

С Е Г М Е Н Т

ISSN2310-2160

ИНСТРУМЕНТ ВАШЕГО PR
№ 2(11) АПРЕЛЬ-МАЙ 2014
www.a-segment.ru

18+



Куда не ступит нога
ДЖОНА СИЛЬВЕРА? стр.12

Санкции западных СМИ стр.6

Язык до вершин доведёт... стр.26

А был ли Янукович? стр.34

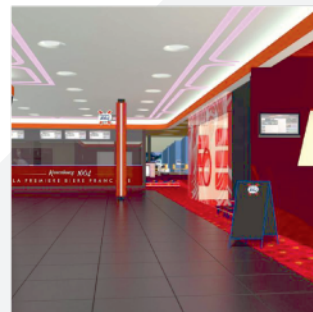
Почему Москва пьёт Чешское и Немецкое? стр.38

www.a-segment.ru

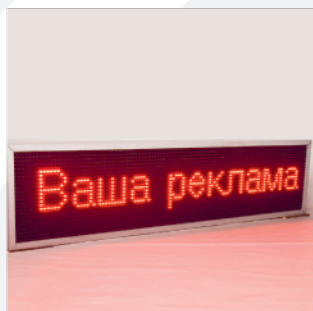
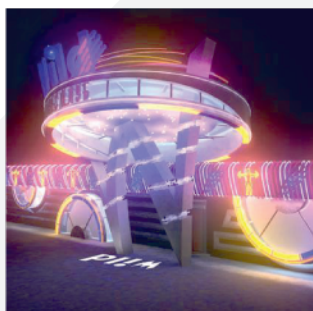


КАЧЕСТВО

- Световое оформление зданий
- Световое оформление зданий к праздникам
- Монтаж/ демонтаж вывесок
- Изготовление наружной рекламы
- Установка бегущих строк



РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО
СПЕЦИАЛИСТ



(4812)38-70-07
8-952-539-18-46

m1@specialist-67.ru
www.ra-specialist.ru
ул. Николаева 47

Денис НИКИТАС, кандидат экономических наук
генеральный директор «Аналитического агентства «Сегмент»
президент клуба «СБК», www.dnikitas.com



Как правильно преподнести
итоги маркетинговых отчётов

Лукавство цифр

и никакого обмана

Я думаю, что тест про «стакан наполовину полон или наполовину пуст» это не про оптимизм/пессимизм, а про манипуляцию фактами и цифрами. Имеется факт: есть стакан, в нём вода, воды налито в стакане наполовину. Но от того, как мы преподнесём эту информацию окружающим, зависит восприятие факта общественным мнением.

Вот, очень любопытный факт от коллег из Санкт-Петербургского госуниверситета. Они в 2002 году проводили телефонный опрос на политическую тему. Так вот, 29,2% опрошенных сказали, что они полностью доверяют президенту, 47,0% заявили, что они ему «скорее доверяют», 4,3% не смогли дать какой-либо оценки. И как эти цифры рейтинга могли бы быть представлены? 73,2% - рейтинг доверия (без уточнения степени) от числа всех опрошенных, 76,49% - рейтинг доверия от числа определившихся с ответом, 52,7% - рейтинг доверия от числа опрошенных с учётом поправочного коэффициента (учитывается половина группы людей, которые сказали, что «скорее доверяют» президенту). Наконец, этот же показатель от числа определившихся с ответом составляет 55,07%.

Впечатляет игра цифр?

А вот более свежий пример, который иллюстрирует отношение населения разных стран к атаке на Сирию. 11 июня 2013

года прошло исследование Чикагского центра: согласно нему 81% американцев были против военных действий в Сирии. 3 сентября Reuters провело исследование под саммит G20: и представило, что «всего» 56% американцев против вторжения. 29 сентября Vox Populi провело исследование, и «против» высказались 83% американцев. Проведенные в октябре опросы в США, Англии, Франции, Германии и др. показывали сильное неприятие военной операции против Сирии: от 72 до 88%. При этом Vox Populi анализировало отзывы в социальных медиа, это гораздо дешевле, чем разные формы массовых опросов. Видите, насколько разнообразны цифры, но результат исследования социальных медиа оказался очень близок к истинному результату Чикагского центра.

И наконец, классика жанра.

У 200 британских священников спросили: «Можно ли курить во время молитвы?» - «Это большой грех» - ответили 190 из них.

А у других 200 британских священников спросили: «Можно ли молиться, когда куришь?» - «Конечно, можно» - ответили 96% святых отцов.

Так может стакан абсолютно полон, если ограничить весь объём половиной?..

О НАС



КОМАНДА

<http://www.a-segment.ru/komanda/>

Денис НИКИТАС
главный редактор

*

Виктория САМУЙЛЕНКОВА
журналист

*

Анатолий ЕГОРЕНКОВ
дизайнер, верстальщик

*

Екатерина ЛУНЬКОВА
корректор

*

Юлия ЗУЕВА
фотограф

*

Ольга СИЛАЕВА
менеджер по продажам

18+

КОНТАКТЫ

<http://www.a-segment.ru/contacts/>

www.a-segment.ru
mail@a-segment.ru

+7 (4812) 46-00-87 - редакция

+7 (4812) 38-70-07 - отдел продаж

Св-во ПИ № ФС 77-52-807 от 08.02.2013 г.

Учредитель и издатель:

ООО «Аналитическое агентство «Сегмент»

г. Смоленск, ул. Николаева, д. 47

СВОБОДНАЯ ЦЕНА. Тираж - 1000 экз.

Печать: ООО «Мастерпринт», г. Гродно,

ул. Титова, 24, тел.: 8 (0152) 52-14-35

формат, 21x28, 2013 г..

Лиц. № 02330/0494298

ISSN 2310-2160



9 772310 216006



СЕМИНАРЫ ПО PR
МОНИТОРИНГ СМИ
МЕДИА-АНАЛИТИКА
ПЕРСОНАЛЬНОЕ ДОСЬЕ
АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА
КОММУНИКАЦИОННЫЙ КОНСАЛТИНГ

ИНСТРУМЕНТ ВАШЕГО PR

№ 2(11) АПРЕЛЬ-МАЙ 2014 www.a-segment.ru

АНОНС

<http://www.a-segment.ru/anons/>



26-28 ноября 2014 г., г. Москва, ВВЦ. RUSSIAN TRADE EXPO

Специализированная международная выставка торгового оборудования и услуг для оснащения и организации работы объектов торговли: магазинов, торговых центров, павильонов и киосков.

ОТЗЫВЫ

<http://www.a-segment.ru/feedback/>

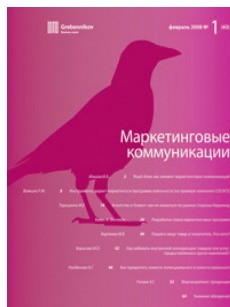


Ирек МУХАМЕТЗЯНОВ, генеральный директор «Вектор успеха»

- Спасибо за возможность выступить перед аудиторией бизнес-сообщества с такой непростой темой, как стратегия развития бизнеса. Вопрос применения стратегии «Голубого океана» до сих пор является очень актуальным и, в то же время, спорным и неоднозначным. Это подтвердила и та дискуссия, которая завязалась в ходе семинара. Было очень интересно и полезно выслушать разные точки зрения, мнения участников. Я благодарен им за открытость, активность, за оставленные отзывы. Мне кажется, что такие мероприятия позволяют нам шире смотреть на свой бизнес, знакомиться с лучшими практиками, быть в курсе инновационных разработок.

НОВОСТИ

<http://www.a-segment.ru/news/>



Е-mail-рассылка как один из инструментов маркетинга и информационный продукт

В научно-практическом журнале «Маркетинговые коммуникации» вышла статья Дениса Никитаса, в которой с примерами и цифрами разложена эволюция нашей рассылки Segment.Direct. Статья будет интересна маркетологам, интернет-маркетологам, рг-щикам и всем, кто интересуется маркетинговыми коммуникациями. В статье раскрываются задачи, которые решаются с помощью e-mail-рассылки, описываются этапы сбора базы подписчиков, представлены сервисы рассылок, пример содержания письма и анализ статистики переходов по указанным в письме ссылкам.

В НОМЕРЕ:

№ 2(11) АПРЕЛЬ-МАЙ 2014 www.a-segment.ru

ОРГМИНУТКА

Лукавство цифр и никакого обмана
Как правильно преподносить итоги маркетинговых отчётов 3

МОНИТОРИНГ СМИ

Какие санкции против России пророчат западные СМИ
Как журналисты разжигают антирусскую истерию 6

РЕПУТАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Куда не ступит нога Джона Сильвера
Зрители в социальных медиа сами обо всём рассказывают 12

СОБЫТИЕ

Менеджмент и маркетинг: рука об руку
О становлении кафедры менеджмента и маркетинга в Финансовом университете 22

Зарплата есть, работать не хотят
В Клубе СБК прошёл семинар Александра Попова 23

МЕДИА РЕЙТИНГ

Язык до вершин доведёт
Умеют ли публичные персоны строить стратегию общения с медиа? 26

ПЕРСОНАЛЬНОЕ ДОСЬЕ

Маг и волшебник, или почему Парабеллум не стреляет
Стоит ли пренебрегать репутацией в Сети? 30

БИЗНЕС

Смоленская изба для смоленского бизнеса
Организация мероприятий на нестандартных площадках 32

АНАЛИЗ ТЕКСТА

А был ли Янукович?
Контент-анализ: скрытые смыслы языка 34

АНАЛИТИКА ЗАПРОСОВ

Почему Москва пьёт Чешское и Немецкое?
Как отличаются запросы пивных потребителей 38

ПУТЕШЕСТВИЯ АНАЛИТИКА

Индонезия:
Особенности бизнеса в азиатской провинции 46

На какие
вопросы
вы найдёте
ответы

Как аудитория воспринимает мою компанию?

Что происходит в информационном поле?

Как лучше спланировать коммуникационную работу?

Как воспринимают компанию мои сотрудники?

Как потребители и партнёры принимают решения?

Как оценить эффективность PR-проекта?

Хорошо ли работают мои сотрудники в рознице?

Как быть в курсе нужных именно мне новостей?

Что думают о моей фирме потребители?

Как воспринимается мой бренд?

Что происходит в регионе?

Что и как говорят СМИ о моей компании?

Как узнать биографию своего партнёра?

Стоит ли выходить на новый рынок?



Какие санкции против России пророчат западные СМИ?

Как журналисты разжигают антирусскую истерию

Какие санкции ждут Россию в ближайшей и долгосрочной перспективе? Что ждёт огромную страну под давлением мировых сверхдержав и сможет ли Россия переиграть западных партнеров — ответы на все эти вопросы мы попробуем поискать там, где эти санкции куются. Лучший инструмент для любой аналитики — это, безусловно, пресса.

Можно долго рассуждать о купленности, ангажированности этого важнейшего института гражданского общества, однако если даже, как любят говорить критики, «всё куплено», то не стоит думать, что от этого пресса перестает быть источником информации. Отнюдь. Умение расшифровать и правильно интерпретировать те или иные публикации в своей массе порой позволяет максимально точно предугадать ход событий и таким образом предотвратить негативные последствия для своего региона. Чем шире спектр поиска, тем более объективными будут результаты анализа. Не стоит заикливаться на сверхпопулярных изданиях и пренебрегать малоизвестными газетами: нередко именно там скрывается информация, которая сбалансировает все предыдущие выводы. Так что же говорит западная пресса про санкции против России?

Алексей ВЕСЁЛЫЙ, журналист, Рига (Латвия)

1. «Антикоррупционный» удар

The Financial Times предлагает за счёт борьбы с российской коррупцией решить все проблемы Запада.

До аннексии Крыма Запад считал Россию «нормальной» развивающейся страной, а российскую коррупцию - залогом мирных отношений с Москвой, поскольку деньги, похищенные российскими коррумпированными чиновниками, выводились на Запад, пишет экономист Сергей ГУРИЕВ в The Financial Times. В каком-то смысле считалось, что коррупция повышает подотчётность российской элиты перед Западом.

На взгляд автора, тем самым

Запад совершил крупную ошибку. «Ведь именно российская коррупция оказалась коренной причиной крымского кризиса. Российскую экономику опустошило взяточничество», а территориальная экспансия - любимый способ авторитарных режимов для повышения своей популярности и сохранения власти, отмечает Гуриев.

Далее автор предполагает, что основными санкциями против РФ может быть требование защиты прав собственности и соблюдения контрактов, т.к. в этом случае простой народ не пострадает, а под удар будут поставлены российские элиты.

Гуриев советует правительствам зарубежных стран выявлять

и замораживать иностранные активы коррумпированных российских чиновников. Это подорвет поддержку Путина элитой и поддержку элиты простыми россиянами, а в конечном итоге способствует обновлению России, которая будет «демократической и, следовательно, миролюбивой».

О введении антикоррупционных санкций пишут также Los Angeles Times, Chicago Tribune, The Washington Post, New York Daily News, New York Post, The Guardian, The Independent, The Observer и другие.

Сроки: вторая половина 2014-го года.

2. Бойкот российского малого и среднего бизнеса

Самые горячие сорвиголовы западных СМИ предлагают бойкотировать российский малый и средний бизнес, таким образом, фактически предлагается развязать экономическую войну против простых граждан РФ. Принимая во внимание, что сейчас такие санкции ввести невозможно, авторы статей настаивают на том, что идеальным сроком может быть начало 2015 года.

Подобные предложения проходили на страницах британских The Daily Telegraph и The Observer.

Сроки: январь 2015.

3. Переход на сланцевый газ

О переходе на сланцевый газ зависящих от российской энергетики стран не пишут только ленивые западные СМИ. Подчеркну, все (!) крупнейшие американские издания в один голос лоббируют полноценный выход сланцевого газа на европейский рынок, и британские газеты вторят американским СМИ. Примечательно, что лобби сланцевой энергии в немецких и французских СМИ минимально.

Несмотря на яростное лобби, начало полного перехода на сланцевый газ невозможно ранее лета следующего года.

Сроки: лето 2015

4. Превентивная экономическая контрреволюция

Немецкая Neue Zürcher Zeitung предлагает провести в России экономическую контрреволюцию, которая сможет сделать экономику РФ более зависимой от международной экономики и, таким образом, сделает возможными масштабные экономические санкции в том случае, если Россия пойдёт против всего мира.

«Уроки советской истории не применимы к путинизму... Между путинизмом и сталинизмом нет никаких сходств, и нет между ними никакого континуитета», - постулирует автор. Помимо коррупции, отличия «путинизма» от сталинизма, с его точки зрения, состоят в следующем: «Путинизм привел страну к деиндустриализации, но он страшится неприкрытого насилия против собственного народа. Пытки и показательные процессы применяются прицельно, и по мере роста общественных протестов они будут применяться всё чаще. Всё это, тем не менее, очень далеко от сталинизма».

Сроки: ближайшие выборы Президента России в 2018 году

5. Сдача в эксплуатацию Курильских островов

Национальная вещательная компания Японии NHK нагнетает обстановку,

требуя наложить на РФ санкции в виде принудительной аренды Курил в пользу Японии с последующим правом выкупа.

Сроки: 2015-2017 гг.

6. Ограничение деятельности банковского сектора

Австралийские, американские и британские СМИ продолжают настаивать на дальнейших санкциях в отношении российского банковского сектора, в частности речь идёт о международном кредитовании и инвестициях.

Сроки: лето 2014.

7. Ограничение интернет-торговли и сделок для российских пользователей

Очень реалистично на фоне давления СМИ выглядят предполагаемые санкции международной платёжной системы PayPal в отношении российских пользователей, которые и до этого не пользовались особой популярностью в этой системе, пишут «Predictive Analytics». Более того, как отмечают авторы исследования, это один из единственных видов санкций, который экономически очень выгоден Западу и западным интернет-трейдерам, пользователям аукционов и других ресурсов. Дело в том, что через PayPal проходят и очень крупные оптовые сделки, и в случае блокировки российских пользователей российский бизнес вынужден будет пользоваться услугами западных пользователей для совершения такого рода транзакций.

Сроки: январь 2015

8. Льготные экономические преференции Китаю

Улучшение торговых отношений Европа-Китай и льготы Китаю предлагает французское Le Monde, тем самым желая отдалить экономику Китая от России и максимально приблизить к Европе. Однако, как отмечает издание, данный вопрос разделит европейские столицы: британский премьер выступает «за», а Франция, Испания и Италия не готовы предоставить новые условия Китаю. Однако всё может измениться после выборов в Европарламент.

Сроки: после выборов в Европарламент 24 мая 2014 г.

9. Блокировка экспорта вооружений

Как сообщает британское BBC, западные политики намерены ударить по российскому экспорту вооружений, заблокировав российский экспорт вооружений за счёт давления на страны-импортеры оружия.

Сроки: лето 2014

10. Исключение России из ВТО

Исключение России из ВТО в первую очередь не выгодно самому Западу, но

тем не менее, такие предложения активно обсуждаются в прессе, так как исключение России из этой авторитетной организации будет значить для неё как минимум понижение кредитного рейтинга, доверия и просто снижение инвестиций. С другой стороны, из-за большого количества противников данной инициативы Запад пойдёт на реализацию только в случае полномасштабной экономической блокады.

Сроки: после выборов в Европарламент 24 мая 2014 г.

P.S.

В импорте ЕС из России преобладают нефть и газ. По данным администрации энергетической информации ЕС, европейские страны импортируют 84% российского экспорта нефти и около 76% природного газа. На лицо обоюдная зависимость, а если посмотреть на данные Евростата и то, с каким оттенком говорят западные СМИ про РФ, можно сделать вывод: следующий удар будет по торговому партнёрам России (см. таблицу), что приблизит международную изоляцию России. В зоне риска — Беларусь, Казахстан и страны-импортеры российского вооружения.

Таблица - ТОП торговых партнеров РФ (млн. евро)

ЕС	267,5
Китай	64,1
Украина	24,3
Беларусь	24,1
США	18,9
Япония	17,0
Турция	17,0
Южная Корея	16,1
Казахстан	15,5
Швейцария	7,9

Источник: Евростат

Элоди ВИАЛЬ,
журналист, редактор **Yourphil.com,**
Франция

- Французские медиа не особенно много говорят о санкциях сегодня, даже экономические издания достаточно пассивные. Если ЕС интенсивно угрожает России, то кто на самом деле будет поддерживать последствия всех этих санкций, ведь санкции отразятся и на политической ситуации во Франции. Именно об этом сейчас и пишут французские СМИ: они предупреждают, что последствия экономических санкций против России будут очень велики и, возможно, необратимы.

В первую очередь мы опасаемся серьезного ответа со стороны России: экономические санкции из Москвы значительно ударят по тысяче двумстам французским компаниям, расположенным в России. Россия сегодня — это третий партнёр европейцев после США и Китая, который имеет важное значение для многих индустриальных продуктов, выпускаемых европейскими странами.

Энергетический рынок — по факту один из самых главных вопросов, и с каждым годом актуальность этого вопроса только возрастает. У Франции на самом деле нет энергетически зависимого рынка с Россией, но зависимость может появиться, если другие страны ЕС пострадают от санкций России.

Вопрос санкций против России напрямую подвешен к зависимости от русской энергии. Именно поэтому, вероятно, Франция не будет интенсивно накладывать экономические санкции. Это то, что мы называем принципом реализма.



Алёна СЕВИДОВА,
журналист, Сидней, Австралия

- Ситуация сейчас действительно непростая и имеет несколько возможных сценариев развития.

Австралийская пресса отчасти вторит американским изданиям и пророчит уход ЕС от обильного потребления российского газа, что значительно уменьшит влияние оппонента и подорвёт его финансово. Предлагались различные версии, одна из них запомнилась особенно: Германия, добывая сырьё в Nord Stream, реверсивным потоком будет снабжать самые зависимые страны газом, например Польшу и Словакию. А Америка, в свою очередь, обеспечит сланцевым газом Прибалтику, поставляя сырьё водными путями.

Справедливости ради стоит отметить, что добыча сланцевого газа очень затратна. К тому же у США пока нет необходимой инфраструктуры. И если же Европа за столько лет не смогла убавить количество приобретаемого у России газа, как она сможет справиться с такой задачей за год?

Теперь представим, если Россия существенно уменьшит количество экспортируемого в Европу газа. Цены взлетят и больно ударят и так обедневшую Европу. К тому же много говорят о растущем энергопотреблении газа в Китае и Южной Корее — чем не альтернативный рынок сбыта?

Что касается прекращения обслуживания банковских карт Visa и Master Card на территории России, то здесь нужно понимать, что такие неудобства потерпели только некоторые банки. В целом в стране рассчитываться картами можно, равно как и обналчивать с их помощью деньги. Америка неплотно припугнула страну такими санкциями, но этим только подтолкнула Россию к действиям. В наикратчайшие сроки Россия планирует создать свою альтернативу зарубежным банковским картам. Кстати, в Китае нечто похожее имело большой успех. Почему бы России тоже не обезопаситься от иностранного вмешательства?

Беспокоит возможность дальнейших санкций в той же банковской сфере, ведь какой урон нанесет, скажем, туризму уход Visa и Master Card? А сколько трудностей наложит на деятельность других секторов. Я не говорю уже о неудобстве для простых жителей. С другой стороны, такой поворот событий мне кажется маловероятным, ведь цепной реакцией он ударит по всемирной банковской системе. А вот с замороженными инвестиционными проектами дело гораздо плачевнее. Может, России отказаться на пару лет от Кока-колы — так, профилактики ради.

Очень жаль, что так долго выстраивавшиеся отношения между Россией и Западом снова испортились и скатились до уровня холодной войны. В эту критическую минуту необходимо продолжать укреплять отношения с Китаем.

Лаури КРЕУТЦВАЛЬД,
эксперт международных отношений
молодежного собрания Таллинна

- В войне санкций победителей не будет. Анализируя эстонскую прессу, можно сказать, что многие политики в ЕС до сих пор надеются, что Владимир ПУТИН ответит на кризис некими поправками в политике. Война санкций, где Россия принимает санкции Запада, уничтожит все десятилетние достижения в финансовом и банковском секторе.

Уже давно известно, что болезненные санкции вернуться абсолютно новым бумерангом к тем, кто их создавал, и дадут возможность России развивать её собственную закрытую экономику с небывалой скоростью.

Недоверие, созданное Западом и Россией, — слово в никуда, потому что никто более не может быть уверен, что подобное не повторится снова где-нибудь ещё.

Полноценная западная экономическая блокада может повредить России, но и обратно ударит по самой Европе. Больше всего пострадает Германия, свидетельствуют СМИ.

Крупный бизнес Германии и влиятельные бизнесмены уже недовольны действиями собственных политиков. Опросы показывают, что 54% бизнеса выступают за хорошие отношения с Россией.

Даже несмотря на энергетическую зависимость, немцы утверждают, что более 6000 предприятий работают в РФ, а как минимум 300 000 рабочих мест напрямую зависят от России.



Евгений ГАМЕРМАН,
политолог, журналист, Австрия

- 16 марта 2014 года прошёл референдум о присоединении Крыма к России. В течение последующей недели РФ законодательно оформила включение в свой состав новых регионов. ЕС и США очень сильно возмущались по этому поводу, грозились санкциями и большими проблемами для России. Однако сейчас становится всё более очевидным, что западные страны де-факто смирились с отторжением Крыма от Украины. Де-юре этого никто никогда не признает. Де-факто – западные политики стремятся избежать дальнейшего продвижения России на Запад (через территорию Украины).

Каких-то более серьёзных санкций, нежели замораживание зарубежных активов ряда чиновников и бизнесменов, вряд ли стоит ожидать! В условиях глобализации, когда все зависит от всех, понятие «изоляция» потеряло своё значение. Это – миф. Нонсенс. И если в США введение серьёзных экономических санкций против России не сильно ударит по экономике (т.к. уровень взаимной торговли между РФ и США очень низкий), то для Европейского союза более ощутимые меры, санкции могут обернуться ещё более серьёзным кризисом, нежели тот, который был в 2008 году. Слишком экономики ЕС и РФ взаимозависимы. И в странах ЕС это многие понимают. И чем более жёсткой будет риторика европейских политиков по отношению к Москве, тем меньше вероятность реальных действий. Администрация Б. ОБАМЫ будет пытаться убедить своих европейских партнёров в необходимости более жёсткого реагирования на ситуацию. Однако жертвовать европейской экономикой для украинской территориальной целостности никто не захочет. США в одиночку будут предпринимать попытки усилить экономическое давление на Россию. Однако, в данном случае, «один в поле не воин!» И кроме снижения рейтинга Обамы внутри страны, а также международного престижа самих США – это ни к чему не приведёт!

Самым негативным последствием для России будет снижение инвестиционной привлекательности на среднесрочную перспективу, что приведёт в серьёзным кризисным явлениям в экономике. Однако при грамотной экономической политике, налоговых льготах и специальных условиях в отдельных регионах для инвесторов можно будет избежать стагнации.

Алексей ДЗЕРМАНТ,
политолог, координатор проекта
«Цитадель», Беларусь/Польша

- Если говорить об экономических санкциях Запада против России в связи с украинскими событиями, то нужно понимать, что на самом Западе нет единства по этому поводу ввиду разности интересов. Европа потенциально может серьёзно влиять на позиции России, пытаясь снизить степень зависимости путём снижения объёма поставок российских углеводородов. Однако реально ведущие страны ЕС вряд ли пойдут на это, а недавнее заявление правительства Норвегии говорит о том, что заменить российские углеводороды в необходимых объёмах на самом деле и нечем. Гипотетические поставки сланцевого газа из США – это очень дорогой и авантюрный проект. Именно поэтому санкции со стороны ЕС будут носить скорее символический характер и никакого реального вреда не причинят.

США в ближайшее время будут играть скорее на понижение цены на нефть вместе с ближневосточными союзниками, а основной упор сделают на санкции финансового характера против российских предприятий или отдельных предпринимателей, тесно связанных, по их мнению, с российской властью.

В вопросе о санкциях следует помнить, что это один из самых неэффективных способов влияния в международной политике, как показал, например, опыт Республики Беларусь, где санкции против государственных чиновников и предприятий со стороны Запада ни к чему не привели. Более того, для России это может иметь даже положительный эффект, заставляя задуматься о возврате на родину капиталов тех российских бизнесменов, кто имеет значительные активы на Западе, а также принять меры по укреплению собственной финансовой системы и экономической устойчивости за счёт внутренних ресурсов. Кроме того, огромный рынок экономически стремительно развивающейся Восточной Азии и Тихоокеанского региона в случае проблем с поставками сырья в Европу может с лихвой компенсировать эти потери.



Леонид ПАНКРАТОВ,
журналист, общество SKRUV, Швеция

- Оценка первых двух этапов санкций, направленных сугубо на чиновников и самых близких к ним деятелей, чётко позитивная как с точки зрения антироссийских, так и с точки зрения пророссийских политических течений.

Так, например, «Aktuellt» (аналог «Время» в СССР) сообщило, что в РФ в результате санкций против российских чиновников может вернуться около... 500 миллиардов долларов.

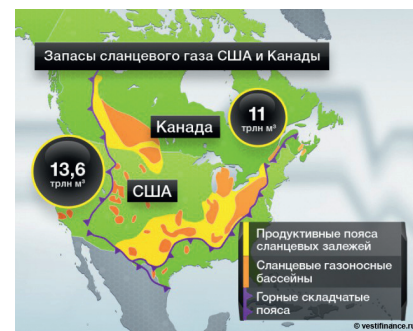
Исходя из этих данных, немало пророссийских сил весьма довольны тем, что капиталы чиновников просто вынуждены будут возвращаться из западных банков в Россию, тем самым обеспечив российской экономике вливания, многократно превосходящие урон от любых санкций, предвидимых в обозримом будущем.

О «реальном» секторе: потери самые разнообразны и весьма ощутимые.

Это связано как с удорожанием кредитов в работе с российским рынком, так и с прямыми увольнениями на предприятиях из-за опасения российских контрагеров.

Если в сельском хозяйстве (например, в производстве клубники) эффект вторичный из-за осложнений с кредитами и страховками для поставок в РФ, идёт затопление шведского рынка сельхозпродукцией, которая изначально предназначалась для РФ (и соответственно, сокращение продукции и увольнения в Швеции).

Но есть и прямой эффект, в первую очередь ощущающийся в бумажной промышленности, связанный с поставками в РФ.



Отделение Крыма

Американские СМИ даже не пытаются воздерживаться от жёсткой риторики в адрес России по поводу ситуации вокруг Крыма. Они-то точно знают, куда идти и что делать. Агрессивно, жёстко, враждебно комментируют действия России.

Читая американские публикации в «The Wall Street Journal» или «Forbes», становится очевидным: Россия вновь представляет для Америки серьёзную военную угрозу. Пожалуй, даже беглого взгляда на комментарии в американских СМИ вполне достаточно, чтобы с полным правом можно было утверждать, что в их глазах Россия – агрессор, а безнаказанные с их точки зрения действия России рассматриваются как начало второй холодной войны. По прочтении статей в умах среднестатистических американцев естественно не может не возникнуть вопрос: у большой страны – большие территориальные аппетиты! А насытится ли Россия Крымом? Может, это только закуска, а главное блюдо ещё впереди?! Эмоциональные комментарии американских специалистов не позволяют усомниться, укрепляя веру соотечественников в мощь и величие своей страны: о бессилии со стороны США не может быть и речи. Они располагают достаточным арсеналом средств, чтобы обезвредить Россию, которую они не раз предупреждали о возможной экономической и политической изоляции.

В результате планомерных информационных операций и складывается у американцев образ агрессивной опасной России. «Правильно» написанные статьи создают образ врага и формируют у американцев соответствующее отношение к нам, которое тёплым уж точно не назовёшь. От такого динамичного интенсивного информационного воздействия со стороны СМИ рядовому американцу не спрятаться не скрыться. Россия в их глазах становится «лидером антизападного мира» («The Washington Post», США), а власть в Крыму определяют как «незаконную и нелегитимную».

Если внимательно следить за информационным сопровождением событий в Крыму в немецкоязычном интернет-пространстве, нельзя не заметить, что и здесь происходит дискредитация имиджа России. В отличие от американских журналистов немцы не прибегают к столь агрессивной и враждебной риторике. В их комментариях присутствуют осуждение, критика, но они не впада-

ют в истерику, не прибегают к угрозам и запугиваниям. Во многом такая сдержанная позиция демонстрирует филигранную работу в попытке сохранить баланс в отношениях с Россией. Оценка действий нашей страны в связи с актуальными событиями в Крыму на страницах таких ведущих немецких изданий как «Wirtschaftswoche», «Spiegel» выглядит осторожной и осмотрительной. Хотя общий тон немецких СМИ в оценке действий России и остаётся весьма враждебным. Как пишет журнал «Wirtschaftswoche»: «аннексировав Крым, российский президент Владимир ПУТИН, по сути, до основания разрушил европейскую архитектуру безопасности. Соседи России теперь вынуждены гадать, кого из них амбиции Путина по строительству сверхдержавы могут затронуть следующими. Присоединив Крым, Кремль вторгся на территорию другой страны. Это очевидное нарушение международно-правовых норм». Немецкий министр иностранных дел Франк-Вальтер ШТАЙНМАЙЕР снова и снова призывал сохранять «холодную голову» в контексте украинского кризиса и предупреждал об опасности «закручивании спирали военной эскалации». «Но это – самый серьёзный кризис из всех, которые мы переживали в Европе за последние 25 лет. Это требует любых усилий и оправдывает их».

Хотя немцы и проявляют хладнокровие и спокойствие, воздерживаясь от резких эмоциональных высказываний, которые порой имеют место быть, иногда и они способны поражать и удивлять нас до глубины души. Речь идёт о скандале, когда министр финансов Германии Вольфганг ШЁБЛЕ провёл параллели между присоединением Крыма к России и аннексией Судетской области Чехии в 1938 году, как сообщает «Spiegel». От такого сравнения Шёбле «Гитлер-Путин» Ангела МЕРКЕЛЬ поспешила дистанцироваться. С политической точки зрения сравнение с Гитлером абсолютное глупо. Тем более из уст немца! Общественный резонанс был огромный!

Санкции против России

Вслушиваясь очередные угрозы о введении экономических санкций против нашей страны – нам не впервой. Примеров в современной истории вполне достаточно. Если бросить беглый взгляд на историю взаимоотношений СССР и США, то придётся потратить немало времени, чтобы перечислить все попытки организовывать бойкоты,

санкции против нашей страны. И сейчас западные страны решили вернуться к этим мерам. Что на сей раз?

Наиболее радикальные и незамедлительные меры жаждет применить Америка. Изодрённые умы американцев предлагают самые невероятные варианты. В Конгрессе США уже приступили к разработке законопроекта о политических и экономических санкциях против России. Возможные меры предполагают запрет на выдачу американских въездных виз российским должностным лицам, сворачивание деловых операций с российскими государственными банками и замораживание активов российских предпринимателей в США. Американские политики уверены, что такие меры могут обернуться большим затратам для российской экономики.

В немецких публикациях нет категоричности, безапелляционности, которые так присущи американским. Канцлер Германии Ангела Меркель высказалась в пользу решения кризиса политическим путем без введения экономических санкций против России. Немецкие эксперты сходятся во мнении, что экономические санкции против нашей страны окажут негативное влияние на экономику Германии. С присущей им точностью и педантичностью немцы просчитывают возможные негативные последствия для экономики своей страны: в статьях фигурируют отчёты о годовом обороте с Россией, об инвестициях, о немецких компаниях, которые сотрудничают с Россией, о нескольких тысяч рабочих мест в Германии, которые зависят от экономических отношений с Россией, и конечно, обеспокоенность о поставках газа из России. Несмотря на заверения канцлера Германии Ангелы Меркель о пересмотре концепции всей немецкой энергетической политики, отказаться от российского газа не представляется возможным. В целом же, как говорится в одной из статей журнала «Spiegel», ситуация в Крыму уже отрицательно сказывается на торговых отношениях между нашими странами. Немецкие компании ввиду кризиса в Крыму опасаются снижения прибыли на российском рынке. Однако эксперты Института мировой экономики (г. Киль), провели подсчёты, во сколько обойдётся отказ от торговли с Россией, пришли к выводу, что экономике Германии, в отличие от российской, справиться с экономической ситуацией по силам, сообщает «Die Welt».

Ростислав РОВБЕЛЬ,
 первый заместитель начальника
 Департамента экономического развития
 Смоленской области

Отношение к новой украинской власти

Пожалуй, по этому вопросу споры и прения тоже можно назвать жаркие. Очень ярко и эмоционально высказывается немецкая оппозиция, которая скептически относится к новой украинской власти. Представители оппозиции в бундестаге выступили с заявлениями, критикующими сочувственное отношение правительства ФРГ к новой власти в Киеве. Политики считают, что Германия должна дистанцироваться от украинских «правых». Лидер фракции Левая партия в бундестаге Грегор ГИЗИ предостерег депутатов германского парламента от идеализации временного правительства Украины. По словам лидера фракции «зелёных» Катрин ГЕРИНГ-ЭКАРДТ, партия «Свобода» и «Правый сектор», действительно, не имеют ничего общего с европейскими ценностями и представлениями о демократии. С её точки зрения, от этих политиков Германия должна явным образом дистанцироваться. Вместе с тем Катрин Геринг-Экардт выразила уверенность, что «демократия и свобода на Украине обязательно справятся и с этой проблемой». В Германии спорят, как реагировать на события на Украине и как относиться к новой власти. США активно призывают политически и финансово поддержать власть на Украине и подталкивают европейцев к совместным санкциям.

При желании не составит труда найти зарубежные публикации в русскоязычном пространстве Интернета, но чтобы достичь аналогичной цели в англоязычном поле - ознакомиться с нашими статьями, транслирующими в их пространстве альтернативные мнения - придётся попотеть, порой впустую! Вывод очевиден: нам стоит предпринимать больше усилий, для того чтобы укрепить и защитить своё информационное пространство не только на своей территории.



Специальная оценка условий труда

Департамент экономического развития Смоленской области обращает внимание предпринимателей, руководителей малых и средних предприятий на наиболее важные, на наш взгляд, изменения в трудовом законодательстве, вступившие в силу с 1 января 2014 года. Данные изменения, направлены в первую очередь, на защиту трудовых прав работников.

Федеральным законом от 02.12.2013 № 336-ФЗ «О внесении изменения в статью 1 Федерального закона «О минимальном размере оплаты труда», установлен новый минимальный размер оплаты труда. С 1 января 2014 года МРОТ составляет 5 554 рублей. Таким образом, по сравнению с 2013-м годом, размер МРОТ увеличен на 349 рублей. Минимальный размер оплаты труда применяется для регулирования оплаты труда и для целей обязательного социального страхования (расчёта пособий по временной нетрудоспособности, беременности и родам и иных целей обязательного медицинского страхования).

Следовательно, заработная плата, на которую может рассчитывать рабочий при выполнении всех установленных нормативов и трудовых обязанностей также должна быть не ниже МРОТ.

Начиная с 2014 года работодатели обязаны проводить специальную оценку условий труда. Специальная оценка заменит собой аттестацию рабочих мест по условиям труда. Федеральный закон от 28.12.2013г. №426-ФЗ «О специальной оценке условий труда» устанавливает правовые и организационные основы и порядок проведения специальной оценки условий труда, а также определяет права, обязанности и ответственность участников специальной оценки условий труда.

Специальная оценка условий труда направлена на обеспечение безопасности работников во время их трудовой деятельности. Процедура оценки будет проходить раз в пять лет и реализовываться в два этапа. На первом этапе будет осуществляться идентификация вредных и опасных факторов производственного процесса. На втором – определяться уровень воздействия факторов на организм человека.

По итогам этих мероприятий рабочему месту каждого сотрудника будет присвоен один из четырех классов: оптимальное, допустимое, вредное или опасное рабочее место. Затем организацией, проводящей специальную оценку труда, будет подготовлен отчет, с которым в течение 30 дней со дня его утверждения работодатель будет обязан ознакомить работников с результатами специальной оценки условий труда на их рабочих местах под роспись.

Предполагается, что закон повысит уровень защиты трудовых прав работников посредством повышения степени участия профсоюзов в проведении оценки условий труда, в том числе включение их представителей в комиссию по проведению специальной оценки условий труда.

Проводить экспертизу доверено независимым организациям с привлечением сертифицированных экспертов. Данные будут заноситься в единую информационную систему, которая начнет функционировать с 2016 года.

А чтобы работодатель не игнорировал выполнение положений Федерального закона № 426-ФЗ за нарушение требований охраны труда и установленного порядка проведения специальной оценки условий труда Федеральным законом № 421-ФЗ от 28.12.2013 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О специальной оценке условий труда» введена административная ответственность за нарушение требований охраны труда и установленного порядка проведения специальной оценки условий труда. Размер административного штрафа составляет от 5 до 80 тыс. рублей в зависимости от вида нарушения и его повторности.

КУДА НЕ СТУПИТ НОГА

ДЖОНА СИЛЬВЕРА?

ЗРИТЕЛИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА САМИ ОБО ВСЁМ РАССКАЗЫВАЮТ



Причина прочитать статью:

Увидеть, что такое репутационный анализ, который полезен тем, чей бизнес направлен на массового потребителя, чей бизнес работает в сегменте b2c

Из этой статьи вы узнаете:

- что благодаря мониторингу социальных медиа можно собрать и обобщить мнение потребителей,
- на что могут жаловаться потребители массовых услуг,
- как формируется мнение о бренде в социальных медиа.

(Анализ проведён на основе упоминаний о кинотеатрах «Сильвер синема» («Silver cinema»), в целях объективности названия других кинотеатров удалены. Имена пользователей, под которыми они зарегистрированы в социальных сетях - сохранены).

Бизнес приносит прибыль и всё идёт своим чередом... Но рано или поздно встаёт вопрос о новых клиентах. И вы начинаете активные поиски. Казалось бы, потенциальных клиентов - масса, надо только привлечь, показать товар лицом - и они ваши. А вы уверены, что ваши потенциальные клиенты ничего о вас не знают? Возможно, без вашего ведома репутация вашей компании на просторах Интернета не блещет. И отсутствие новых клиентов может легко преобразиться в потерю тех, что есть, казалось бы постоянных. Ведь положительный имидж зарабатывается годами, долго и упорно, а разрушиться может за одно мгновение. Согласитесь, мы не всегда придаём этому значение.

НА БЕЗРЫБЬЕ И РАК

В настоящее время Silver Cinema - это небольшая сеть кинотеатров: их сейчас два. Один открылся в ноябре 2010 года в торгово-развлекательном центре «Рубин» в Твери, второй появился в торгово-развлекательном центре «Галактика» в феврале 2013 года в Смоленске. По заявлению самой компании, в 2014 году должны открыться ещё два кинотеатра. Сейчас деятельностью кинотеатров ведают московское ЗАО «Сильвер Синема Продакшн».

В сообщениях зрителей замечаем в основном нейтральные высказывания, сопровождающие «чек-ины», популярные фото «селфи»: «я сейчас в этом кинотеатре», «я с подружкой смотрю здесь фильм» и т.д.

Также посетители, которые в первый раз оказались в этом кинотеатре, отмечают оборудование более высокого качества, нежели в других кинотеатрах. Вот, например, мнение посетителя «Смоленского форума»: «почти ни одного раздражающего момента... Всё понравилось: и качество картинки, и качество звука... и микроклимат в зале был нормальный». Это вполне объяснимо ввиду небольшого количества кинотеатров в этих городах, часть из которых морально устарела по своим параметрам. Тверской пользователь ANYALove67 именно об этом и пишет: «После закрытия моего любимого кинотеатра [...] в нашем городе осталось только 2 кинотеатра - [другой кинотеатр] и «Сильвер Синема»; Сон Ветра: «Вообще в Твери сейчас всего 2 кинотеатра. Раньше было больше. Поэтому приходится выбирать между [другим кинотеатром] и «Сильвер Синема».

Следствием неразвитости рынка можно считать и отзыв смолянки kate.shim о Сильвер Синема: «Была два раза в этом кинотеатре, первый раз смотрели с подружкой «Оз: Великий и ужасный», второй раз была вчера, пошли на «Холодное сердце». Ещё в первый раз мне этот кинотеатр никаким боком не понравился, во второй раз пришлось туда пойти, потому что мульт «Холодное сердце» закончился в [другом кинотеатре], а посмотреть его нам очень хотелось, вот и пошли в Silver Cinema. ... первое впечатление оказалось самым верным, и ходить туда мне не хочется уже совсем, и надеюсь, что не придется больше».

Оба кинотеатра отличает расположение в торгово-развлекательных центрах. Пользователи отмечают это удобство что в Твери, что в Смоленске. По сути торговые центры сейчас - это храмы общества потребления, и посетитель может зайти в кинотеатр не преследуя цель удовлетворить свои эстетические чувства, а просто по ходу, «убивая время». Пользователи так и пишут об этом: если делать нечего - то в Сильвер, до/

после кино можно долго носом по Галактике водить (SummerJam); «В Сильвер Синема удобно ходить, разве что когда Центрифуга забита, либо когда совсем делать нечего после шашанья по ТРЦ. Но и ночью соответственно, когда везде всё закрыто» (Инженер). Но именно обилие посетителей торгового центра многим и не нравится: «Честно говоря, этот кинотеатр я не очень люблю. Там шумно, много народу» (ANYALove67). В Твери то же самое: «Сильвер для тех, кто не хочет думать о лишнем, погулял по магазинам, отдохнул, поел (всё под рукой), можно и кино посмотреть и не надо куда-то ехать» (Серый Филин); «Кинотеатр находится в ТРЦ «Рубин», вокруг много магазинов и кафе, что очень удобно» (Тверичанка).

Диковинкой для неискушённого немосковского зрителя является многозальность кинотеатров и работа допоздна. Пользователь смоленского форума alexander пишет: «сильвер синема удобна тем, что почти в любое время любой фильм можно посмотреть»; «Конечно, многозальный кинотеатр выигрывает у двухзального. Больше сеансов - можно выбрать удобное время» (Bodryi); «Время работы ... несколько больше, чем у [другого кинотеатра], что является плюсом для любителей ночных сеансов» (KliuevaNadia). И конечно, то, что для московского потребителя является обыденностью, в областных центрах Смоленск и Тверь вызывает неподдельный восторг: «Очень хороший и крутой кинотеатр! Город развивается!» (Юра X.); «Наверное, лучший кинотеатр в городе на данный момент» (Svetlana P.).

Но при этом всё равно остаются недовольные расписанием. Так пользователь depot пишет: «Расписание у них наихреновейшее. В праздники из всего многообразия хороших и российских фильмов хотел посмотреть Ронинов и Митьку, Ронинов пришлось смотреть на 12 часов ночи, Митьку похоже не посмотрю, т.к. на час ночи не устраивает, а раньше не попадаю»; «Имея в распоряжении 7 залов, не могут распределить время так, чтобы после закрытия Галактики не нужно было шататься час меж автоматов в ожидании фильма» (Светлана З.); «Странно работает VIP-зал. Если в прокате какое-нибудь г..., то оно обязательно займёт все расписание випа))» (Sabit G.).

Есть ли положительные отклики? Да, в частности вот такой: «Сама картинка кино как везде. Что касается 3D, то в Сильвер Синема оно лучше всех» (Инженер).

Итак, выводы:

- ограниченный рынок Смоленска и Твери, что позволяет кинотеатрам «Сильвер Синема» занимать большую долю,

- более современное оборудование, чем у кинотеатров-конкурентов
- удобство расположения в торгово-развлекательных центрах для аудитории, совершающей покупки,
- преимущество в виде многозальности и продолжительного периода работы.

КОГДА ВИСНЕТ ЧЕЛЮСТЬ...

Самым большим недостатком, который иногда просто возмущает посетителей, а чаще который заставляет их выбирать или альтернативные кинотеатры, или альтернативные способы времяпрепровождения, или альтернативные способы кинопросмотра - это явная дороговизна билетов, неподкреплённая соответствующим уровнем сервиса и инфраструктуры. И от того обоснованность высокой цены зрителям не понятна.

Первое, что бросилось посетителям кинотеатров, - это разница с общепринятыми ценами на кино в их городах на момент появления новых залов: «Кинотеатр не айс. Большие цены на билеты» (Александр П.); «Цены уже подняли, это не очень хорошо, конечно» (Hunter D); «Меньше 250 рублей билетов нет...» (sldor); «Форсаж - 300 руб. с носом!!!» (bam67); «370 руб. за билет на мульт - это слишком!» (Юлька); «Билеты уже по 370 руб., просто ох**ели» (Олька); «Да с их ценами пусть сами смотрят своё кино, черти!» ([TEQUILA]); «[к чёрту] их с такими ценниками» (R717). Тверская форумчанка Люсьен Анри пишет: «Посетила кинотеатр. Цены высокие (окупить же всё надо)». Тверской пользователь ovod сравнивает: «170 р. - самый дешёвый 2D-сеанс, 230 р. - аналогичный 3D, дороже чем в [другом кинотеатре]». «Был. Цены не адекватные для Твери. Особенно утренние. Если политику не поменяют - сдохнут» (xReason); «Билеты дорожают, такое ощущение, что каждую неделю на 50 руб. (((Остановитесь!!!» (Юлька); «Мне не очень понравился кинотеатр: большая цена» (Виктор Усачёв); «Огого, билеты уже по 350 р...» (Олька); «Господа! Уже 400! Неадекватные цены на билеты, такое же расписание сеансов» (Светлана З.); «VIP 700 руб. уже!!! Жесть» (Ирина Р.); «Билеты уже 380! Детский тоже столько стоит! Ужасно! Заполняли анкету с вопросами Что бы вы хотели изменить?. Уже три раза пишу: «Сделать детям льготы». Только всё без толку» (Наталья С.); «Цена 380 рублей на детский мульт - это, мягко говоря, офигеть просто, считай, чтобы сходить с детьми на мульт, надо выкинуть сразу [1000], и то, смотря сколько детей ещё...» (kate.shim); «...а ценник за всё это удовольствие - 270 р. в пятничный вечер. Ну как-то не особо впечатлило» (tanya_k); «Ценник завышен» (Евгений Пискарёв); «дорого, дорого, дорого, дорого, качество

хорошее, но дорого» (Sahaz); «Цены на сами билеты неоправданно завышены» (Лелик2013); «В silver-синема вообще 370 руб - вообще уже о**ели!» (Анастасия Антипова).

В связи с этим жители сравнивают «Silver Синема» с другими кинотеатрами в своих городах, и каждый раз не в пользу Silver Cinema: «Они совсем с ума посходили в Сильвере! [Другой кинотеатр]: в центре города, отличный звук, большой экран и удобные кресла, цена вопроса 300 руб. - альтернативы для меня просто нет» (ShotPuTI); «Если 12 июня я был согласен с ценами в 300 рублей весь день, то в субботу разница с [другим кинотеатром] в 100 рублей на дневной сеанс неприятно удивила» (Bodyi); «Цены выше» (SummerJam); «Цены выше, чем в [другом кинотеатре] и прилично. Особенно на утренние сеансы» (UbiSoft); «... за это ты платишь дороже, чем в [другом кинотеатре]... Просто платишь за то, что кинотеатр в торговом центре. Или это понты такие? Что в кино билет должен 300 рублей стоить за обычный сеанс? Я не понимаю этого, мне кажется, что это обычная обдираловка» (ANYALove67); «Владельцы обнаглели, стали завывать цены, в [другом кинотеатре] на 100-150 дешевле» (Алексей К.); «...недостатком являются ЦЕНЬ! Они, наверное, в 2 раза больше чем в [другом кинотеатре]. ... Цены пугают и шокируют. Хотелось бы попросить директоров понизить их» (Toshina zay1993); «Лучше в [другой кинотеатр] ходить и платить намного меньше и смотреть кино на нормальном большом экране» (Игорь Ефимов).

И как неутешительный итог сравнения с другими кинотеатрами риторический вопрос от тверичанина Павла Соловьёва: «А если нет разницы, то за чем платить больше?»

Пользователи негодуют даже не из-за самой цены, сколько из-за отсутствия связи цена-качество. Люди готовы платить больше, если будут понимать, что получают лучший сервис: «Ходили с супругой на Хоббита 3D, за билеты отдали порядка 1000, более лучшего качества при такой цене не ощутили, по сути всё как и везде» (Vovvka); «Цены у кинотеатра явно зашкаливают. «Цена» - «качество» не соответствуют. За такие деньги хотелось бы более культурного общения со стороны обслуживающего и административного аппарата» (galana).

Или вот, например, такой отзыв: «Впечатление испорчено тем, что при высокой стоимости билета — сеанс «Хоббита» в 3d стоит 500 р. — в середине фильм завис, висел минуты две, потом изображение пропало, когда вернулось — минут 10 переключалось из 3d в обычное. Пришлось идти к сотруднику кинотеатра и сообщать о проблеме, поскольку сами исправлять они её, видимо, не намеревались. За подобные деньги ожидаешь лучший сервис!» (daimoss).

Посетители кинотеатров обратили внимание на наличие VIP-зала. Учтывая, что каждый хочет ощутить себя хотя бы в кинотеатре VIP-персоной, многие опробовали его условия на себе. И вновь остались недовольны соотношением цена-качество: «Был в VIP-зале пару раз, не могу сказать, что 700 руб. - вменяемая плата, 500 руб. - было бы куда ближе к истине» (Sweet Chin Music); «VIP-зал 700 руб. с носа» (Евгений Ленченков @fagamund); «Сейчас некоторые сеансы вечером по 700 руб. за билет...» (Farcry); «Выгоднее домой панель 50 дюймов купить» (Dimedrol); «Пошел на 22.00. Когда назвали цену, чуть челюсть не отвисла. Больше не пойду» (ПРЯНИК1); «700 р. - это, конечно, перебор» (barm67); «500 за билет тоже не мало» (R717).

Учтывая, что большинство ходит в парах, и парах семейных, то цена за билеты для двоих существенно бьёт по карману: «За 1400 рублей можно себе в магазине диванчик купить, не на час» (barmoglot); «За 1400 уже можно со своим домашним кинотеатром приходиться» (LexanderPo).

Именно реакцией на свойство ходить парами можно объяснить предложенный кинотеатром сервис, который поняли не все. Вот так высказывается интернет-пользователь POISON: «Я не понял смысла отмечать 4-6 (не помню точно) сидений в центре последнего ряда как проданные. И эта трогательная манера не продавать места через одно от сидящего. «У нас обычно парами ходят». Ну да. За минуту до начала сеанса всего одна треть зала заполнена (или якобы заполнена, вспоминая последний ряд). Если ты пришёл первым покупать билет, то могут попросить подождать. Вдруг никто больше не придёт, и сеанс отменят».

Ну и наконец, зрители, получив негативный заряд от ценовой политики Silver Cinema, делают даже такие обобщения: «В Рязани, наверное, залов 50, если не больше. Только я знаю 4 кинотеатра по 8 залов. А цены в них от 100 до 250 рублей за зал аймакс. Так же и в других городах, где много кинотеатров. А смоленские бизнесмены от кино оказались жадны как всегда» (Farcry); «Смоленские предприниматели жадные и зачастую вообще не понимают, что лучше полный зал за 100 рублей, чем 1/3 за 250» (Алиса Колесникова). В Твери думают так: «Хозяин жадный, наверное» (Accent_Tver).

Пользователи обратили внимание на высокие цены не только билетов, но и сопутствующих продуктов: «В баре цены слишком завышены. Московское руководство явно не понимает, что Москва и Тверь разные вещи» (Лелик2013).

Мы с вами помним, что владельцы кинотеатров не имеют отношения к регионам расположения своих бизнесов, но обобщения в человеческой молве портят имидж именно региональным предпринимателям.

Итак, выводы:

- *высокий уровень цен для местного жителя,*
- *высокий уровень цен по сравнению с другими кинотеатрами,*
- *высокий уровень цен на сопутствующие продукты,*
- *несоответствующий уровень сервиса и качества услуг предъявленным ценам,*
- *появление негативных эмоций по отношению к руководителям кинотеатра и в целом к предпринимателям.*

КОМУ УРНА, КОМУ ПОПКОРН РОДНОЙ

Современный потребитель очень разборчив и требователен к сервису. Уже одна мелочь может его озлобить и отвернуть от магазина, кафе или, в данном случае, кинотеатра. Если не предложить ему соответствующие подарки клиентам, обещать бонусы, то он, скорее всего, просто пойдёт к другому поставщику услуг, да ещё выскажется о своём негативном опыте везде, где можно.

Множественность залов, частота сеансов, недостаточный контроль персонала, возможно, послужили причиной того, что порядок в залах не всегда соответствует ожиданиям зрителей. В частности пользователь Пузанытый со смоленского форума констатирует: «напрягало отсутствие таблички «Бросайте мусор на пол, не стесняйтесь, после сеанса всё уберём»; «Правда, в зале действительно грязно» (Igor K.); «В зале не убираются, лежит мусор и бутылки в подстаканниках. Урна снаружи» (Инженер). Тверичанка Лелик2013 так описала картину увиденного: «Что можно сказать о залах? Залы неплохие, если их содержать в чистоте и порядке. [При входе в зал] первое, что бросается в глаза, это грязь, приклеенные по всему полу (и не только) жвачки. В сиденье, в месте куда ставится стакан поп-корна или бутылка с водой, всегда что-нибудь лежит: либо фантик, либо гора жвачки. На самом сиденье нередко лежат остатки поп-корна с последнего сеанса. А где же уборщицы? Уборщицы в свою очередь настолько плюют на всё это безобразие, что вполне спокойно сидят себе где-нибудь и болтают по телефону».

Мусор обычно появляется по вине тех, кто приходит преимущественно не за киносюжетами и за игрой актёров, а с целью поесть поп-корн и другие лакомства, а также попить пиво. Для некоторых зрителей качество сопутствующей еды становится важнее непосредственно кино: «Очень вкусный солёный попкорн, отличный кинотеатр и удобные кресла!» (Карина П); «Здесь был самый лучший карамельный попкорн, а теперь невозможно что. Очень печалит, неужели невозможно становится только лучше» (Aleksandra V.); «Уютное местечко, вкусный поп-корн, удобный зал» (Владимир К.); «В принципе очень даже хорошо. Мне показалось, в

этом кинотеатре наиболее качественное 3D. Да и рядом есть фудкорт. Приехал голодный и рано, а тут тебе и роллы, и пицца, и всякое-всякое» (Евгений Пискарев); «В баре есть Принглз!:) ура и да здравствует замена поп-корна!» (Iliel); «много залов, вкусный попкорн» (smolenskissan). Им не мешает даже следующая проблема: «Бармены - это всегда хамоватые, с замученным выражением лица люди» (Лелик2013).

А когда же всё-таки появляется уборщик, то по словам той же Лелик2013 получается вот так: «Во время ожидания сеанса можно иногда наблюдать хорошую картину, когда уборщик со своей «чудо-машиной» наводит чистоту, при этом распространяя по всему кинотеатру дичайший запах туалета».

Тверской пользователь Gleb M. жалуется в первые дни января: «Необычно, что на праздники нет брони. Минус за сервис». А его земляк Павел Даниленко пишет: «залы удобные, качество лучше, чем в [другом кинотеатре], но предварительное бронирование страдает: оборзевшие администраторы часто просто не берут трубку!». Пользователь Адоль тоже столкнулся с несовершенным сервисом: «частенко, когда лень работать, у них технические проблемы и отмена сеансов, поэтому лучше билеты заранее не покупать»; Аноним167583: «Система бронирования идиотская, оплаты онлайн нет».

Часто у пользователей возникали проблемы с выкупом собственной брони: «По брони, если сеанс на раннее утро, вообще билеты не купить, так как касса открывается за 30 мин. до сеанса, а бронь снимается за 30 мин» (Марина Блохина). Тверской пользователь 333roi333 подробно рассказал свою личную историю о попытке выкупить собственную бронь на сеанс: «В Сильвере творится полная ж***!!! Сегодня заранее резервирую два билета на фильм «Ральф» по телефону. Сеанс в 14-20. Приезжаем с ребенком в 13-40. Очереди в каждую кассу человек по 40. Подхожу к администратору, спрашиваю, как получить билеты по брони. Ответ: в порядке общей очереди. Объясняю, что пока я стою в очереди, мою бронь снимут (за полчаса до сеанса). Ответ: снимут, значит вам не повезло. Плюнул на всё это, хотя хотелось плюнуть ей в рожу. Что же это за уродский кинотеатр, где по брони нельзя взять билет. Знал бы, что так будет, ни за что бы не поехал туда, да больше, наверно, и не поеду».

Вот какой разговор состоялся у трёх смоленских интернет-пользователей по поводу брони: «что там с онлайн-бронированием?» (Матрёшка) - «ж*па там с онлайн-бронированием. Бронировал билеты в пятницу на сегодня. Сегодня в кассе брони не оказалось. Свинство» (Посторонним В) - «бронь там странная, снимается за полчаса до сеанса (официально), а по факту за час приехал, биле-

тов уже не было» (Ar4i67).

Или вот такие отзывы на сервис в Silver Cinema: «Кино может прерваться на половине, и никто не «чешется», чтобы исправить положение. Я считаю, что деньги выкинула на ветер. Больше не пойду, и другим не советую» (galana); «У меня вот нескромный вопрос: фильм так и должен идти на английском с русскими субтитрами? или это очередной «прикол» Сильвер Синема?» (Ольга Вантанская).

Не всегда залы удаётся наполнять, в связи с этим сеансы отменяются, так как показ становится не выгодным. В начале деятельности кинотеатров Инженер обратил внимание, что «бегущих в залы не наблюдал. Был в выходной, в воскресенье, на сеансе на 12:00, было только 6 человек, включая меня. Когда выходили, следующий сеанс ожидало чуть больше людей, порядка 10». RusicH его дополняет: «Хотели 8 марта сходить на утренний 10-часовой сеанс на Оз, чуть опоздали, просим билеты, а нам говорят, сеанс не состоялся. На 11.30 в [другом кинотеатре] на тот же фильм билеты купили, но почти все места были заняты»; Tatiana S. «Люблю кинозал, почти пустой!!!»; «Фильм начался с задержкой в 20 минут. Не порядок» (Дмитрий Л.). А тверичанин Алексей Шевляков @aumetros пишет: «Отстой! Теперь в Silver Cinema не показывают сеанс для одного человека. Прощайте мои дневные показы»; «Сильвер синема - тотальное [здесь идёт нецензурное слово]. Из трёх заявленных в расписании на ночь фильмов не идёт ни один из-за непроданных билетов. Правда, узнаёшь об этом уже в кинотеатре» (Кирилл Пяткин). Бывают и такие проблемы: «А у меня не приняли карточку от профкома в Сильвер Синема, хотя скидка должна быть» (Подслушано в СмолГУ).

Потребители и в Смоленске и в Твери привыкли к стандартам безналичного обслуживания, и когда кинотеатр при открытии такого сервиса не обеспечил, были удивлены: «Не принимают карты! Потеря потерь!» (Whatever w.); «То, что Сильвер не сделал безнал - большой минус. Видимо, исправятся, конечно» (Володенька).

Кинотеатр в обоих городах реализует различного рода инструменты маркетинговых коммуникаций. Пусть даже пользователь Александр П. и заявляет, что «нет совсем системы скидок и акций!!!», об одной из них в соцсетях пишет Ирина Н.: «Заполнила анкету на кассе, дали купон. Каждый раз при посещении кинотеатра ставят отметку и на 7-й раз дают пригласительные билеты на двоих! Удивило!». Но есть и ответ от того, кто пошёл дальше и воспользовался данной акцией. Маркетинговые акции, проводимые кинотеатром Сильвер Синема смолянина, пишущего под ником depot, к сожалению, крайне разочаровали: «Часто ходим в кино, насобирали



РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО
СПЕЦИАЛИСТ



СОГЛАСОВАНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Любая наружная реклама подлежит согласованию с администрацией города.

Для согласования необходимо подготовить и сдать пакет документов:

■ заявление на имя главы города;

■ учредительные документы заявителя;

■ дизайн-проект, включая фотомонтаж и проект фасада;

■ документ об уплате государственной пошлины.

"Специалист" оказывает услуги по согласованию с администрацией города наружной рекламы.

Стоимость услуг оговаривается индивидуально.

8(4812)38-70-07
dir@specialist-67.ru

на пригласительный, но администрация так и не дала им воспользоваться. Разрешали сходить на фильм, который я бы и бесплатно не смотрел или на хорошее кино, но через 2 недели после премьеры, на утренние сеансы. Пришлось идти в кино за деньги, хотя залы и на треть не были заполнены. Пригласительный могу вернуть, «спасибо» за подарок в том году». Тот же депот продолжает писать про акции: «Акция «Купи 2 ведра попкорна и получи 20% скидку на сеанс» распространяется, как и раньше [в случае] с пригласительным, только на фильмы, которые и качать в сети не станешь».

Есть и подобного рода акции: «К каждому купленному билету в киноцентре Сильвер Синема прилагается купон с 1 бесплатным часом в боулинг в зоне развлечений ТРЦ «Рубин»» (Simon@drse7en). Но, видимо, не обо всех рекламных акциях рассказывают сотрудники, и даже самая творческая рекламная акция может быть загублена безынициативными и равнодушными исполнителями. В частности смолянка love-somi пишет: «У меня муж вычитал на стойке администратора, что, оказывается, можно получить приглашение бесплатное. Нужно только при покупке билетов какую-то анкету заполнить и потом сходить 6 раз в кино. Но никто об этом, конечно же, не говорит»). Love-somi продолжает: «Порядовала их акция: с флайером 2 билета по цене 1, правда, действовала только в будни и на фильмы, которые уже в продаже некоторое время. Правда, персонал плохо посвящён в подробности акции, а так 2 билета по 150 рублей порадовали: вспомнила молодость»).

Одним из громких маркетинговых событий стало предложение руки и сердца, которое случилось у одной тверской пары. Об этом много писали в соцсетях и даже в СМИ.

Получают положительный отклик акции с участием сторонних организаций, удивляющие посетителей. Вот так, например, Мария Колмакова пишет: «В Сильвер Синема проходит отличная выставка документальной фотографии «Смоленск 70-х» и причём совершенно бесплатно, была приятно удивлена, советую».

Отзыв тверичанина daimoss лишний раз напоминает, что сервис состоит из мелочей: «Очки выдают упакованными, что плюс, но без салфеток, если на них окажется пятно, протирать придётся собственной одеждой».

Смоленский пользователь Ex-67 полностью остался всем доволен, но общее впечатление было испорчено качеством обслуживающего персонала: «Самый большой кинотеатр в городе. Можно быть уверенным, что всегда попадешь в кино, билетов на всех точно хватит. Ходили туда небольшой компанией в выходной день. Очень всё понравилось, кроме персонала, продающего билеты». Судя по словам зрительницы Лелик2013 из Твери у зрителей может возникать не-

гативное отношение также к охранникам заведения: «Недавно было нововведение: теперь, если у вас нет билетов, то вы не имеете право находиться на территории кинотеатра, за этим следит охранник, который ведёт себя часто наглее посетителя». О персонале получены такие отзывы: «Персонал, конечно, оставляет желать лучшего: хамоватые девушки ведут себя так, как будто делают одолжение. В зал пускают перед самым сеансом, впритык, очки суют чуть ли не в лицо» (Тверичанка); «обслуживание ужасное, больше сама не пойду и другим не советую» (galana); «Мне не понравился персонал: хамы и грубияны кругом. Пускают прямо перед началом просмотра фильма. Пихают в лицо очки, а не протягивают к рукам. Только у продавщицы попкорна было всё безупречно» (Сон Ветра). В унисон сказанному выше звучит мнение Лелик2013: «Администраторы, которые должны отвечать за всё это безобразие, во всём этом хаосе вечно где-то носятся. Их очень редко можно застать на рабочем месте».

Реклама в кинотеатрах признана одной из самых эффективных. Единственный минус в том, что зритель за неё платить не хочет и считает её часто чересчур назойливой. Тверской пользователь lliel замечает: «Из минусов - очень уж громкий звук на рекламе... Это портит настроение перед просмотром. Раз уж рекламы не избежать, мне кажется, лучше сделать её менее агрессивной». А смоленский пользователь Сергей Ермоловский @ermolovsky_serg так высказался: «В silver cinema перед фильмами [мусорная] смоленская реклама всякой ерунды», а, судя по словам Ильи Кукшанова, её очень много: «И вновь реклама... Парикмахерская Воображуля, Румянцево, Папа Джонс, Сильвер Синема, Центр продаж Фольксваген, Ресторан Пивнушка, чай Базикур, снова Сильвер.... Кошмар...».

Поэтому не следует удивляться отзывам, подобным тому, что оставил пользователь под ником Посторонним В после первого своего посещения: «Не думаю, что в ближайшее время будет желание посетить данное заведение повторно».

Итак, выводы:

- *большое количество претензий к чистоте в залах,*
- *большая доля тех, кто ходит в кино вместе с продуктами питания,*
- *несовершенство системы бронирования, отсутствие выделенной кассы для реализации брони,*
- *отказ устраивать показ для одного зрителя, отмена сеансов без объяснения причин,*
- *претензии к безличному расчёту,*
- *непрозрачность и отсутствие со-
провождения со стороны сотрудников
маркетинговым акциям кинотеатра,*
- *низкий уровень культуры и воспитания со стороны персонала,*
- *излишняя назойливость рекламы перед просмотром кино.*

ВАМ КРЕСЛА ИЛИ КИНО СМОТРЕТЬ?

Потребитель приходит в кинотеатр за комфортом и желает провести полтора-два часа, которые идёт сеанс, с неподдельным удовольствием. И если ожидаемого удовольствия он не получил, то непременно выскажется о причинах его отсутствия.

На удивление очень много претензий посетители Сильвер Синема высказывали к креслам в кинотеатре. Кресла получили самые разнообразные негативные эпитеты: «Кресла узкие, мягкие и неудобные. Кресла мягче за счёт высокого поролона. Но обивка убогая, тряпка лучше, чем кожаменитель. Плюс, раздражают сидюшки, которые не фиксируются, а всегда поднимаются, если на них не сидеть. В пустом зале это особенно неприятно, т.к. нельзя толком положить еду на соседнее пустое место. Подстаканник также неудобный, с дыркой, а не с пластмассовой сеткой-донышком» (Инженер); «Кинотеатр хороший, но сиденья реально узковаты» (Hunter D); «Кресла из кожи - попе/спине жарко, спинка кресел низкая - голова выше спинки болтается при росте 191 см» (SummerJam). Инженер продолжает и пишет, что «между рядами места больше, чем в том же [другом кинотеатре, с которым] даже сравнивать нельзя убогость и тесноту кресел Сильвера»; «В Сильвере просто отвратительные кресла» (barmoglot); «Неудобный зал (кресла не двигаются, подлокотники не поднимаются)» (Александр П.); «Всё хорошо, но кресла для большой попы неудобные =)))» (Alena D.); «Сиденья узкие, из кожама, [ужас] одним словом. В [другом кинотеатре] самые нормальные кресла из всех кинотеатров Смоленска!!!» (kate.shim); «Кресла и диваны ободранные, на которые и садиться страшно - это не самое лучшее, что может говорить о солидности» (Лелик2013). Совершенно одиноко в таком наборе отзывов выглядит мнение Ilya B.: «Очень удобные кресла».

К вопросу кресел сюда же можно добавить тот факт, что по словам посетителя ПРЯНИК1 «не пронумерованы ряды, это уже и вовсе маразм», а denti ему вторит: «[это в] первый раз поразило. Хорошо, мест с утра было много свободных, считать не стали, сели, где было свободно».

Размеры смоленских залов оказались удивительными для пользователя Avas67: «Был в четвёртом зале, говорят, размер не имеет значение, но всё же раньше думал, что в [другом кинотеатре] маленький зал, здесь он ещё меньше (у некоторых в доме гостиная больше)». Это впечатление дополняется следующими: «Вот и у меня получилось наконец-то попасть в этот кинотеатр. Если честно, ожидала большего. Попала в 4-й зал. Он оказался маленьким (позже узнала, что первый зал там большой, а остальные три - маленькие) и каким-то неудобным: проход к местам только с

одной стороны. Брала билет сбоку – пришлось пробираться через весь ряд, беспокоя уже усевшихся людей. Экран совсем небольшой» (tanya_k); «маленькие залы и экраны» (Sahaz).

Одним из резонансных событий, сопровождавшихся видео, стал ливневый потоп в тверском кинозале, случившийся летом 2013 года. Там под напором дождевой воды не выдержала крыша, и помещения были залиты водой. Видео доступно в открытом доступе: «Во время просмотра «Одинокого рейнджера» начался ливень, сначала в кинотеатре послышался шум воды, который показался всем просто частью звукового сопровождения. И лишь потом все обратили внимание на небольшой водопад справа от экрана. Постепенно вода стала просачиваться и в других местах, люди, на которых стало капать, покинули места и вышли в проход, благо фильм уже заканчивался. ... люди покидали зал ... под водопадом». Вот что пишут Камилла Абельханова: «Весело сейчас было в Сильвер Синема!!! В начале сеанса с потолка полилась вода, эффект 5д :))) всех попросили удалиться :)» и Ирина Вершинская: «Были в «Сильвер-синема» на сеансе в 16:45. Через какое-то время после начала фильма услышали шум дождя. Минут через пять после этого из потолка над проходом вдоль стены вылетел кусок, и хлынул поток воды. Хорошо, что не над зрителями. Реально стало страшно, что всё это могло свалиться нам на голову. Из зала выбирались сами через верхние выходы (т.к. дыра была перед основным входом в зал, и весь пол там моментально залило). Никто даже не пытался нам помочь. После этого ещё стояли в верхнем коридоре и ждали, пока нам откроют дверь в холл. В следующий раз перед походом в кино буду смотреть прогноз погоды».

Судя по негативным отзывам посетителей, возможно, существует в залах конструктивная неисправность. Так, POISON замечает: «Минус – плохая звукоизоляция межзальных стен. Смотришь какой-нибудь душещипательный диалог при лунном свете, а из-за стены машины на форсаже носятся, стреляют в кого-то и прочее громкое». Тему звука развивает пользователь ПРЯНИК1: «Звук недостаточно громкий, как мне кажется. Хотя, возможно, от фильма зависит»; Anton T.: «Во время сеанса можно прекрасно слышать то, что происходит в соседнем зале. Неужели трудно было звукоизоляцию нормально сделать?!». Проблемы со звукоизоляцией, видимо, лежат на совести проектировщиков и строителей. Сложности строительства были замечены будущими зрителями, один из которых Lucia пишет: «А я видел, как это всё строили год назад. Строили [здесь названа национальность строителей, видимо, в негативном ключе], срок сдачи переносили 2 или 3 раза».

Как стало понятно из отзывов посетителей кинотеатра, упомянутых выше, они часто заходят в кинотеатр Сильвер Синема, потому что находятся в торговом центре. И в связи с этим зимой возникают соответствующая проблема: куда деть верхнюю одежду? Об этом с сожалением пишет не один пользователь: «ну, и гардероб не нашел» (Пузанутый); «Минус – отсутствие гардероба» (Посторонним В); «Значительный, помоему, минус – отсутствие гардероба, т.к. в зимнее время приходится потеть в зале в верхней одежде» (KliuevaNadia); «Ну неужели так трудно сделать гардероб?! ладно летом. Но зима – шубы, куртки, пакеты вновь купленных в Галлактике шмоток. Куда это всё можно там деть?!» (kate.shim); «Конечно, отсутствие гардероба вносит свою печальную лепту» (Лелик2013); «Обнаружила, что как раз гардероба нам и не хватает» (Сон Ветра); «В Сильвере раздеться негде» (Марина Блохина).

Данные трудности компенсируются зимой, когда, если в помещении не достаточно тепло, можно одеться (правда, тверчанка Лелик2013 пишет: «Зал Рубин ужасно холодный. Особенно, когда на улице мороз, в этом зале даже верхняя одежда не всегда спасает и персонал на просьбу потеплее как-то сделать никак не реагирует»). Но летом, если судить по сообщениям кинозрителей, в Сильвер Синема постоянные перепады температуры: «Душно в зале...» (Олька); «Зал большой, довольно прохладно» (Инженер); «Жарковато. Вчера на мальчишник ходил, вся спина мокрая при выходе была» (VaSer); «В зале адов холодильник. Отогреваюсь кофе» (POISON); «Жарко в зале – как в сауне, видимо, электричество экономит» (Александр К.); «Вчера вечером во втором зале жара была» (Hunter D); «Очень жарко в залах, сидишь и потеешь, удовольствие от фильма получить сложно» (Аноним167583). Возможно, в кинотеатре плохо с вентиляцией или кондиционированием, в итоге POISON делает хлесткий вывод: «Получается, нормально у них не бывает». А летом появился даже такой пост: «Звук пропал на самом интересном месте... Говорят, комп перегрелся и завис» (Dmitriy S.).

Вследствие того, что посетители искомых кинотеатров проводят много времени за покупками в торговом центре и сидят в кафе и барах, для них очень важно наличие бесплатного и быстрого Интернета, с которым в Твери проблем нет: «WiFi слабоват, конечно» (Besson V.); «Wifi есть!» (Anastasia K.); «Вайфай хороший» (Vasili G.); «Вай-фай море» (Сэм); «Вай-фай уже есть :)» (Egor M.). А OlegZinchenko@ozintver из Твери даже его замерил: «WiFi в Сильвер Синема 0.22 Мбит/с на скачивание и 1.04 Мбит/с на отдачу».

В Твери пользователю Лелик2013 при входе бросился в глаза «внешний

1С-отчетность

Отчетность из 1С одним кликом!

УНИКАЛЬНО

Сдача отчетности в ФНС, ПФР, Росстат и ФСС прямо из «1С: Бухгалтерии» и других программ «1С», в которых ведется учет и формируются отчетные формы

ПРОСТО

Подключение – прямо на вашем рабочем месте, помощь в оформлении и настройке оказывают наши сервис-инженеры

ДОСТУПНО

При оформлении подписки ИТС версии «профессиональная», подключение БЕСПЛАТНО

ВРЕМЯ ПОДКЛЮЧАТЬСЯ!

БЕСПЛАТНО

в рамках договора 1С:ИТС ПРОФ –
сдача отчетности
одного юрлица или ИП

ЗВОНИТЕ УЖЕ СЕЙЧАС:

35-80-82

1С®
1С:ФРАНЧАЙЗИНГ

ООО ПКФ «Новая Цефрея»
Смоленск, 25 Сентября, 306
ikscor.ru

Реклама

вид. Раньше там работал фонтан, но уже долгое время он не функционирует и стоит просто так, что выглядит неэстетично совсем».

К расположению рядов в зале предъявляются такие претензии: «Зал №2 не впечатлил, с 8 ряда экран казался маленьким, зрение захватывает стены» (Bodryi); «На первый ряд билеты рекомендую брать лишь тем, кто мечтает получить искривление шейных позвонков или косоглазие» (Sweet Chin Music).

Основательно изучила экраны в разных залах тверская зрительница Люсьен Анри: «Экраны размерами не отличаются. Была в Изумруде, Сапфире и посетила зал Рубин. Изумруд и Сапфир, меньше чем зал в [другом кинотеатре], на мой взгляд. И если идти смотреть просто фильм, то я лучше схожу в [другой кинотеатр] или уж [в другой кинотеатр]. Большой экран в зале «Рубин». Сюда на 3Д можно сходить». Практически полностью осталась довольно другая тверичанка под ником ТипичныйБлонд: «4 зала, была только в «изумруде» - экран меньше, чем в [другом кинотеатре], 3Д чище, ярче, и вообще гораздо симпатичнее. В [другом кинотеатре] 3Д очень темнит. Кресла удобные, в зале полтора землекопа». Avas67 высказался так: «Картинка и звук как и везде - не лучше и не хуже (был на обычном фильме)».

Но просмотр фильмов с 3Д-эффектом радует не всех: «Сам кинотеатр не очень. Совершенно обыкновенный экран, на 3Д-сеансах, по-моему, даже очки спе-

циальные не выдавали, что печально. Просто фильм смотришь без эффектов с экрана» (ANYALove67). Кинозритель Виктор Усачев принял неудовлетворительное качество показа за 3Д-эффекты и написал на сайте отзыв: «Картинка не очень. Я сначала думал, что это 3Д, но потом, когда пересмотрел трейлеры перед фильмом, когда ходил на другое кино, оказался прав». У пользователя под ником Сон Ветра такие претензии: «Плохо, что сильно жали очки тридешные».

Расположение кинозалов в обоих городах в торгово-развлекательных центрах влечёт за собой такие минусы, как «парковка забита по вечерам» (ANYALove67). В Твери, по словам KlievevaNadi, есть «незначительный минус - приходится некоторое время искать парковочное место, если сеанс между 18 и 20 часами».

Про такую пикантную, но неоспоримо важную подробность, как наличие и качество содержания туалетов, встретился только один отзыв следующего содержания: «В часы пик несчастные женщины и девушки стоят в очереди в туалет. Альтернативы нет, по сути» (Serge M).

Пользователи обращают внимание и на те факторы, про которые большинство общественных заведений забывает, но Ivan C. пишет: «Нет лифта, старикам, людям с ограниченными возможностями, колясочникам будет тяжело подняться на второй этаж, и в зале для них я не увидел мест ((».

Видимо, после знакомства со всей инфраструктурой Сильвер Синема смоленский интернет-пользователь Инженер заключает: «В общем, я считаю, в ТРЦ «Галактика» кинотеатр - это лишнее, либо надо было делать только один зал, а не 4».

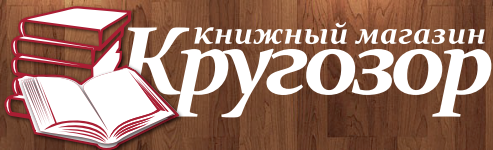
Итак, выводы:

- неэргономичность кресел,
- отсутствие нумеровки рядов,
- отсутствие информации у зрителей о разных размерах зала,
- конструктивные недоработки помещений, в которых располагаются кинотеатры,
- претензии к звукоизоляции залов,
- отсутствие гардероба,
- претензии к кондиционированию, вентиляции и обогреву залов,
- претензии к качеству изображения,
- сложности с парковкой возле торгово-развлекательных центров,
- отсутствие инфраструктуры для безбарьерной среды.

КАЖДОМУ САЙТУ - ПО КЛИКУ!

На собственный сайт и представленность о себе в Интернете Сильвер Синема обратил внимание позже того момента, когда запускал свои объекты в городах. То есть, кино уже показывали, а те зрители, кто хотел спланировать своё время заранее и посмотреть расписание или даже забронировать билеты, сделать этого не могли.

Поэтому посетители что в Смоленске, что в Твери обрушивались с уничтожи-



Как совместить интересное с приятным, как оставаться лидером отрасли и как любить свою Родину - ответы на все эти вопросы есть у Надежды КУДАШОВОЙ, директора «Кругозора» - главного книжного магазина Смоленска.

Надежда Николаевна является директором книжного магазина «Кругозор» уже третий десяток лет. И за это время магазин не только пережил 90-е, но и постоянно меняется и расширяет ассортимент книг. «Кругозор» по-прежнему остаётся лучшим и самым большим книжным магазином в Смоленской области.

Надежда Николаевна человек очень активный и целеустремленный. При этом Надежда Николаевна успевает чувствовать вкус к жизни и наслаждается каждой прожитой минутой. Надежда Николаевна призывает родителей читать своим детям книги, читать вместе, читать вслух. Читать на ночь, читать утром, сказки, повести и другую литературу. Нет лучшей тренировки ума для ребёнка как совместное чтение.

Директор книжного магазина - человек счастливый, потому что хобби её и каждодневная работа совпадают. Надежда Николаевна любит читать, любит и художественную, и классическую, и бизнес-литературу. Всей аудитории "Сегмента" Надежда Николаевна рекомендует прочитать роман «Стена» Владимира МЕДИНСКОГО.

Роман «Стена» в красках говорит об истории Смоленска, о Смоленской обороне 1609-1611 годов, когда смоленская крепость встала на пути короля Сигизмунда и его многочисленной армии. Об этом подвиге в отечественных учебниках истории упоминается мельком, однако его значимость невозможно переоценить, что и показывает в своём романе нынешний министр культуры Владимир Мединский. По его мнению, в обороне смоленской крепости проявились лучшие черты национального характера, а сама крепость была лучшим примером фортификационной мысли своего времени. "Мне бы хотелось, чтобы каждый смолянин чувствовал гордость за свою малую родину и знал историю края", - заключает Надежда Николаевна.

«Кругозор» книжный магазин
г. Смоленск, ул. Окт. революции, 13, тел.: 8 (4812) 65-85-03,
ул. Рыленкова, 18, 1 эт., ТЦ «РИО», тел.: 8 (4812) 25-01-85



тельными отзывами на Сильвер Синема: «Ну почему, почему у Сильвер синема такой убожеский сайт?!» (Настя Хохлова); «Сайт ... у сильвера - редкостное г*вно» (Gelsomino).

А в это время весь свой негатив от цен, проблем с сервисом и инфраструктурой выплёскивали в группу Вконтакте: «Искал их сайт, но видимо, еще не обзавелись...» (PadAvan) - «Сайт так и не появился?» (Рауль) - «Всё ещё не появился. Единственная связь с сотрудниками кинотеатра - группа Вконтакте. Но туда лучше не соваться: там сплошная НЕНАВИСТЬ!» (FJAY).

Признавая за кинотеатром хорошие технические характеристики, ТипичныйБлонд констатирует: «Единственный очевидный минус - отсутствие вменяемого сайта с внятным расписанием сеансов и возможностью брони». Естественно, что тверские зрители, понимая современный уровень бизнеса и проникновения Интернета, задаются риторическими вопросами о сайте: «Да, вот тоже удивляет: на дворе конец 2010 года, а у кинотеатра 3д нету сайта. Вот ведь как странно» (zhna); «Silver Cinema имеет чёткую коммерческую направленность. При должном уровне подготовки самого проекта Silver Cinema сайт должен был быть сделан (делаться) ещё за несколько месяцев до начала работы. Это не великие труды сделать узкоспециализированный сайт» (Red_Green).

Неудобства у зрителей начались с расписания, которое по мнению поль-

зователя ZindigaR «на сайте ... паршивенько оформлено». POISON дополняет: «Исполнение расписания - атас». А Bodryi и вовсе разочарован так, что не собирается посещать Сильвер Синема: «Это называется афиша кинотеатра? Вы что-нибудь здесь понимаете? Другой актуальной афиши с точным временем и ценами я в Интернете не нашёл. Возвращаемся на 10 лет назад, когда расписание сеансов в [другом кинотеатре] можно было узнать только в самом кинотеатре или по телефону. Видимо, не скоро настанет тот час, когда я попаду в этот кинотеатр»; Julia T.: «Сайт обновляется несвоевременно - так что информация о сеансах может быть неверной :)»

Покопавшись в море Интернета и СМИ Bodryi делает следующий вывод: «Уникальный кинотеатр. Никакой информации. Где посмотреть хотя бы стоимость билетов? Я уж не говорю о том, что хотелось бы увидеть фотографии зала, прежде чем идти туда».

Как только кинотеатр появился в Смоленске, маркетологи компании, или сочувствующие, пытались исправить тверские ошибки, но допустили огрехи, размещая на городском форуме подобного рода сообщения: «На самом деле скажу, что осталась очень довольна посещением Сильвера. Кто сказал, что узкие кресла - НЕ ПРАВДА! По сравнению с [другим кинотеатром] и [другим кинотеатром], кресла очень удобные!!!!!!!!!!!!!! Качество картинки и звука выше, чем в остальных кинотеатрах Смоленска!!!!!!!!!!!!!!»

Народ, не забывайте, что они только открылись. Через пару месяцев все туда побегут))))))))))))) Ходила в выходные - зал битком!!!!!! Я считаю, что Смоленск подрос!!!!!!». Данный пост появился от посетителя, который только утром зарегистрировался, а днём сделал своё первое сообщение именно в теме про кинотеатр. Форумчане вывели на чистую воду горе-рг-щика под ником «katerina 585»: ведь о конкурентах лучше не говорить плохо, это не этично. А твиттер поначалу наводнился откровенными ботами, которые постили афишу кино, пытаясь увеличить количество ссылок на страницу кинотеатра в Интернете.

Итак, выводы:

- **необходимость поддерживать сайт и регулярно наполнять,**

- **отсутствие постоянного реагирования на появление новых отзывов в соцсетях.**

ЛЮБОВЬ НИМФОМАНКИ К НЕСНОСНОМУ ДЕДУ

Одной из тем недовольства, а зачатую возмущения, стал репертуар кинотеатра. Подборка кино явно не соответствует общепринятым в таких городах, как Смоленск и Тверь, традиционным ценностям.

Обструкции подвергались многие фильмы, которые ввиду небогатой альтернативы были предложены кинозрителям: «Нимфоманка», «Несносный дед» и другие. Подавляющее большинство фильмов имеют ограничение 16+

**Медицинский
оздоровительный центр**

Радуга



**ул. Шевченко, 73 а, (вход со двора)
тел. +7.8412.31.71.31**

**ул. Маршала Еременко, 40
тел. +7.8412.30.47.84**

НЕВРОЛОГИЯ

ЭНДОКРИНОЛОГИЯ

ОНКОЛОГИЯ

ОФТАЛЬМОЛОГИЯ

УРОЛОГИЯ

СТОМАТОЛОГИЯ

МАССАЖ

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Реклама

видеосъёмка свадебное видео реклама клипы

SweetART

Продакшн-студия video production studio
создаёт профессиональное видео
в HD-качестве

**ПОЧЕМУ
У НАС
ДОРОЖЕ?**

Видеопроизводство - сложный процесс, требующий серьёзного подхода и профессиональных знаний, участия талантливых операторов, режиссёров монтажа, журналистов и дизайнеров. И мы - именно такие!
А ещё -

МЫ просто
ЛУЧШИЕ!

мы делаем
ВИДЕО

**LUNA
LUNA**

мы делаем
САЙТЫ

Вы можете заказать у нас:

- ▶ съёмку свадьбы, love story
- ▶ создание профессиональной видеопрезентации для бизнеса
- ▶ видео корпоративного и презентационного фильма
- ▶ изготовление рекламного ролика
- ▶ а также получить грамотную и квалифицированную консультацию по вопросам, связанным с созданием видео высокого качества



www.sweetart.tv
info@sweetart.tv
http://vk.com/sweetart

+7 (4812)

**40-74-74
405-796**

+7 (4812)

и 18+, что связано с наличием сцен эротики, насилия, нецензурной лексики, которые для духовного здоровья человеку противопоказаны. Так, на официальном аккаунте кинотеатра SilverCinemaChannel в YouTube согласно выложенным трейлерам 52% всех представленных фильмов не предназначены для просмотра лиц младше 16 лет! И это при том, что ограничение ставят сами производители, а истинный минимальный порог может быть и выше. При этом, если учесть те фильмы, на которые стоит ограничение 12+, то таких фильмов будет даже 84%! Так что ни о каком семейном просмотре в Silver Cinema нельзя вести даже речи.

А подобного рода посты в социальных сетях заставляют понять, что посещать кино любят школьники, которым в большинстве такие фильмы, даже по мнению кинопрокатчика, не рекомендованы: «Когда-нибудь мы начнем ходить в школу на все уроки, НО НЕ СЕГОДНЯ!!! @ Silver Cinema» (Cathy @ sugarshirokova); «С классом в киношку, значит (@ Silver Cinema)» (Anna @ an_ilinaaa).

Угодить всем зрителям очень сложно. Как только кинозалы открылись в Твери, пользователь ovod писал: «Смотреть пока нечего - в кинопрокате хлам», а Типичный Блонд добавила: «По репертуару - [другой кинотеатр другим кинотеатром (видимо, негативно)]. Помоему, вообще нет разницы в прокатных наименованиях».

Вот одно из нелестных высказываний по поводу репертуара: «2 часть Нимфоманки уже в сивер синема. Надругаться над своей психикой не позволю больше НИКАКОМУ ДАЖЕ БЛИЗКОМУ ДРУГУ!» (MarineMarina@ LukishaMarina). Отзыв на фильм «Нимфоманка» на популярном смоленском сайте Реадовка.ру оставлен под названием «Нимфоманка» как пощечина общественному вкусу». Александр Буйнов комментирует отзыв: «По ходу очередная евросоюзная ... порнодрама».

Юлия С. так высказывается об одном из фильмов: «Заклинательница акул» - редкостное говн***!» Молодой смоленский активист Дмитрий Медведев @ dm_medvedev иронизирует о содержании кино: «Пришли на Вия. Написать потом свои впечатления или умолчать?..»

Учитывая ограниченность кинотеатров в Смоленске и Твери, зрители вынуждены «наслаждаться» низкопробными, бессодержательными фильмами. Отсутствие реакции на подобного рода заявления зрителей не может способствовать росту популярности кинотеатра.

Итак, выводы:

- наличие в репертуаре фильмов, ранее не допускавшихся в кинотеатры в Смоленске и Твери,
- большое количество фильмов с высоким порогом запрета на просмотр,

- несоответствие возраста аудитории и фильмов, представленных к просмотру,

- наличие в представлении зрителей реакции на кино с самим кинотеатром.

КТО БЫЛ НА СОБЕСЕДОВАНИИ?

Значительный пласт отзывов в социальных медиа касается не услуг компании, а отношения к персоналу. Подавляющее большинство жителей как в Смоленске, так и Твери, разумеется, являются наёмными сотрудниками, а значит, не только их выбирают, но и они сами выбирают.

Одна из соискательниц в 2013 году многозначительно заявляет: «была только на собеседовании, но впечатление осталось». Поводом было такое обращение: «Нашла понравившуюся мне вакансию бухгалтера. Подскажите, стоит ли идти? Смущают негативные отзывы».

Екатерина Кукушкина поработала в кинотеатре контролёром билетов с января по апрель 2013 г. Ей этого хватило, чтобы составить такое впечатление о Сильвер Синема как работодателя.

Она списком называет отрицательные стороны компании:

- штрафы;
- не устраивают по ТК;
- свинское отношение со стороны руководства и администраторов;
- постоянная текучка кадров;
- вызов на работу не по графику (в выходной день).

Пользователь attache сходила на собеседование. Вот какую ситуацию она описала.

«Собеседование проводил директор кинотеатра, расположенного в нашем городе. Такое собеседование было со мной впервые. Директор задавал различные вопросы, особенно касающиеся моей семьи. На вопрос, где работает моя вторая половина и услышав мой ответ, сказал, что я могу вообще позволить себе не работать. Мне уже это крайне не понравилось. Тут вошла хорошенькая девушка с анкетой. Директор тут же переключился на неё. Стал ей говорить, как она ему понравилась и что он уже занес её в какой-то «свой» список и она уже практически принята на работу. Девушка возразила, что у неё нет обязательного требуемого опыта. На что последовал ответ: «Считай, что уже есть... ты меня поняла?» и многозначительно посмотрел. Мне сразу стало ясно, по каким принципам идёт набор в организацию данным директором. Нисколько не удивил отказ в работе. Вот так. Главное - понравиться директору и, скорее всего, быть свободным во всем и от всего».

Вот что пишут ей в ответ посетители сайта отзывов о работе. Светлана: «И ещё очень любят обманывать с зарплатой, которую постоянно задерживают. Руководство хамское»; Виктория: «Я с

вами полностью согласна, что касается директора и в особенности администраторов. Трёх благородных девиц, которые совершенно безответственно относятся своей работе!!!»; Рита: «Сильвер Синема в Смоленске отстой».

Анастасия Магдеева из Твери проиллюстрировала работу в Сильвер Синема следующей фразой и картинкой: «На постоянную работу требуются бессмертные рабочие» - про сильвер синема вспомнилось».

Некто Аноним работал в этом кинотеатре контролером билетов. Свой отзыв он начинает с выстраданного призыва: «Люди, не работайте в этом кинотеатре. ... Главный девиз компании - «незаменимых людей не бывает».

Пользователь под ником Лелик2013, возможно, тоже работала в Сильвер Синема. Её комментарии не менее яркие: «Персонал в кинотеатре предоставлен сам себе, никакой дисциплины. Хотя какая может быть дисциплина у людей, к которым такое отношение со стороны начальства. Зарплату им никогда вовремя не платят, за свой не всегда короткий трудовой день у них всего два перерыва по полчаса и мизерная зарплата. ... [Бармены] всё время работали, стоя целый день или сидя на мусорном ведре. (Ужасно, не правда ли?) И вот только сегодня им наконец-то выдали стул. Неужели у кинотеатра нет денег для заботы о сотрудниках?»

Так пойдут ли после таких отзывов устраиваться в Silver Cinema сотрудники или поищут альтернативу?

Итак, выводы:

- наличие негативной обратной связи об опыте работы в Сильвер Синема и отсутствие положительной,

- необходимость заботиться о том, чтобы работающие сотрудники также оставляли свои отзывы.

ИТОГ: КУДА КЛИЕНТЫ ПОНЕСУТ ДЕНЬГИ?

Какие итоги можно подвести всему выше сказанному? А можно их и не подводить, всё сказали сами посетители кинотеатра Сильвер Синема.

Смоленский пользователь под ником уагоу оставила на одном из сайтов отзыв, полный разного рода разочарований, приведших её к мысли больше не посещать этот кинотеатр. У неё получилась маленькая история, которую приводим целиком ниже.

«Очень хотела сходить на определённый фильм. Начали его показ в этом кинотеатре - почему бы не совместить приятное с полезным: и фильм посмотреть, и посетить впервые кинотеатр. Однако... Продали билет в 4 зал, за 350 руб. (впервые потратила такие деньги на билет, если б не долгожданный фильм и условие «ну раз уже пришли» - фиг разорилась бы!) Начали искать зал - ни одного указателя, куда бежать. Пошли «за толпой» - нашли что-то типа входа: стоят

девушки, дверь в зал открыта - там всё ещё идёт фильм (если это считается нормальным - значит, я чего-то не понимаю в жизни). Ладно, спросили у девушек, где наш зал. Подсказали, пошли, нашли. Заходим в зал - ни черта не видно! Вас волнуют ступеньки? Зачем вам их видеть? Идите на ощупь! На ощупь ищите ряд и места. Чертыхаясь и почти проклиная, нашли, сели (точнее упали - сиденья резко оказались ниже ожидаемого. Хотя в темноте - неудивительно). Наконец, почувствовала себя на месте, оценила что могла: экран достаточно большой, радует. Но места лучше, чем они ближе к экрану. Ну, к остальному претензий нет. Звук хороший, 3д как надо, все норм. Впечатлений о фильме кинотеатр не испортил. Но в следующий раз пойду в другой. Очень хочется сохранить собственную целостность».

Как итог знакомства с отзывами зрителей кинотеатра ANYALove67 пишет: «Рекомендовать его бы я ... не стала»; Александр П.: «На 5 балльной шкале твердая двойка!»; Аноним167583: «Сам никогда не пойду больше, и другим не советую».

Некую квинтэссенцию всех разобранных выше отзывов привёл AlexKarpunin: «Кинотеатр так себе! Хороший только экран, звук г..., сиденья неудобные, дерматиновые, подлокотники не убираются, цена неоправдана...».

На фоне проведённого репутационного анализа в редких отзывах такого пользователя, как gretta_li, может читаться ангажированность агента влияния: «По моему мнению, Silver Cinema - лучший на сегодняшний день смоленский кинотеатр. Звук, картинка, залы - всё сделано именно на том уровне, когда просмотр фильма превращается в отдых и праздник одновременно. А достаточно высокая цена за билеты - это как минимум плата за те условия, в которых вы смотрите фильм, плата за чистые залы, улыбчивых билетеров и прочее. Заодно заставляет тщательнее обдумывать выбор фильма, а не ломиться на все премьеры по 50 рублей за пачку».

Лелик2013: «В кинотеатре я не просто бывала, но и знакома с некоторыми из персонала лично. Ничего хорошего про кинотеатр я сказать не могу. Владельцы компании явно не понимают насколько много у них проблем. ... Впечатление от кинотеатра остаётся просто неизгладимым. Не советую ходить туда».

Руководитель организации, ознакомившись с репутационным анализом о своей фирме, получает большой пласт информации к размышлению, массу поводов для совершенства и работы над ошибками, представление о том, что думают о его заведении клиенты, сравнивая с конкурирующими организациями. Следующим шагом может являться изменение коммуникационной политики организации.

Баринь
ресторан выездного
обслуживания

Доставка обедов

•••••

фуришеты
банкеты
кофе-брейки
корпоративное
питание

33-02-55
www.barin.ws

Реклама



Светлана ЗЕМЛЯК,
заведующий кафедрой «Менеджмента и маркетинга»
Смоленского филиала «Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации», д.э.н., доцент

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ: рука об руку

О становлении кафедры менеджмента и маркетинга в Финансовом университете

Кафедра «Менеджмента и маркетинга» отметила год в новом статусе. В программе развития кафедры до 2020 г. таким образом сформулирована её миссия: «Приумножая традиции ФинУниверситета, используя новейшие образовательные технологии и достижения науки, обеспечивать подготовку высококвалифицированных специалистов в области рыночного управления и способствовать повышению качества жизни и конкурентоспособности российского общества».

В феврале 2013 года оформлен корпоративный сайт. Кафедра менеджмента и маркетинга большое внимание уделяет организации самостоятельной работы. В качестве форм и методов контроля компетенций студентов были использованы фронтальные опросы на практических занятиях, коллоквиумы, зачеты, тестирование, самоотчеты, контрольные работы, защита творческих работ и др. Таким образом, в учебной работе кафедры менеджмента и маркетинга обеспечена разработка и внедрение современных учебных технологий, совершенствования содержания и методов преподавания.

В составе кафедры работает 9 преподавателей. Средний возраст кафедры - 41 год. Преподавательский состав кафедры менеджмента и маркетинга включает докторов наук, профессоров – 2 чел., кандидатов наук, доцентов – 5 чел..

В отчетном периоде кафедра «Менеджмента и маркетинга» провела работу по омоложению коллектива преподавателей из числа перспективных аспирантов, магистрантов, представителей

бизнес-среды. Так, к работе приглашены два молодых кандидата наук Денис НИКИТАС и Елена БАУДЕР, защитивших кандидатские диссертации в диссертационном совете Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации.

На постоянной основе проводится работа по передаче опыта и знаний от докторов наук, профессоров кафедры молодым преподавателям. В этих целях к учебной работе привлечен известный ученый, профессор Александр КАТРОВСКИЙ.

Преподаватели кафедры «Менеджмента и маркетинга» запланировали на постоянной основе повышать квалификацию, обучаться в аспирантуре и докторантуре. В докторантуру ФинУниверситета в 2014-2015 гг. планируют поступить Виктор КОНДРАШОВ, Ольга ЛАПШОВА. Молодой преподаватель Елена ГАНИЧЕВА планирует в 2015 г. защитить диссертацию.

В отчетном периоде защищены диссертационные исследования аспирантов кафедры под руководством вашей

покорной слуги - Дениса НИКИТАСА и Натальи ЯШЕНКОВОЙ. Все аспиранты на постоянной основе участвовали в научных мероприятиях кафедры – круглых столах, конференциях, дискуссиях.

В рамках научной школы в 2013 г. организована работа научного кружка со студентами специальности «Менеджмент» и «Маркетинг» – «Результативность менеджмента и маркетинга».

Стратегия кафедры заключена в успешном формировании качественной базы подготовки маркетологов и менеджеров в целях укрепления авторитета национальной экономики и увеличения научного потенциала региона. С учётом новых требований, стоящих перед Финансовым Университетом и кафедрой в перспективе целесообразно сосредоточиться на развитии современных форм учебной и научной работы, внешних связей и регионального партнерства.

Фото Юлии ЗУЕВОЙ



Заплата есть, Работать не хотят

В Клубе СБК
прошёл семинар
Александра Попова

Александр Попов имеет практический опыт работы в отрасли продаж, причём в крупных сетевых структурах. А также уже давно ведёт образовательные и консалтинговые проекты.

Для СБК он провёл открытый семинар, в рамках которого напомнил и рассказал об основах управления персоналом, продажах и мотивации сотрудников. В ходе семинара ведущим были изложены основные принципы и структура развивающих действий по трём основным направлениям: управлению, продажам, личностному росту.

Семинар вызвал неподдельный интерес: уже после окончания семинара Александр в течение часа провёл дополнительный лекторий. Никто не ушёл.



СПРАВКА



Александр Попов

Бизнес-тренер, консультант. Высшее техническое образование, инженер-системотехник. Опыт работы в области проведения тренингов и управленческого консультирования - более 15 лет. Начинал работу в 1998 году в качестве тренера в компаниях Coca-Cola и Philip Morris. С 2003 года работает в качестве свободного консультанта, вел/ведет системные проекты развития персонала в российских и зарубежных компаниях.

2003-2012 - Информационные Бизнес Системы (www.ibs.ru)

2006 - 2008 - Тюментрансгаз (ныне Газпромтрансгаз Югорск)

2009-2010 - Сбербанк России (www.sbrf.ru)

2009 - по настоящее время - группа компаний ВидеоИнтернешнл (www.vi.ru)

2011 - 2012 - SAP CIS (www.sap.com)

Кроме того, ведёт ряд учебных программ в различных западных и российских компаниях. FMCG (группа «Агроком», Ростов-на-Дону), инжиниринг и ИТ-консалтинг (Остек, ОТП-2000, г. Москва), производство стройматериалов («Альта-профиль», г. Москва, «Стройфарфор», г. Шахты, «Русские окна», г. Смоленск и г. Брянск), капитальное строительство в энергетике («Энергостройинвест-Холдинг», г. Москва), полиграфия (Readers Digest, г. Москва) и многих других.

Жители Смоленска могут лишиться страхования своих банковских вкладов

Если это произойдет, вкладчики начнут забирать свои деньги из банков

Для Смоленска проблема стабильности банковской системы стоит особенно остро. Ведь в списке банков, которые за последние месяцы лишились лицензии, имеются в том числе местные финансовые организации. Самой громкой стала история отзыва лицензии у «Смоленского банка». Причём сопровождалась она немалым скандалом, так как руководители организации действовали, мягко говоря, странно по отношению к клиентам.

Сначала 29 ноября минувшего года банк неожиданно приостановил обслуживание счетов, объясняя это техническим сбоем. После этого руководство финансового института направило ходатайство в ЦБ о выделении кредита, но денег не дождавшись, владельцы начали потихоньку распродавать активы. В итоге 9 декабря офисы банка перестал обслуживать клиентов, а на следующий день, когда уже по сути, все, что можно было вывести, было выведено, председатель совета директоров Смоленского Банка Павел Шитов в своем микроблоге в Twitter, не стесняясь, написал, что со дня на день ждет отзыва лицензии. Вот так просто – сначала темнить две недели, выводя активы, а потом как ни в чём ни бывало сказать клиентам, что банк вот-вот прекратит существование.

Агентство страхования вкладов (АСВ), конечно, для того и создано, чтобы обеспечивать вкладчикам защиту от такого рода ситуаций. Но, кажется, эта защита теперь слишком дорого обходится. Ведь расходы по защите вкладчиков множества мелких банков несут все банки, даже крайне надёжные, так называемые системообразующие. А в итоге эти расходы ложатся на плечи вкладчиков. Причём у банков продолжают отзываться лицензии, а значит растут и расходы системы страхования. Самыми ущемлёнными, конечно, в такой практике оказываются представители среднего класса, хранящие в банках более 700 000 рублей. Они платят за страхование чужих денег, но их средства не защищены.

На этом фоне политики вновь заговорили о необходимости изменения процедуры выплаты страховки от АСВ. Стали появляться проекты по изменению системы страхования вкладов граждан. Из последних таких идея – предложение ограничить страховку процентной ставки в пределах некой «средней» ставки по депозитам, устанавливаемой ЦБ. Иными словами, если открываешь депозит в небольшом банке под высокий процент, то прими риски на себя. Предполагается отказать в возмещении того дохода, который превышает среднюю ставку по депозитам. Это должно мотивировать людей не держать деньги пассивно в банках, а активнее вкладывать их в различную деятельность, чтобы стимулировать экономику.

Если идея реформировать систему АСВ получит «зеленый свет», это станет дополнительным стимулом для итак стремительно набирающих оборот проектов по ответственному доверительному управлению капиталом. Если страховка все равно больше не защищает деньги, лежащие в банке, зачем позволять им находиться там под такой низкой процент в банке (5-6% годовых). Почему бы не доверить управление ими профессиональному трейдеру, который заработает для владельца депозита намного больше.

Ответственное управление

Логика доверительного управления проста – человек передаёт свой капитал профессиональному управляющему, который на первый год работает в финансовой сфере и обладает успешным опытом стабильного получения прибыли. Стороны обязательно подписывают договор, где определяют условия работы: сроки отчётности, пропорции разделения заработка и другие важные детали.

Одним из самых популярных в Смоленске видов такого доверительного управления является услуга международной финансовой компании TeleTrade под названием «Персональный трейдер», существующий уже с 2003 года.

«Если у вас нет времени или достаточного опыта самостоятельно управлять средствами, вы можете воспользоваться услугами трейдера, имеющего соответствующую подготовку и опыт управления активами, - рассказывает Полина КУЗНЕЦОВА, директор группы регионов ГК TeleTrade. - Трейдер не даёт «бесплатных советов», он торгует от вашего имени и зарабатывает, только если заработали вы. Вы заключаете с ним договор, и ваш трейдер несет ответственность за результат. В этом ключевое отличие услуги от большинства консультаций, предоставляемых различными финансовыми организациями. Составить финансовый план несложно – так поступают банки и многие другие инвестиционные компании. Сложно его реализовать в меняющихся экономических условиях. В этом и есть суть услуги».

Защита от человеческого фактора

В Смоленске также существует финансовый сервис, позволяющий частным инвесторам использовать для получения прибыли опыт сразу нескольких профессионалов. Речь идёт о проекте «Мастер-Инвест» ГК TeleTrade.

Суть услуги состоит в том, что вы настраиваете управление своим инвестиционным счётом так, что сделки, которые совершают выбранные вами опытные трейдеры (мастера) копируются на ваш счет. Трейдеры при этом торгуют своими деньгами и напрямую заинтересованы в прибыли, а значит, зарабатывая себе, они зарабатывают и вам.

«Важным преимуществом «Мастер-Инвест» является доступный порог для входа инвестору. Обычно возможность воспользоваться опытом профессионалов появляется только при вложении относительно крупных сумм, - комментирует Полина Кузнецова, директор группы регионов ГК TeleTrade: - «Мастер-Инвест» - самый доступный вид доверительного управления, который не имеет порога вхождения. Он даёт возможность «нанять» целую группу управляющих и копировать их сделки, даже если ваш инвестиционный депозит составляет несколько тысяч долларов. «Мастер-инвест» позволяет постоянно держать свои средства под контролем. Сумма на счете фиксируется прямо в этот момент, она больше не зависит ни от каких колебаний рынка, и можно тут же оформлять заявку на вывод средств со счета удобным способом».

Если вы хотите подробнее узнать о проектах «Мастер-Инвест» или «Персональный трейдер», обратитесь в один из офисов компании TeleTrade в Смоленске.

 **TeleTrade**

214004, Смоленск,
ул. Оршанская 21, 1 этаж
Тел. +7 (4812) 56-58-12
www.teletrade.ru



RUSSIAN TRADE EXPO

26 - 28 ноября 2014 года,
Москва, ВВЦ, 69 павильон

Приглашаем
принять участие в выставке
торгового оборудования

Бронирование мест
ОТКРЫТО!

4 САЛОНА:

BUILD - TRADE

торгово-выставочное оборудование и услуги

SPACE - TRADE

коммерческая торговая недвижимость

LOGISTIC - TRADE

складское оборудование и услуги логистики

E - TRADE

средства автоматизации торговли, e-commerce

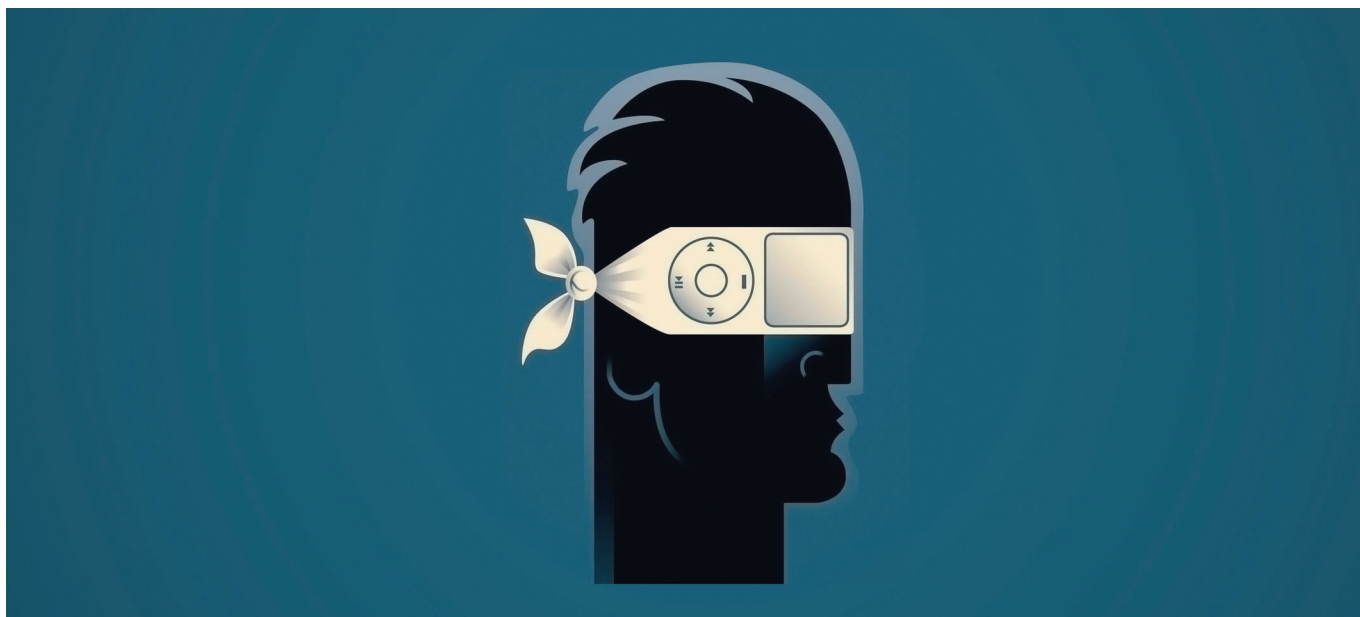
Язык до вершин доведёт

Умеют ли публичные персоны строить стратегию общения с медиа?

« Кажется, мэры, депутаты и министры не сходят со страниц общественно-политических и деловых российских СМИ. Однако всегда ли на полосах газет и в объективах телекамер оказываются одни и те же люди? »

Из этой статьи вы узнаете:

- как назначение новых людей на руководящие посты отражается на их упоминаемости
- помогла ли Олимпиада чиновникам стать более заметными
- насколько важен Twitter для депутата



ГУБЕРНАТОРЫ: ЖИВОТРЕПЕЩУЩИЕ ВОПРОСЫ И РОТАЦИЯ

Возможно ли сосредоточиться на практических вопросах, отказавшись выстраивать отношения с медиа? Один из рецептов успешного освещения в СМИ – не забывать призыв “одного из самых общительных людей в мире”, Кейта Феррацци, – никогда не ешьте в одиночку. Для изучения PR-активности губернаторов, сенаторов и депутатов мы обратились к базам СМИ системы “Медialogия”, где собрана информация из нескольких тысяч источников.

Наименее упоминаемые в СМИ главы регионов за последние полгода – новички (см. табл.1).

Таблица 1 - Топ-10 глав регионов по России, сентябрь 2013 – февраль 2014 гг.

Так, в феврале 2014 года Алексей Кожурин был назначен временно исполня-

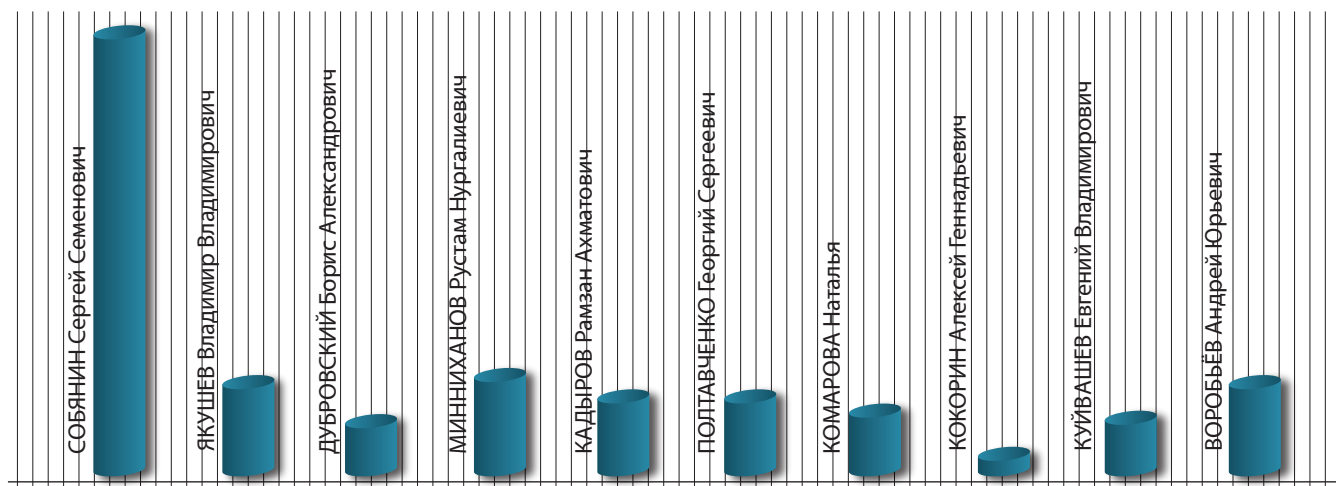
ющим обязанности губернатора Курганской области, а месяцем ранее, после отставки губернатора Челябинской области Михаила Юревича, временно исполняющим обязанности губернатора назначен Борис Дубровский.

Чаще всего цитируют Сергея Собянина, чьи действия активно освещаются СМИ – будь то подписание указов о замене чиновников (за прошедшие полгода новые люди заняли должности префекта Южного административного округа и бизнес-омбудсмена по Москве), транспортные вопросы (открытие движения на построенном участке метрополитена) или безопасность (введение проверок во всех московских школах после стрельбы в школе №263, осенние беспорядки в районе Бирюлево Западное).

Среди глав регионов Центрального федерального округа самыми заметными в течение последних 6 месяцев были

руководители Московской, Липецкой и Тульской областей. Андрей Воробьев регулярно выступал источником информационных поводов (сентябрьское избрание на пост губернатора Московской области, борьба с незаконными рынками у МКАД). Олег Королёв, губернатор Липецкой области, организовал ряд совещаний по инфраструктурному обустройству региона. Владимир Груздев, руководитель Тульской области, провёл с министром обороны и президентом несколько встреч, посвящённых социальным вопросам и дальнейшему взаимодействию между правительством региона и федеральными министерствами.

Губернатор Смоленской области Алексей Островский, не отмеченный значимыми заявлениями, за исследуемый период занимал 13-14 место из 18.





**Всё для комфорта и уюта
в Вашем офисе:
от скрепки до мебели!**

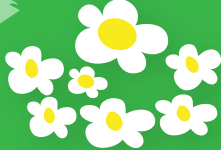
- Канцтовары и бумага
- Офисная и бытовая техника
- Мебель для офиса
- Хоз.товары и спец.одежда
- Офисная кухня, продукты
- Товары для школы



**Приятно покупать,
не выходя из офиса!**
www.office-zakaz.ru/zhofreg

**Бесплатная доставка,
акции, скидки,
«вкусные подарки»!**

**г. Смоленск,
Краснинское шоссе, 33-А
Тел. 24-44-24**



Реклама

МИНИСТРЫ: ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА И ОЛИМПИАДА

Что касается министров, лидерами медиа-активности за последние 6 месяцев чаще всего становились глава Министерства иностранных дел Сергей Лавров, министр спорта Виталий Мутко и министр обороны Сергей Шойгу. Активное взаимодействие с делегациями иностранных государств и освещение внешней политики России регулярно приводило господина Лаврова на пик популярности. Среди рабочих вопросов – переговоры с представителем ЕС по иностранным делам и политике безопасности Кэтрин Эштон, встреча с Национальной коалицией оппозиционных сил Сирии, обсуждение проблем Ближнего Востока с госсекретарём США Джоном Керри.

Высокие позиции министра спорта, по данным зимних месяцев, во многом обусловлены проведением Олимпийских игр. Господин Мутко озвучивал состав российской сборной и комментировал её достижения, а также отчитывался об общих итогах домашней Олимпиады в Сочи.

В январе наблюдалось частое упоминание министра экономического развития Алексея Улюкаева, что связано с его выступлением в ходе всемирного экономического форума в Давосе. Напомним, господин Улюкаев сообщил прогноз по инфляции на текущий год и отметил, что она имеет шансы не превысить 5%.

Осенью верхних строк медиаиндекса достиг министр внутренних дел Владимир Колокольцев, что было обусловлено происшествиями в районе Бирюлево (в столице ввели в действие специальный план усиления “Вулкан”, позднее министр выступил на правительственном часе в Совете Федерации и обозначил основные проблемы правоохранительной системы).

Одной из причин частого упоминания является назначение нового министра на пост - в ноябре подписан указ о создании министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства, руководителем которого назначен бывший губернатор Ивановской области Михаил Мень, что позволило ему в ноябре войти в топ-список упоминаемости.

Критика и скандалы с участием министров отмечаются отрицательными показателями в PR-заметности. С октября 2013 года подобные эпизоды затронули министра сельского хозяйства Николая Фёдорова (“Новая газета” обратила внимание на сделанные во время визита в Германию снимки на сайте ведомства, на которых был заретуширован самолет бизнес-класса) и министра образования и науки Дмитрия Ливанова (на его выступлении на правительственном часе в Госдуме

депутаты напомнили о требовании трёх фракций об отставке министра, а нобелевский лауреат Жорес Алфёров заявил, что закон о реформе РАН уничтожает академию; критике также подверглись зарплаты учителей и прогнозы по сокращению числа преподавателей).

ДЕПУТАТЫ: ВЫДВИЖЕНИЕ ЗАКОНОВ И НЕМЕДЛЕННАЯ РЕАКЦИЯ НА ПРОИСХОДЯЩЕЕ

Вершину популярности депутатов Государственной Думы на протяжении последних шести месяцев занимали спикер нижней палаты Сергей Нарышкин и эсер Сергей Миронов. В отдельные месяцы к ним присоединялись Владимир Жириновский (сделал ряд громких заявлений в СМИ), Ирина Яровая (разработка поправок, направленных на усиление борьбы с терроризмом), заместитель председателя Государственной Думы Сергей Железняк (наделение дополнительными полномочиями) и первый вице-спикер Госдумы Александр Жуков (комментирование подготовки к проведению Олимпиады).

Сергей Миронов является одним из авторов законопроекта об упрощённом порядке принятия в состав России части иностранного государства в качестве нового субъекта.

Среди выступлений Сергея Нарышкина – предложение обязательного экзамена на знание Конституции РФ для желающих попасть на государственную службу, выступление против запрета суррогатного материнства, заявление о дальнейшем смещении в регионы акцентов экономической политики и готовность предоставить гражданам Таджикистана, прибывающим работать в Россию, право на работу в течение трёх лет.

Как показывает практика, для заметного перемещения в пределах первых 30 строк достаточно делать убедительные заявления (так, в 2014 году депутат Франц Клинецвич на конференции Российского союза ветеранов Афганистана заявил, что ветеранов Афганской войны по льготам могут приравнять к ветеранам Великой Отечественной войны, а глава комитета по образованию Вячеслав Никонов предложил ввести учёные степени для чиновников и поделить деталями возможного закона, регулирующего плату студентов за общежитие). Значительную роль играет умение грамотно пользоваться медиаинструментами (недавнее сообщение заместителя председателя комитета по безопасности Александра Хинштейна о задержаниях в главном управлении МВД по экономической безопасности и противодействию коррупции в Twitter повысило медиа-заметность господина Хинштейна).

МЭРЫ: СТАТЬ ПРОДВИНУТЫМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ

Лидерами среди глав столиц субъектов Центрального федерального округа с сентября 2013 года чаще всего становились Александр Гусев (Воронеж) и Михаил Гулевский (Липецк). Условия успеха – грамотное использование современных медиа-инструментов (например, мэр Воронежа сообщил о решении проблемы общественного транспорта за счёт строительства легкого метро в ходе интернет-конференции), активное участие в масштабных событиях (комментирование результатов Олимпиады или сопровождение огня Паралимпийских игр) и получение наград от лица горожан (Калуга была признана одним из самых благоустроенных городов России; в феврале премьер-министр Дмитрий Медведев вручил главе городского самоуправления Александру Иванову диплом первой степени).

В то же время рейтинг глав администраций столиц представлен иными именами: чаще всего на вершине оказывались Тамбов, Кострома и Тула. Причины кроются в их заявлениях. Глава администрации Костромы Виктор Емец сообщил, что Кострома может стать первым российским городом, где состоится аукцион по продаже вещей, подаренных чиновникам, депутатам и членам избиркома. Глава администрации Тамбова Алексей Кондратьев опирается на военно-исторические события: в частности, господин Кондратьев поддержал инициативу “Союза семей военнослужащих России” об установке мемориальных досок на зданиях школ, выпускники которых погибли при исполнении служебного долга, и провёл встречу с родственниками погибших в Афганистане накануне годовщины вывода советских войск из этой страны. Не забыт и транспортный вопрос, затрагивающий огромное число жителей в любом крупном городе: росту рейтинга главы костромской администрации в конце 2013 года способствовали масштабные совещания, посвящённые будущему города – господин Емец отметил, что именно торжественно развитие Костромы.

Ещё одно условие положительной динамики рейтинга – выполнение целевых программ: в прошлом году Тула в рамках программы “Доступная среда” закупила 14 низкопольных трамваев, выделив на них около 200 млн. рублей; в 2014 году поставки низкопольного транспорта планируется увеличить. Глава администрации Евгений Авилов посетил церемонию запуска новых трамваев, что положительно отразилось на его упоминаниях в СМИ.

При этом происшествия с главами столиц и администраций столиц также заметно отражаются на их упоминаемости. Так, исполняющий обязанности гла-

вы администрации Брянска Анатолий Кистенев был оштрафован по решению антимонопольного управления, а глава администрации Орла получил рекомендацию прокурора аннулировать перемещение 2 млн. рублей на покупку новых автомобилей для районных чиновников.

СЕНАТОРЫ: РАСПОРЯЖЕНИЯ И БЛИЗОСТЬ К ВЕРХУШКЕ

В заключение осветим медиапопулярность сенаторов. В течение шести месяцев, начиная с осени, лидерами становились Валентина Матвиенко (Санкт-Петербург) и Руслан Гаттаров (Челябинская область). Медиапопулярность госпожи Матвиенко обусловлена статусом спикера Совета федерации, который обязывает её выступать с многочисленными распоряжениями и поручениями, участвовать в памятных мероприятиях вместе с Президентом (например, возложение венка к могиле Неизвестного солдата) и выдвигать законопроекты (напомним, осенью в Госдуму внесён проект закона о возвращении в избирательные бюллетени местных и региональных выборов графы “против всех”).

Отметим: данные за февраль несколько отличаются от данных за полугодие в целом – в связи с событиями на Украине высказывания и комментарии вывели в верхние строки Михаила Маргелова из Псковской области (сообщил, что Совет Федерации будет проводить еженедельные консультации с МИД РФ по ситуации на Украине) и члена комитета по международным делам Игоря Морозова (предложил приостановить на время вещание телеканала CNN в России). Поддержка лидеров рейтинга обеспечивает интерес медиа к менее заметным фигурам – так, в феврале в топ-20 впервые вошёл Виктор Рогоцкий (Ярославская область). Январскую инициативу господина Рогоцкого вернуть традицию награждать школьников медалями поддержала Валентина Матвиенко.

Персоны статьи:

Алексей Кокорин, Сергей Собянин, Андрей Воробьев, Олег Королёв, Владимир Груздев, Виталий Мутко, Сергей Лавров, Сергей Шойгу, Сергей Нарышкин, Сергей Миронов, Владимир Жириновский, Александр Гусев, Михаил Гулевский, Валентина Матвиенко, Руслан Гаттаров, Виктор Емец, Алексей Кондратьев

Строительство коттеджей и бань



ПРАЙМ РЕГИОН СТРОЙ
www.дом-ключ.рф

Есть участки в черте города



КАРКАСНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО
от 11 500 за 1 м²



СТРОИТЕЛЬСТВО ИЗ БЛОКОВ
от 13 500 за 1 м²



СТРОИТЕЛЬСТВО ИЗ БРУСА
от 9 000 рублей за 1 м²



Звоните!

8 (800) 775-98-42

8 (4812) 38-57-02



Реклама

Маг и волшебник, или Почему ПАРАБЕЛЛУМ не стреляет?

Стоит ли пренебрегать
репутацией в Сети?

Времена, когда информацией о человеке владели только компетентные органы, давно прошли. Совершенно законным способом и без обращения в особые инстанции мы можем собрать относительно подробные сведения практически о каждом интересующем нас человеке, а в некоторых случаях даже составить уникальный фотоотчет. Но всегда ли это работает нам во благо?

Если очень постараться, только из одной Сети можно узнать, например, об увлечениях конкретного человека, найти его номер телефона, электронный, а в некоторых случаях и домашний адреса. И потом, каким бы ни было прошлое – темным ли, светлым ли – нет, как говорится, ничего такого тайного, что не сделалось бы явным. И особенно эта формула работает для людей публичных. Один из ярчайших примеров «раскреивания» личности посредством инициативных «интернет-расследователей» стала история, связанная, пожалуй, с одной из самых одиозных личностей в околобизнесовой среде «бизнес-тренером» Андреем ПАРАБЕЛЛУМОМ.

Несколько слов о самом тренере. Парабеллум позиционирует себя как бизнес-тренер, бизнес-консультант, теоретик и практик инфобизнеса, убежденный сторонник практических навыков против теоретических знаний. Говорит, что является владельцем и собственником двух бизнесов, один из которых занимается производством и продажей биометрических систем учета рабочего времени в Канаде, другой – исключительно консалтингом (в России). Словом, с виду все довольно авторитетно.

Итак, рисуем канву этой ситуации. Один из крупных пабликов социальной сети «В контакте» как-то опубликовал сообщение, в котором содержался призыв обсудить деятельность Андрея Парабеллума. Поводом к этому сообщению стало замечание, что некоторые факты



биографии бизнес-тренера, в частности те, которые касаются бизнесов в России и Канаде, которыми он, по его словам, владеет – не более чем выдумка, за которой стоят конкретные цели. Отзывов появлялось много и, что закономерно, совершенно разных. Сам Парабеллум, как активный участник пространства соцсети, скоро тоже подключился к обсуждению (по факту) самого себя, но после неудавшихся попыток сделать себе рекламу, получил очередную порцию негатива в свой адрес. Дальнейшие действия «инфобизнесмена» были весьма предсказуемы: сначала он стал призывать к ответной инфо-атаке своих товарищей и последователей, потом – кичиться положительными отзывами, которые якобы в огромных количествах оставляют о нём его благодарные слушатели на популярных сайтах. Но и тут получил выстрел в спину: те же инициаторы опубликовали следующий пост, где четко и подробно описали механизм покупки этих самых отзывов. Оказывается, никакой проблемы это не составляет: достаточно лишь выйти на соответствующие «заказы», размещенные на популярных фриланс-сайтах. На что Парабеллум ответил уже не вполне цензурно, а может быть, даже по-детски нелепо, что, впрочем, не только не смутило «расследователей», но и добавило масла в огонь. Следующий пост, появившийся в данном паблике, был посвящён уже «успешному» бизнесу, которым Парабеллум якобы владеет где-то в Канаде и США, но о котором никто

СПРАВКА

ничего не знает. Как оказалось, узнать-то и не проблема – с помощью все тех же интернет-ресурсов.

О том, что Парабеллум успешно ведет бизнес за границей уже больше 20 лет, он сам то и дело упоминает на своих же ресурсах. Но на деле оказалось, что эта самая успешность – понятие довольно относительное в его случае и тоже не вполне достоверное. Масса провальных проектов, неверные адреса, указанные на сайте, фактическое преувеличение масштабов компании – это далеко не всё, что удалось выявить «расследователям» исключительно с помощью открытых и общедоступных ресурсов Сети. Что интересно, инициаторам даже удалось связаться с одним из немногих сотрудников «успешной» компании, заявленной бизнес-тренером, – опять же с помощью фриланс-ресурса и соцсети – и выяснить, что компания настолько мелкая, что работают в ней в основном фрилансеры, а заказчики, указанные на сайте (Майкрософт, Эриксон и даже воздушные силы США!) – не более, чем ложный пиар-ход.

Парабеллум, безусловно, хороший манипулятор, немного обескураженный тем, что какой-то рядовой юзер с претензиями, хотя и по существу, пытается нанести вред его деловой репутации, и отвечает совершенно нелицеприятными вещами на эти претензии, но потом, снова входя в цивилизованное русло, пытается исправиться. Предлагает хороший гонорар тому, кто найдет хоть один ненастоящий отзыв о нем из 4 тысяч уже имеющихся отзывов, а затем заявляет, что все эти мысли относительно недостоверности сведений о его бизнесе за рубежом – просто «проблемы с логикой», поскольку «если бы не было успешного бизнеса, то и в России такого бы не построил». Возникает закономерная мысль: а может быть, вся эта информация об «успешных бизнесах» за рубежом – всего лишь миф, с помощью которого «гуру маркетинга» (как сам себя Парабеллум называет) создавал себе авторитет в России?

Так или иначе, дискуссия на этом не закончилась. Правда, тем, кто хоть как-то эту дискуссию поддерживал, и поддерживал не в пользу Парабеллума, вскоре был ограничен доступ ко всем его ресурсам, а вместе с тем появились комментарии самого «гуру» на фрагменты «расследований», вырванные из общего

контекста. Кроме того, ограничив доступ к своим ресурсам, он ещё активно бросал претензии по поводу того, что перед ним никто не извиняется.

Справедливо возникает вопрос: если весь авторитет человека держится на лжи и восхвалении собственного достоинства, откуда у него столько последователей и учеников? Так ли плох Парабеллум как бизнес-тренер и насколько состоятелен этот самый пресловутый инфобизнес? Настораживает одно только утверждение о том, что «в наше время тренером может стать каждый – и в любой теме». Это выражение взято с сайта консалтинговой компании Парабеллума, там же говорится, что «инфобизнес – это искусство упаковки и продажи информации». К слову, весь инфобизнес, который создал Андрей Парабеллум, построен по принципу финансовой пирамиды, которая растёт за счёт привлечения её участниками новых участников. И все эти участники в какой-то условный период вносят в общую пирамиду н-ную сумму денег. В качестве продукта, за который они платят, – обучающие курсы. Так что сам Парабеллум, действительно, научился «упаковывать» и «продавать».

Так чему же на самом деле учит «гуру» – продажам или только лишь манипулятивным технологиям, с помощью которых сам обманывает своих же клиентов? Не использует ли он те же технологии, которые использовал в своё время Кашпировский? Люди знающие при просмотре любого видео с участием этого «гуру» увидят, что Парабеллум гораздо лучше владеет, скажем, навыками НЛП и Эриксоновского гипноза, чем навыками продажи. Парабеллум, однозначно, профессиональный манипулятор, чего и сам не скрывает: судя по названию книг и тренингов, он хорошо знает, «как манипулировать на зависть другим», и получает за это деньги. На одних это, действительно, производит впечатление и дает им толчок к развитию, для других это пускание денег на ветер – но каков процент тех и других на самом деле, мы так никогда не узнаем. В первую очередь по причине фальсификации всех возможных отзывов. Но мы можем, по крайней мере, навести справки самостоятельно – посредством интернет-ресурсов, и сделать выводы. Благо, о публичном человеке в Интернете можно найти практически любую информацию совершенно законно. Надо лишь покопаться.



Андрей Парабеллум
Настоящее имя - Андрей Алексеевич Косырин
Родился 24 ноября 1974 года в Орле.
Окончил школу №36 в городе Орле (1980-1990)
Поступил в 1990 году в МГСУ (Москву), который не закончил.
В поисках себя уехал в Канаду.
Опыт работы: продавал газеты в электричках и на станциях метро, работал гидом и переводчиком, продавал мороженое, работал в компаниях, разрабатывающих компьютерные программы, продавал запчасти к компьютерам, работал рабочим по прокладке Интернет-сетей, писал программы для компьютерных игр, продавал офисную мебель, работал официантом в кафе.
Пытаясь найти себя стал посещать курсы различных лекторов, тренеров, фотографироваться с ними. Схватил идею инфобизнеса, которую уже давно использовали на Западе, но так как понимал, что не сможет продвинуться из-за уровня языка и заполненности рынка, в 2007 году вернулся в Россию.
Основал здесь организацию по проведению лекций, на которых учат продавать лекции.



Вера МУРАВКИНА

Организация и проведение тренингов, семинаров и других бизнес-мероприятий давно стало нормой делового общения для большинства компаний и является эффективным способом построения и поддержания имиджа. Но как выбрать место, где проведение деловой встречи превратится из обыденного события в поистине запоминающееся?

«Смоленская Изба»

для смоленского бизнеса

Организация мероприятий на нестандартных площадках

Современный бизнес делает выбор в пользу мест, способных удивить аудиторию. В Смоленске такие услуги предлагает творческая мастерская «Смоленская Изба». Выбор этого места обусловлен желанием организаторов отойти от классической формы проведения дискуссий. Обсуждение важных для компании вопросов проходит в обстановке традиционной русской избы: декоративная печка, вышитые рушники, глиняные горшки, ухваты, деревянные лавки и столы - традиционная русская атрибутика.

«Когда есть необходимость создать дополнительный информационный повод, оригинальная площадка мероприятия – один из действенных методов. Иногда нестандартным должен быть сам подход к организации бизнес-встречи, который призван заинтересовать публику заранее. Получив приглашение, где в качестве места проведения мероприятия будет указана творческая мастерская «Смоленская Изба», любой будет заинтригован», - рассказала Юлия МАЛЬЦЕВА, руководитель творческой мастерской «Смоленская Изба».

Такая площадка выглядит очень привлекательно с точки зрения создания атмосферы, в техническом же плане вполне приспособлена для проведения самых простых мероприятий. Наличие wi-fi, возможность использовать мультимедийное оборудование, установить проектор, флип-чарт – в зависимости от целей мероприятия можно создать необходимые условия для встречи.

Изюминкой «Смоленской Избы» является возможность провести в рам-

ках тренинга или семинара творческий мастер-класс, разбавив тем самым атмосферу непринуждённым общением с коллегами и партнерами. После деловых переговоров можно провести чаепитие в традиционном русском стиле с использованием настоящей глиняной посуды ручной работы. Мастер покажет мастерскую, расскажет об истории гончарного дела, после чего все участники мероприятия могут создать собственные бизнес-сувениры из глины с символикой компании или сделать свой творческий вклад в создание совместной фигуры, например, глиняного денежного дерева, которое станет символом мероприятия. Организаторам удастся познакомить гостей с русской культурой, а атмосфера «Смоленской избы» поможет сблизиться с партнёрами по переговорам, создаст положительный имидж.

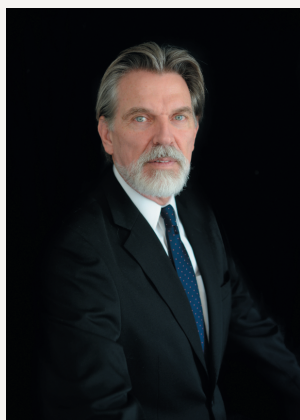
Юлия Мальцева отметила, что такая площадка, как мастерская «Смоленская Изба» добавит эффектности в строгое деловое событие: «Цель каждого мероприятия - не только донести до аудитории информацию, но и сделать это таким образом, чтобы она запомнилась и была воспринята максимально положительно. Нестандартная площадка добавляет в ваш арсенал ещё больше плюсов». Помещение мастерской готово принять до двадцати человек.

Творческая мастерская «Смоленская Изба» - это во многих случаях действенный и порой дающий удивительные результаты способ сделать ваше мероприятие по-настоящему незабываемым и атмосферным.





КАК НЕ ПОТЕРЯТЬ СВОЙ БИЗНЕС



Ведущий - Линн Айронс



За последние 25 лет три его компании входили в INC 500 – список самых быстрорастущих частных компаний Америки.

В течение 8 лет занимался особым проектом по построению организации с нуля, которая за последний год стала второй компанией по темпу развития среди 160 подобных компаний по всему миру.

Возглавил компанию-банкрот с 6 сотрудниками и долгами 80 000 долларов. Изменил ситуацию таким образом, что через 3 года оборот компании составлял более 6 миллионов долларов, в ней работало 75 сотрудников. Компания завоевала 2 международные награды за самую быстрорастущую организацию своего сегмента рынка в мире.



ПРОГРАММА СЕМИНАРА ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ БИЗНЕСА:

- - Как увеличить доход при помощи работающего маркетинга
- - Прекратите тратить деньги на рекламу, которая не работает
- - Почему «Дешевле» - это не единственная вещь, которая нужна покупателям?
- - Как создать полный маркетинговый план, чтобы вывести бизнес на новый уровень?
- - 3 типичных ошибки компаний, увядающих во время кризиса
- - Секрет успешного антикризисного управления
- - Почему нужно быстрее слезть с кредитной иглы, или путь к настоящей финансовой свободе
- - Конкретные шаги в построении успешного бизнеса
- - «Ночуете» на работе? Как сделать так, чтобы ваш бизнес работал на вас, а не вы на него
- - Действенные пути к саморазвитию руководителя и его компании
- - Тратите «бешеные» деньги на найм «крутых» профессионалов?
- - Какие сотрудники разваливают бизнес
- - Что нужно сделать, чтобы сотрудники так же заботились о компании как и вы сами?





А был ли Янукович?

Контент-анализ: скрытые смыслы языка

Что является и лучшим и худшим другом человека? Помните про Эзопа, знаменитого древнегреческого мудреца и насмешника? Его язык, в выражении «Эзопов язык», стал нарицательным. Получается, что язык наш и друг, и враг одновременно.

По крайней мере, мне нередко вспоминается высказывание министра иностранных дел Франции Талейрана о том, что язык дан человеку для того, чтобы скрывать свои мысли. Впрочем, это качество дипломата с трудом применимо на практике, особенно если применять к сказанному и написанному известный метод контент-анализа.

Что это такое? Контент-анализ (от англ. content - содержание) рассматривается как метод качественно-количественного анализа содержания текстов письменной либо устной речи с целью выявления или измерения различных

фактов и тенденций, отраженных в данных текстах. Как работает метод? В любом тексте наличествуют слова-символы, которые, помимо сугубо смысловой, несут в себе и определённую эмоциональную нагрузку. То есть, по большому счету, форма зачастую не менее важна, чем содержание.

Пример Виктора ЯНУКОВИЧА достаточно показателен в свете следующих обстоятельств. Его пресс-конференция, которую он дал на территории России уже после того, как власть в Украине в целом, и в Киеве в частности, фактически была им потеряна, сама по себе не

слишком интересна. Подобного рода мероприятия в виде дежурных пресс-конференций только на первый взгляд могут показаться малоинформативными, так как их содержательную часть нетрудно предугадать: оправдания, заверения, готовности и т.д. И вот в данном случае методика контент-анализа позволяет приоткрыть нам словестный занавес и попытаться понять мотивы говорящего субъекта. Итак, вот вводное заявление Виктора Януковича на его пресс-конференции 28 февраля 2014 года:

«Уважаемые телезрители, уважаемые журналисты. Настало время мне сказать о том, что я намерен продолжить борьбу за будущее Украины. Против тех, кто страхом, террором пытается оседлать ее. И я решил об этом публично заявить. Никто меня не свергнул. Я вынужден был покинуть Украину под непосредственной угрозой своей жизни и жизни своих близких. Как вы знаете, в Украине власть захватили националистические, профашистские молодчики, представляющие абсолютное меньшинство жителей Украины. Существующий выход из ситуации – выполнение всего того, что было обусловлено договором между президентом Украины, оппозицией, с участием министров иностранных дел Франции, Германии и Польши, а также представителя Российской Федерации. Немедленное начало и завершение в сентябре 2014 года конституционной реформы, которая бы уравновесила все ветви власти, то есть полномочия президента, Верховной Рады и парламента. Далее проведение президентских выборов в декабре 2014 года и принятие новой Конституции. Конечно, очень важно провести беспристрастное расследование актов насилия под общим мониторингом власти, оппозиции и

Совета Европы. Немедленная сдача в органы внутренних дел незаконного оружия, а также освобождение административных и общественных зданий, разблокировка всех улиц, скверов и площадей. Вооруженные люди должны уйти с улицы, должна быть обеспечена нормальная жизнь граждан Украины, как в Киеве, так и в других регионах Украины. Должны учитываться интересы всех регионов Украины. Нам сложно будет выходить из этого жесткого кризиса, в который попала страна. Те потрясения, которые были, и жертвы – это последствия этого политического кризиса. Это результат безответственной политики Запада, которая потворствовала майдану. Но Украина сильная страна, и мы обязательно выберемся. Я также предлагаю провести общенациональный референдум. Вопросы, которые должны быть вынесены на общенациональный референдум, необходимо в самое ближайшее время сформировать с участием общественных организаций, широкого круга представителей гражданского общества. И в любом случае эти вопросы должны касаться актуальных проблем, аспектов развития страны, безусловно, Конституции и государственного строя. И так далее.»

В тексте выделено две группы слов, несущих более или менее однозначную смысловую и эмоциональную нагрузку. Курсивом без подчёркивания выделены слова, несущие ярко выраженный агрессивный подтекст: борьба, страх, террор и т.д. Подобных слов-символов, по меньшей мере, 11. Таким образом, фиксируется не только отчётливая негативная

эмоциональная окраска выступающего, но и повышенный уровень его агрессивности. При этом вторая группа слов (выделены курсивом с подчёркиванием) с конструктивным смысловым значением явно уступает первой группе: их всего пять. Виктор Янукович в своём выступлении демонстрирует высокую степень раздражения из-за сложившейся

ситуации и собственное бессилие, прикрытое хлесткими формулировками.

Рассмотрим ещё один характерный фрагмент выступления В. Януковича в ответе на вопрос о том, стоило ли вообще вести мирные переговоры с радикальной частью украинской оппозиции. Вот стенограмма ответа:

«Мы вели официальные переговоры с представителями оппозиции. Официальной оппозиции. Все остальные переговоры, которые велись на человеческом уровне, с любыми представителями майдана, общественными организациями, таких переговоров было очень много. И все они были направлены на предотвращение кровопролития. И на поиски мирного урегулирования этих вопросов. И я считаю, что в этом ни-

чего не было плохого. Это, как раз, было очень хорошо. Но очень жаль, что таким образом не удалось мирным путем урегулировать. Вы знаете мою позицию. Я об этом много раз говорил. И еще раз хочу повторить, что я не приемлю никаких других способов урегулирования вопросов, кроме мирных. Никакая власть не стоит капли пролитой крови.»



В тексте недвусмысленно разделены переговоры двух уровней: официальные и неофициальные. Причём в формулировке про большое количество именно неофициальных переговоров явно прослеживается тенденция, демонстрирующая, что В. Янукович фактически не контролировал ситуацию и не был способен на решительные действия по наведению конституционного порядка. Что такое «человеческий уровень» переговоров с представителями майдана? Указанное словосочетание из уст президента Украины фактически не несет в себе вообще никакого смысла. Заявления о приверженности только



мирным способом решения конфликта («Это, как раз, было очень хорошо») при одновременном признании, что эти способы не работают («Но очень жаль, что таким образом не удалось мирным путем урегулировать») на фоне уже состоявшегося масштабного кровопролития в Киеве выглядят, по меньшей мере, словами человека, который не пользовался властным ресурсом и вообще был бессилён что-либо сделать. Хорошо то, что не работает. Забавно, правда?

Метод контент-анализа сегодня активно используется в исследованиях массовых коммуникаций, в маркетинговых и социологических исследованиях.



Скрытые смыслы языка особенно неплохо, как мне кажется, выявляются в анализе именно устных текстов. Помните: что написано пером, то не вырубишь топором. Теперь вместо топора на клавиатуре есть кнопка «Delete», умелое использование которой, при наличии времени, способно уравнивать как свой, так и чужой текст, умолчав о том, что важно. С устной речью все сложнее, достаточно вспомнить знаменитое «Остапа понесло». А если еще и невербальные сигналы принимать во внимание... Кто это на пресс-конференции 28 февраля 2014 года письменные принадлежности ломал, не скажете?



Изыскатель

ООО "Изыскатель" проектно-изыскательское бюро

- Геодезическое сопровождение строительства;
- Кадастровые работы;
- Получение исходно-разрешительной документации (ИРД) для объектов строительства;
- Юридические услуги.

- ИНЖЕНЕРНЫЙ ИЗЫСКАНИЯ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА
геодезические изыскания;
геологические изыскания;
экологические изыскания;
гидрометеорологические исследования.

- ПРОЕКТНЫЕ РАБОТЫ:
проектирование автомобильных дорог любой категории сложности, АЗС;
проектирование транспорта нефти и газа;
проектирование инженерных сетей;
разработка схем территориального планирования, генпланов городов и поселений с правилами землепользования и застройки;
экологическое проектирование (разработка лимитов отходов, проектов ПДВ, расчетных санитарно-защитных зон для предприятий, разработка ООС, ОВОС);
разработка проектов благоустройства, ландшафтный дизайн;
проектирование жилых, общественных коммунально-бытовых зданий.





Смоленск, ул. Краснинское шоссе, д.25. оф.204, тел.: 8 (4812) 20-28-21 офис; 8 (903) 891-38-37 моб.; 8 (960) 580-17-58 моб.
www.izyskatel.pro info@izyskatel.pro izyskatel67@gmail.com

Реклама

ПРЕЗИДЕНТСКАЯ ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Смоленская региональная комиссия по организации подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации проводит конкурсный отбор специалистов для обучения в 2014-2015 году в рамках Государственного плана подготовки специалистов для организаций народного хозяйства Российской Федерации.

О ПРОГРАММЕ

Программа подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации – это масштабная и во многом уникальная Программа, которая реализуется в Российской Федерации с 1998 г., в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 23 июля 1997 г. № 774 «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации» и постановлением Правительства Российской Федерации от 24 марта 2007 г. № 177 «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации в 2007/08–2014/15 учебных годах».

КАКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПОЛУЧАЮТ УЧАСТНИКИ ПРОГРАММЫ?

Программа позволит вам:

- пройти уникальный курс подготовки по управлению;
- участвовать в стажировке на зарубежных предприятиях;
- усовершенствовать навыки владения иностранным языком;
- стать участником объединения выпускников программы;
- возможность поучаствовать в многочисленных семинарах и других мероприятиях по развитию управленческих компетенций.

КАКИЕ ТИПЫ ПРОГРАММ СУЩЕСТВУЮТ?

Президентская программа предусматривает курс профессиональной переподготовки (550 часов – 9 месяцев) по двум типам образовательных программ:

Проектно-ориентированные образовательные программы (тип А) предусматривают обучение в области экономики и управления, основанное на подготовке и реализации под руководством преподавателя проекта, встроенного в процесс обучения;

Базовые образовательные программы (тип В) предусматривают обучение по одному из направлений: инновационный менеджмент, финансовый менеджмент, производственный менеджмент на базе предметного подхода.

ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ:

- Конкурсный отбор специалистов
- Подготовка в российском образовательном учреждении (срок обучения с октября 2014 года по июнь 2015 года).
- Стажировка в ведущих российских или зарубежных организациях.
- Реализация индивидуального проектного задания.

ПРЕЗИДЕНТСКАЯ ПРОГРАММА В СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Смоленская область принимает активное участие в реализации Президентской программы. За 15 лет реализации программы 764 специалиста Смоленской области прошли профессиональную переподготовку в российских образовательных учреждениях, стажировку в зарубежных организациях 142 специалиста.

Обучение является блочно-модульным, предусматривает разделение на основную (150 часов) и специализированную (190 часов) части, углубленное изучение иностранного языка (180 часов), написание и защиту аттестационной работы (30 часов). В учебном процессе широко применяются современные технологии обучения, направленные не только на получение теоретических знаний, но и практических навыков в области менеджмента.

По окончании обучения специалистам выдается диплом о профессиональной переподготовке. После прохождения специалистом стажировки ему выдается диплом участника Президентской программы подготовки управленческих кадров.

ГДЕ БУДЕТ ПРОХОДИТЬ ОБУЧЕНИЕ?

Обучение по программам (тип А) проводится в вузах г. Москвы.

Обучение по программам (тип В) проводится в филиале ФГБОУ ВПО «Национальный исследовательский университет «МЭИ» в г. Смоленске.

ГДЕ БУДУТ ПРОХОДИТЬ СТАЖИРОВКИ?

Участники программы на конкурсной основе получают право прохождения бесплатной стажировки в ведущих российских и зарубежных организациях. Зарубежные стажировки проводятся в Германии, Ирландии, Италии, Нидерландах, Норвегии, Финляндии, Франции, Японии и США.

КАКОВА СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ?

Базовая стоимость подготовки одного специалиста составляет для программ профессиональной переподготовки по типу

А – 100 000 руб., по типу В – 60 000 руб.

■ 33 % оплачивается за счет средств областного бюджета;

■ 33 % оплачивается за счет средств федерального бюджета;

■ 34 % общей стоимости обучения оплачиваете вы сами или предприятие, которое вас направляет.

ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ СТАТЬ УЧАСТНИКОМ ПРОГРАММЫ НЕОБХОДИМО:

Выбрать подходящую программу.

Зарегистрироваться в системе Modeus.

Подготовить необходимый пакет документов и подать его до 10 мая 2014 года в Смоленскую региональную комиссию по организации подготовки управленческих кадров. Адрес: г. Смоленск, пл. Ленина, д.1, каб. 357.

Полный список документов и порядок их подачи можно узнать на сайте

<http://www.pprog67.ru/> в разделе «Конкурсный отбор»

или по телефонам: 8 (4812) 29-23-51, 38-66-53.

КАК СТАТЬ УЧАСТНИКОМ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ПРОГРАММЫ?

Требования к участникам программ:

- возраст до 40 лет;
- высшее профессиональное образование;
- общий стаж работы не менее 5 лет;
- опыт работы на управленческих должностях не менее 3 лет.

Евгений ЧУРАНОВ,
руководитель отдела интернет-рекламы
Web-canape

Почему Москва пьёт ЧЕШСКОЕ И НЕМЕЦКОЕ?

Как отличаются запросы пивных потребителей в мегаполисе и других регионах

Самый лучший способ узнать о том, что думают потребители, - это спросить их об этом. А если спрашивать - дорого? Тогда можно изучить спрос потенциальных клиентов через Интернет. Пример того, как это можно сделать, разобран на анализе интернет-статистики поисковых запросов по рынка алкогольной продукции Смоленска, Брянска и Москвы, в частности пива.

Почему нужно прочитать эту статью?

Чтобы знать, как экономно находить информацию о потребителе и его потребностях.

Из этой статьи вы узнаете:

- как узнать об интересе к вашему товару или услуге?
- как можно проанализировать данные интернет-статистики?
- как использовать на практике аналитику запросов?

ВСЕ ОТВЕТЫ ЕСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ

О важности Интернета в наши дни уже говорить не стоит. Всем известно, что Интернет с каждым годом становится всё более востребованным источником не только рекламы и продаж, но и источником статистической информации, которая полезна в том числе и для представителей бизнеса.

Используя современные системы интернет-статистики и аналитики, можно не только узнать, сколько человек интересовалось той или иной информацией, но и изучить сезонность спроса, социально-демографический и даже психо-

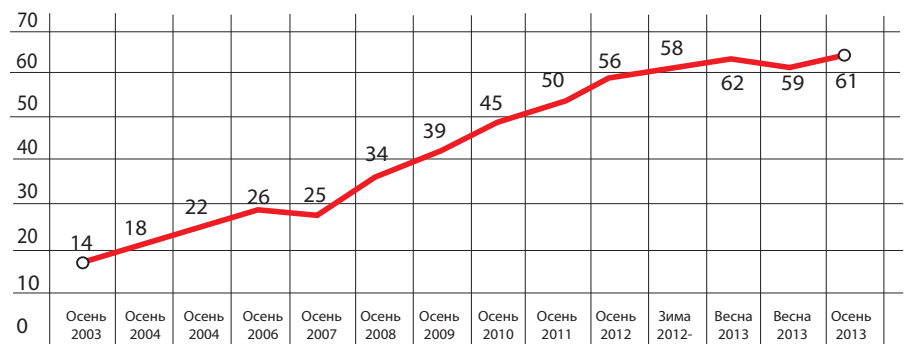
логический портрет потребителя.

Годовой прирост интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз в месяц, составил 9%, а для суточной аудитории данный показатель равен 14%.

По данным ФОМ (осень 2013 года), суточная динамика проникновения Интернета в России (выходящие в сеть хотя бы раз за сутки) – сейчас составляет 46% (53,2 млн. человек), а месячная – 57% (66,5 млн. человек).

В большинстве областных центров ЦФО (с населением от 100 до 500 тысяч человек) данный показатель равен 61% (см. рис. 1).

Рис. 1. Динамика проникновения Интернета по регионам ЦФО (Источник: ФОМ)



Таким образом, обладая информацией о том, кто и как ищет информацию в Интернете, можно не только оценить востребованность того или иного товара и услуги, но и на основе этих данных спланировать различные рекламные кампании, стратегии вывода товара на рынок, открытие новых каналов продаж и рынков сбыта.

Использование этих данных полезно в том числе и предпринимателям, занимающимся продажей товаров и услуг любой направленности. Например, для туристической компании можно узнать, какие из направлений отдыха наиболее востребованы в регионе, для агентств недвижимости можно узнать, какой тип недвижимости чаще ищут потенциальные клиенты, а владельцы ресторанного бизнеса могут проанализировать популярность ресторанов конкурентов и т.д.

К сожалению, эти данные не всегда смогут помочь компаниям, стремящимся вывести на рынок совершенно новый товар или услугу, - статистики по таким запросам просто может не быть.

КТО ИЩЕТ «ПИВО ДЛЯ ВОЛОС», ИЛИ ЧТО ТАКОЕ «КАРДЫМОВСКОЕ»?

Получить информацию о том, как ищут товар пользователи Интернета, узнать востребованность продукта на рынке может совершенно бесплатно, используя сервисы крупных поисковых систем Яндекс (<http://wordstat.yandex.ru/>), Google (<http://www.google.com/trends/>), Майл.ру и других. В первую очередь, можно увидеть статистику популярности поисковых запросов, которые задают посетители. Кроме этого, можно увидеть не только популярность любого запроса, но и проанализировать, что кроме интересующего нас запроса искал пользователь.

Итак, пиво. Продукт, бесспорно, популярный, являющийся для очень многих магазинов и торговых организаций чуть ли не основным продуктом, приносящим прибыль.

В табл. 1 представлена статистика популярности поисковых запросов по Смоленской области. В левом столбце – статистика по запросам со словом «пиво», а в правом – сопутствующие запросы пользователей.

Таблица 1 - Статистика по словам, содержащим «пиво» (Смоленск и область)

Что искали люди в запросах со словом "пиво"		Что ещё искали люди, искавшие "пиво"	
Статистика по словам	Показов в месяц	Статистика по словам	Показов в месяц
Пиво	3529	Вино	5740
Пиво смоленск	441	Водка	2899
Кардымовское пиво	432	Шампанское	902
Кардымовское пиво +в Смоленске	218	Завод игристых вин	18
Пить пиво	197	Игристые вина	89
Куплю пиво	181	Вермут	72
Пиво купить	181	Мартини	592
Пиво разливное	175	Чинзано	19
Где пиво	133	Водка абсолют	20
Рецепт пива	88	Водка белуга	33
Продажа пива	85	Водка финляндия	25
Пиво фото	84	Виски jameson	10
Где купить пиво	82	Виски	1688
Пиво цена	78	Ирландский виски	8

Доля коммерческих запросов (со словами «купить», «цена», «поставщик», «оптом») составляет 25% (данная статистика может быть использована, например, для организации контекстной рекламы). Доля запросов, связанных с самостоятельным приготовлением пива, - 16% (эта статистика может быть полезна продавцам компонентов и оборудования для домашнего пивоварения).

ТОП-7 брендов региона выглядит

следующим образом (статистика будет интересна маркетологам для оценки популярности того или иного бренда в регионе):

- пиво кардымовское,
- пиво варница,
- пиво балтика,
- пива клинское,
- пиво аливария,
- пиво чешский лев,
- пиво бахус.

Среди торговых марок лидируют запросы (1-2 место) регионального производителя. В первую очередь это связано с повышением интереса к недавно открывшейся сети разливного пива в областном центре. Далее идут крупные федеральные марки. Близость Белоруссии тоже влияет на данную статистику - в списке есть и белорусский бренд.

Что в это время происходит в Брянской области (см. табл. 2)?

Таблица 2 - Статистика по словам, содержащим «пиво» (Брянск и область)

Что искали люди в запросах со словом "пиво"		Что ещё искали люди, искавшие "пиво"	
Статистика по словам	Показов в месяц	Статистика по словам	Показов в месяц
Пиво	4179	Вино	8699
Брянск пиво	296	Водка	4282
Пить пиво	211	Шампанское	1190
Пиво разливное	176	Завод игристых вин	6
Отзывы пива	176	Игристые вина	208
Пиво +для волос	151	Вермут	140
Пиво +для волос отзывы	130	Мартини	782
Пиво фото	123	Чинзано	50
Продажи пива	116	Водка абсолют	15
Рецепт пива	112	Водка белуга	19
Магазин пиво	104	Водка финляндия	21
Пиво несовершеннолетним	97	Виски jameson	8
Куплю пиво	89	Виски	2415
Торт +из пива	87	Ирландский виски	9

Доля коммерческих запросов (со словами «купить», «цена», «поставщик», «оптом») составляет 21%. Доля запросов, связанных с самостоятельным приготовлением пива, - 15%.

ТОП-7 брендов Брянской области:

- пиво жигулевское,
- пиво брянское,
- пиво белорусское,
- пиво украинское,
- пиво новозыбковское,

- пиво балтика,
- пиво клинское.

На первом месте стоит запрос по марке «Жигулевское», уверенные позиции занимают запросы на продукцию из пограничных государств. Любопытно, что один из популярных запросов – «пиво для волос». Возможно, данная информация будет полезна поставщикам косметической продукции.

Теперь сравним данные по регионам с аналогичной статистикой столичного региона. Москва является лидером по активности интернет-аудитории: в среднем на Москву и область приходится в среднем более 30% всех поисковых запросов (см. табл. 3).

Таблица 3 - Статистика по словам, содержащим «пиво» (Москва и область)

Что искали люди в запросах со словом "пиво"		Что ещё искали люди, искавшие "пиво"	
Статистика по словам	Показов в месяц	Статистика по словам	Показов в месяц
Пиво	200140	Вино	355413
Пиво купить	14423	Водка	172896
Куплю пиво	14409	Шампанское	57659
Пиво разливное	11930	Завод игристых вин	120
Пиво +в москве	9184	Игристые вина	5772
Магазин пива	6733	Вермут	4137
Пиво пит	6513	Мартини	24923
Доставка пива	5601	Чинзано	1925
Продажа пива	4028	Водка абсолют	1361
Пиво цена	4009	Водка белуга	4127
Магазин разливного пива	3895	Водка финляндия	1817
Рецепты пива	3800	Виски jameson	2291
Пиво оптом	3646	Виски	133387
Купить пиво москва	3637	Ирландский виски	807

Доля коммерческих запросов (со словами «купить», «цена», «поставщик», «оптом») составляет 20%. Доля запросов, связанных с самостоятельным приготовлением пива (со словами «рецепт», «домашнее», «в домашних условиях», «своими руками»), - 7%.

ТОП-7 брендов в регионе следующий:

- пиво чешское,
- пиво немецкое,
- пиво жигули,
- пиво бельгийское,
- пиво балтика,
- пиво жигулевское,
- пиво гиннес.

Статистика столицы сильно отличается от ранее рассмотренных регионов. Основные запросы приходятся на продукцию иностранного производства и более дорогих брендов, в том числе производимых и в России. Обосновать данный факт можно более высоким уровнем жизни жителей столицы и, соответственно, интересом к премиальным продуктам.

СЕЗОННОСТЬ: КОГДА ПЬЮТ ПИВО?

Бесплатные сервисы также позволяют отследить сезонность спроса на

товар/услугу. Подобные инструменты обычно выдают данные за последние два года. Статистику можно смотреть как по месяцам, так и по неделям для любого региона. Анализируя такую информацию, можно спрогнозировать сезонный спрос, пики активности, общую тенденцию по спросу. Данная информация может быть использована для прогнозирования пика спроса на продаваемый товар, планирования закупок, рекламных бюджетов и т.д.

Рассмотрим статистику сезонности запросов по слову «пиво» для исследуемых регионов (см. рис. 2-4).

Рис.2. История показов по фразе «пиво» по Смоленской и Брянской областям

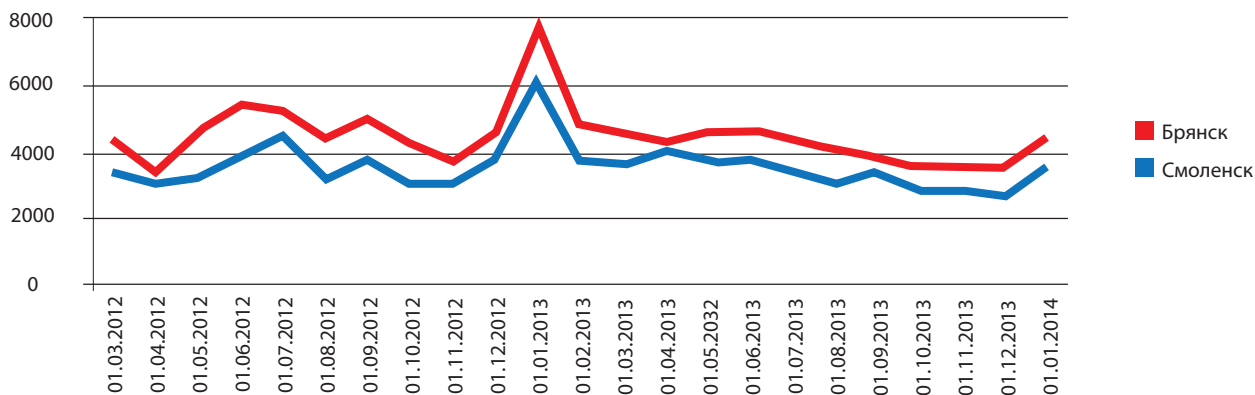


Рис.3. История показов по фразе «пиво» по Московской области

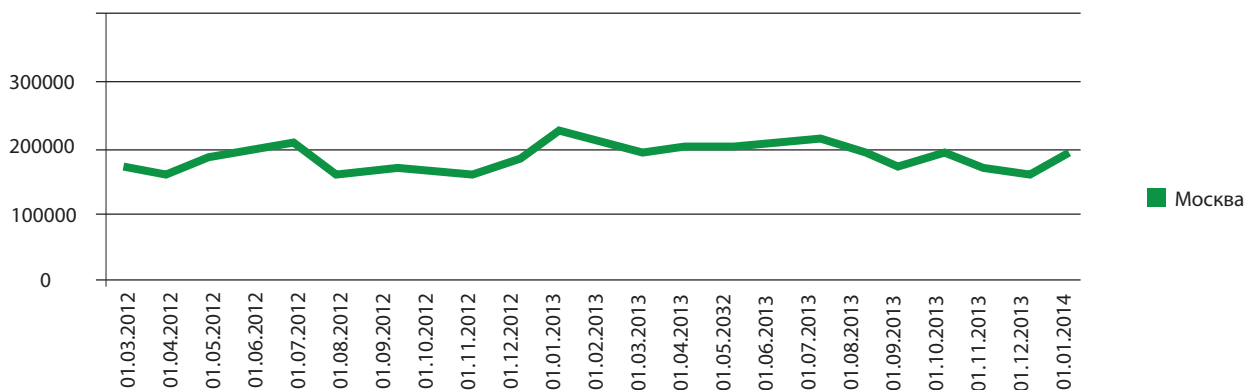
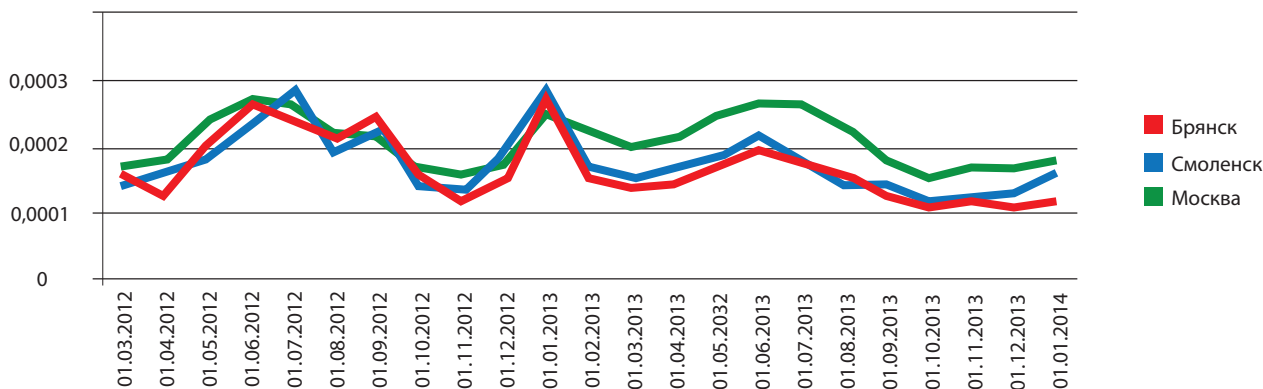


Рис.4. Сравнение трёх регионов в относительных единицах



Из анализа динамики спроса можно сделать следующие выводы:

- схожесть поведения потребителей в трёх регионах,
- общее снижение популярности запросов со словом «пиво»,
- явно выраженные пики активности в летний и новогодний период,
- снижение активности в период холодных месяцев.

Для анализа сезонности коммерческих запросов более наглядным будет запрос «пиво оптом», тут статистика сильно отличается (см. рис. 5-7).

Рис.5. История показов по фразе «пиво оптом» по Смоленской и Брянской областям

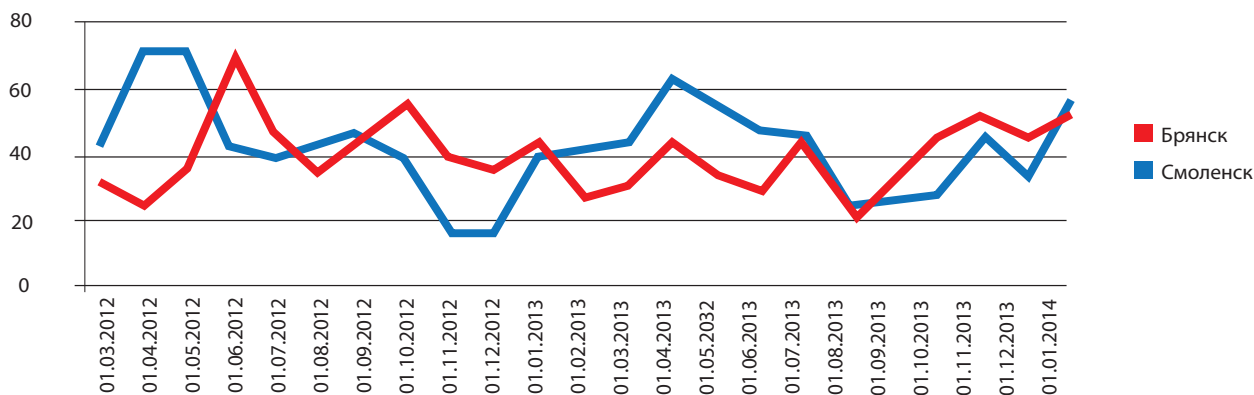


Рис.6. История показов по фразе «пиво оптом» по Московской области

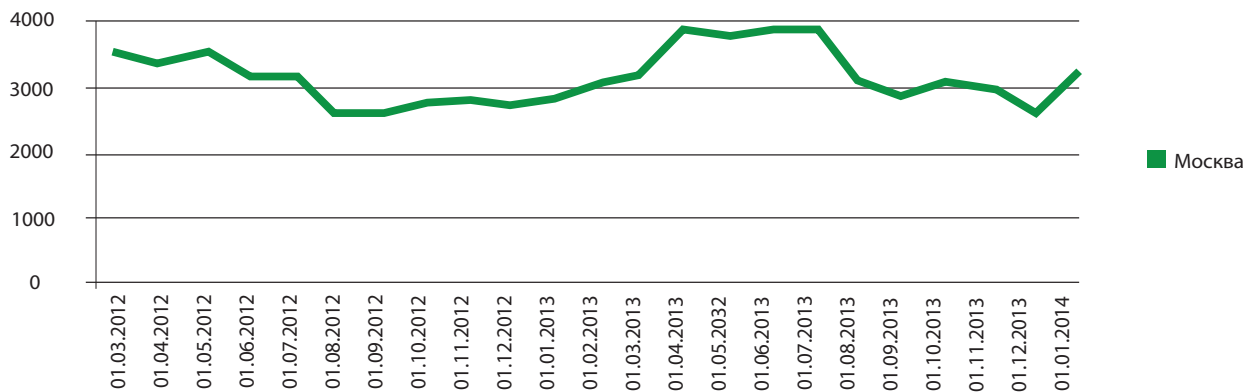
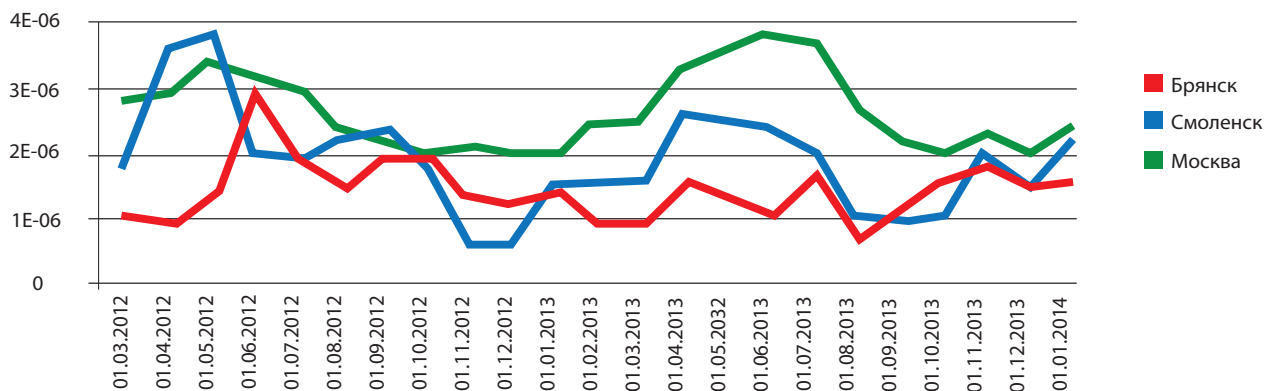


Рис.7. Сравнение трёх регионов в относительных единицах

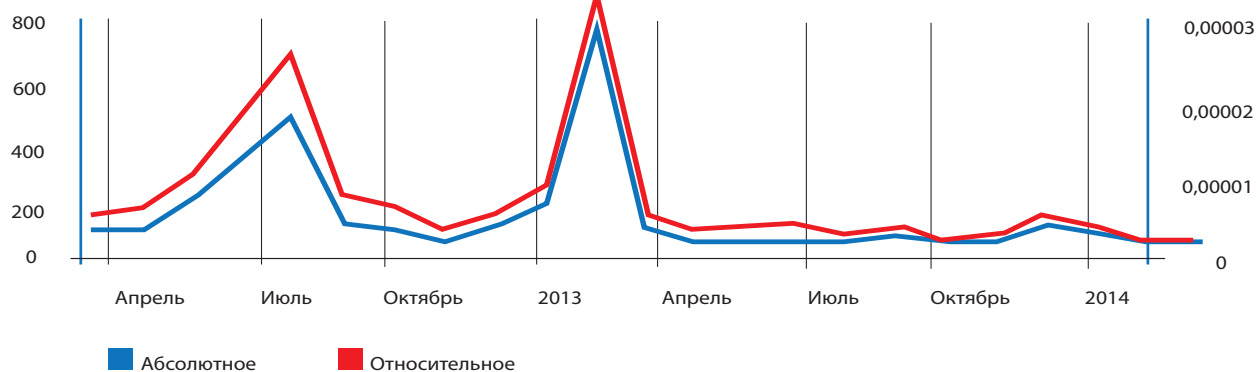


Так, в Смоленской и Брянской областях наблюдается увеличение активности в весенний период - возможно, это время оптовых закупок к лету. В Москве и Смоленске заметно снижение в декабре (возможно, обоснованное повышением спроса на напитки других категорий), в Брянской области данная зависимость не так ярко выражена.

Любопытен пик активности запросов в январе 2013 года в Московской области, который можно обосновать введением в силу нового законодательства о продаже пива (рис. 8).

Данный пример показывает, что, анализируя данные интернет запросов, не стоит забывать и об общих тенденциях рынка, экономических и политических и других событиях, которые довольно сильно влияют в том числе и на интернет-статистику.

Рис. 8. История показов по фразе «пиво закон» по Московской области

**СРАВНИВАЕМ: ГДЕ ПИВО ПОПУЛЯРНЕЕ?**

На основе вышеизложенных сведений попробуем сравнить статистику по запросу «пиво» для Смоленска, Брянска и Москвы (см табл. 4).

Таблица 4. Статистика показов по фразе «пиво»

Регион	Показов в месяц	Региональная популярность, %
Москва	200 140	127
Смоленск	3 141	118
Брянск	3 983	95

Данные по региональной популярности говорят, что в Смоленске и Москве интерес по этому запросу повышенный, а в Брянске, наоборот, пониженный. И это даже несмотря на то, что статистика показов в месяц в Брянске по сравнению со Смоленском больше. «Региональная популярность» (affinity index.) - это доля, которую занимает регион в показах по данному слову, делённая на долю всех показов результатов поиска, пришедших на этот регион. Если популярность более 100%, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову, если меньше 100% - пониженный.

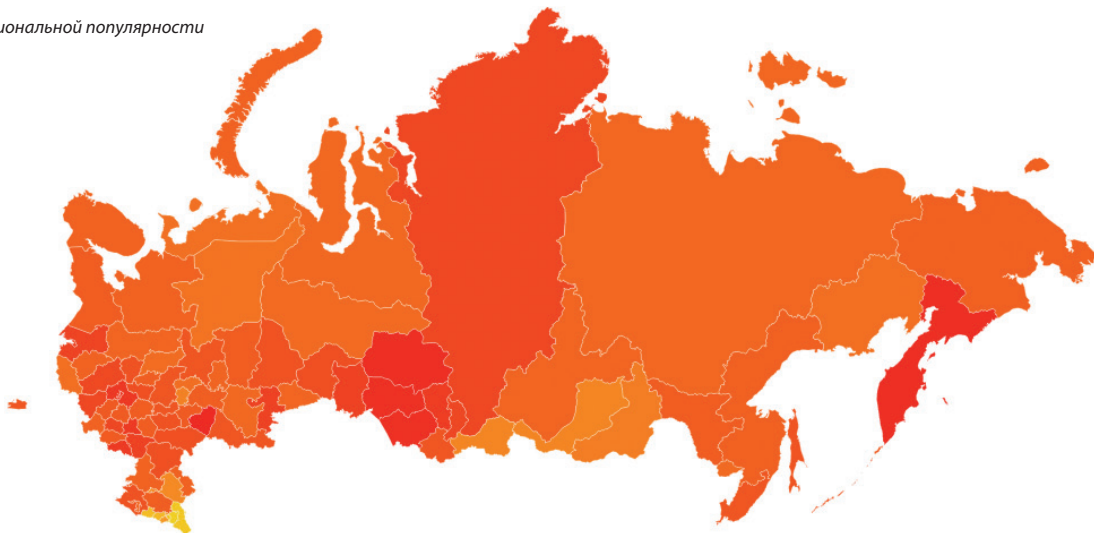
Общее соотношение по продуктам в трёх регионах практически одинаковое, однако в Брянске заметен повышенный процент по запросу «водка», который сравним по популярности с пивом.

Ещё можно сравнить данные по территориям. Мы можем увидеть разницу уровня спроса по континентам, странам, регионам и городам. Можно провести общую оценку данных по географическим регионам и представить статистику показов и региональной популярности по фразе «пиво» на территории России (табл. 5 и рис. 9).

Таблица 5. Региональная популярность по фразе «пиво»

Все регионы	Показов в месяц	Региональная популярность, %
Евразия	863321	100
Россия	736192	111
Центр	297436	120
Москва и Московская область	215629	126
Поволжье	127393	102
СНГ	118733	71
Сибирь	85076	118
Северо-Запад	83348	108
Украина	77788	74
Урал	62024	105
Санкт-Петербург и Ленинградская область	58283	117
Юг	45613	99

Рис. 9. Тепловая карта региональной популярности



Самыми «пивными регионами» оказались: ЦФО, Поволжье, Урал. Обратную статистику показали регионы Северного Кавказа. Однако если посмотреть аналогичную статистику по запросу «вино», то тут южные регионы выбиваются в лидеры. Эта информация может быть полезна для оценки необходимости расширения бизнеса на те или иные регионы.

На основе этих данных можно сделать предварительные выводы о возможности вывода на рынки регионов нового пивного или другого слабоалкогольного продукта.

По статистике видно, что запросы по продуктам федеральных сетей проигры-

вают региональным. Это можно объяснить новыми правилами рекламы алкогольной продукции, что влечёт за собой снижение интереса к продукту.

На фоне этого в Смоленске и Брянске выше спрос на продукцию местного производителя и производителей из соседних государств (Белоруссия и Украина). При выходе на данные рынки этот факт необходимо учитывать.

Аудиторию Москвы, наоборот, больше интересуют известные и дорогие бренды. Выходить на этот рынок с малоизвестным продуктом без больших вливаний в рекламу и продвижение товара, скорее всего, неперспективно.

Исследуемая отрасль рынка достаточно сложная, и опираться только на данные интернет-статистики не стоит. Эта информация позволит сделать только предварительные выводы, и если использовать её в сочетании с другими исследованиями, можно получить важные данные. Однако в менее глобальных областях регионального бизнеса (например, строительные материалы, потребительские услуги, товары ограниченного потребления и т.д.) данной информации вполне может быть достаточно для принятия нужного решения.



7 лет в Смоленске!

более 3000 клиентов

на основе метода защищено 3 диссертации

специалистами центра написано 50 научных работ

**Давайте худеть вместе
в медико-психологическом центре
Доктор Борменталь!**

Запись на бесплатную
консультацию по

Т.: 608-806

г. Смоленск, ул. Трудовая, д. 2-а



Реклама

Сергей НОВИКОВ

Индонезия:

особенности бизнеса в азиатской провинции

Оказавшись на острове Суматра, одном из многих сотен островов, входящих в данное государство, поражаешься не только красотам местной природы, но и тому, как фактически на пустом месте организуется туристическая инфраструктура. Кстати, не только туристическая.

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ

Первое впечатление, когда ты оказываешься на Суматре (для меня это был город с пиратским названием Банда Ачех на самой северной оконечности острова) – это впечатление героя фильма «Аватар»: другой мир, планета Пандора. Выглядит всё, конечно, дико. Вулкан на горизонте, тропическое буйство и практически полное отсутствие английского языка как средства интернационального общения. Но, с другой стороны, приедет европейский путешественник в какой-нибудь райцентр Смоленщины – и что он увидит? Картинки тоже будут экзотические. Теперь возвращаемся на Суматру, которая для Индонезии та ещё провинция. Туристов здесь, на самом деле немало, впрочем, почти при полном отсутствии наших соотечественников. Что влечёт сюда путешественников? Попробую объяснить.

БИЗНЕС С ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ ЛИЦОМ

Думаю, туристов, в первую очередь, привлекает в столь отдалённые места отношение к ним, то есть к туристам, местных жителей. А с кого обычно начинается знакомство с местом? Со знакомства с таксистом. Несмотря на мой очень ограниченный словарный запас языка Шекспира, молодой парень за рулём английских слов знал в три раза меньше. И при этом никакого барьера не возникло! Свободный номер в отелях Банда Ачеха найти было непросто, но таксист не успокоился, пока не нашел для меня место ночлега. И никакой дополнительной платы не взял, хотя колесили мы по городу почти час: как сказал сразу цену (среднюю по Смоленску), так на этой цене и остался. Общая доброжелательность, готовность помочь, подсказать, объяснить – визитная карточка если не Индонезии в целом, то уж, по крайней мере, Суматры и её ближайших окрестностей. У меня был случай, когда на вопрос в косметическом

магазине, есть ли у них кокосовое масло, сердобольная женщина в платочке (Индонезия – исламская страна), посоветовав, что такого у них нет, стала объяснять, где это самое масло находится. Увидев, что в данном случае языковой барьер уверенно превращается в подобие Берлинской стены – она не успокоилась, пока не нарисовала мне схему, как дойти до магазина, где оно продаётся. Схема оказалась понятнее, чем карта острова сокровищ из одноименного романа, и до места я дошел. Масло кокоса там действительно было.

Что такое отель на Суматре? Все скромно, но чисто, аккуратно, очень недорого и обязательно с завтраком. Везде есть беспроводной доступ в Интернет, что на общем экзотическом фоне смотрится необычно. Прогулка по улицам города оставляет устойчивое впечатление, что малый и средний бизнес не просто доминирует. Он здесь безраздельно царствует! В глазах пестрит от бесконечного количества лавок, лавочек и просто лоточной уличной торговли. И вот здесь нужно сделать несколько обязательных замечаний про местный сервис. Забудьте про Египет и Турцию, где торговцы иногда буквально бросаются на туристов. Тут никто ни на кого не бросается. При входе в магазин продавец поздоровается и улыбнётся так, словно ждал именно вас последние несколько лет. Ходить за покупателем по пятам он (или она) не станет, но как только вы проявите интерес к товару – сразу же окажется рядом. Можно торговаться – сделают небольшую скидку. Небольшую, потому что почти все и так стоит до неприличия дешево. Характерная деталь: в городе, который имеет статус областного

центра, нет крупных сетевых магазинов. Конечно, тут тоже есть минусы для потребителя, избалованного сервисом и ассортиментом супермаркета. Некоторые лавки напоминают советские сельпо по стилистике, но только не по ассортименту предлагаемой продукции. Очень много уличной торговли – такой, какая у нас была



одной стороны, почти весь город напоминает большой средневековый рынок. Но с другой, сейчас, в эпоху господства сетевых гигантов, торговля превращается в конвейер, индустрию без человеческого лица. На Суматре лицо у торговли совершенно человеческое и, кстати, очень приветливое!

ОТДЫХ НА ОСТРОВЕ. ИЗ ИНДОНЕЗИИ С ЛЮБОВЬЮ

Примерно в двадцати километрах к северу от Суматры есть маленький островок Сабанг. Его площадь примерно в десять раз меньше небольшого района Московской области. Соответственно, кроме нескольких деревень и городка размером с Шатуру, или чуть крупнее, там ничего нет и быть не может. Но, оказывается, может! Потому что наличие пляжа и моря (оба чистые) позволило реализоваться здесь примечательной частной инициативе, которую нельзя не вспомнить с любовью. Это гостевые дома в виде бамбуковых бунгалов с инфраструктурой, которая позволяет чувствовать себя комфортно даже на краю земли. Именно в одном из таких гостевых домов автор и остановился. Как это все выглядит? У кромки моря расположились в два-три яруса примерно 10-15 бамбуковых домиков. Домики хоть и бамбуковые, но со всеми удобствами, чистой постелью, ежедневной уборкой, питьевой водой в кулере, балконом с гамаком и обязательным видом на море. В отдельной большой хижине располагается ресепшен и первый из двух ресторанчиков, куда проживающие ходят на завтраки (завтраки в стоимость проживания включены). Здесь же работает небольшой магазинчик с минимальным набором сувениров и товаров первой необходимости. Владелец всего этого

хозяйства – милый дедушка Фредди, приехавший в Индонезию из Южной Африки и открывший на островке небольшой бизнес. На территории мини-комплекса работает ещё один ресторанчик с национальной и интернациональной кухней. Высоких цен нет (бунгало с завтраком стоит чуть меньше 20 долларов в сутки). На пляже есть всё, что нужно: лежаки, кокосовые пальмы, гамаки между этими пальмами и неповторимая атмосфера неиндустриального, какого-то трогательно домашнего отдыха. На завтраке сам хозяин обеспечивает небольшой, но вкусный шведский стол: по-хозяйски жарит омлет и подливает натуральный кофе в начищенный до блеска кофейник. По моим подсчетам, персонал гестхауса насчитывает человек десять, не больше. Отношения между Фредди и его кадрами лично мне напомнили какие-то золотые времена, которые или были очень давно, или существовали только в моём воображении, когда люди любили и понимали друг друга. Конечно, есть здесь и бесплатный Интернет, и такси-сервис, когда настает пора покидать это действительно гостеприимное место. А покидал я данное место с чувством легкой обиды, которая была обусловлена очевидной в принципе мыслью, что у нас в большинстве российских регионов такого рода места отдыха сейчас в принципе отсутствуют. Нет, места отдыха как таковые есть, но все или VIP-класса или с претензией на этот самый класс, по крайней мере, в диапазоне цены. Понимаю, что моря и пляжа в большинстве наших областей нет. Но разве мало собственных природных красот и исторических достопримечательностей, чтобы где-нибудь, на берегу небольшого озера появился постоянный двор на 10-15 мест с домашней кухней, доступными для всех ценами, непринуждённой атмосферой и хозяином, который будет по утрам потчевать вас блинами собственного приготовления?

раньше. Ну, знаете, семечки там, пирожки горячие. Здесь, конечно, свои товары, фрукты, например. Но в целом создаётся впечатление, что ты можешь торговать где угодно и почти всем чем угодно. Кстати, пирожки или что-то на них похожее автор покупал с лотка. Вкусно и почти бесплатно. Насколько оправдан такой подход? С



СБЕРБАНК

Всегда рядом

Комплексное обслуживание

ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

ВМЕСТЕ К НОВЫМ ГОРИЗОНТАМ



Тарифный план «ЛИГА БИЗНЕСА»

**ВАШ БИЗНЕС
ВСЕГДА
НА ВЫСОТЕ**

☎ **8 800 555 55 30**
(звонки по России — бесплатно)

🌐 www.sberbank.ru

Подробную информацию об условиях тарифного плана «Лига бизнеса» и документах, необходимых для его оформления, вы можете получить в отделениях Банка, обслуживающих юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, по телефону Контактного центра 8 800 555 55 30 (звонки по России — бесплатно) или на сайте Банка sberbank.ru. Тарифный план «Лига бизнеса» действует для субъектов малого бизнеса организационно-правовой формы «ИП» и «ООО» с годовой выручкой не более 60 млн рублей при условии наличия у клиента действующего положительного решения по кредиту «Доверие» или ссудной задолженности по кредиту «Доверие», оформленному в рамках тарифного плана «Лига бизнеса». Существует территориальное ограничение по выдаче тарифного плана. Перечень и адреса филиалов Банка, предоставляющих услуги по выдаче тарифного плана «Лига бизнеса», опубликованы на сайте sberbank.ru. Условия действительны на 01.11.2013. Изменение условий производится Банком в одностороннем порядке. Предложение действительно до 01.05.2014. Информация, представленная в данном материале, не является публичной офертой. ОАО «Сбербанк России». Генеральная лицензия Банка России №1481 от 08.08.2012.

Реклама