



ТЕМА НОМЕРА Кризис-2015 Что делать?

2015 год начался с активных антикризисных действий—планы по спасению экономики в целом или конкретного предприятия или человека начали создаваться повсеместно. «Капиталист» посвятил номер этим антикризисным планам—в истории, современности и будущем

В итоговом номере «Капиталиста» за 2014 год мы сделали незамысловатый и очевидный прогноз, что в 2015 году ситуация в экономике и бизнесе будет малопредсказуема, и почти на всех планах и намерениях можно поставить крест. С обвалом рубля обрушились и инвестпроекты, госбюджеты, выручки и прибыли, стратегии. Соответственно, как минимум первая половина года должна стать временем адаптации к новым условиям, переписывания планов и поиска выхода из кризиса.

Антикризисные планы, которые разрабатывали власти всех уровней, стали, пожалуй, самым важным и заметным явлением в экономике. Резкий рост процентных ставок по кредитам, удорожание продуктов в магазинах, сокращения персонала на предприятиях—вызовов, требующих ответа, возникло множество. И понятно, что принять массивные меры по всем направлениям могло только государство—как самый крупный переговорщик и регулятор.

Если посмотреть внимательно на 60 с небольшим пунктов антикризисного плана от властей Алтайского края, то совсем уж радикальных шагов, каких ждут в условиях экономического чрезвычайного положения, там нет. Направления господдержки бизнеса и сельского хозяйства в частности—в основном, те же. Впрочем, сумма субсидий, как сообщается, будет значительно увеличена за счёт регионального бюджета и федеральных трансшей.

Из наиболее решительных мер—действия по предотвращению роста безработицы (см. инфографику), намерения по бюджетной экономии и, пожалуй, более привлекательные условия госзакупок. Возможность налоговых каникул, которых столь сильно ждёт бизнес, и особенно малый,—далеко не стопроцентная. В антикризисный план включён лишь пункт о ясности по этому вопросу ближе к лету. А зная, что власти боялись недополучить «благодаря» налоговым льготам средства в местные бюджеты, из-за чего решение откладывается уже больше года, каникулы для бизнеса и вовсе представляются маловероятными.

Впрочем, серьёзные попытки регулирования экономики всё же есть: власти обещали договориться с банками, чтобы те не повышали задним числом проценты по бизнес-кредитам, а с торговыми сетями—о сдерживании цен на продукты. Хотя последние вышли с такой инициативой и сами.

Но всё же надежда на то, что антикризисный план властей будет детализирован в сторону реальных и действенных мер, есть. Другое дело, что польза одних, как правило, достигается за счёт уступок другим, на которые далеко не все готовы.

Самыми любопытными должны стать антикризисные планы каждой конкретной компании, каждого конкретного человека. В виде оформленного документа мы их вряд ли когда-то увидим, но обязательно столкнёмся с такими поступками как потребители чего бы то ни было. Опыт по спасению личных финансов или сохранению бизнеса можно поискать в истории—она даже у барнаульских купцов весьма богатая и интересная (см. исторический кейс). Можно изучить и антикризисную работу современных компаний (см. подборку брендов месяца). В неблагоприятное экономическое время всегда найдутся те, кто сумеют извлечь из этого пользу.

Другой вариант—ждать и надеяться, когда вам поможет чей-то чужой план. Но даже если и выбрать такую стратегию, всегда можно сделать хотя бы что-то—например, пересесть с автомобиля на велосипед. В смысле, начать экономить.

В популярном современном сериале Newsroom, как кажется, довольно точно сформулировали идею всех кризисных активностей. Все мы находимся в лодке, в которой—пробина. Заткнуть её невозможно, и лодку сменить тоже. Остаётся лишь вычерпывать воду быстрее, чем она прибывает.

Понятно, что вычерпывать воду из лодки придётся каждому. И здесь никакой чужой антикризисный план не поможет. ☐

96
МИЛЛИОНОВ
рублей заняла мэрия
Рубцовска у Сбербанка
на покрытие дефицита
бюджета

14
РАЗ
власти Барнаула
пытались продать
«СТАРЫЙ БАЗАР»,
но так и не смогли

22
ЭТАЖА
планируется в доме,
который построит
«СЕЛФ» на месте завода
«Лакт». Архитекторы
рекомендуют снизить
высотность

200
тысяч долларов хотят
выручить за продажу
кальинной «PUFF US» её
нынешние владельцы

КОМПАНИЯ

Секрет «Фирмы»

В канун кризиса Алексей Молчан и Валерий Мурзаканов открыли в Барнауле первую мужскую парикмахерскую «Фирма Barbershop». Предприниматели предпочли собственный бренд франшизе и стали продвигать новые для региона услуги

На входе в «Фирму» посетителя встречает барная стойка из кирпича. Администратор приветствует гостя рукопожатием, предлагает скоротать время до стрижки за горячим или прохладительным напитком. Вокруг—лаконичный монохромный интерьер с применением дерева. Играет джазовая музыка, сменяющаяся электронными композициями.

Как рассказывают предприниматели, при разработке концепции они изучали историю и философию барбершопов на Западе. Именно поэтому решили предлагать, например, бритьё опасной бритвой наряду с обычной. Стригут же в «Фирме» детей с 5 лет: Мурзаканов и Молчан рассчитывают так привить культуру ходить в барбершопы.

кто знает, что нужно делать, и понимает философию барбершопов, оказалось меньше. Владельцам «Фирмы» приходится не только обучать персонал, но и рассказывать про формат, про тренды. Все стандарты и подходы разрабатывали сами.

Мурзаканов и Молчан изучали парикмахерское дело и работу барбершопов вообще в Москве. В Барнаул прилетели в прошлом году. Столица дала понять многое: от бизнес-процессов до подхода к аудитории. Как признаются предприниматели, начинать своё дело, да к тому же оказаться первыми в регионе, где рынок таких услуг ещё не просто не освоен, но даже и не изучен—было страшно.

—Сначала мы подумывали о покупке франшизы столичной сети барбершопов, но в результате всё же решили развивать свой бренд,—рассказывает сооснователь «Фирмы» Алексей Молчан.—Конечно, было сложнее, потому что нам пришлось создавать свои стандарты обслуживания, придумывать дизайн, разрабатывать стратегию развития. Однако это того стоило: во-первых, мы тем самым не ограничили себя территорией Барнаула и Алтайским краем, во-вторых, есть простор и для бизнес-творчества, новых услуг.

Как говорят владельцы «Фирмы», на одном барбершопе они останавливаться не собираются. Предприниматели хотят создать сеть мужских парикмахерских в Барнауле, а потом даже продвигать франшизу на рынок Москвы. В других городах, и тем более в столице, Молчану и Мурзаканову предстоит столкнуться с конкуренцией и крайне искусственным рынком. Но это, по мнению предпринимателей, даже интереснее: придётся искать нестандартные ходы и осваивать новые форматы. Фраза Джека Траута «Отличайся или погибай»—один из девизов основателей «Фирмы». ☐



АЛЕКСЕЙ МОЛЧАН,
совладелец компании
«Фирма Barbershop»

Формат таков, что клиент приходит не просто туда, где стригут и бреют, но в настоящий мужской клуб, в котором можно обсудить новости, выпить чего-нибудь, почитать

Спустя чашку кофе освобождается одно из трёх кресел. Парикмахером оказался основатель «Фирмы», барнаулец Алексей Молчан. Как выяснилось позже, второй совладелец Валерий Мурзаканов стриг посетителя в кресле рядом.

—Конечно, барбершоп—это в первую очередь классическая исключительно мужская парикмахерская,—объясняет Молчан.—Однако формат предполагает, что клиент приходит не просто туда, где стригут и бреют, но в настоящий мужской клуб, в котором можно обсудить новости, выпить чего-нибудь, почитать журнал. Это только стереотип, что в такие парикмахерские ходят лишь хипстеры. Мы, например, ориентируемся на бизнесменов, даже на политиков.

«Фирма» открылась в Барнауле осенью 2014 года—до декабрьского «чёрного вторника» было ещё полтора месяца, однако воздух уже был наэлектризован ощущением кризиса. Молчан и Мурзаканов не только слышали о нём от посетителей, но и почувствовали перемены на себе. Выросли в цене американское оборудование, да и с самой доставкой возникли сложности. Неопределённость рассеялась, когда в барбершоп пришли первые клиенты—не только друзья-знакомые, но и барнаульские бизнесмены. Оказалось, в регионе уже ждали появления подобного заведения.

Мужская стрижка в «Фирме» стоит 1200 рублей, усы или бороду можно подстричь за 400 рублей. Есть подарочные сертификаты, а также карты лояльности—«Счастливи́чик» со скидкой 15%, «Свой парни́к»—на 25%. Кроме парикмахерских услуг, кофе и напитков, продают мужские аксессуары: бабочки, запонки, расчёски для бороды и усов, специальную косметику и другое.

—Мало просто стричь и брить, как это делают в обычных парикмахерских—сходил и забыл,—говорит Мурзаканов.—Мы пытаемся показать нашим посетителям, что в мужском уходе за собой есть целая джентльменская культура, которая предполагает не только аккуратную причёску и бороду, но она может и должна идти в комплексе со всем внешним обликом.

—Если проводить параллели с едой, то, например, сертификат на стрижку в барбершопе в виде подарка—это сродни приглашению в ресторан. Здесь и элемент развлечения, удовольствия,—объясняет Молчан.—В обычных парикмахерских же ходят, как в продуктовый магазин, чтобы лишь удовлетворить потребность, сделал волосы короче—и пошёл.

Стригут в «Фирме» только мужчины. Найти в Барнауле парикмахера—оказалось делом непростым. Хотя желающих попасть в штат оказалось немало, тех,



МУЖСКИЕ
СТРИЖКИ

«ФИРМА BARBERSHOP»
Ежедневно, с 12:00 до 22:00
Пр. Ленина, 75 (со стороны Брестской)
+7 (3852) 61-78-75



БРЕНДЫ МЕСЯЦА

Каждый месяц «Капиталист» составляет список брендов, о которых или уже активно говорят, или начнут говорить в ближайшее время.

КАМЕНСКИЙ РАЙОН

Вряд ли можно назвать понятие «Каменский район Алтайского края» самостоятельным брендом, однако скоро под этой «вывеской» будет действовать значительно изменённая структура. В один муниципалитет объединят Камень-на-Оби и Каменский район, а впоследствии — и Крутихинский. Власть таким образом хотят из трёх депрессивных территорий сделать одну, но сильную и перспективную. Референдум об объединении пройдёт уже в конце апреля. За два месяца предстоит убедить прийти на избирательные участки самые неактивные электорат в регионе.

«ВОБЛА»

«Барнаульский пивзавод» начал развивать собственную сеть общепита. Предприятие открыло первую закусочную под брендом «Вобла». Заведение оформлено в советском стиле: с буфетчицами, стоячими столами, отварными сосисками, рыбой, завернутой в газету. БПЗ хочет через такие заведения предложить потребителям антикризисное недорогое употребление пивных напитков, при этом в цивилизованном месте и в ностальгической обстановке. По замыслу, по одной «Вобле» появится в каждом районе Барнаула.



Республика

Торгово-выставочный комплекс «Республика», чтобы привлечь постоянных клиентов и привлечь новых, начал развивать ивент-направление. Теперь в комплексе не только продают товары для стройки и интерьера, но и учат, как их выбирать, а затем правильно пользоваться. Также в планах — серия кулинарных и других мастер-классов. К этим действиям руководство «Республики» привлекает арендаторов — таким образом, пользу извлекают и владельцы помещений, и сами магазины.



Сеть магазинов фиксированных цен «Охалка» объявила, что хочет в 2015 году утроить количество магазинов в Алтайском крае — открыть ещё 14 и выйти в новые города региона. Руководство говорит: в кризис продажи в «Охалке» выросли значительно. Видимо, фиксированные цены «на всё» остаются для жителей края привлекательными, даже несмотря на то, что с момента открытия они выросли на 4 рубля — в магазине теперь всё по 43 рубля, а не по 39, как было в апреле 2014 года.



Шведская сеть товаров для дома IKEA стала гораздо доступнее для жителей Барнаула. Если раньше для покупки приходилось ездить в Новосибирск, или заказывать доставку у компаний-посредников, то теперь сам ритейлер через свой интернет-магазин будет продавать свои товары и доставлять их в Барнаул и другие города региона. Возможно, таким образом IKEA хочет компенсировать падение спроса от резкого роста цены на шведские товары. Цена выросла, как это понятно, из-за нестабильности курсов валют.



Компания по доставке фермерских продуктов «Еда рядом» продолжает громко заявлять о себе в информационном поле. Вслед за продажей алтайского сыра с плесенью, магазин анонсировал выпуск хлеба с берёзовой корой — по рецепту 18 века. Его уже начала печь одна из алтайских небольших пекарен. Любопытно, что тогда с помощью этой добавки хотели сделать хлеб сытнее и тем самым спасти Барнаул от голода. Сейчас признаётся компания, берёзовая кора — это просто чрезвычайно полезная добавка.

ТЕМА НОМЕРА

Все на ВЫХОД

«Капиталист» разобрался в антикризисном плане, который разработали власти Алтайского края и представил наглядно и популярно: кого будут поддерживать, как собираются спасать экономику, и кто в этом будет участвовать. Самое важное и любопытное из документа, состоящего из более чем 60 пунктов и 40 страниц

ПЛАН ПЕРВООЧЕРЕДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И СОЦИАЛЬНОЙ СТАБИЛЬНОСТИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ В 2015 ГОДУ



ДОРЕВОЛЮЦИОННЫЙ КЕЙС

Найди свою нишу

Рецепты дореволюционных предпринимателей



Кризис, аналогичный нынешнему, разразился в Барнауле ровно сто лет назад — с началом Первой мировой. В городе не смогли построить водопровод. Купец Ворсин закрыл пивную на Коюшенном переулке. Маслоделы из Бийска разбогатели на поставках своих продуктов. Война — это кризис. Даже если она идёт где-то далеко, эхо конфликта доносится до самых тихих уголков страны, разоряя одних и помогая другим

100 лет назад Россия вступила в Первую мировую, надеясь на быструю и победоносную кампанию. Но противник был силен. Война захлебнулась, застряла в окопах. Удар на себя принял и тыл, где экономика не была рассчитана на длительный кризис.

Александр Яманиди лишился лавки по продаже старья в барахольном ряду. «Под раздачу» попал и австрийский подданный Викентий Карлович Мыдлярчик, державший кондитерскую на Павловской улице. Но это всё больше политика и даже жесты отчаяния, чем попытке решить проблему. Вместе со вступлением в войну, государь-император Николай II повелел устроить во всей стране своеобразный «сухой закон». Запрет на производство и продажу пива, вина, водки, коньяка оказался ударом по бюджету, который пополнялся за счёт налогов с винокуренных предприятий, общепита и торговли спиртным. Многим пришлось закрыть своё дело, но были и такие, кто остался на плаву.

Барнаульский пивовар Ворсин оказался вынужден свернуть розничные точки по продаже пивного. Однако, спустя некоторое время, городские газеты запестрели рекламой «Русского хлебного кваса» от Ворсина, а также нескольких видов фруктовых и минеральных вод. Чтобы завоевать вкусы потребителей, купец даже организовал доставку напитков на дом. Пережив тяжёлое время, он сохранил своё дело, а чуть позже власти всё же разрешили производить легкое пиво небольшой крепости.

Не остались в стороне и маслодельские артели, которые в то время росли, как грибы. Крестьяне кооперировались, чтобы не обращаться за кредитами в банки, а сообщая финансировать производство масла, сыра и другой «молочки» — одной из главных экспортных статей Алтая. Кооперация спасала от кабальных процентов, она же позволяла диктовать сккупщикам сырьё свои условия.

Да и вся прибыль оставалась на руках у производителей, которые усиленно вкладывали в расширение бизнеса. Основным потребителем масла стал фронт, готовый проглотить любой объём продукции. Кроме того, молочное и мясное хозяйство воюющих Австрии, Бельгии, Германии, Франции оказалось разорено. Сибиряки наделись, что по окончании

и свинцом горы Рудного Алтая могли бы сделать из региона центр металлургической промышленности. До войны основным поставщиком этих металлов была как раз Германия. Однако освоение рудников в промышленном масштабе было возможным только при наличии железной дороги. Но в мирное время она строилась не спеша, так и не дойдя до юга Алтая.

Предпринимчивые люди даже в сложной экономической обстановке умеют не только сохранить своё дело, но и приумножить капиталы. Рецепт вековой давности актуален и сегодня — не бояться смелых шагов и уметь вовремя перестраиваться

войны, страны Европы ещё долго будут вынуждены закупать продукты в России. Они готовились к будущему успеху заранее, несмотря на то, что до окончания войны было ещё очень далеко.

Нашли свою нишу в новых условиях даже мелкие ремесленники и мастерские, которые массово производили знаменитые шубы-барнаулки, а также валенки и сапоги для нужд армии.

Впрочем, о том, что к кризису и сложным временам надо готовиться заранее, многим становится понятно только после того, как этот кризис наступит. Газеты дореволюционной эпохи вздыхали о том, что богатые золотом, медью, цинком, серебром

Если средний и малый бизнес мог самостоятельно найти выход из ситуации, то в таких важных проектах без участия власти или крупного капитала было совсем никак. Не сразу, но всё же в губерниях были созданы военно-промышленные комитеты, которые оказывали содействие фронту, помогая организовать предпринимателям в тылу то или иное производство, либо получить хороший контракт. Алтай, кроме традиционных продуктов питания и одежды, начал даже производить снаряды. И дело даже не в «антикризисных планах» по спасению Отечества, а в том, что эти планы обязательно должны работать, не оставшись на бумаге. Так предостерегаются трудности 100 лет назад, возможно, этот же рецепт актуален и сегодня. □

КУРЬЕЗЫ МЕСЯЦА

Каждый месяц «Капиталист» составляет список курьёзов, неурядиц и провалов, случившихся в алтайском бизнесе

Бороду сбрили

Кофейня-книжная «Синяя борода» закрылась, не проработав и года. Изначально заведение позиционировалось как место, где можно почитать книги, платя за время пребывания там. Затем «Синяя борода» сменила формат на традиционную кофейню, отойдя от принципов антифае. Но даже новая концепция, видимо, не смогла сделать предприятие более успешным. В Барнауле уже закрывалось несколько заведений такого формата, и, возможно, проблема в том, что город для подобных заведений не готов.

Кладбище или уголь

Кризис и дефицит городской казны вынудили власти Рубцовска пересмотреть бюджет на 2015 год. Руководство встало перед выбором: или строить новое кладбище и школу, или рассчитаться по долгам за уголь. Местному теплоэнергетическому предприятию недостаёт почти 20 миллионов рублей — их предлагается изыскать за счёт сокращения инвестиций. В итоге, Рубцовск не увидит в 2015 году одной жилой пятиэтажки, которую должны были построить, капитального ремонта в драмтеатре, и ещё ряда мероприятий.

Дважды передумал

Компания, купившая за рекордные 400 миллионов право строить в барнаульском «ч квартале 2033», не может определиться, нужен ли ей этот участок, или нет. Победив в аукционе в августе 2014 года, фирма «Жилой массив» не перечислила вовремя деньги в бюджет, и землю снова выставили на торги. Однако в феврале инвестор решил опспорить повторный аукцион в суде и взыскать власти 14 миллионов рублей. Дело ещё ведётся, однако известно, что торги в ближайшее время не состоятся.

Коммерческое предложение

Барнаульское рекламное агентство Provoda получило известность на всю страну своей инициативой по созданию купюры номиналом 2000 рублей с изображением Владивостока. С её помощью рекламщики якобы хотели вернуть веру в падающую рубль. Предложение, оказавшееся пиар-акцией, получило широкую огласку и стало предметом обсуждения федеральных эконоимстами и политиками. Центробанк, впрочем, идею барнаульцев не поддержал, ограничившись «крымской» сторублёвой купюрой.

Акт сожжения

Первый в Барнауле крематорий, открывшись, не смог работать по своему прямому назначению. Дело в том, что местный закон не предусматривает платного погребения, в том числе путём кремации — по нормам, это должно входить в набор бесплатных услуг от власти. Теперь Барнаульская гордуме предстоит внести соответствующую поправку в закон, и только тогда крематорий сможет сжигать тела. На обсуждение гордумы вопрос будет вынесен в конце марта.

Отлучение от церкви

Бийский завод «Электрочел» изгнали из храма. Производство и оборудование предприятия располагалось в соборе Александра Невского, и это, по мнению суда, вредило состоянию памятника культуры. «Электрочел» обязали освободить религиозное здание. Стоит отметить, что это один из первых подобных случаев в Бийске, когда собственника через суд обязали обеспечить сохранность памятника — власти обязуют теперь более интенсивно работать в этом направлении.

КАПИТАЛИСТ

Средство массовой информации «Капиталист. Журнал о бизнесе»
 Издатель: Роман Ворсин
 Директор: Василий Морозов
 Главный редактор: А. А. Чурилов
 Учредитель: ООО «Капиталист»
 Адрес редакции: 656050, г. Барнаул, пр. Ленина, 39, оф. 705, тел.: (3852) 38-85-74.
 «Капиталист. Журнал о бизнесе», №6, февраль 2015.

Выход в свет — 28 февраля. Отпечатано в ОАО «ИП «Алтай», 656043, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Королькова, 105, тел.: (3852) 63-37-23
 Время подписания в печать: 18.00.26.02.2015.
 Фактчек: 18.00.26.02.2015. Тираж: г. Барнаул — 5 000 экземпляров.
 Распространяется бесплатно.
 СМИ зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций на Алтайском крае и Республике Алтай. Свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 22-00490 от 05 мая 2014 г.