузовного ремонта большинство страховых компаний попросит вас зафиксировать данное происшествие в милиции, будь то авария, акт вандализма или просто несчастный случай (например, падение сосульки или ветки). Кстати, о несчастных случаях (хотя когда они бывают кстати). В основном с ними связан один из видов добровольного страхования – **страхование жизни и здоровья**. Вам выплатят страховую сумму в случае переломов, сотрясений и прочих ушибов. Особенно это актуально для людей, которые при получении травм будут вынуждены временно или навсегда сменить место работы или род деятельности. Часто этот вид страхования является условно-добровольным. Так, вас «настойчиво попросят» купить полис при посещении большинства аквапарков и парков с экстремальными аттракционами, при покупке железнодорожных и авиабилетов. Затраты же на лечение можно компенсировать за счет приобретения **добровольной медицинской страховки**. Оплата полиса добровольного медицинского страхования работодателем, очень распространенная на Западе, сегодня становится частью социального пакета и в российских компаниях. Что еще можно застраховать? Думаю, практически все, что Вам дорого и что Вы не хотели бы потерять. Сегодня можно застраховаться даже от потери будущих доходов и контрактов. Правда, пока это доступно только предприятиям, а услугам страховых компаний для юридических лиц я планирую посвятить следующую статью.

Георгий Костыря



**ЗАО «Авикос»** Наш адрес: г. Ставрополь ул. Лермонтова, 343, тел.: (8652) 34-55-12, 37-16-61 e-mail: avikos26@statel.stavropol.ru

Виды страхования:

- страхование автомобилей
- страхование имущества
- добровольное медицинское страхование
- страхование граждан, выезжающих за рубеж
- страхование авиационной техники
- страхование ответственности авиаперевозок
- страхование авиапассажиров на время полета

**ГДЕ БЫ ТЫ НИ БЫЛ - С ТОБОЙ АВИКОС**





# ДЪШМ С ОСТРОВА СВОБОДЫ



**Конечно, Про** из всех сил призывает своих читателей вести здоровый образ жизни. Но если уж вы курите и если уж вы курите сигары, то **делайте это по правилам, извлекая из своего занятия максимум удовольствия. Как это умели Уинстон Черчилль, Эрнесто Че Гевара, Зигмунд Фрейд, Марк Твен и многие другие...**

Фото - Юлия Богданова

## КРУЧУ-ВЕРЧУ...

Лучшее время почувствовать себя команданте острова Свободы или главой сицилийского синдиката – после сытной трапезы. Желудок не должен быть пустым. Порт, бренди, скотч, бурбон, крепкий эль или эспрессо будут великолепной компанией курильщику. Впрочем, если поблизости случайно оказался ещё кто-то, хороший тон требует, чтобы вы и его угостили сигарой. Ваши «гаваны» наверняка хранятся в хумидоре – специальном ящичке из ливанского кедра с механизмом для поддержания определенной влажности. Существует мнение, что хумидор для мужчины – все равно что ювелирная шкатулка для женщины. Кроме прямого назначения хумидоры служат предметом коллекционирования. В 1989 году хумидор Джона Кеннеди ушел с аукциона «Сотби» за 159 тысяч долларов... Сигару предлагают в оригинальной коробке или в портсигаре, чтобы угощаемый мог сам ее выбрать. Оттенок уложенных в коробку сигар меняется от светлого к темному слева направо. Кстати, на сигарной фабрике есть специальная должность – различитель цветов. Представитель этой редкой профессии способен распознавать в коричневом цвете листа до 70 оттенков. Именно различитель цветов раскладывает сигары по коробкам. Так вот. Хорошие сигары видно сразу – с тонкой текстурой, гладкие на ощупь. Натуральный покровный лист (светло-коричневый) означает классический сигарный аромат. Покровный лист «maduro» - более темный, иногда почти черный – вкус таких сигар крепче, слаще и насыщенней. Вообще-то можно использовать самые дорогие в мире табаки, сочетание которых приготовлено лучшими смесчиками, но если сигара плохо скручена, все эти старания

пойдут прахом. Хорошие сигары не могут быть сделаны машиной. На коробках с дорогими сигарами есть надпись: «Totalmente a mano» – «Сделано полностью вручную». На кубинских фабриках, к слову сказать, обязательно работает человек, развлекающий крутильщиков. В зале, где больше сотни крутильщиков, затайник, стоя на возвышении, читает все, что может быть интересно труженикам: новости, журнальные статьи, сентиментальные романы. Весь рабочий день он не закрывает рта. Душа крутильщика должна быть безмятежна – иначе тонкие ценители заметят отклонения во вкусе. Кубинский мастер скручивает не более 120 штук в день.

## ПРОЦЕСС ПОШЕЛ

Надеемся, ваша сигара соответствует всем высоким требованиям, которые мы к ней только что предъявили. Пора раскуривать. Снимать или не снимать сигарный бант («этикетку») - остается на ваше усмотрение. Как кому больше нравится. Говорят, наклейки появились на сигарах благодаря Екатерине II, которая, не желая пачкать табаком пальцы, ввела моду перевязывать сигары атласной ленточкой. Если кончик сигары не обрезан, придется сделать это самому. Не откусывайте его по примеру мафиози из гангстерского боевика. Воспользуйтесь специальными ножничками-гильотинкой. Ни в коем случае нельзя подкуривать сигару от бензиновой зажигалки. Это кардинально изменит её аромат. Лучший вариант – специальные длинные спички. Теперь добавим огоньку. Держите сигару горизонтально и медленно прокручивайте её над огнем так, чтобы конец подогрелся равномерно. Затем возьмите ее в рот. Держите также горизонтально. Поджигайте самый

кончик сигары и затягивайтесь очень медленно, одновременно вращая сигару. Не торопитесь, зажигая ее. Плохо зажженная сигара не станет источником наслаждения. Поздравляем! Ваша сигара уже задымилась... Хочется предостеречь от распространенной ошибки: сигарным дымом не затягиваются в легкие, поскольку это мешает ощутить его вкус. Легкие предназначены для вдыхания воздуха, а не концентрированного сигарного дыма. Удерживайте дым во рту, наслаждайтесь его вкусом. Смакуйте сигару, как хорошее вино. Затягивайтесь каждые 30-90 секунд, прислушиваясь к своим ощущениям. Слишком частые затяжки приведут к перегреву сигары и придадут ей резкий вкус. Хорошая сигара удержит целый дюйм пепла. Лучший способ от него избавиться – сделать две длинные затяжки, подождать 3-5 секунд и легонько отряхнуть сигару. Столбик сломается как раз на границе горящего материала, оставив красивый тлеющий оранжевый конус...

## ASTA LA VISTA

Не тушите сигару. Дайте ей умереть достойно. Оставьте её в пепельнице, и через некоторое время она потухнет сама. Если же это вышло случайно, вы сможете ещё раз вдохнуть в неё жизнь, разжечь и докурить. Правда, некоторые считают, что потухшая сигара уже ни на что не годна. Впрочем, окончательное решение все равно остается за вами. «Соблазн сигары не столько в табаке, сколько в антракте, изымающем курильщика из обычного течения жизни», – говорят ценители. Сигара требует безраздельного внимания, она – ваш вызов стремительности мира, выражение внутренней свободы и красивая уступка человеческим слабостям...

г.Ставрополь, ул.Ленина, 8

Я П О Н А  
Х А Т А



Пре-открытие

# НАШЕСТВИЕ GAS



**Вы без труда отыщете Кейптаун на карте Южной Африки. Да будет вам известно, что на этом месте Атлантический и Индийский океаны встречаются, сливаясь в единое целое. И именно здесь можно созерцать потрясающей красоты явление – две радуги. Изображение этого чуда природы было выбрано для логотипа GAS. Все краски жизни, сконцентрированные в радуге, и возведенное в квадрат настроение радости и счастья очень точно отражают философию марки и позитивные ценности компании. Теперь этот символ красуется на задних карманах джинсов и брюк самых стильных людей планеты!**

## ТРИУМФАЛЬНОЕ ШЕСТВИЕ GAS

GAS – торговая марка итальянской компании Гротто. В одежде GAS сочетаются вспышки ярких цветов и форм, строгость классики и уникальность моделей, практичность вещей и неординарность дизайнерских решений. Но самое главное – настроение, которое она дарит. Гармоничное сочетание предметов одежды и ткани высшего качества позволяет свободно и с комфортом передвигаться в бесконечном круговороте повседневной жизни, одинаково уверенно чувствуя себя на

легкомысленной модной вечеринке или, наоборот, на серьезном официальном мероприятии. Независимо от стилевых пристрастий человека, вещи GAS подходят всем и каждому – в этом и состоит их философия. Главный затейник идейно-дизайнерского проекта GAS – человек по имени Клаудио Гротто. В 1986 году недалеко от Вичензы, в индустриальном центре северо-востока Италии, он открыл компанию “GROTTO S.p.a.”, которая и по сей день является успешным производителем и дистрибьютором одежды известной марки GAS. Ее продукцию расхватывают

сотни рук в более чем 3500 торговых точках в 35 странах планеты. Такой успех не случаен: **GAS – любимая марка людей, находящихся в одежде, прежде всего, проявление своей индивидуальности.** Воплощение последних тенденций мировой моды, уникальные возможности производства и использование первоклассных материалов укрепили позиции марки в мировой fashion-индустрии. Центральные фирменные магазины в Венеции и Мадриде, Флоренции и Триесте, Будапеште и Милане, Лондоне и Париже с каждым сезоном притягивают все больше покупателей. Осваивая новые регионы Дальнего и Ближнего Востока, компания только подтверждает свое мировое признание.

**Одеваясь в GAS, вы автоматически получаете приглашение на праздник жизни, который длится 24 часа в сутки!**

## СОВЕРШЕННАЯ ПРОСТОТА ВЕЩЕЙ

Коллекция GAS – результат постоянных исследований, проводимых Клаудио Гротто и его командой стилистов. Тщательный подбор цветов, материалов и внимание к деталям при разработке моделей – отличительные черты работы GAS. Вдохновение для создания одежды черпается по всему миру, поэтому модельный ряд выходит за пределы идей одного сезона. **Вещи создаются для того, чтобы переступить границы шаблонных стереотипов и не позволить их обладателям раствориться в толпе.**





Каждая модель выражает современные концепции, которые неизменно модны и никогда не бывают одинаковы. Согласно идеологии GAS, "модный" – значит интересный, яркий и, может быть, слегка ироничный. Вещи практичны и понятны, и это не может не вдохновлять на жизненные свершения. К тому же показатель соотношения цены и качества настолько впечатляет, что все те, кто попадает под определение "молодежь", просто сметают с полок новые коллекции. Все больше и больше поклонников появляется у этой марки одежды и в России. Все чаще в шоорумы GAS заглядывают звезды шоу-бизнеса. Группы «Ума-Турман», «Паскаль», «Звери» выбирают одежду этой марки, а сексуальная DJ Бензина отдает предпочтение линии GAS HONDA. Кроме того, уже довольно продолжительное время GAS выступает спонсором динамичной и популярной передачи «Звезда танцпола» на канале MTV.

#### ЛИЦА GAS

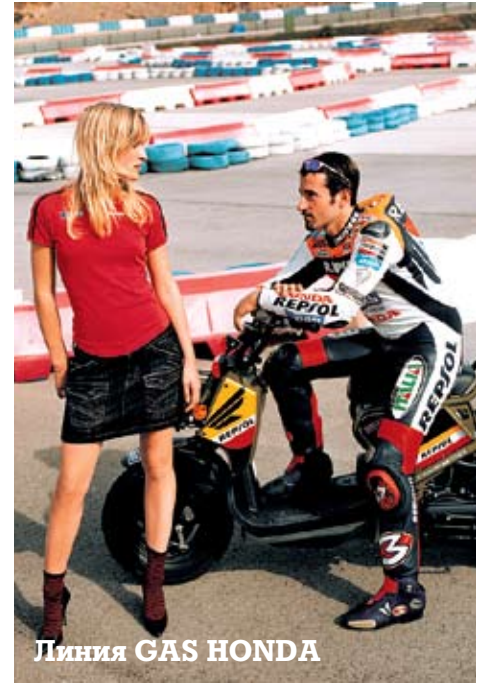
«Мир всегда бодрствует» - ключевая фраза коллекций этого сезона. Она нацелена на современных людей, способных вводить новые тенденции

моды, объединяющие различные культуры и международные традиции. Denim все также является сердцем всех коллекций GAS, но в этом сезоне он стал еще более стильным и модернизированным. Он: городской мыслитель. Предпочитает одеваться во что-то среднее между классикой и ультрасовременностью. Бывает здравомыслящим и сдержанным, дерзким и ироничным. Она: строгая, романтичная, сексуальная и женственная. Придает повседневной одежде индивидуальность и стиль. Создает свой собственный стиль, сочетая простейшие и базовые детали в соответствии с последними тенденциями моды. Дабы облегчить жизнь поклонникам марки GAS, компания приняла решение производить не только одежду, но и обувь, сумки и аксессуары. Дополнить свой образ можно и новым жизнерадостным ароматом GAS, стильными часами и безупречными GASовыми очками.

**Магазин  
КВ#8 – официальный  
представитель  
GAS  
в Ставрополе.**

#### СПОРТИВНЫЙ ЗАРЯД GAS

Культ стильной практичности и безграничная страсть основателя компании Клаудио Гротто к спорту удачно соединилась в спортивной команде GAS. Компания гордится тем, что является официальным спонсором команды Repsol HONDA по мотогонкам Moto GP и автогонкам HRC с 1998 года. Благодаря успеху чемпионов мира по мотогонкам Mick Doohan (Австралия), Alex Criville (Испания) и Valentino Rossi (Италия), коллекция HONDA GAS значительно возросла, становясь международной известной маркой. Несомненно, GAS распространяет коллекцию HONDA не только дилерам мотогонок, но и в магазины одежды более чем 30 стран мира. GAS обеспечивает мотогонщиков формой и одеждой, которые отвечают мировым требованиям по стандартам качества, функциональности и комфорта, не забывая о тенденциях моды, характеризующих бренд.



Линия GAS HONDA

#### GAS, IT'S TRUE!

**И о главном. Да, это правда. Теперь одежду GAS можно будет приобрести и в нашем городе. С марта в магазине КВ#8 вы всегда сможете увидеть последние коллекции с логотипом двойной радуги на задних кармашках. Помните, человек определяется выбором. Однозначный выбор индивидуальностей – GAS. Модный микс стильной внешности и функционального содержания на фоне бесконечно позитивных эмоций. Есть жизнь, есть ты, твоя неповторимость – это главное!**

**МАГАЗИН КВ#8:  
Г. СТАВРОПОЛЬ, ТОРК  
«ГАЛЕРЕЯ», 2 ЭТАЖ  
ТЕЛ.: (8652) 941-241**

[www.gasjeans.com](http://www.gasjeans.com)

**GAS**  
Keep it simple.

# СЛАДКАЯ МОЯ ЯГОДКА

*Кафе*  
**ПОДСОЛНУХ**

Торт с фруктами, украшенный спелыми ягодами, нежный и ароматный, что может быть лучше? Кафе «Подсолнух» предлагает эти чудесные кондитерские шедевры во всевозможных вариациях: торт «Смородинка», торт «Ананасовый», «Клубнично-лимонный» торт, «Вишневый» торт, пирожное «Ладья Прим».

**ТОРТ «АНАНАСОВЫЙ» – ШОКОЛАДНЫЙ БИСКВИТ С АНАНАСОВЫМ КРЕМОМ. СОЧНЫЙ ВКУС ПРИДАЮТ СВЕЖИЕ ФРУКТЫ, КОТОРЫМИ ВЫЛОЖЕНА ПОВЕРХНОСТЬ ТОРТА.**

Впрочем, фрукты и ягоды не только улучшают вкусовые качества десертов, но и обладают множеством полезных для здоровья каждого из нас качеств. Прежде всего, любой спелый плод – это кладовая витаминов. Витамин С, столь необходимый холодной зимой для защиты от простуды, содержится в яблоках, сливах, цитрусовых, черной смородине, облепихе, черноплодной рябине, землянике, рябине.

Фото - Юлия Богданова



**ФРУКТОВАЯ ЛАДЬЯ «ПРИМ» - ПИРАМИДА ИЗ ЗАВАРНОГО КРЕМА НА ОСНОВЕ ПЕСОЧНОГО ТЕСТА, УКРАШЕННАЯ СВЕЖЕЙ КЛУБНИКОЙ.**



**ТОРТ «СМОРОДИНКА» – КАЖДЫЙ СЛОЙ ЭТОГО ТОРТА НЕПОВТОРИМ И ОРИГИНАЛЕН. НЕЖНЫЙ ВКУС НАЧИНКИ ИЗ ВЗБИТЫХ СЛИВОК СО СВЕЖЕЙ ЧЕРНОЙ СМОРОДИНОЙ ОТТЕНЯЕТ ШОКОЛАДНЫЙ БИСКВИТ, А МЕДОВАЯ ПЫШКА УДАЧНО СОЧЕТАЕТСЯ С НАЧИНКОЙ ИЗ ВАФЕЛЬНОЙ И ШОКОЛАДНОЙ КРОШКИ В МАЛИНОВОМ КОНФИТЮРЕ, ВЕРХНИЙ СЛОЙ – ГЛЯНЦЕВАЯ ПОВЕРХНОСТЬ ИЗ МАЛИНОВОГО ЖЕЛЕ С ЧЕРНОЙ СМОРОДИНОЙ.**

Сохранить красоту кожи и здоровье глаз поможет витамин А, источником которого может стать абрикос плюс все красно-оранжевые ягоды и фрукты. Да нужно ли долго перечислять? Произносишь «фрукты», а подразумеваешь «витамины»! Важнейшая составляющая часть фруктов и ягод - это органические кислоты, нужные и важные для процессов обмена веществ и обладающие антисептическими свойствами. Особенно полезны органические кислоты людям умственного труда: почувствовали утомление – съешьте яблочко, и все пройдет!

Фрукты и ягоды помогут восполнить недостаток минеральных элементов: калия, кальция, магния, фосфора, железа. Причем усваиваются они намного лучше, благодаря присутствию в дарах лета аскорбиновой кислоты.

Яблоки, айва, сливы, апельсины и земляника содержат пектиновые вещества, которые адсорбируют ядовитые вещества и благополучно выводят их из организма. Учитывая все сказанное о фруктах и ягодах, мы можем уверенно заявить: изумительные торты от «Подсолнуха» с фруктами и ягодами – лучшее лакомство, вкусное и полезное!

**г. Ставрополь, ул. Маршала Жукова, 26, тел.: 24-42-24**



**ТОРТ «ИМПЕРИЯ СЛАСТИ» – ОСНОВА: НЕЖНЕЙШИЙ МАЛИНОВЫЙ МУСС, ОФОРМЛЕН МИНДАЛЬНОЙ СТРУЖКОЙ, ВЗБИТЫМИ СЛИВКАМИ И БУКЕТАМИ ИЗ СВЕЖИХ ФРУКТОВ С ЯГОДАМИ.**



**ТОРТ «ЛИМОННЫЙ» – ЗАВАРНОЙ КРЕМ С ЛИМОННОЙ ЦЕДРОЙ НА МИНДАЛЬНОЙ ПЕСОЧНОЙ ОСНОВЕ, ПОКРЫТ МАЛИНОВЫМИ МЕРЕНГАМИ И УКРАШЕН СВЕЖЕЙ КЛУБНИКОЙ С ФИСТАШКОВОЙ КРОШКОЙ.**

**ТОРТ «ВИШНЕВЫЙ» С ФИСТАШКАМИ – ОРИГИНАЛЬНОЕ СОЧЕТАНИЕ СВЕЖЕЙ ВИШНИ И ФИСТАШКОВОЙ ПАСТЫ НА ОСНОВЕ ИЗ МИНДАЛЬНОГО ПЕСОЧНОГО ТЕСТА.**



# ЭФФЕКТИВНАЯ РЕКЛАМА

## ДЛЯ РЕКЛАМОПОТРЕБИТЕЛЯ

Да, согласно опросам, реклама на телевидении и на радио почти всех раздражает и только немногие к ней относятся с пониманием. Во многом это объясняется короткой историей рекламного рынка в России, которому всего около 15 лет. Кстати, те, кому сейчас 18 лет, к рекламе более толерантны, потому что даже представить себе не могут ТВ и радио без рекламы.

Но заметьте, как вы покупаете тот или иной товар. Сначала смотрите на название, и если вы где-то слышали о нем или видели его, и если цена не слишком отличается от конкурентного товара, то обязательно купите его. Даже рекламоненавистник купит. Эта особенность человеческой психологии помогает производителям продавать, рекламщикам зарабатывать свои копейки, а потребителям выбирать хороший товар. И еще очень важный фактор. Реклама - это единственный источник доходов для негосударственных электронных СМИ. Если не будет рекламы - не будет и ваших любимых программ.

## ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ

Самый частый вопрос, который мне задают бизнесмены: «Сколько стоит прорекламироваться в Ставрополе?». И, как ни странно, на него очень легко ответить. У нас рекламопригодными носителями являются 3 печатных издания, 4 радиостанции и 4 ТВ канала. Ну и считов (в том числе светодиодный дисплей) сторон 20 в хороших местах. По полной программе Ваша рекламная кампания обойдется примерно в 600 тысяч рублей в месяц. При озвучивании этой цифры все начинают понимать, глядя на меня, как в действительности выглядят их враг. Вот тогда и начинается настоящая работа рекламщика. Как за 100 тысяч рублей сделать рекламу эффективной?! Причем потеря эффективности составляет всего 15%, а стоимость в 6 раз ниже номинальной. Можно рекламироваться, тратя на это и по 10 тысяч рублей в месяц, но тогда эффекта стоит ждать года через два непрерывной рекламы. Есть такой опыт у одной фирмы, с которой я работаю с 1995 года. Чтобы деньги были потрачены не зря, а еще хуже не во вред вашему делу, обращайтесь только к тем рекламным агентствам, чьи работы известны. И, если доверились, то не мешайте, профессионалы сделают все правильно.



Рисунок - Ростислав Ненашев

## О РАДИОРЕКЛАМЕ

В этом выпуске рубрики мы поговорим о рекламе на радио. Более 80% россиян слушают радио. Причем слушают все категории населения: мужчины и женщины, взрослые и дети, работающие и неработающие. Радио слушают повсюду: дома, на работе, в машине. Радио доступно даже тем категориям людей, до которых в силу текущих обстоятельств не доходит телевидение и пресса, например, автомобилистам и отдыхающим на природе. По охвату российской аудитории радио занимает почетное второе место после ТВ. Радио - сравнительно недорогое средство массовой информации. Частота трансляций обеспечивает большой охват аудитории, что позволяет добиваться высокой эффективности. Радио - это оперативное и эффективное средство массовой информации: с момента заказа рекламы до первой трансляции в эфире, как правило, проходит не более 2-3 суток, а в случае необходимости можно «запустить» рекламу через 24 часа. В отличие от телевизионного ролика, на производство которого вам

понадобится более одной тысячи долларов, да и на изготовление уйдет недели две. Аудиоспот можно изготовить за 24 часа, и заплатите вы около 2000 рублей, если, конечно, не станете привлекать «звезд» и прибегать к высокому полету Вашей фантазии.

Если говорить о классических видах рекламных кампаний - имиджевой и промо, то радио - идеальный носитель для краткосрочных промокампаний, потому что предоставляет возможность максимально быстро донести информацию до аудитории. Имиджевая реклама на радио - это долгосрочные вложения, не приносящие быстрой отдачи, но самый удачный способ сделать себе имя. В рекламе на радио чаще используются промокампании. Имиджевая же поддержка, как правило, визуальная, обеспечивается наружной рекламой и прессой. Такой микс может эффективно заменить телевидение. В следующих номерах я расскажу о специфике телевизионной рекламы и о рекламе в печатных изданиях.

Игорь Лапинский

# СТО «ГАРАНТ»



## Автосервис «Гарант» – название говорит само за себя!

Фирма «Гарант» приглашает всех автоладельцев Ставрополя посетить новую станцию техобслуживания, расположенную по адресу пр. Кулакова, 8д (территория завода «Люминофор», цех № 2). Здесь Вам окажут необходимые услуги по ремонту и техническому обслуживанию Вашего автомобиля. Станция оснащена самым передовым оборудованием, позволяющим проводить все слесарные работы в кратчайшие сроки. Наши мастера имеют большой опыт ремонта автомобилей разных марок и прекрасно разбираются в особенностях каждой модели. Мы предлагаем Вам широкий спектр услуг. Помимо стандартных процедур, таких как ремонт и замена деталей двигателя и шасси, шиномонтаж, балансировка колес, замена масел и тормозной жидкости, на станции проводятся уникальные работы: экспресс-диагностика двигателя и

ходовой, позволяющая быстро обнаружить все «болевые точки» автомобиля, вклейка стекол для иномарок, импульсная диагностика и промывка инжектора. О последней услуге стоит сказать особо, поскольку она есть только у нас. Засорение инжектора – одна из самых распространенных «болезней» современных автомобилей. Ее «симптомы»: снижение мощности двигателя, повышенный расход топлива, провалы и подергивания при разгоне. Если Ваш автомобиль «лихорадит» – значит, самое время прочистить инжектор. Приезжайте к нам – и мы сделаем эту процедуру быстро и качественно. Для очистки инжекторов мы используем только проверенные средства.

На все произведенные ремонтные работы действует обязательная гарантия. Мы несем полную ответственность за качество автосер-

виса, используемых автозапчастей и материалов. Точные сроки и стоимость выполнения работ по ремонту будут установлены нашими специалистами в зависимости от характера неисправностей.

Для удобства клиентов у нас есть комната отдыха, где Вы можете скоротать время за чашечкой кофе и посмотреть телевизор, пока мастера «колдуют» над Вашим авто.

Наша станция только начинает свою деятельность в Ставрополе, поэтому цены у нас на порядок ниже, чем в среднем по городу. Но если цена Вас все-таки не устроит, мы всегда готовы сделать скидку.

Наша станция открыта с восьми утра до пяти вечера, однако работы ведутся круглосуточно.

**Приезжайте к нам, и мы вдохнем новую жизнь в Ваш автомобиль!**

Ставрополь, проспект Кулакова, 8 Д (территория завода «Люминофор», цех № 2)

# Тел. 40-28-28



## Козерог (21 декабря – 20 января)

Название Capricorn – от латинского caper («коза») и cornu («рог»).

Знак Козерога ассоциируется с персонажем греческой мифологии Паном. Пан – бог стад, лесов и полей. Как божество стихийных сил природы, он наводил беспричинный («панический») страх на людей. Пан помогал Зевсу в борьбе с титанами.

Основная черта человека, рожденного под знаком Козерога, – умение добиваться поставленной цели.

Как правило, у Козерогов гипертрофированное честолюбие.

Ни один другой знак Зодиака не верит так в астрологические характеристики, как Козерог. Для Козерога, если написано, значит, так оно и есть. Они лучшие знатоки всевозможных правил. В любой ситуации Козерог лучше всех знает, как положено, как следует делать. И не упустит случая научить других.

### Семья и дом

Козерог любит командовать дома. Иногда он может быть слишком назидательным. Для домашних Козерога главное – признавать его власть «де юре», а не «де факто». Нужно дать ему понять, что к его мнению прислушиваются и готовы следовать его советам. А будет ли это на самом деле – для него уже неважно.

Вообще-то, семья для Козерога стоит на втором месте. Главное для него – карьера. Поэтому мужчины-Козероги, как правило, поздно женятся.

Они предпочитают к моменту женитьбы твердо стоять на ногах.

### Работа и учеба

Козероги не боятся никакой работы. Они – чемпионы по исполнительности. «Надо» – железное для них слово. Но по большому счету Козероги предпочитают умственную работу.

Если работа Козерогу не по душе, он не может найти в себе силы ее выполнять. Отличительная черта Козерогов – карьеризм, они долго и упорно продвигаются по служебной лестнице. Для Козерогов очень важно, какое служебное положение занимают окружающие его люди.

Что касается работы, Козероги – прирожденные начальники всех мастей. Среди женщин, рожденных под знаком Козерога, почти не встретишь домохозяйек. Женщины этого знака не могут довольствоваться только ролью жены и матери. Им необходимо чувствовать себя нужными обществу. С другой стороны, женщина-Козерог не может материально зависеть от мужа. Как правило, женщинам-Козерогам удается быть успешными и дома, и на работе.

Козероги стремятся к хорошим

# КОЗЕРОГИ



**Наталья Петровна Некрасова**  
Директор магазинов  
«InWear Matinique»,  
«ЕССО»

### Вы любите давать советы своим друзьям, знакомым?

Нет, каждый должен пройти свой жизненный путь. Могу дать совет лишь своему сыну и любимому человеку, когда они в них нуждаются.

### Что в вашей жизни занимает первое место: семья или карьера?

Конечно, семья. Но бизнес для меня – это тоже как ребенок, который родился, растет, нуждается во мне и, возможно, будет опорой в старости. Мои близкие во всем меня поддерживают. Поэтому сегодня для меня понятия семьи и карьеры неразделимы.

### Как вы считаете, какой оптимальный возраст для создания семьи?

Когда человек готов взять на себя обязательства семьянина и имеет возможность сделать любимого человека счастливым. Ну, а любви все возрасты покорны.



**Василий Николаевич Макаренко**  
Генеральный директор  
ОАО «Ставропольотель»

### Что для вас легче: организовать или исполнять?

Равнозначно и то, и другое. Как организатор и исполнитель затруднений не испытываю.

### Какие школьные предметы казались вам интересными: гуманитарные или точные?

Точные, так как требовали абсолютно правильных решений.

### Доверяете своей интуиции, как часто она вас обманывала?

Подсознательно интуиции доверяю, но в большинстве случаев полагаюсь на судьбу. Предчувствия в основном оправдываются.



**Карэн Робертович Калайджан**  
Генеральный директор  
ювелирного салона  
«Золотая Артель»

### Верите ли вы предсказаниям астрологов?

Нет. Даже никогда не читаю эти предсказания.

### Какие цвета в одежде вы предпочитаете?

Главное предпочтение – черный.

Стиль одежды – классика.

### Как вы считаете, человек должен стремиться к самосовершенствованию?

Обязательно. Идеалов не бывает. Всегда есть недостатки, которые можно исправить. Всегда может быть лучше.



**Виктор Александрович Шурупов**  
Генеральный директор  
ООО «Орфей – 2»  
Депутат Ставропольской  
городской Думы

### Вы согласны с тем, что лучшее призвание для женщины – это семья и домашний очаг?

Даже если это не может быть призванием, есть такое слово «надо», ибо иначе мужчины просто умрут от голода, холода и беспорядка в доме. Слава Богу, мне повезло с женой и детьми!

### Как, по-вашему, можно ли позволить юристам или банковским служащим ходить на работу в одежде вольного стиля (в джинсах, например)?

Я необъективен, потому что сам чаще всего ношу джинсы или что-то свободное... Но как приятно видеть в банках опрятные «белые воротнички», женщины одеты – по-женски, мужчины – по-мужски... особенно во времена сегодняшней моды на «унисекс».

### Вы часто критикуете себя?

Я ведь из прошлого времени, когда причины искали, в основном, только в себе, но слабости показывать публично мужчина не имеет права... Впрочем, бояться сказать дураку, что он дурак, а негодю, что он негодяй, – это тоже разучились, а иногда полезно.

# Редакция журнала Pro поздравляет родившихся под знаком Козерога с днем рождения! Искренне желаем удачи во всех начинаниях и надеемся, что в этот праздничный день каждый из Вас получит удивительные подарки и услышит теплые слова.

23 декабря  
**Наталья Некрасова**  
Директор магазинов «In Wear Matinigue», «ЕССО»

1 января  
**Борис Минаев**  
Ректор Ставропольской государственной медицинской академии

1 января  
**Николай Щербина**  
Глава администрации Левокумского муниципального района

2 января  
**Петр Маркатун**  
Начальник управления архитектуры администрации города Ставрополя, главный архитектор города

2 января  
**Петр Марченко**  
Первый заместитель регионального политсовета ВПП «Единая Россия»

3 января  
**Василий Травов**  
Генеральный директор ОАО «Ставропольстрой»

4 января  
**Абдулхакиム Мустафаев**  
Директор кафе «Техас»

4 января  
**Олег Чуйков**  
Заместитель председателя постоянной комиссии по бюджету, финансам, налогам, сборам и банкам  
Депутат Ставропольской городской Думы

4 января  
**Василий Макаренко**  
Генеральный директор ОАО «Ставропольотель»

5 января  
**Владимир Абрамов**  
Генеральный директор  
ОАО «СтавропольЛада»

6 января  
**Карэн Калайджан**  
Генеральный директор ювелирного салона «Золотая Артель»

8 января  
**Виктор Шурупов**  
Генеральный директор ООО «Орфей-2»  
Депутат Ставропольской городской Думы

8 января  
**Владимир Аристархов**  
Генеральный директор «Графического предприятия № 5»

11 января  
**Владимир Долин**  
Глава администрации Туркменского муниципального района

12 января  
**Александр Лещев**  
Директор ООО фирмы «Логика»

13 января  
**Геннадий Хайт**  
Главный врач АНМО «Ставропольский краевой консультативно-диагностический центр»

15 января  
**Алексей Яценко**  
Директор мебельного салона «Европа»

16 января  
**Марина Колесникова**  
Заместитель директора юридического агентства Колесниковых

18 января  
**Рауль Арашуков**  
Генеральный директор ООО «Ставропольрегионгаз»

19 января  
**Роман Горшков**  
Директор ресторана «Астория»

заработкам, и деньги им даются довольно легко. Деньги для Козерога – это синоним слова «свобода». Но конкретного количества денег для достижения этой свободы Козерог не может определить. Поэтому Козероги часто становятся неисправимыми трудоголиками, они просто не умеют останавливаться. У Козерогов хорошо развито логическое мышление. Они способны держать в голове много разнородной информации. К тому же Козероги обладают хорошей интуицией.

В учебе они очень прилежны. Учиться Козерогам действительно интересно. Им легко даются как гуманитарные, так и точные науки. Несмотря на все это, Козероги не показывают сногшибательных результатов в учебе. Все потому, что они довольно медлительны, и умственные процессы у них протекают в замедленном темпе. Козероги педантичны и осторожны – эти качества делают их незаменимыми в некоторых профессиях.

## Внешность и одежда

В одежде Козероги довольно аскетичны. Их главный принцип: «Ничего лишнего». Все в гардеробе Козерога строго и лаконично, преимущественно в темных тонах. Чаше всего они придерживаются делового стиля. Даже в гардеробе женщин преобладают пиджаки. Если на работе Козерогу необходимо носить форму, он носит ее с удовольствием. Строгий Козерог не позволит себе вольностей в прическе. Да и вообще, Козероги считают, что внешность человека полностью должна соответствовать тому социальному положению, которое он занимает. Цвета Козерога – черный, темно-коричневый, пепельно-серый, синий, бледно-желтый.

## Дружба

Козероги очень требовательны как к себе, так и к друзьям. Они жесткие критики и с помощью своих замечаний могут заставить окружающих быть дисциплинированнее. Зато в самокритике они знают меру и никогда не занимаются самоедством.

Козерог готов совершенствоваться бесконечно. По его мнению, никому никогда не поздно себя изменить. К самосовершенствованию Козерог подходит логически. Он анализирует недостатки, ставит перед собой цель и упорно идет к ее достижению.

Козерог никогда не пустит дружеские отношения на самотек, а будет стараться ими управлять. Здесь, как и везде, для Козерога важна иерархия.

Даже с родственниками и друзьями Козероги очень рациональны. Такое отношение близкий человек иногда может принять за холодность и обидеться.

## Козероги-знаменитости

Эдуард Успенский (22 декабря), Лев Дуров (23 декабря), Рикки Мартин (24 декабря), Левон Оганезов (25 декабря), Жерар Депардьё (27 декабря), Вэл Килмер (31 декабря), Юрий Григорович (2 января), Михаэль Шумахер (3 января), Исаак Ньютон (4 января), Мэрлин Мэнсон (5 января), Алексей Толстой (10 января), Александр Починок (12 января), Аркадий Вайнер (13 января), Александр Грибоедов (15 января), Кейт Мосс (16 января), Джим Кэрри (17 января), Константин Станиславский (17 января).



# КРАСОТА БЕЗ ЖЕРТВ

Достоинства лазера, особенно в сравнении с традиционными методами лечения, невозможно преувеличить. В том, что лазер – одно из главных изобретений человечества последнего времени, можно убедиться на собственном опыте в Ставропольской городской стоматологической поликлинике №2. Недавно здесь появилась стоматологическая диодная лазерная система DioLase от немецко-американской фирмы Biolase, которая специализируется на лазерных технологиях в медицине. Аппарат заметно расширяет возможности врача и, что самое главное, облегчает жизнь пациенту.

Лазерная установка DioLase в кабинете поликлиники №2 – первая и пока единственная на Северном Кавказе. Вдохновителями и движущей силой знаковых перемен стали главный врач Геннадий Романенко и хирург Лория Порфириадис, участница международного симпозиума Всемирного Института по клиническому применению лазеров 2005. – Лория Эдуардовна, многих людей продолжает волновать вопрос: вреден ли лазер?

– При соблюдении правил использования и элементарной осторожности риск сводится к минимуму. Естественно, лазер нельзя доверить неквалифицированному специалисту. Вреден ли острый нож? Тупым ножом, конечно, вы не порежетесь. Но ведь и пользы от него не будет. Лазерный луч, как известно, это сфокусированный свет. В стоматологической системе DioLase, предназначенной для операций на мягких тканях, он используется как режущий инструмент. По сравнению с традиционным скальпелем лазер обладает целым рядом впечатляющих преимуществ (которые на деле продемонстрировали специально для Pro хирург Лория Порфириадис и её ассистент. Спасибо и Виктории, самоотверженно предоставившей лазеру поле для деятельности). Пока идут приготовления, Лория Эдуардовна обращается к «больной теме»:

– Комфорт и стоматологическое кресло – эти понятия считались взаимоисключающими. Естественно, когда человек готовит себя к боли, ему трудно почувствовать себя комфортно... Лазеры обладают обезболивающим действием

разной степени выраженности. У нашей установки она недостаточно велика, поэтому мы сделаем укол анестетика. Вы убедитесь, что это единственный болезненный момент во всей операции. Но уже существуют лазеры с сильным анестезирующим эффектом, не требующие уколов. Это особенно важно для гипертоников – в случае повышенного артериального давления нежелательно применение сильных обезболивающих препаратов, содержащих

адреналин. – Виктории мы будем делать вестибулопластику и пластику уздечки верхней губы, – объясняет Лория Эдуардовна. – Из-за слишком коротких уздечек верхней и нижней губы, которые тянут на себя мягкие ткани, у Виктории деформированы контуры десны, что визуалью портит улыбку. После того, как мы с помощью лазера иссечём уздечки и сделаем контурирование, зубы



Фото - Юрий Швыдченко

**В клинике  
можно проводить  
более 40 видов  
процедур  
с использованием  
лазера.**

**Здесь только  
наиболее часто  
встречающиеся:**

- Удаление поверхностных повреждений полости рта, грануляционной ткани
- Бескровные разрезы для биопсии ткани
- Лечение герпетических высыпаний
- Иссечение фибромы и гиперплазии
- Гингивопластика
- Иссечение уздечек
- Уменьшение межзубных сосочков
- Вскрытие абсцесса
- Биопсия
- Экспозиция имплантата
- Уменьшение кровотечения
- Удлинение коронок зубов коррекцией мягких тканей
- Лечение афтозных язв
- Лечение лейкоплакии
- Лечение стоматита

**Спросите  
своего врача –  
возможно, лазер  
может улучшить  
качество Вашего  
лечения.**

**С уважением,  
МУЗ городская стоматологическая  
поликлиника №2**

**г. Ставрополь  
ул. Руставели, 34-а  
поликлиника №2  
тел.: (8652) 34-67-41, 34-65-93  
8 928 008 27 89**



зрительно станут ровнее, а «линия улыбки» приблизится к идеальной.

Сначала лазер будет работать в режиме, позволяющем быстро и аккуратно резать мягкие ткани. Под тонким лучом происходит мгновенная коагуляция (свертывание крови) и обеззараживание поверхности. Открытой раны нет вообще – она сразу же затягивается защитной пленкой. Всего несколько минут – и уздечка верхней губы иссечена. Лория Эдуардовна приглашает взглянуть.

– То, что мы сейчас сделали – одна из самых распространенных операций. У детей часто встречается эта патология – мелкое преддверие полости рта – и её необходимо исправить, прежде чем ставить брекету. До появления DioLase это было

серьезным испытанием для хирурга, ребенка и его родителей. Классическая операция такого рода длится в четыре раза дольше. Нужно ушивать ткани, одновременно бороться с кровотечением, обеззараживать. Использование лазера предотвращает отек, останавливает кровь, убивает бактерии и не причиняет боль.

Чтобы довести улыбку Виктории до совершенства, Лория Эдуардовна снова берет в руки лазер:

– Теперь мы откорректируем контуры. Смотрите, уровень десны на этом зубе ниже, чем на соседнем, который кажется слишком крупным. Приподняв уровень десны, мы исправим этот эстетический недостаток. Контуринирование десны производится работой лазера в непрерывном режиме. Работа лазера в импульсном режиме дает бактерицидный эффект и позволяет стимулировать быстрое заживление. Через пару дней исчезнет коричневая кайма на деснах. Кстати, нет никаких временных ограничений в еде.

Затем аналогичная операция была выполнена на нижней челюсти.

– DioLase позволяет проводить любую хирургию мягких тканей и слизистой ротовой полости и лица. Он борется с герпетическими проявлениями, эффективно лечит пародонтит, с которым люди мучаются годами. Применение лазера позволяет избежать осложнений. И главное, он борется со страхом, который заставляет людей откладывать визит к стоматологу и прятать улыбку, в то время как проблема решается очень быстро.

Добавим, что в ближайших планах поликлиники – приобретение аппарата Waterlase, который эффективно работает как на мягких, так и твердых тканях полости рта, включая эмаль и кость. Большинство процедур на установке Waterlase проводится без анестезии.

Дарья Иващенко





**Рынок не позволяет бизнесу существовать «по инерции». Чтобы предприятие было жизнеспособным, его руководству нужно постоянно «держать руку на пульсе», развивать свое дело, искать новые, более короткие пути к одной и той же цели – высокому качеству работы.**

**«Научно – технический центр» – одно из крупнейших предприятий Ставропольского края, которое занимается поставкой полнокомплектной сельскохозяйственной техники и запасных частей к тракторам, комбайнам, сельхозмашинам и грузовым автомобилям. НТЦ – дилер ведущих российских и зарубежных производителей. Стремясь неуклонно повышать уровень своей работы, на предприятии приступили к внедрению международной системы управления качеством по стандарту ISO – 9001. О необходимости и преимуществах этой стандартизации Pro беседует с директором НТЦ Владимиром Ермоловым.**

# ВЫСОКИЙ СТАНДАРТ КАЧЕСТВА

Фото - Юрий Швыдченко

**– Владимир Геннадьевич, сейчас много говорят о введении стандартов в области образования, программного обеспечения, производства. Но для бизнеса, который занимается поставкой сельхозтехники, это случай редкий. Зачем нужна НТЦ стандартизация по ISO-9001?**

– В своем сегменте бизнеса «Научно-технический центр» действительно одно из первых предприятий в России, которое проходит стандартизацию. Это сложный, но необходимый процесс, поскольку мы стремимся соответствовать требованиям времени. Обобщение опыта предыдущих десяти лет (НТЦ на рынке с 1996 года) позволило сделать вывод: в современных условиях на первом месте стоит задача усовершенствования системы управления. Ее решение даст возможность нашей организации на равных конкурировать с активно проникающими на российский рынок западными компаниями. Проанализировав ситуацию, можно с уверенностью сказать: в современном российском бизнесе без налаженной системы менеджмента нам будет сложно добиться тех результатов, к которым мы стремимся. С введением на предприятии стандарта ISO-9001 появляется возможность выхода на международные рынки (это особенно важно в связи с предстоящим вступлением России в ВТО), участия в тендерах и государственных программах, а также возможность привлечь клиентов, требующих обязательной сертификации.

**– Почему был выбран именно стандарт ISO-9001?**

– Международный стандарт ISO-9001 – это собрание наиболее перспективных идей в области управления качеством, накопленных специалистами в течение полувека. В нем уделяется максимум внимания

ответственности руководства и механизмам более полного удовлетворения требований клиентов.

Система управления качеством ISO – это комплексная методология управления, которая позволяет производить продукцию с гарантированным уровнем качества, обеспечивает процесс непрерывного повышения эффективности бизнеса, роста производительности труда и является действенным средством сокращения издержек.

**– Что уже сделано для перехода на новый стандарт?**

– Один из примеров – отказ от собственного большегрузного транспорта и передача перевозок специализированным транспортным компаниям.

Как известно, грамотное распределение средств – это основа успешного бизнеса. Система управления качеством ISO дает практические рекомендации, как повысить рентабельность каждого подразделения. Например, у нас произошло высвобождение административных ресурсов и их перераспределение внутри компании с целью оптимизации производственных процессов. Процессный подход, который составляет основу вводимого стандарта, предполагает привлечение персонала всех уровней к реализации стратегии компании, и каждый участник процесса должен знать свое место и роль в бизнесе компании.

**– Не секрет, что в мире бизнеса настороженно относятся к различным реформам у партнеров, рассматривая любую реорганизацию на предприятии как фактор риска. Насколько такие опасения имеют место в вашем случае?**

– Таких опасений нет. Опыт предприятий в Москве и за рубежом показал: переход на систему менеджмента ISO-9001 позволяет

своевременно реагировать на изменения рыночной ситуации, уверенно чувствовать себя в конкурентной среде, а значит, быть надежным партнером в глазах клиентов. Компания, не внедрившая ISO-9001, несет огромные потери, так как ей приходится тратить больше времени и сил на координацию деятельности отделов, обнаружение брака, контроль за расходами и издержками. Такие потери могут составлять до 40% от всей выручки продаж! Тогда как с помощью разработанной методологии управления их можно сократить до 1%.

**– Таким образом, можно предположить, что в скором времени и другие предприятия вслед за вами начнут активно использовать систему управления качеством ISO-9001?**

– Внедрение и развитие системы управления качеством – сложный проект, требующий внимания и усилия руководства. Не каждая организация способна привести свою деятельность в соответствие с высокими стандартами ISO-9001. «Научно-технический центр» – это довольно большая структура, охватывающая весь Южный федеральный округ, на территории которого работает 12 филиалов нашего предприятия. Поэтому переходу на новый стандарт предшествовала длительная подготовка на всех уровнях. Но это оправдано, так как наша цель – работать лучше и работать с лучшими. Поэтому мы используем в своей работе самые прогрессивные методики управления, оставаясь как и прежде надежным и стабильным партнером.

**«Научно – технический центр»  
г. Михайловск, ул. Ленина, 162  
телефон: 94 – 59 – 88**

# DIESEL

[www.diesel.com](http://www.diesel.com)

г. Ставрополь  
ул. Маршала Жукова, 8  
ТЦ «Галерея», маг. 405  
тел.: (8652) 29-70-21

## МИНИСТЕРСТВО СТИЛЯ





# «ВЕСНА» НА ГРАЖДАНСКОЙ УЛИЦЕ...

**Фабрика «Весна», о которой пойдет речь ниже, практически не имеет ничего общего с той самой, известной по всей России швейной фабрикой с 70-летней историей и одноименным названием. Да, нынешняя «Весна» работает на той же производственной базе, правда, значительно усовершенствованной. Но сегодня здесь совсем другая команда, работающая по новым стандартам и в новое время.**



Генеральный директор  
Елена Алексеевна Предченко

## МОЛОДАЯ «ВЕСНА»

Из архива фабрики «Весна» известно, что в 1929 году в городе Ставрополе была организована артель «Рабочая», которая изготавливала мужские головные уборы. В 1933 году артель освоила пошив мужских хлопчатобумажных костюмов. В военные годы артель, как и вся страна, помогала фронту – производила ремонт ватных курток и бушлатов. Кстати, современная фабрика «Весна» занимается пошивом военной одежды. С годами артель превратилась в процветающее предприятие, выпускающее огромный ассортимент швейных изделий от белья для новорожденных до спецодежды. Но после 1993 года о работе фабрики история умалчивает...

День рождения молодой «Весны» и начало новой истории фабрики - 17 июля 2002 года. Новое руководство предприятия решило сохранить прежнее название, столь привычное в крае и за его пределами. Тем более, что прежняя фабрика «Весна» - это уже не просто история одного предприятия, это история нашего города.

## ПРО КОМАНДУ

На пути к возрождению понадобилась серьезная реорганизация производства. Был сделан ремонт помещений, созданы благоприятные условия для работы коллектива, в котором значительное большинство женщины. Первое время, казалось, трудностям и проблемам не будет конца. Но прошло три года, и теперь функционирует весь производственный цикл предприятия, плюс два цеха в крае. Особенно серьезно подошли к кадровому вопросу. Как рассказывает директор фабрики Елена Алексеевна Предченко, специалисты буквально разыскивали, собирали по всему краю. Особенно ценились мастера «старой школы», овладевшие навыками профессии в прежние времена. Молодежь обучалась, да и сейчас обучается прямо на производстве, потому что швейников массового пошива в ставропольских учебных заведениях не готовят. Конечно, работа швеи нелегкая, хоть и благодарная. Из десяти работниц только трое становятся настоящими мастерами. Светлана Беленко, коммерческий директор фабрики, замечает по этому поводу: - Мы настоящая команда, потому что в отдельности каждый – звезда, талант. А

результат бывает лишь тогда, когда творческий потенциал каждого направлен на развитие предприятия. В свою очередь мы гарантируем нашим работникам стабильность, хорошие условия труда и возможность самореализации. Тем не менее кадровая проблема по-прежнему остается: объем заказов растет, да и есть возможности роста предприятия.

## ОДЕВАЕМ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Продукция фабрики «Весна» пользуется спросом, в чем, несомненно, огромная заслуга коллектива. Ассортимент изделий фабрики составляет более 500 наименований швейных изделий. Основная специализация – производство спецодежды для различных отраслей: медицины, строительства, дорожных служб, химической промышленности, охранных служб. Для гостинично-ресторанных комплексов, санаториев и магазинов изготавливаются не только фирменные костюмы, но и разрабатывается дизайн всего текстиля.

Модели спецодежды проходят дополнительную доработку в конструкторском отделе, где вносятся необходимые усовершенствования с учетом пожеланий заказчика, вплоть до разработки фирменного стиля.

На фабрике «Весна» используются только качественные ткани, часто с дополнительной пропиткой специальными составами, защищающими от воздействия внешних



Коммерческий директор Светлана Алексеевна Беленко

факторов. Спецдежда отвечает всем современным требованиям: устойчивость к разрывам и истиранию, минимальная усадка после многократных стирок, светостойкость, легкий уход, отличные гигиенические свойства и прекрасный внешний вид, сохраняющийся на протяжении всего срока службы изделия.

Фабрика работает как массовое производство (минимальный заказ от 50 единиц), за исключением заказов на сценическую, концертную и казачью одежду. Выполнение таких заказов дает огромный простор для творчества. Только на подборку тканей и фурнитуры может уйти масса времени, но это не важно, главное, чтобы в результате получился неповторимый яркий образ. Иногда бывают и особые ситуации. Был недавно случай, когда в подарок от ставропольцев к юбилею одного московского гостя на фабрике был изготовлен роскошный казачий костюм с именной вышивкой золотом всего за один день!

Одно из главных направлений – производство одежды для военных структур: «Спецназ», «Штабной» и «Общевойсковой» костюмы, три вида горного костюма, зимняя одежда и многое другое, необходимое служивому человеку.

Недавно на территории фабрики открыт магазин военной одежды, причем приобрести в нем можно и камуфляж, и дополнительные военные атрибуты от обуви до нашивной символики.

## ПРЕДПРИЯТИЕ БЫСТРОГО РЕАГИРОВАНИЯ

Для тех, кто работает и всегда стремится к большему, нет ничего невозможного. За три года работы фабрика «Весна» отлично зарекомендовала себя на рынке Ставропольского края.

Предприятие является членом Торгово-Промышленной палаты, и по итогам 2004 года была признана «Лучшим малым предприятием в сфере промышленного производства». Многие работники предприятия отмечены правительством края и получили высокое звание «Лучший работник промышленного комплекса».

- Мы «предприятие быстрого реагирования», - говорит Светлана Беленко, - наши конкурентные преимущества в гибкости и мобильности. Бывает, что приходит заказчик и говорит: «Я хочу такое!...», а сам и не знает, какое «такое». Мы не теряемся, возможности у фабрики большие. Думаем, решаем и создаем именно то, что нужно капризному клиенту. «Весна» входит в «Ассоциацию предприятий легкой промышленности Ставропольского края». За недолгое время новой истории фабрики предприятие получило целый ряд заслуженных наград: два «Сапфировых креста», Серебряный орден «Отличник качества Ставрополья», Золотой орден «Отличник качества Ставрополья» в 2003 и 2004 годах, многочисленные дипломы. Так было отмечено применение эффективных методов управления руководством предприятия, высокое качество и широкий ассортимент выпускаемой продукции.

В социальных проектах края фабрика принимает активное участие, сотрудничает с центром занятости, помогает трудоустройству подростков на время летних каникул.

## ПЕРСПЕКТИВЫ И ПОЗДРАВЛЕНИЯ

О перспективах развития фабрики и легкой промышленности на «Весне» относятся с оптимизмом.

- На сегодняшний день в крае достаточно много предприятий нашей сферы. И наши взаимоотношения строятся не только на здоровой конкуренции, но и на надежном партнерстве. В 2004 году в Ставрополе при личной поддержке заместителя министра промышленности СК Кузнецова Александра Михайловича была создана «Ассоциация предприятий легкой промышленности Ставропольского края», президентом которой стал Карлов Виктор Николаевич. Ассоциация объединяет 16 предприятий края, и мы верим, что наше сотрудничество станет залогом нашего процветания.

Сегодня бизнес достиг такого уровня, когда отношения основываются на взаимной порядочности партнеров. Мы хотим сказать спасибо за помощь и поддержку нашим партнерам – Кукову Валерию Петровичу, директору компании «Комбат», и Фролову Николаю Николаевичу, руководителю «Фронест+».

И в преддверии Дня защитников отечества поздравляем с праздником всех мужчин, наших клиентов и партнеров. Желаем им удачи, успехов и процветания!



Вся продукция сертифицирована.

тел.: (8652) 28-00-19  
г. Ставрополь  
ул. Гражданская, 9

 **ВЕСНА**  
ШВЕЙНАЯ ФАБРИКА



# СТОЛИЧНЫЙ КАРНАВАЛ



Группа «SunRise»

**РОВНО ЗА ВОСЕМЬ ДНЕЙ ДО НОВОГО ГОДА НА ПЛОЩАДКЕ МЕГАТАНЦПОЛА «СТОЛИЦА» СОСТОЯЛСЯ НОВОГОДНИЙ МОЛОДЕЖНЫЙ КАРНАВАЛ «КОГДА ЧАСЫ ДВЕНАДЦАТЬ БЬЮТ...». ОРГАНИЗАТОРОМ ВЫСТУПИЛО УПРАВЛЕНИЕ ПО ДЕЛАМ МОЛОДЕЖИ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА СТАВРОПОЛЯ, И ПОТОМУ КАРНАВАЛ ПРОШЕЛ В ДУХЕ ВСЕХ МЕРОПРИЯТИЙ, ПРОВОДИМЫХ ЭТОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ: СОЛИДНО, НО ВЕСЕЛО И ПО-МОЛОДЕЖНОМУ.**

Журналистам Pro пришлось преодолеть четыре «кордона», которые, впрочем, стояли не для того, чтоб не пускать, а чтобы помочь гостям явиться на карнавал в подобающем виде. «Вот там у нас гримерки, где вы можете переодеться в костюм». После этих слов быть на карнавале без маскарадного «прикида» оказалось как-то даже неловко. Но пришлось: работа.

Внутри все поначалу напоминало VIP-вечеринку. Нарядно убранные именные столики, с угощением от «Молочного комбината «Ставропольский», ОАО «Иней», ООО ТПП «Меркурий», ООО «Кока-Кола Ставрополье Боттлерс», гастронома «Пушкинский». Но как только в зал вошли гости карнавала, все встало на свои места. Пираты и принцессы, хулиганы и ковбои (точнее, ков-гёрлы) и еще огромное количество странных существ самого разного вида сделали карнавал в «Столице» похожим на финальную сцену в добрых сказках.

Видимо, это и входило в планы организаторов. Ибо на сцену вышли... Гарри Поттер и строгая учительница магии. Вскоре они перевоплотились в более близкие нам образы Ильи и Лейлы, ведущих программы «Утро на АТВ».

Далее следовало представление участников (а таковыми стали студенты 19 учебных заведений города) и приветственные слова от 1-го заместителя главы администрации города Ставрополя Валентины Солониной, депутатов городской думы Геннадия Мицкого, Виктора Шурупова, Тимофея Богданова, Валерия Кудрявенко и, конечно же, начальника управления по делам молодежи города Ставрополя Ольги Казаковой.

Главным событием официальной части, да и всего карнавала, стало вручение награды «Победа молодости». Она была учреждена



в прошлом году и вручается молодым активистам, которые внесли заметный вклад в развитие нашего города. Номинанции были как серьезные, так и не очень. Но претенденты – вполне достойные: это действительно те ребята, которые на виду, известные в городе как активные участники и организаторы общественной жизни. Помимо диплома все номинанты получили подарки от компании «Премьер-фото». Забегая вперед, отмечу, что участники карнавала получали подарки от спонсоров, а они у мероприятия были весьма солидные: ООО «Маруша+», магазин «Л Этуаль», ООО «Ставропольстекло», кинотеатр «Атлантис», парикмахерские «Звездный дождь» и «Ёгурт», магазин «Веселая затея»,



Э. Казакова (СевКавГТВ)

Фото - Юрий Швыдченко

Стильные штучки (СГАУ)



Городская молодежная палата

ООО «Орфей 2», ТК «Лит +». В номинации «Общественный лидер» победила Елена Пинчук из городской молодежной палаты. Но вернемся к номинациям.

«Проба пера». Здесь награждались лучшие молодые журналисты и литераторы, наши коллеги. Диплом победителя достался Олегу Короткому, студенту СКСИ. Лучшим «Молодым наставником» признана Элона Казакова из СевКавГТУ, которая учит танцам детей и подростков. В номинации «Прорыв года» победила Анастасия Роева, студентка СГУ, солистка вокального коллектива «Созвездие».

Вслед за вручением «серьезной» премии состоялось и вручение «несерьезной».

Участникам карнавала предлагалось стать соучредителями «Студенческой книги рекордов». В этом «конкурсе на самого-самого» молодежь нас по-настоящему удивила, а кое-кто даже шокировал.

«Самый высокий студент» Антон Стрелков (СКСИ) оказался столь высоким, что даже не смог явиться на праздник, и приз за него получала его девушка. Зато пришла победительница в номинации «Самые длинные волосы» Анастасия Ушакова из СГАУ. Правда, раньше, по ее словам, волосы были до колен, а теперь только до... чуть ниже талии.

В номинации «Пирсинг» победила преподаватель (!) СГУ Татьяна Ломтева, на теле которой на данный момент 19 проколов и 3 тату. Больше всех удивил «Резиновый человек» - «Внебрачный сын Вооме'а» Игорь Козликин (СГАУ), творивший со своими суставами и конечностями такое, что зрителям еще долго пришлось приходить в себя от восторга. Не забыли организаторы и про любимого ди-джея молодежи Евгения Друзякина. Правда, был он награжден не за это, а за то, что может больше всех выпить безалкогольных напитков. Два литра без останки – далеко не предел.

После всех наград настало время разрядить обстановку, и участники карнавала представили себя. Командам предлагалось поздравить всех с Новым годом «живой открыткой» – коротким веселым выступлением. Первые показали сценку о том, как Петр I учил людей Новый год справлять, вторые - композицию про собаку и курицу, а третьи - КВН-овские номера. Одна из команд устроила дефиле в оригинальных костюмах. Но большинство ставило своей целью развеселить присутствующих, изобразить нечто такое, о чем будут вспоминать целый год. Напоследок выступила команда Молодежной палаты Ставрополя, устроившая конкурс на лучшего Деда Мороза.

А потом на сцену вновь вышел депутат Виктор Шурупов. Правда, на этот раз не для того, чтобы сказать приветственную речь. Вначале он долго разогревал публику, а потом пригласил подняться к себе коллег, и вместе они спели песню. Веселую и ритмичную. Уже к ее середине почти все участники карнавала танцевали вместе с депутатами. И мероприятие плавно перешло в дискотеку – как всегда шумную и яркую.

Станислав Маслаков.



Любимые ведущие Илья и Лейла



Управление по делам молодежи



В.П. Солонина



Номинация «Общественный лидер»



Ольга Казакова



Т. Богданов, Э. Путьлин, С. Карапетян, С. Долгов



В. Шурупов, Н. Еременко, И. Лобанова с подружкой



Т. Ломтева - мисс Пирсинг



И. Козликин - «резиновый человек»



П. Зацепин (СГАУ)

# ЦЕННЫЙ СОТРУДНИК: КАК ЕГО НАЙТИ И КАК ИМ СТАТЬ?

**Динамика современного рынка требует от бизнеса получения высоких результатов в сжатые сроки, эффективных инноваций, профессионально разработанных и внедренных изменений. Компании, ориентированные на результат, ставят своей целью оптимизацию использования человеческих ресурсов и, более того, рассматривают свой персонал как основное конкурентное преимущество. Услуги по HR-консалтингу разнообразны, охватывают все аспекты работы с персоналом и управлению.**

Новые условия диктуют новый принцип создания профессионального коллектива. Практика показывает, что добиться этого можно, используя новейшие разработки агентства «Гуманитарные технологии», созданного на базе факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Одно из подразделений агентства - HR-лаборатория разрабатывает и внедряет программно-методические средства компьютерной психодиагностики. Важным конкурентным преимуществом компании является то, что в консалтинговой работе применяются современные методы с использованием лучшего мирового опыта в области управления персоналом, практической психологии и информационных технологий, что позволяет наиболее точно, объективно и профессионально решать поставленные заказчиком задачи. На сегодняшний день HR-лаборатория «Гуманитарные технологии» является одним из лидеров в своей области. Клиентами агентства стали такие компании, как Adidas, Coca-Cola HBC Евразия, OTIS, Лукойл, Юкос, Автодом, Автомир, Внешторгбанк, Внешэкономбанк, Билайн, Росгосстрах, Ингосстрах, Росно, Сбербанк и многие другие. В последнее время тестовые методики HR-лаборатории используют не только крупные организации, но и предприятия среднего и малого бизнеса. В Ставропольском крае официальным представителем агентства «Гуманитарные технологии» является компания «Статус-Юг», занимающаяся тестированием и профориентацией. Об этом мы уже рассказывали в декабрьском номере **Pro**. Первый вопрос, возникающий у руководителя, заинтересованного в развитии своего дела, звучит так: «Как именно разработки HR-лаборатории могут помочь в решении кадрового вопроса?». Ответ лежит в сочетании качественных тестовых методик и профессиональной консультативной помощи, которые применяются для быстрого и эффективного



Генеральный директор  
ООО «Статус-Юг»  
Светлана Дюлова

отбора соискателей на должностные позиции. Что это за методики? С их помощью определяются специальные способности и умения, необходимые для профессиональной деятельности, черты характера, стиль работы. Готов ли работник стать генератором идей, или он больше склонен к терпеливому труду? Как он проявит себя в стрессовой ситуации? Как сложатся его взаимоотношения с другими сотрудниками? Ответы на эти вопросы и дают психометрические тесты. Применять методики HR-лаборатории могут специалисты кадровых служб предприятия и рекрутинговых агентств. Компания «Статус-Юг» гарантирует методическую и техническую поддержку своим клиентам. Надо отметить, что главное в деятельности компании «Статус-Юг» - ориентированность не на метод (методы варьируются), а на конкретную задачу. Возьмем, к примеру, другую ситуацию. Нередко случается, что компания, обладающая всеми возможностями

успешного процветания, не выходит на качественно новые показатели. Если в маркетинговых расчетах ошибки нет, значит, дело в персонале. И не только в уровне его компетенции, скорее всего, нет полной отдачи. Это происходит по разным причинам, иногда из-за отсутствия мотивации, иногда оттого, что энергия сотрудников растрачивается впустую – на выяснение отношений и интриги. Наладить работу коллектива также помогут методики, тесты и специальные инструментальные программы. Посоветуйтесь с HR-специалистом, ведь на кону - существование вашей компании! Для руководителей высшего и среднего звена предлагается диагностика индивидуального делового стиля. Начинать работать над собой в зрелом возрасте – нелегкая, хоть и решаемая задача. Во избежание будущих трудностей современные школьники могут заранее определиться с профессией. Как мы рассказывали в прошлом номере, не менее важным направлением деятельности компании «Статус-Юг» является тестирование и профориентация. Многие родители, чьи дети прошли тестирование в Центре, задают такой вопрос: «Как помочь ребенку стать внимательнее, организованнее и увереннее в себе?». А необходимы ребятам развивающие программы. В Центре тестирования их больше десятка: «Свобода общения», «Внимание – сила», «Управление временем», «Воля-неволя», «Облака знаний», «Формула таланта», «Антистресс» и другие. Тренинги проводятся увлекательно и живо. Внимание уделяется каждому участнику. Подготовиться к экзаменам ребятам помогут тренинг «Сдача экзамена» и психологическая игра «Подготовка к единому государственному экзамену». Для тех, кто определился с выбором профессии, компания «Статус-Юг» дает полную информацию о российских и зарубежных учебных заведениях, формах обучения и подготовительных курсах. В заключение хотелось бы сказать, что миссия компании – профессиональная помощь в принятии жизненно- и организационно-важных решений.



Процесс тестирования



г. Ставрополь  
ул. Ленина, 351  
телефон  
(8652) 35-45-36  
35-45-37 [www.ht.ru](http://www.ht.ru)



# El Grano cafe

г. Ставрополь, ул.Мира 355/38 Ломоносова, тел.: 32-82-02



# САМЫЙ ЦЕННЫЙ КАПИТАЛ СТАВРОПОЛЬПРОМСТРОЙБАНКА

Саксофон, свечи, бесшумно скользящие официанты в красно – белых шапках по фасону Деда Мороза... За столами сидят радостные люди, у этих людей сегодня праздник. Они забыли о рабочей суете, дамы уже предвкушают приглашения на танец, ведь в этот вечер они так блистательны. Сегодня особый повод поднять бокалы с шампанским. Сегодня – День Рождения банка, а значит, каждый его сотрудник как никогда чувствует себя частью большой семьи и ко всем сидящим рядом испытывает теплые, почти родственные чувства.



Лапченко Иван, Светличный Василий

Ставропольпромстройбанк – старейшее кредитное учреждение Ставрополя. Он является наследником Ставропольского краевого управления Промстройбанка СССР, основанного ещё в 1922 году.

26 декабря 1990 года на его базе был учрежден коммерческий банк «Ставрополье», преобразованный позднее в Акционерный инвестиционно-коммерческий промышленно-строительный банк «Ставрополье» - открытое акционерное общество (Ставропольпромстройбанк-ОАО).

А значит, в декабре 2005 универсальный многоотраслевой инвестиционно-коммерческий банк, предлагающий клиентам полный комплекс банковских услуг, имел полное право праздновать юбилей.

Пятнадцатый год в жизни банка завершился торжеством в ресторане «Мцыри», на котором присутствовали «ключевые фигуры» Ставропольпромстройбанка и почетные клиенты. Кавказская кухня предстала во всем великолепии. Темпераментные номера ансамбля национального танца «Казбек» чередовались с лирически-задумчивыми песнями под гитару музыкантов.

На юбилей съехались сотрудники со всего края, ведь банк имеет филиалы и дополнительные офисы в Буденновске, Ессентуках, Кисловодске, Лермонтове, Минеральных Водах, Пятигорске, Светлограде, Солнечнодольске, Михайловске, Нефтекумске, Георгиевске, Курсавке, Изобильном и Невинномысске.

Вечер открыло выступление председателя правления Константина Хаустова. «15 лет – возраст небольшой, но, учитывая, в каких условиях мы развивались все эти годы, какие потрясения в стране пережили, наш возраст можно приравнять к тридцати... Банк преодолел трудности благодаря коллективу высококлассных специалистов, настоящих профессионалов. Я хочу сказать спасибо первому председателю правления Анатолию Буйному, краевому правительству и всем нашим клиентам».

Постановление Государственной Думы Ставропольского края о награждении сотрудников банка почетными грамотами за заслуги в содействии и проведении

социальной и экономической политики в крае, добросовестный труд и в связи с 15-й годовщиной Ставропольпромстройбанка было встречено бурными аплодисментами. А после вручения грамот заместитель председателя Государственной Думы СК Константин Хромов поздравил с юбилеем банка всех его сотрудников.

Он пожелал им жить уверенно и спокойно, чтобы, как и раньше, динамично развиваться и двигаться на шаг впереди остальных. Затем слово взял Анатолий Буйный – первый председатель правления, основатель Ставропольпромстройбанка,

13 лет из 15 «стоявший у руля», а ныне – советник президента Московского Индустриального Банка. Он вспомнил тот день, когда пятнадцать лет назад шел по коридору Центрального Банка СССР и ясно понимал, что банк все-таки будет создан.

Спустя несколько дней пришла бумага о регистрации нового учреждения... «В первую очередь я хочу поблагодарить тех людей, которые стояли у истоков.

Трудно было начинать, но благодаря их упорству банк начал функционировать. Банк создавался тяжело и легко одновременно. Легко, потому что мы все были объединены единой целью – выжить, выстоять, не утратить банковскую школу, которая родилась ещё в Промстройбанке СССР».

Анатолий Иванович пожелал сотрудникам банка «не разменивать на мелкие интересы свой высокий профессионализм». Говорил он и о заслуге банка в том, что сегодня край имеет такие крупные предприятия, как «Азот», «Кавказтрансгаз», «Цитрон», «Минераловодский стекольный завод».

В первые годы существования этих организаций именно Ставропольпромстройбанк поддержал кредитами молодой бизнес. «Коллеги, растите клиентов, бережно относитесь к ним, понимайте их проблемы», – посоветовал в конце своего обращения основатель банка.

Коллеги отнеслись к этим словам с пониманием: ведь и сегодня основной упор банк делает на поддержку небольших, развивающихся компаний, для этого банком



Мурга Андрей,  
Хаустов Константин



Бежижев Руслан



Касьянов Владимир, Ладанов Альберт



Логвинов Анатолий, Подколзин Виктор



Буйный Анатолий, Хаустов Константин



Кузякова Людмила



Горбачев Михаил, Наумов Игорь



Сергеева Валерия, Соловьева Галина



Буйный Анатолий

внедрена специальная программа «Кредитование малого и среднего бизнеса». О становлении банка говорили и Анатолий Логвинов, и Андрей Жуков, и Альберт Ладанов.

Представитель главного акционера Ставропольпромстройбанка – ОАО Банк «Петрокоммерц» Аркадий Трущелев вернулся к «возрастной теме»: «Банк молод, как и вся наша банковская система. Молодость – это развитие. Дерзость, попытка совершить невозможное... Молодость прекрасна. Особенно сейчас, когда появляются новые возможности. Давайте развиваться и жить дальше».

Прозвучали на торжестве поздравления директора ГУ Ставропольское региональное отделение фонда социального страхования РФ №10 Владимира Сердюка, технического директора ООО фирмы «Консультант-Скиф» Сергея Новицкого, генерального директора НПО «Пульс» Людмилы Кузяковой, которая передала поздравление епископа Ставропольского и Владикавказского Феофана.

Любимый банк поздравили его бывшие работники. А в финале вечера Константин Хаустов вручил подарки лучшим сотрудникам банка. Список был длинным, подтверждая не раз высказанную тем вечером мысль: главный капитал Ставропольпромстройбанка – это его люди.

Достоинo встретив свое пятнадцатилетие, Ставропольпромстройбанк – в полной готовности и к новым свершениям, и к новым юбилеям.



Шаповалов Владимир, Буйный Анатолий



Балбекова Анна, Погорелова Татьяна



Артамонов Игорь, Юрин Дмитрий



Хромов Константин



Петрова Антонина, Тарасенко Евгений



Елена и Андрей Мурга



Сердюк Владимир



Егорова Ирина, Шамрина Любовь



Адаменко Татьяна



Жуков Андрей, Сердюк Владимир



Горло Александр, Косторный Юрий



Дьяков Александр



Хаустов Константин



Савенков Эдуард, Полников Дмитрий



Трущелев Аркадий



Хаустов Константин, Погорелова Татьяна, Давыдова Людмила



Жуков Андрей



# Pro СПОРТ – 2005

**В начале нового года принято подводить итоги года минувшего. Мы решили не пренебрегать традицией, отметив крупнейшие взлеты и неудачи ставропольских атлетов в 2005 году.**

## ProДВИЖЕНИЕ

В 2005 воспитанники школы Василия и Таисии Скакун вновь не дали усомниться в своей силе и профессионализме и, как всегда, возвращались с разнообразных турниров с кучей медалей. Ставропольская акробатка Анна Коробейникова победила в Краснодаре по ходу чемпионата России и в Тольятти, где прошел розыгрыш Кубка России. Успешно выступила ставропольчанка и на этапах Кубка мира. Затем был успех в Дуйсбурге, где Коробейникова добавила к своей и без того богатой медальной копилке «серебро» Всемирных игр неолимпийских видов спорта. В сентябре Коробейникова, как и ее землячка Елена Блужина, в составе национальной сборной стала чемпионкой мира по итогам общекомандного зачета.



Кроме того, в Эйндховене, где прошел чемпионат планеты, Анна была удостоена еще одной награды высшей пробы – за успех в индивидуальном первенстве.

## ProФЕССИОНАЛЫ

В апреле ставропольские девушки в перчатках праздновали победу на чемпионате России в Челябинске. В общекомандном зачете им не было равных – ставропольчанки привезли с Урала 12 медалей.

В Норвегии наши девушки вновь были признаны сильнейшими в Старом Свете, завоевав в общей сложности восемь медалей. А на чемпионате мира в Подольске наша сборная в очередной раз была признана сильнейшей на планете. В ноябре большой женский бокс пришел на Ставрополье, где на розыгрыше Кубка России хозяйки завоевали семь наград высшей пробы.

## ProРУБКА

Мощными ударами рук и ног прорубили окно в Европу и остальной мир ставропольские каратисты.

Зимой они победили в общекомандном зачете и заняли весь пьедестал почета в личных состязаниях в Москве, где прошел международный турнир «Кубок Эноэды». Затем были громкие виктории на чемпионате и первенстве России по сётокан-каратэ-до, а после успехи на международной арене. В Бразилии состоялся чемпионат мира Всемирной конфедерации каратэ, и наши соотечественники завоевали золотые медали в общекомандном зачете в состязаниях по кумитэ в абсолютной категории. «Золотой» триумф ждал наших земляков в Сербии и Черногории (где прошел чемпионат мира исключительно по каратэ) и в Польше (где имел место чемпионат Европы). И завершили год каратисты края победой там же, где и начинали – в Москве, на розыгрыше «Кубка Эноэды» и Кубка России.

## ProРЫВ

Ставропольские мастера ручного мяча (пляжная версия гандбола) совершили в прошлом году настоящий прорыв в Дуйсбурге, где наши парни имели честь скрестить оружие с соперниками на седьмых Всемирных играх неолимпийских видов спорта. Успешно дойдя до финала, в решающем поединке россияне не оставили шансов на «золото» испанцам.

## ProЗЯБАННИЕ

Не обошлось и без печальных событий. Осенью 2004-го футболисты «Динамо» получили право вернуться в первый дивизион. Затем ставропольцы стали обладателями Кубка ПФЛ, но на этом все успехи – вплоть по сегодняшний момент – для них закончились.

## ProЩАНИЕ

В начале прошлого года состоялись проводы из большого спорта легендарного ставропольского тяжелоатлета Андрея Чемеркина. Победитель Олимпиады в Атланте, «бронзовый» призер Олимпийских игр в Сиднее, многократный чемпион России, Европы и планеты, мировой рекордсмен, кавалер Ордена Мужества четвертой степени, обладатель титула «Самый сильный человек планеты», заслуженный мастер спорта решил завершить свою блистательную карьеру.



Конечно, расставаться с мастерами такого класса всегда грустно, тем более, что у ставропольского спорта в последнее время не так много достижений на международной арене.

## ProГРЕСС

Ставрополье всегда считалось кузницей легкоатлетических кадров. Отметим успехи молодежи – копьеметальницы Марии Абакумовой и бегуньи на короткие дистанции Татьяны Павлий. Обе девушки, уже привлекающиеся в главную команду страны, привозили медали практически со всех турниров, в которых им довелось участвовать.

## ProГНОЗ

Ну, а завершился минувший год знаковым событием – сменой власти в главном спортивном ведомстве края. Председателем крайспорткомитета стал Николай Могилинец. Николай Николаевич до этого работал в должности начальника отдела физподготовки СКВО, также он является президентом Федерации дзюдо Ростовской области. Так что, судя по всему, нас ожидает расцвет всяческого рода единоборств.

Алексей Бирюков



**УДАЧИ, СЧАСТЬЯ и РАДОСТИ ЖЕЛАЕТ ВАМ в НОВОМ ГОДУ КОЛЛЕКТИВ ФИРМЫ «ИНФА»**



**kraftway**  
ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ

фирма "ИНФА" - официальный партнер  
компании Kraftway

На пороге Новый год – время построения планов на будущее, ожидания чуда, осуществления заветных желаний и, конечно, долгожданных подарков.

Так хочется удивить и порадовать близких! Нужна оригинальная идея?

Настоящим сюрпризом и универсальным решением для реализации самых смелых и разнообразных творческих замыслов станет персональный компьютер Kraftway, предлагаемый фирмой ИНФА. Он создан на самом современном предприятии России, снабжен длительной гарантией и фирменной сервисной поддержкой. Великолепные рабочие и игровые возможности сочетаются с максимальным комфортом для пользователя и элегантным дизайном.

Подключайтесь к Интернету, используйте музыкальные и графические программы, создавайте фото- и аудиоархивы, смотрите видеофильмы и записывайте собственные DVD-диски. Компьютер Kraftway охотно поддержит любое начинание и доставит Вам и Вашим близким истинное удовольствие!

**Центральный офис:**

г. Ставрополь, ул. Доваторцев, 38, тел.:(8652) 777-777, 779-682, 244-944

**Фирменный магазин:**

г. Ставрополь, ул. Маршала Жукова, 42, тел.:(8652) 243-122, 243-196, 243-118



<http://www.infa.ru>



ООО  
"ЮГИНТЕРЬЕРМЕБЕЛЬ"

Производитель  
корпусной мебели  
по индивидуальным  
заказам



• разработка проекта



• оперативность

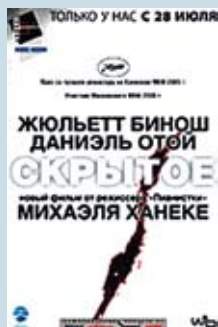


• гарантии

Адрес: г. Пятигорск  
ул. Крайнего, 49, оф. 909  
тел.: (8793)36-36-91  
менеджеры +79024113021  
+79054445354

E-mail: yuginmeb@infranet.ru

# DVD



Триллер  
2005 г., Франция,  
Австрия, Германия,  
Италия  
Режиссер: Михаэль  
Ханеке  
В ролях: Даниэль  
Отэй, Жюльетт  
Бинош, Анни  
Жирардо, Морис  
Бенишу

## СКРЫТОЕ

Внешне благополучное семейное трио - известный телеведущий Жорж Лорен (Даниэль Отэй), его жена Анна (Жюльетт Бинош), работающая в издательстве у друга Жоржа Пьера (Даниэль Дюваль), и их сын Пьеро (Лестер Македонски) - подросток, учащийся в школе. У них, как и у любой семьи, есть свои проблемы во взаимоотношениях. Однажды Джордж получает анонимный пакет с видеокассетами, на которых запечатлена личная жизнь его семьи. Он не знает, для чего и кто мог послать их. Чувствуя, что его родным может угрожать опасность, Джордж обращается в полицию, но там не в силах ему помочь. Тогда Джордж сам пытается разгадать эту тайну...



Драма, мистика,  
триллер  
2005 г., США  
Режиссер: Пол  
Хэггис  
В ролях: Сандра  
Буллок, Дон Чидл,  
Мэтт Диллон

## СТОЛКНОВЕНИЕ

Фильм объединяет три истории. В первой речь идет о двух темнокожих преступниках, угоняющих автомобили исключительно у белых и богатых. Очередными их жертвами становятся окружной прокурор и его капризная жена. Полицейские, которые должны вести это дело, попутно расследуют еще одно преступление, имеющее отношение уже ко второй истории... И, наконец, венчает картину история об иранском эмигранте, который вызывает слесаря-мексиканца починить замок в его маленьком магазинчике, а в итоге начинает угрожать ему.



сериал  
2006 г., Россия  
Режиссер:  
Владимир Бортко  
В ролях: Анна  
Ковальчук,  
Александр Галибин,  
Олег Басилашвили,  
Александр Абдулов

## МАСТЕР И МАРГАРИТА (4 DVD)

Известный режиссер снимает в точности по книге - от первой до последней строчки. Все должно соответствовать произведению и духу эпох. Роман "Мастер и Маргарита" экранизировался не один раз. Первая экранизация принадлежит польскому режиссеру Анджею Вайде, который в 1971 году снял фильм "Пилат и другие". В 1972 году на экраны вышел фильм "Мастер и Маргарита" режиссера Александра Петровича. В 1988 Мачек Войтышко снял по роману семисерийный фильм для ТВ. 1987 год - роман пытался экранизировать Элем Климов. 1994 год - снят фильм Юрия Кары, так и не вышедший в прокат.



Мелодрама, комедия  
2005 г., США  
Режиссер: Джон  
Хэй  
В ролях: Джимми  
Мистри, Дагрэй  
Скотт

## ВСЯ ПРАВДА О ЛЮБВИ

Уверенная в любви и преданности своей "второй половинки", Элис заключила шутовое пари со своей сестрой. Она посылает мужу неподписанную валентинку с признаниями в любви, чтобы посмотреть на его реакцию и проверить, насколько он верен ей. К искреннему удивлению Элис, муж решил сохранить этот факт в тайне. Тогда Элис решила пойти до конца и провести свое "расследование", выдав себя за тайную поклонницу мужа, и продолжить флиртовать с ним и даже назначить свидание! Что за этим последовало и какую цепь забавных и непредсказуемых событий повлекло, вы узнаете из этой романтической комедии, которая расскажет всю правду о любви.

# CD



**KLAUS SCHULZE**  
"Moonlake"

Как-то Клауса занесло в Зальцбург. Лунное Море (Moonsee) в окрестностях этого города произвело впечатление на маэстро. Озеро запало в душу и породило сие название... к уже готовой музыке. Типичные для Клауса импровизации на мини-муге, серебристые секвенсоры, повторяющиеся, затянутые до трансовости лупы и сильная, свежая энергетика.



**SEAN PAUL**  
"Trinity"  
(Танцевальный Рай/Warner)

Человек, поместивший ямайский дэнсхолл на карту мира, Шон Пол представляет свой новый альбом "The Trinity" - долгожданный релиз после альбома "Dutty Rock", получившего премию Grammy и проданного шестью миллионами копий. Новая пластинка обладает достаточным импульсом, чтобы переплюнуть этот результат: по данным Ассоциации Индустрии Звукозаписи Америки, "The Trinity" уже стал золотым в США после месяца продаж! На этой пластинке Шон Пол возвращается к своей фирменной смеси реггей, дэнсхолла и хип-хопа - тройному коктейлю.

Информация предоставлена «DiVA» – сеть магазинов кино, музыки и компьютерных игр:  
г. Ставрополь, ул. Дзержинского, 131 (ТЦ «Нестеров»), тел. 269-111  
г. Пятигорск, ул. Гоголя, 1, тел. 33-28-88  
г. Невинномысск, ул. Гагарина, 28-а, тел. 7-40-05



**DESPINA VANDI**  
"The Garden Of Eden"

Волнующий голос Деспины Ванди и ее природная привлекательность позволили ей быстро добиться заметного успеха в поп-музыке. Используя зажигательные восточные мелодии в сочетании с модными танцевальными ритмами, она стала популярна за пределами своей родной страны - Греции! Обладательница золотых и платиновых альбомов, не так давно она стала лауреатом премии World Music Awards как самый продаваемый греческий исполнитель в мире. Альбом "Stin Avli Tou Paradisou" ("Райский сад") имеет все шансы повторить успехи ее более ранних творений.



**EMINEM**  
"Curtain Call: The Hits"

Самый популярный рэппер планеты наконец-то выпустил сборник своих лучших композиций. Наряду с такими, уже ставшими классикой треками, как "My Name Is," "The Way I Am", "Lose Yourself" и "Stan", компиляция включает в себя несколько совершенно новых, ранее не издававшихся треков.



неповторима как вы



**Angelina**  
МЕБЕЛЬ ИТАЛИИ

г. Ставрополь, ул. 1-я Промышленная, 3, ТЦ «Омега»  
тел.: (8652) 56-09-55, факс: (8652) 56-09-66  
e-mail: angelina@angelina-stavropol.ru  
www.angelina-stavropol.ru

АЛКОГОЛЬНАЯ

**ТОРГ-ОПТ**  
ПРОДУКЦИЯ



## Главная ценность – клиент

Компания «Торг – Опт» является одним из крупнейших оптовых торговых предприятий на алкогольном рынке Северо – Кавказского региона.

Компания была основана в 1997 году и представляет известные отечественные и зарубежные ликеро-водочные бренды. Деятельность компании охватывает Ставропольский край, Калмыкию, Карачаево-Черкессию и другие республики Северного Кавказа.

На сегодняшний день компания «Торг-Опт» является эксклюзивным представителем популярных водочных брендов России: «Довгань», «Виноградов», «Мягков», «Русская рулетка», «Ять», «Порожняк», «Охотничий клуб», «Артельная», «Столичный трест», «Полтина», «Мороз и солнце», «Столичный доктор». Перечень винных серий, представляемых компанией «Торг-Опт», включает более 35 марок, среди которых «Душа монаха», «Три молдавана»,

«Паритет», «Востом», «Цимлянские вина», «Крикова», «Гарлинг» и многие другие. Компания «Торг-Опт» – единственный представитель в Ставропольском крае знаменитых азербайджанских вин серии «Старый Баку», приготовленных по уникальной технологии. В 2005 году компания «Торг-Опт» стала официальным дилером ООО «Интрагросистемы», предприятия, производящего полюбившиеся уже многим соки «Вико» и «Сочная долина». Необходимо отметить, что компания «Торг-Опт» является собственником двух алкогольных брендов. Это водка «Новоапалловская Премиум», выпускаемая по оригинальной рецептуре, и винная серия «Ностальгия», производимая на Невинномысском винзаводе в бутылке в виде

штофа, традиционно пользующейся популярностью у потребителей.

С середины 2005 года в Пятигорске работает филиал компании «Торг-Опт», что подтверждает стратегический подход к ведению бизнеса компанией. Основной акцент в стратегии компании «Торг-Опт» ставится на взаимоотношениях с клиентами. Анализируются не только предпочтения и пожелания, но и требования и замечания клиентов. Больше внимание уделяется поиску свежих идей, чего бы они ни касались – продукта, ценообразования, сервиса или стратегии.

**Адрес:**

г. Ставрополь, ул. Заводская, 11  
тел.: 28 09 27, 94 66 94



Г Р У П П А

**ТОРГ-ОПТ**

КОМПАНИЙ



## ЖИЗНЬ В ЦВЕТАХ!

Красивые и дерзкие, яркие и нежные, хрупкие и впечатляющие, вечнозеленые и цветущие лишь раз в жизни... Всё они – цветы! Восторг в глазах, удивление, сияющая улыбка – именно это видит мужчина, даря цветы своей любимой. А как иначе может реагировать женщина, видя столь прекрасное творение?! Не нужно слов, цветы скажут сами. Альби букет роз как воплощение всеобъемлющей страсти, нежные лилии как долгожданное «будь моей единственной», ночные фиалки как олицетворение аромата самой женщины. В них – всё!

Родина цветов – не только Голландия. Трудно вообразить, но многие из них доставляются из Израиля, Эквадора и Колумбии! Каждый понедельник и четверг на базу торгового предприятия «Долина роз» привозятся новые партии цветов. «Долина роз» основана в 2003 году и сегодня занимает первое место на Юге России среди импортеров свежесрезанных цветов и горшечных растений. Ассортимент насчитывает свыше 150 видов на любой, даже самый взыскательный вкус. Высокое качество цветов обеспечивается за счет зарекомендовавших себя на мировом рынке поставщиков, а также

благодаря бесперебойной, быстрой и аккуратной доставке. Большое значение компания уделяет созданию, поддержанию и расширению прочных взаимовыгодных отношений с клиентами, осуществляя постоянный анализ предложений и замечаний. Реализуя данное направление, компания «Долина роз» осуществляет мелкооптовую и розничную продажу как на самой базе, так и в развитой сети салонов горшечных растений, в торговых центрах города. В эти морозные холодные дни цветы помогут создать оазис во время зимы. Цветы подарят долгожданное тепло, красоту и уют в вашем доме.

**Оптово – розничный центр «Долина роз»:**

г. Ставрополь, ул. Заводская, 11, тел.: 28 48 38, 28 48 18

**Салоны горшечных растений «Долина Роз»:**

ул. Пушкина, 8а (Центральный цветочный рынок)  
ул. Маршала Жукова, 5а (супермаркет «Патэрсон»)  
ул. Гризодубовой, 32б (универсам «Торг-Опт»)  
ул. 50 лет ВЛКСМ, 40 (гастроном «Пушкинский»)  
ул. Бруснева, 11б (супермаркет «Триумф»)

**ДОЛИНА РОЗ**



# Когда мы работаем, приметы отдыхают...

Пультовая охрана  
Выезд оперативной группы  
Монтаж охранно-пожарной  
сигнализации  
Системы видеонаблюдения  
Контроль доступа  
Физическая охрана объектов  
Сопровождение грузов

Охрана, навигация и мониторинг  
мобильных объектов

Круглосуточная охрана вашего  
транспорта



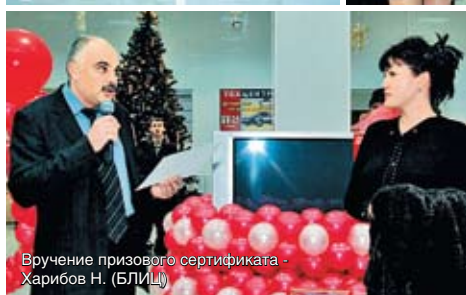
г. Ставрополь, ул. Ломоносова, 23  
тел./факс: (8652) 35-42-31, (8652) 36-78-01



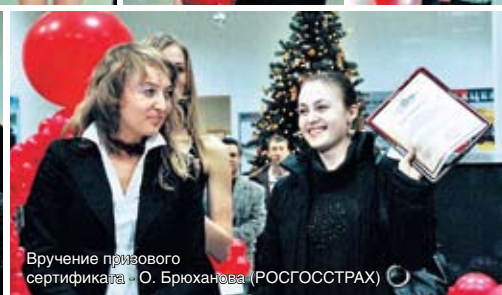
СЕТЬ АВТОСАЛОНОВ НА ЮГЕ РОССИИ

# МОДУС

## АКЦИЯ ПРИВЕДИ ДРУГА В «МОДУС»



Вручение призового сертификата -  
Харибов Н. (БЛИЦ)



Вручение призового сертификата - О. Брюханова (РОСГОССТРАХ)



Вручение призового сертификата - «ЕССО»



Вручение призового сертификата - Золотухина Е.  
(Фитнес-центр «Дельфин»)



Вручение призового сертификата -  
«N WEAR MATINIQUE»



Вручение призового сертификата -  
Моргунов В. (Банк УРАЛСИБ)



Барабоха С. (директор «Модус») и победитель розыгрыша акции «Приведи друга в «Модус»» - Феодоров А.Г.



г. Ставрополь, ул. Селекционная, 3/1, тел.: (8652)28-28-28

г. Пятигорск, Лермонтовский разъезд, Автосалон "Mitsubishi Motors", тел.: (8793)32-32-32

[www.modus.net](http://www.modus.net)

# ОПЕРАТИВНАЯ ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ:

ВИЗИТКИ • БУКЛЕТЫ • КАЛЕНДАРИ  
БРОШЮРЫ • ЛИСТОВКИ

т.(8652) **94-10-89**

**ЦВЕТНАЯ** ПРОДУКЦИЯ — от 1 экземпляра  
ПЕЧАТЬ на дубликаторе в **1, 2, 3, 4** краски  
по ценам офсета



# ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ

для НАРУЖНОЙ и ИНТЕРЬЕРНОЙ РЕКЛАМЫ:

БРАНДМАУЭРЫ • СВЕТОВЫЕ КОРОБА  
ШТЕНДЕРЫ • СВЕТОВЫЕ БУКВЫ

т.(8652) **29-68-51**



г. Ставрополь, пр-т К.МАРКСА, 78,

тел./факс:(8652) 26-99-95, e-mail: a-sn@list.ru



На его визитке значится: publicrelations, politicalconsulting, electioncampaigns. Если для того, чтобы понять значения этих слов, вам требуется перевод, значит, вы выпали из контекста современной жизни. И вам точно не пригодится указанный ниже телефон. Кто — то лепит кувшины, кто — то шьет одежду. Артур Насонов помогает людям стать политиками. Работа у него творческая, азартная и эксклюзивная. Он трудится много и с удовольствием.

# АРТУР НАСОНОВ ВОЗРАСТ СОЗИДАНИЯ

Интервью назначено внезапно, и я едва успеваю привести в порядок мысли. В кафе, где мы встречаемся, из публики в это время дня только скучающие официанты. Артур Леонидович за столиком у окна с чувством предается «вредным привычкам» — сигарете с коньяком.

— Я волнуюсь, — приветствуя меня, говорит человек, который помогает «избираться» мэрам городов и депутатам краевой думы. Муниципальные мандаты, полученные при чутком консалтинге Артура Насонова, уже не поддаются счету. Самый свежий результат работы — 27 депутатов Эссентукской городской думы.

Интеллект и интеллигентность — определяющие черты Артура Насонова. В силу этих редких и располагающих качеств он скромнен, немногословен, сдержан в проявлении чувств. Но глаза у него — это глаза энергичного и очень внимательного человека.

Хотя Артур Леонидович вырос и живет в Ставрополе, он совершенно не подходит под представление о «коренном ставропольце». Он мог родиться в любой точке мира и, наверное, везде бы выделялся из толпы, как выделяются неординарные, одаренные люди. Меня не покидает чувство, что в его точных и кратких ответах осталось много ещё непостигнутого мной смысла.

— С прошедшим, Артур Леонидович. (За два

дня до беседы нашей PerCone исполнилось 40). Как бы вы охарактеризовали свой возраст?

— Возраст созидания.

— Ваше самое большое эмоциональное потрясение за последний год.

— Любая победа на выборах — это колоссальный заряд адреналина. Вряд ли что-то может быть мощнее. За всю жизнь более сильные эмоции я испытывал только от рождения сына.

— Это правда, что вас многие называют «серым кардиналом»?

— Называют (улыбается).

— Насколько это верно?

— Смотря что под этим подразумевается... Я могу, скажем так, повлиять на многие процессы.

— Вы знаете, как стать политиком. Почему сами не пошли во власть?

— Не моё.

— А что должно быть у политика, что вам чуждо?

— Мягко выражаясь, способность к компромиссам. Это мягко выражаясь.

В школе Артур Насонов любил математику. Любить, собственно, больше было нечего — советская школа не оставляла выбора. История и литература, которые очень нравились сами по себе, были обезображены «совковым» подходом к образованию. А математика всегда

свободна от идеологии.

Решение поступить в медицинский институт было спонтанным.

— Я бы не назвал медицину своим призванием, — говорит Артур Леонидович.

— Но многие считают, что из меня бы получился хороший доктор. Аналитики нужны везде.

Аналитики-то нужны, но за «плохое поведение» Артура Насонова отчислили из института. Отслужив в армии, он вернулся в «мед». В 92-м году окончил институт с красным дипломом.

— По профессии работали?

— Совсем немного. Если бы у нас врачи получали нормальные деньги, я бы остался в медицине. Но один мой одноклассник как-то обронил: «Штука — не деньги». А я тогда работал на две ставки и получал примерно столько. Фраза «засела» в голове.

Пять лет Артур Леонидович занимался фармацевтическим бизнесом. До кризиса 98-го его фирма благополучно работала. Потом для Артура Насонова настал вынужденный период «поиска себя». А в 1999 друзья потянули его в политику.

— Чем вас удивила новая работа?

— Тем, что, как оказалось, у нас много порядочных и вменяемых людей. Гораздо больше, чем я раньше думал. Я стал лучше разбираться в людях. Теперь я «вижу» человека.

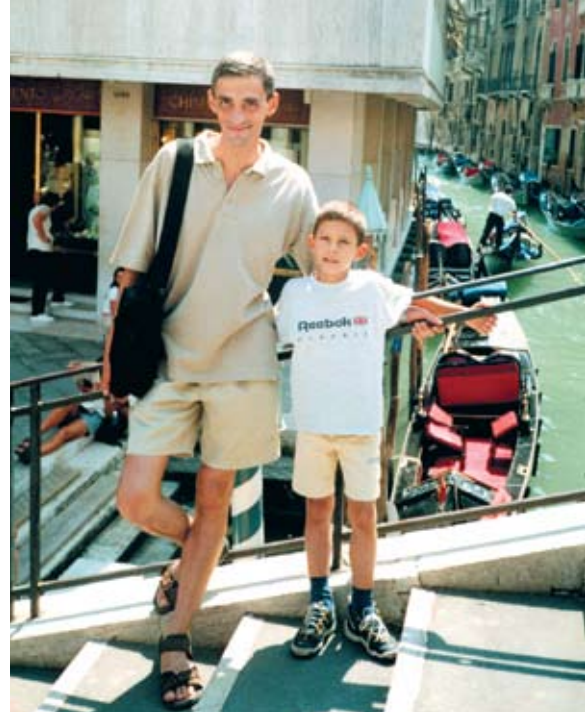
– С чего начинается избирательная кампания?  
 – С кастинга...  
 – На что обращаете особое внимание?  
 – На все. На речь, внешний вид, манеру одеваться. На биографию. Я сразу извиняюсь перед кандидатами за то, что буду задавать им неудобные вопросы. И задаю их. Главное – достигнуть полного взаимопонимания и доверия. Фактор успеха в том, чтобы верить, уважать и понимать друг друга. Если этого нет – я не буду работать с этим человеком.  
 – А если кампания уже запустилась, но вы обнаружили, что человек не оправдывает ваших ожиданий, вы можете уйти?  
 – Да. И такое бывало.  
 – Какими качествами должен обладать человек, чтобы вы согласились провести его предвыборную кампанию?  
 – Порядочностью. Ещё должно быть понимание команды и чувство локтя. И не менее важно, чтобы человек, идущий в политику, был сильным. Слабому как ни советов, ничего не получится. Внутренняя сила обязательно должна присутствовать. Те, кому я помог стать политиками, – это люди моего возраста, моего менталитета.  
 – Ваши кандидаты, ставшие депутатами, вас не разочаровывали?  
 – Нет, даже наоборот. Когда я в одну из кампаний столкнулся с административным ресурсом «таранного типа», у меня было, что ему противопоставить. Люди, к которым я обратился, приехали и проследили за соблюдением закона.  
 – А в плане исполнения своих обязанностей во власти?  
 – Здесь сложнее... Нет, разочарований нет. Только то, о чем я уже говорил. В политике люди часто идут на компромисс. Я их понимаю. И никому не навязываю своих убеждений. Не разочаровывали, но в душе бывало немного нехорошо...  
 – Должен ли политтехнолог разделять убеждения кандидата, которого он выдвигает, поддерживать его программу?  
 – Нет, это совершенно необязательно. Важно понимание, что человек может что-то сделать, чтобы людям стало жить немножко легче. Без этого я не берусь за работу.  
 – Можете выделить самую яркую кампанию?  
 – Каждая по-своему интересна. Вспоминаются крупные, краевого уровня. Некоторые воспринимали их результаты как сенсации.  
 – А для вас это были сенсации?  
 – Нет. Мои прогнозы почти всегда сбываются. Просто я их не озвучиваю. Даже если на 100% уверен в душе, вслух не говорю. У кандидата может наступить самоуспокоение, а это вредно.  
 – У вас есть профессиональные приметы?  
 – Да. За день до выборов всегда иду стричься. И если всю кампанию хожу в джинсах, то в день выборов обязательно надеваю костюм и галстук.

От медика в Артуре Насонове, по его собственному признанию, остались системный подход, способность к сочувствию и здоровый цинизм. Я прошу

поставить диагноз современным политикам, но Артур Леонидович уходит от ответа:  
 – Это из области психиатрии. А я детский врач.

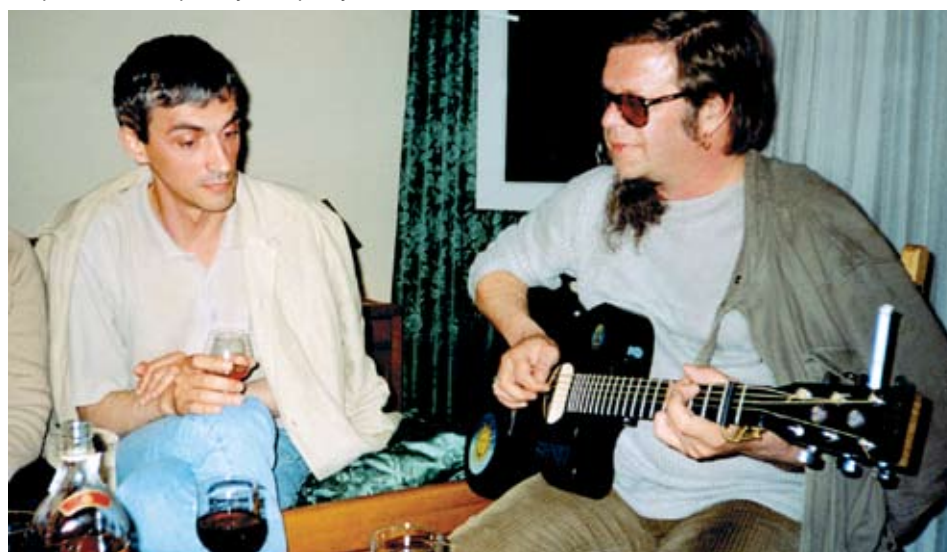
Проявлением «здорового цинизма», видимо, можно назвать такую фразу:  
 – Выборы – это политический маркетинг в чистом виде. По большому счету в раскрутке торговой марки и пиаре политика много общего.

Недавно Артур Насонов опубликовал в краевом издании статью. Она вызвала массу нареканий со стороны определенных политических сил.  
 – Вы ведь предполагали, что так будет?  
 – Да.  
 – И почему все-таки решились?  
 – Люди должны иметь возможность высказываться, отстаивать свою точку зрения, жить в гражданском обществе. Но у нас в стране, увы, гражданского общества почти нет, а хотелось бы. Очень сильно. Я не опасался какого-то политического аутодафе или личных проблем. Там каждое слово – правда. Если это не нравится кому-то – что я могу поделаться? Медведев бояться – в лес не ходить.  
 – А вам знакомы страх или опасения, когда вы идете на риск?  
 – Риск есть всегда, но я применяю адекватные меры защиты. Боюсь только крыс. Больше – ничего.  
 – Вы чувствуете себя счастливым человеком?  
 – Я стараюсь чувствовать себя счастливым. Для меня это важно. Политика затягивает, как наркотик. Чем-то другим потом заниматься скучно. Но работа все время идет на грани стресса, приходится испытывать серьезные нагрузки. Может начаться распад личности. Поэтому я всегда стараюсь сохранить гармонию с миром.  
 – Как вы восстанавливаетесь после кампаний?  
 – Выключаю телефоны, ложусь дома и читаю. Это длится примерно неделю. Я почти ни с кем не встречаюсь и не отвечаю на звонки. Друзья говорят: Артур опять поехал в Тибет. Они привыкли и не обижаются. Сыну Артура Леонидовича Олегу скоро исполнится 14 лет.  
 – Взаимопонимание есть?  
 – Есть, но если раньше я был возведен в ранг абсолюта, то теперь отношение ко мне, скорее, как к старшему товарищу.



– Сравнивая его сейчас и себя в его годы, вы видите разницу?  
 – Да. Все поменялось. На новое поколение очень влияет система коммуникаций. Компьютер, Интернет, сотовые телефоны... А мы больше книжки читали.  
 – Вы бы хотели, чтобы сын пошел по вашим стопам?  
 – Да. Это интересно. Я накопил уникальный опыт и хотел бы передать его Олегу. По природе он лидер, но им нужно заниматься. К своему стыду, уделяю ему недостаточно внимания. А надо бы... такой возраст...  
 – А ваш отец вами занимался?  
 – Занимался, давал читать много книг, правда, иногда сложных не по возрасту. Спасибо огромное и маме. Она – «универсальный коммуникатор», замечательный эрудированный человек. Мама – абсолютный экстрасверт, а папа – абсолютный интроверт.  
 – Вы не хотели бы передать свой опыт ученикам?  
 – Я пошел бы преподавать, но боюсь не вписаться в современную вузовскую систему ценностей. Товарно-денежные отношения в высшем образовании меня коробят. Образование не должно быть бизнесом.  
 – А политика – бизнес?  
 – Да, политика – это бизнес.

Дарья Ивахненко





**Знак зодиака:**  
стрелец.

**Кухня:** итальянская.  
«Еще люблю борщ, и все говорят, что очень вкусно его готовлю».

**Напиток:** коньяк и кофе

**Музыка:**  
Гребенщиков.  
«Знаком с ним лично. Именно Борис Борисовича слушаю, когда мне плохо».

**Увлечение:**  
«Триединое. Много хорошей музыки, много хороших книг и много хорошего кино».

**Город:** Ставрополь.

**Автомобиль:** «Такси».

Я не умею водить, поэтому у меня нет машины. А не вожу, потому что постоянно о чем-то думаю, боюсь кому-нибудь навредить».

**Самая важная деталь в костюме:** часы

**Какие женщины нравятся:** «Способные разговаривать со мной на одном языке».

# АРТУР НАСОНОВ

48 Pro

Фото — Сергей Гнездилов

Продвижение людей и вещей — две стороны одного явления. . .

Первым номером года **Pro** доказывает родство рекламы и public relations. И все же