

# Конкуренция — это жизнь. И не надо ее бояться

Любое предприятие должно оцениваться по своему вкладу в развитие того региона, где оно находится. Недавно созданное акционерное общество «Алекс» начинает работать для населения. А его акционеры уже пользуются кредитом для покупки товара в любом магазине города на сумму, в три раза превышающую стоимость приобретенных акций, частичной оплатой ритуальных услуг, льготным обслуживанием в аптечном павильоне химчистки «Лебедь»... И как сказал президент этой компании Д. Красков, смысл создания «Алекса» еще и в том, чтобы материализовать идею сначала в инвестиционный проект, отвечающий мировым стандартам, а потом «оживить» его, организовав предприятие.

В конце прошлой недели в городе открылось еще одно малое предприятие «Алсу», что в переводе с татарского означает и женское имя, и «розовая вода», и шутовое «возьми воду». Оно начало выпуск газированных напитков в пластиковых бутылках. Здесь мы впервые увидели, как изготавливают емкости под разлив газировки, раздувая заготовки давлением воздуха в 28–35 атмосфер...

Технологические линии нового завода официально открыли в присутствии «высоких» руководителей на калибровочном заводе в здании столовой сталепрокатно-кордового цеха. Возникает резонный вопрос: разве можно разместить завод в здании столовой? Можно. Он занимает совсем немного места. Гигантизм, по

мнению руководителей «Алекса», совсем ни к чему. В рыночных условиях у маленьких производств меньше накладных расходов. Сейчас особенно важна прогрессивность технологии, производительность оборудования. А она у нового завода достаточно велика по нашим меркам: 350–450 тысяч полуторалитровых бутылок в месяц. Но по меркам Запада — низка. Есть линии большей производительности.

Почему же их не взяли для монтажа? Ведь установленная линия явно не отвечает мировым стандартам, о которых столь красноречиво говорил глава «Алекса».

Впрочем, Д. Красков сам и ответил:

— Можно было бы купить технологические линии у итальянцев, французов, финнов, они «шагают» лет на 30 впереди того, что вы здесь видите. Но скрупулезно оценив все проекты, мы остановились на польском. И причина не только в цене. Наши российские специалисты не могут и не умеют работать на высокотехнологичном оборудовании. Поэтому мы сначала «обкатаем» польские линии, и лишь потом заменим их на более современные, тем самым увеличив мощности нашего завода.

Сбыт есть. Вопреки сегодняшней погоде вспомните жаркое лето Магнитогорска. Где можно напиться в «каменных джунглях»? Спасибо «челнокам» — наводнили город импортной газировкой. Но это смешно — везти воду, пусть даже газированную, из-за рубежа. И малое

предприятие «Алсу» решило конкурировать с зарубежными фирмами, выпускающими прохладительные напитки. Даже при одинаковой отпускной стоимости газировки выигрыш у нашего завода в транспортных расходах, а значит, и в розничной цене бутылки воды.

— А вдруг, такое ныне случается со многими предприятиями, завод не будет своевременно получать сырье? И что тогда: цехи — на замок, людей — в отпуск?

— Нет, — не согласен Д. Красков. — При проработке любой идеи ищем минусы. Отвечая на отрицательные вопросы, вырабатываем тактику жизнедеятельности будущих малых предприятий. Так поступили и в вопросах снабжения: на каждый элемент предусмотрели нескольких поставщиков.

— А если в городе появятся конкуренты?

— Конкуренции не надо бояться. Мы продолжим борьбу за выживание, улучшая качество, совершенствуя технологию, уменьшая себестоимость продукции.

Наступили морозы, но не следует забывать о теплых днях. Будем надеяться, что будущим летом в городе будет полно газированной воды местного разлива: чтобы выйти на проектную мощность, специалистам завода необходимо всего около месяца.

Г. ПОГОРЕЛЬЦЕВ.  
Фото В. МАКАРЕНКО.



РЕЗОНАНС

## Глушат "Голос"?

Под таким заглавием был опубликован в прошлый четверг материал о пресс-конференции главного редактора газеты «Голос магнитогорской молодежи» И. Нехамеса и мотивах его претензий к городской администрации и руководству металлургического комбината. О сути разногласий между редакцией газеты и цехом полиграфических работ нашего комбината рассказывает заместитель начальника правового управления АО ММК В. Н. ПУЗАНОВ.

— Между редакцией газеты «Голос магнитогорской молодежи» и нашим комбинатом действительно был подписан в 1990 году договор на выполнение полиграфических работ. Но документ этот практически не имеет юридической силы, поскольку не был оформлен надлежащим образом и нашим правовым управлением не зарегистрирован, то есть даже не имеет своего номера. Это важнейшее обстоятельство уже делает необоснованными претензии редакции газеты к нашему акционерному обществу и, в частности, к цеху полиграфических работ.

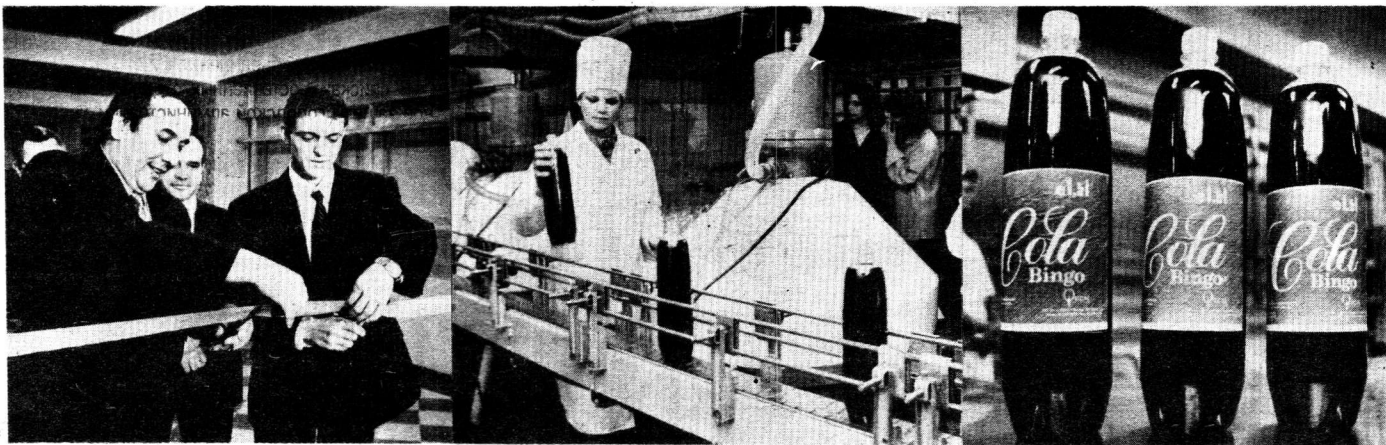
В договоре, правда, не предусмотрено условие, что в случае неуплаты денег за полиграфические услуги печатание газеты прекращается. Исходя из этого, комбинат решил проявить, так сказать, добрую волю, хотя, конечно, могли бы и аннулировать неправомерный договор. Совместно с редакцией мы пришли к единому решению: наш цех полиграфических работ отпечатает два последних очередных номера, одновременно составляем акт сверки финансовых расчетов друг с другом, скрупулезно рассчитываемся друг с другом и на этом с миром, как говорится, расстаемся.

Должен заявить со всей определенностью, что на комбинате никто не преследовал цели «заглушить» «Голос магнитогорской молодежи». Комбинат живет своими проблемами, они много важнее и острее того, чтобы сводить счеты с «ГММ». И какие могут быть счеты?

К сказанному Виктором Пузановым можно лишь добавить, что если бы и не случилось этого сегодняшнего недоразумения между «ГММ» и комбинатом, то редакции «Голоса» следовало бы придумать что-то подобное. Для поднятия престижа, ради популярности. Ведь не ради ли этого самого престижа руководители «ГММ» ставили «липовый» тираж в своей газете? Договором предусматривался тираж в 4 тысячи экземпляров, но из-за низкого спроса на газету в киосках Роспечати редакция вынуждена была снизить заказываемый тираж до 2400 экземпляров. В газете же указывался тираж свыше 29 тысяч экземпляров. И это при 34 подписчиках на 1994 год. (Здесь нет ошибки — не 34 тысячи, не 3400 и даже не 340, а именно 34 подписчика).

Для чего указывался такой фальшивый тираж? Возможно для списания бумаги? А может для списания расходов на полиграфические услуги? Или просто для участия в международном конкурсе молодежных газет, где для популярных газет с высоким тиражом установлена валютная премия? Об истинных целях «липов», очевидно, надо спросить самого И. Нехамеса.

Трудно со всей определенностью сказать, для чего понадобился на исходе года скандал «Голосу магнитогорской молодежи»? Если для того, чтобы спасти подписку на 1995 год, то она на эту газету и не начиналась, по свидетельству подписного отдела федеральной почты. И вряд ли смогут изменить это положение два последних номера газеты, которые будут все-таки напечатаны в полиграфическом цехе комбината.



## Очень хороша мебель США



В торговом зале, разместившемся на втором этаже легкоатлетического манежа Центрального стадиона, открылась выставка офисной мебели производства США. У нас в городе это впервые. Слово — представителю фирмы «РАФ» Юрию Александровичу МИХАЙЛОВУ.

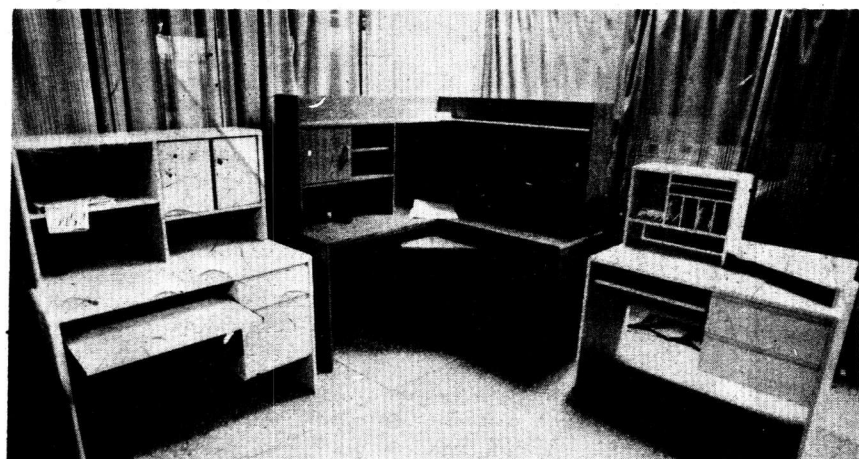
— В комплектах офисной мебели американских фирм «Bush» и «O'SULLIVAN» предусмотрено буквально все: место под компьютер, освещение, отделения для документации. Одним словом, созданы просто замечательные условия для работы делового человека.

— Подобную мебель можно, наверное, использовать не только в офисе, но и в домашней обстановке?

— Безусловно. В домашнем интерьере она к тому же будет великолепно и смотреться. У нас есть наборы мебели, которые хорошо размещаются в углу комнаты или вдоль стены. И в том и

На снимках: офисная мебель.

Текст и фото Ю. АЛЕКСЕЕВА.



в другом случае — полное удобство для школьников, студентов.

— Юрий Александрович, догадываюсь: бизнесмены народ ушлый. Все ведут для продажи без оглядки. И...

— Стоп. Извините, я вас прерву. Что значит «без оглядки»? Такой практики в «РАФе» мы не держимся. Прежде, чем завезти подобную мебель в город, мы тщательно изучили все имеющиеся каталоги, советовались со специалистами, побывали во многих крупных офисах различных фирм и предприятий, проанализировали, что имеется в городе. И решили, что офисная мебель этих двух американских фирм для нашего города наиболее подходящая.

Доводы Ю. Михайлова убедительны, да и мебель говорит сама за себя.

— Пока о нас мало кто знает. Первую покупку у нас произвело городское объединение воинов-афганцев. Цены — в американских долларах. Но это не значит, что надо расплачиваться «баксами». Можно и рублями по сегодняшнему курсу доллара.

...Офисная мебель — конечно, главная часть выставки. Но есть и прекрасная мягкая мебель этих же фирм США. Работает выставка с 10 до 20 часов.