

ствие сертификата на противопожарную пену и неправильная установка шпингалетов. В итоге клуб не работал в течение нескольких дней, а затем оспорил свою приостановку в суде, который на этот раз признал основания для закрытия незначительными. После этого руководство клуба заявляло о намерениях отсудить у службы судебных приставов компенсацию за понесенные убытки. Правда, сейчас в клубе от комментариев воздерживаются. А в службе судебных приставов поясняют, что действовали в рамках постановления суда, который счел необходимым приостановить деятельность клуба.

Пока дым не грядет

Несомненным минусом проверок владельцев питейных заведений называют также и их публичность, которая негативно отразилась на их имидже. Проверяющие органы приглашали на проверки и опечатавание СМИ. «Все происходило в каком-то хаосе. Под надзором журналистов. Ну зачем весь этот пафос? Нужно проверять не после того, как уже все случилось, а до», — считает топ-менеджер ресторана «Тануки» Андрей Гомелин.

Впрочем, как ни удивительно, в целом владельцы питейных заведений к проверкам отнеслись с пониманием. «После трагедии каждый руководитель по-другому оценил уровень безопасности своего заведения и уровень своей ответственности», — говорят рестораторы. Директор ночного клуба «Ветер» Михаил Вишневецкий добавляет, что появился «дополнительный стимул к тому, чтобы привести все в соответствие с нормами». «Отличие этой проверки от прошлых в том, что внимание обращали на конкретные детали, которые привели к гибели людей в „Хромой лошади“. Я считаю это абсолютно правильным. Если идет нормальная работа и замечания носят рекомендательный характер, любой владелец общественных заведений отнесется к этому нормально», — рассказал владелец пивного ресторана «Абырвалг» Александр Аленин.

Это подтверждают и в Госпожнадзоре: «После трагедии многие впервые узнали, что собственник отвечает за пожарную безопасность своего объекта. Поэтому мы наблюдаем, что к нашим требованиям стали подходить все-таки более ответственно. Но есть и такие фирмы, которые сразу после начала проверок закрылись. Видимо, решили переждать, чтобы потом спокойно работать. Но в основном предписания исполняются».

В Госпожнадзоре надеются, что в дальнейшем ситуация, которая была выявлена в ходе внеплановых проверок, будет исправлена за счет ужесточения штрафов за нарушения пожарной безопасности. Сейчас КоАП предусматривает штрафы до 2 тыс. руб. для физических лиц и до 20 тыс. руб. — для юридических. МЧС подготовило предложения по увеличению размеров штрафов. В ведомстве считают, что сумма штрафа должна равняться стоимости несущественных мероприятий по обеспечению безопасности. Таким образом, в случае, к примеру, если ширина эвакуационного выхода в заведении не соответствует нормам, владельцу заведения придется заплатить за это сумму, в которую ему бы обошлась реконструкция. «Предприниматели начнут считать деньги, и нарушать будет невыгодно», — рассчитывают в Госпожнадзоре.

ИРИНА ПЕЛЯВИНА



Агрохолдинг «Ашатли» — это динамично развивающаяся, вертикально и горизонтально интегрированная группа компаний сельскохозяйственного направления. Агрохолдинг «Ашатли» создан в 2004 году, и на сегодняшний день на предприятиях трудятся свыше 1200 человек. 2009 год стал новым этапом в развитии Агрохолдинга «Ашатли».

Год начался с того, что была сформирована новая для сельского хозяйства система управления. Управление сельскохозяйственными организациями осуществляется из одного центра — ООО «Управляющая компания «Ашатли». Создан Совет директоров, в состав которого входят два независимых директора. Полностью обновлен топ-менеджмент управляющей компании, сформировано Правление Агрохолдинга.

Советом директоров утвержден новый фирменный стиль Агрохолдинга «Ашатли», в основе которого лежат европейские тренды, а также сформировано стратегическое видение Агрохолдинга на два-три года и семь лет, миссия и ценности Агрохолдинга.

Миссия Агрохолдинга «Ашатли»:

Мы:

- динамично развиваемся,
- несем инновации в сельское хозяйство,
- заботимся о здоровье людей.

Ценности Агрохолдинга «Ашатли»:

- лидерство,
- профессионализм,
- ответственность,
- командность.

Подводя итоги ушедшего года, можно сказать, что в целом по Агрохолдингу «Ашатли» наблюдается положительная динамика в развитии сельскохозяйственных предприятий, несмотря на то, что сельское хозяйство является не самой привлекательной отраслью экономики, особенно в условиях кризиса.



Так, в 2009 году Агрохолдинг «Ашатли» приобрел три предприятия молочной направленности, что привело к увеличению вала сырого молока почти в два раза. На сегодня среднесуточный надой всех хозяйств Агрохолдинга «Ашатли» превышает 52 тонны, что занимает самую большую долю рынка по производству сырого молока в Пермском крае. Нельзя не отметить повышения качества производимой продукции: 54 % от общего объема составляет молоко высшего сорта, а ос-

на правах рекламы

2009 год для Агрохолдинга «Ашатли» стал годом старта

тальные 46% — первого. В целях совершенствования технологий содержания и кормления КРС специалисты зоотехнической и ветеринарной службы предприятий Агрохолдинга «Ашатли» прошли обучение в Санкт-Петербурге в Академии менеджмента и агробизнеса Нечерноземной зоны Российской Федерации.



Вопросу обучения и повышения квалификации работников уделяется особое внимание, поскольку внедрение новых технологий в сельском хозяйстве невозможно без новых знаний. Так, специалисты по растениеводству прошли обучение на семинаре по теме «Кормозаготовка и повышение качества кормов для высокопродуктивных стад» в НИИ СПХ «Лобаново». Проведена серия обучающих программ по системам оплаты труда и нормированию численности персонала, а также другим вопросам управления персоналом для специалистов кадровых служб предприятий Агрохолдинга. Одним из важнейших этапов в формировании понимания, что «сельское хозяйство — это бизнес», стало проведение семинара для руководителей по темам «Бюджетирование», «Основы маркетинга» и юридическим вопросам в деятельности сельхозпредприятий.

Все сельхозпредприятия Агрохолдинга «Ашатли» активно компьютеризируются, в частности, внедряется программа племенного учета оборота стада и производственной экономики, почти закончено внедрение программы «1С» и программы «Инталев», проложены внутренние компьютерные сети между объектами в хозяйствах.

Новый подход к ведению бизнеса в первую очередь выразился в увеличении заработной платы в хозяйствах. Кроме того, выручка по хозяйствам увеличилась на 40%, прибыль — на 25%, а капитализация Агрохолдинга «Ашатли» — на 50%. Это ощутимые и реальные результаты нового подхода к ведению сельского хозяйства.

В 2009 году было разработано и внедрено несколько проектов, повышающих доходность предприятий.

Самым заметным из них для жителей Пермского края и уже ближайших регионов — Свердловской области и Республики Удмуртия — стал выпуск нового цельного пастеризованного молока под торговой маркой «Деревенское». Проведенные маркетинговые исследования, которые выяви-

ли основные потребности потребителей, обеспечили «Деревенскому молоку» попадание «в десятку»: уже в первый месяц фактические результаты реализации молока превысили прогнозируемые в три раза. На сегодня молоко «Деревенское» реализуется объемами свыше 15 тонн ежедневно, и, по оценкам экспертов, рынок Пермского края не насыщен этим продуктом даже на 30%. Это открывает перспективы для активной работы в 2010 году.

Жители Краснокамска ощутили на себе реализацию амбициозных планов Агрохолдинга «Ашатли» в октябре 2009 года — у них появилась возможность покупать свежее охлажденное мясо в первом фирменном специализированном магазине «Мясной базар» Агрохолдинга «Ашатли». Доверие и лояльность к местному сельхозтоваропроизводителю поддерживает грамотность и внимательность продавцов, которые также обучились искусству продаж.

За 2009 год повысилась не только квалификация персонала предприятий Агрохолдинга «Ашатли», но и была произведена модернизация производственных и складских помещений в ряде хозяйств.

Управляющая компания «Ашатли» взяла курс на формирование имиджа группы компаний: за год предприятия Агрохолдинга приняли участие в трех выставках на «Пермской ярмарке», ведутся работы по созданию сайта и единого стиля оформления хозяйств. Первой ступенькой в этом большом объеме работы стала регистрация домена и создание унифицированных адресов электронной почты для предприятий и сотрудников, что значительно упростило коммуникации между компаниями.

Прошедший год стал стартовым для внедрения корпоративных традиций. Так, для усиления мотивации персонала к достижению более высоких результатов были учреждены три номинации для победителей с ежегодно переходящими кубками: «Золотая осень», «Инновация» и «Молочный лидер». Передачу кубков решено приурочить к корпоративному празднованию Дня работника сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности, где традиционно подводятся итоги по прошедшему сельскохозяйственному году.

Несмотря на кризис, в 2009 году Агрохолдинг «Ашатли» сделал очередной шаг в своем развитии. Это стало возможным благодаря четко сформулированной стратегии и целям, которые были поставлены топ-менеджментом, и, безусловно, добросовестной работе каждого человека на своем рабочем месте, так как Агрохолдинг «Ашатли» — это команда специалистов, это инновационный подход к ведению сельского хозяйства, это будущее Пермского края!

