

Кризис – это время для умных

Ford Mondeo
Выгодно купить. Выгодно владеть



При покупке Ford Mondeo пакет опций на сумму до 90 000 рублей Вы получаете в подарок*.

- Специальное ценовое предложение на автомобили Ford в течение второго квартала 2009 года
- Низкая стоимость владения автомобилем. Фиксированная цена на ТО по всей территории России вне зависимости от пробега
- Привлекательная кредитная программа**
- Выгодные условия страхования – 5%, безусловная франшиза

Feel the difference



Подробности на сайте www.ford.ru

* Предложение действительно до 30.06.2009 г.
ЗАО «Форд Мотор Компани» оставляет за собой право на внесение изменений в предложение «Пакеты опций в подарок». За дополнительной информацией обращайтесь к официальным дилерам Ford.
** Кредитная программа реализуется в партнерстве с банками: ООО «Русфинанс Банк»; ЗАО «Райффайзенбанк»; ОАО «Газпромбанк»; ОАО «БАНК УРАЛСИБ»; ЗАО «ЮниКредит Банк» и страховыми компаниями-партнерами: ООО «СК "Цюрих. Ритейл"»; ОАО «СК "Прогресс-Гарант"»; ЗАО «Страховая группа "УралСиб"»; ОАО «РОСНО»; ОСАО «РЕСО-Гарантия»; ООО «Страховая Группа "Компаньон"»; ОАО «МСК».



г. Владимир, ул. Куйбышева, 24-А, тел.: (4922) 45-30-32 www.ford.avto-trakt.ru

реклама

JUNE 2009

июнь 2009

городской журнал о деньгах

CITY

MONEY

#8

Синонимы:
Сочи&Сочи

Город:
Алиса Аксёнова. Город в кольце

Глоссарий:
ВВП

Маркетинг:
Кладбище здравого смысла

Миллионеры

Игорь КИРИЛЛОВ:
«Велес» — инновация
в своей сфере»

Владимирский фестиваль шашлыка 2009

Ворох событий, дел, встреч – конвейер успешного человека, не способный остановиться даже летом. Природа? За окном офиса или тонированными стёклами автомобиля. Шашлыки? В ресторане за углом. Зелень? В кармане, в лучшем случае - на мамином подоконнике. Без паники!

В начале июля вам нужно только собрать весёлую компанию почитателей жареного мяса и запомнить четыре волшебных слова: **«Владимирский фестиваль шашлыка 2009».**

Дамы и господа, уже 3 года мы дарим вам этот великолепный летний праздник!!!
Станьте гостями фестиваля и получите массу добрых, солнечных эмоций.

Формат мероприятия подразумевает отдых на открытом воздухе, дегустацию шашлыка, приготовленного участниками фестиваля, дегустацию алкогольной продукции, шоу-программу во время всего фестиваля, праздничный салют и дискотеку. И всё это в сочетании с великолепной природой и инфраструктурой клуба-отеля «Велес», расположившегося на территории площадью в 30 гектаров, в непосредственной близости от озера Запольского. В рамках фестиваля будет проходить гастрономический конкурс среди лучших ресторанов Владимира. Мероприятие идеально подходит для отдыха с семьёй, весёлой компанией и для корпоративного тим-билдинга.

Дата проведения: 4 июля 2009 года, суббота

Место проведения: Клуб-отель «Велес»
(напротив б/о «Политехник») оз. Запольское

Начало мероприятия: 15.00

Полная информация о месте проведения: www.velesclub.ru

Информация и заказ билетов: www.vfest.ru

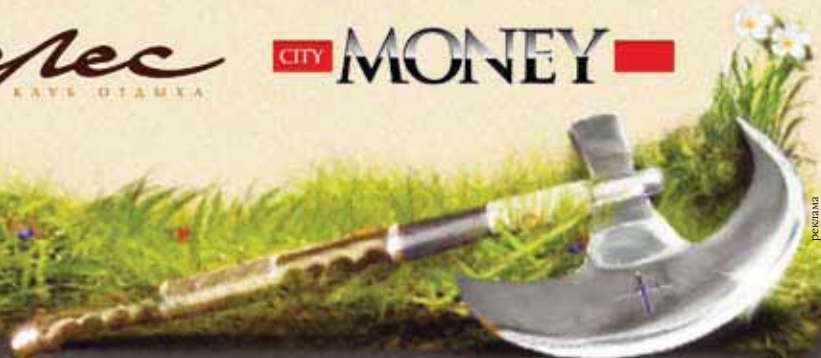
8 (4922) 32-15-09 (с 10.00 до 18.00, кроме выходных)

организаторы мероприятия:



Велес
КАФЕ-ОТЕЛЬ

city MONEY



СЛОВО редактора



Отари Муджиришвили

За полтора миллиона рублей можно купить приличный автомобиль. Он будет радовать вас какое-то время, а потом надоест. Надоест, впрочем, вашей супруге и то украшение, которое вы ей купите за полтора миллиона. За те же деньги можно, в принципе, купить дачу, она будет вас радовать долго – и вас, и ваших гостей, и ваших детей, и даже ваших внуков. Всё вышеперечисленное считается капиталовложением, и все эти капиталовложения весьма спорны в наше время. Во что же вкладывать? Куда деть эти полтора миллиона? Вложите в свои впечатления, вложите в радость, испытываемую во время путешествий – езжайте в кругосветку! Да, именно полтора миллиона стоит сей вояж. Наш автор, Евгений Ерофеев, подсчитал все расходы на такое путешествие, правда, он советуем взять с собой ещё денег про запас,

на карманные расходы – что ж, логично. Тем не менее, вы отправитесь на пять месяцев по всему миру и запомните это навсегда! Впечатления вам обеспечены. Машину ведь можно разбить, бриллианты могут украсть, а дача может сгореть. А человек, объехавший весь свет, вкусивший всю прелесть путешествий, попадавший в разные ситуации в разных странах, посмотревший и подсмотревший культуру и природу многих народов, вернётся через полгода и обязательно заработает эти пресловутые полтора миллиона. Ведь остановить его тягу к путешествиям будет уже невозможно! А номер, как вы, может быть, уже догадались, туристский или туристический, не знаю, как правильно.

Удачного прочтения...

Высокий процент надежности



*«Мне помогает ВТБ24 — надежный банк,
которому я полностью доверяю»*

*Чулпан Хаматова,
клиент банка ВТБ24*

Вклады

Вклады ВТБ24 — надежная защита сбережений от финансовой нестабильности.

Специальное предложение!
Карта VISA каждому открывшему вклад*.

Мы подберем для вас индивидуальный вариант вложения средств. Возможность комбинирования различных вкладов позволит вашим деньгам работать максимально эффективно.

Узнайте больше:

Владимир, пр-т Ленина, д. 35 А

(4922) 37-68-29

8 800 100-24-24

(звонок по России бесплатный)

www.vtb24.ru



* Предлагается дебетовая карта VISA. Категория карты зависит от суммы размещенных средств. Всю информацию об условиях предоставления продуктов банка и тарифах вы можете получить на официальном сайте www.vtb24.ru, а также по первому требованию во всех филиалах и дополнительных офисах ВТБ24. Банк ВТБ 24 (закрытое акционерное общество). Генеральная лицензия Банка России №1623. РЕКЛАМА.

CITY

MONEY

Издатель и учредитель ООО «Простор Медиа Групп»
Генеральный директор Татьяна Кравец

Главный редактор Отари Муджиришвили
Выпускающий редактор Людмила Борисова
Вёрстка и дизайн Александр Чегодаев
Отдел рекламы Анастасия Шатохина, Евгений Ерофеев,
Юлия Павлова

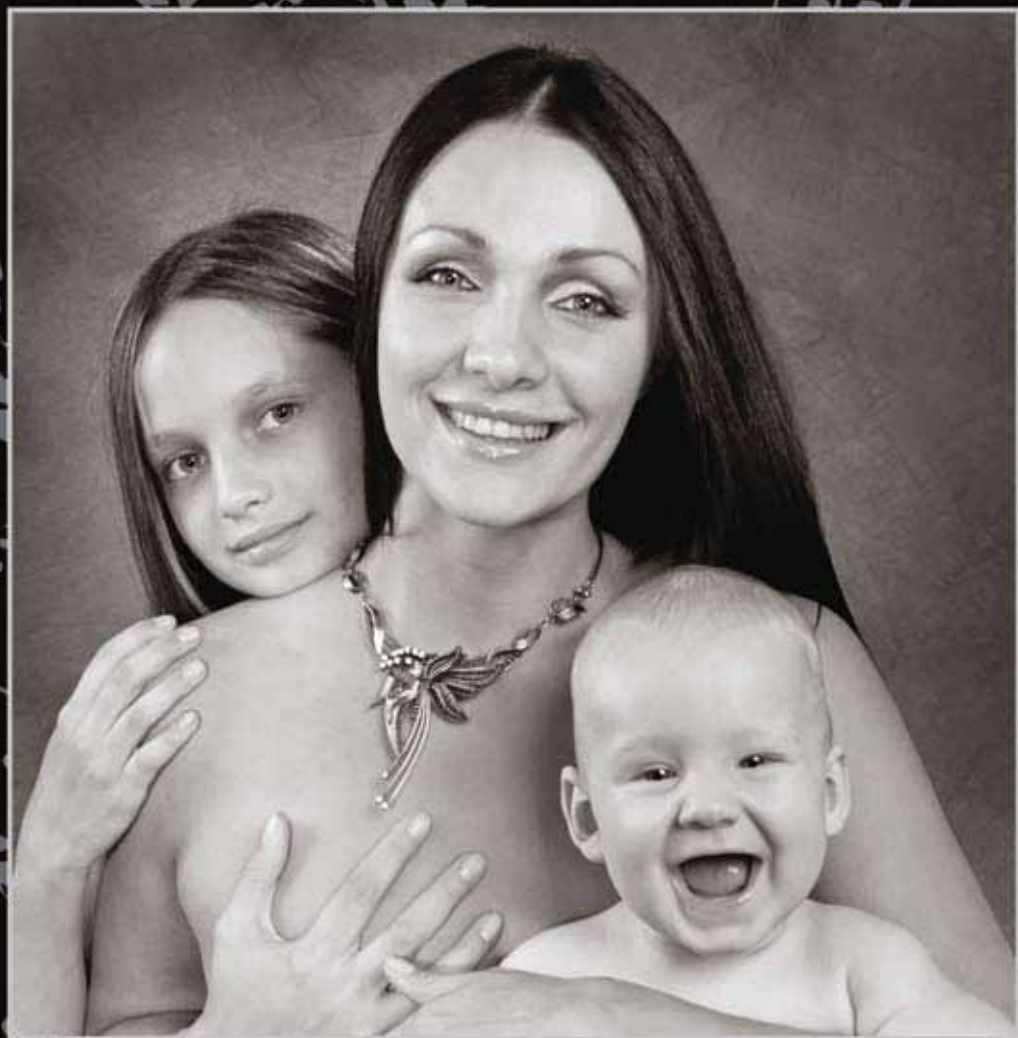
Корректор Юлия Черентаева
Фотографы Николай Цветков, Владимир Федин, Игорь Семёнов
Художники Николай Цветков, Николай Филиппов
Тексты Евгений Ерофеев, Вадим Баталин, Константин Бережанский,
Ксения Кузнецова, Марк Рябов, Сергей Керш,
Инесса Ваулина, Андрей Семёнов

На обложке использована фотография Владимира Федина

Адрес редакции 600001, г. Владимир, Студёная Гора, д. 34, 7-й эт., оф. 704
Реклама (4922) 32-15-09
E-mail city33@yandex.ru
Web CITY33.ru

Отпечатано в типографии «Вива-Стар»
Москва, ул. Электрозаводская, д. 20, корп. 3
Тираж 3000 экз.
Периодичность ежемесячный
Распространение VIP-рассылка

Издание зарегистрировано в Управлении федеральной службы по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия по Владимирской области 11.07.2008 г. Пер. ПИ №ТУ33-00008

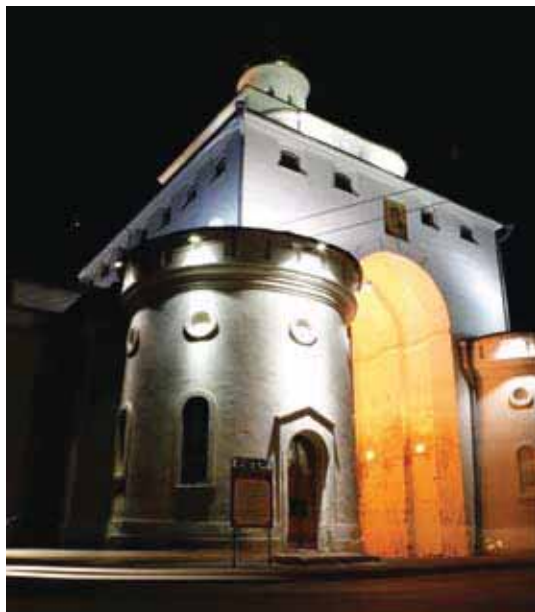


*Тютокины Юлия, Анастасия и Александр
(фотохудожник Лика Давыденко)*

*Ювелирному салону "Сапфир" 15 лет
Лучший подарок к юбилею
- красота женщины, матери,
подчёркнутая неповторимыми
ювелирными украшениями.*

квильтирны
Сапфир салоны

8(4922)32-24-89
8(4922)32-28-48



- 8 Экономический дайджест
- 10 Развитие персонала
- 14 Глоссарий. ВВП
- 18 Рабы - Работы
- 22 Маркетинг.
Кладбище здравого смысла
- 30 Миллионеры. Игорь Кириллов
- 40 Владимир город контрастов
- 44 «Сергиева заводь»
- 48 Туристические премьеры сезона
- 54 Город. Алиса Аксёнова



- 62 «Князь Владимир»
- 64 Тест-драйв. Ниссан Патрол
- 68 Синонимы. Сочи&Сочи
- 70 Дача наше всё
- 76 Бизнес-план. Пункт проката.
- 78 Большой подсчёт.
Вокруг света за...
- 86 Тратим миллион.
Юлия Кузнецова
- 88 Туристическое агентство
«LEBENSRAUM»
- 94 Пьеса. Свиной шРig



3G ВО ВЛАДИМИРЕ

Компания «Мегафон» начала тестовую эксплуатацию сети 3G во Владимире. Это новшество значительно расширит возможности абонентов компании. Скоро им будут доступны видеосвязь, мобильное телевидение высокого качества, а также доступ в интернет на большой скорости. На данный момент завершён первый этап строительства волоконно-оптических линий связи, обеспечивающих охват сетью центра города. Для всех абонентов компании такая услуга будет доступна к концу этого года. К 2011 году компания «Мегафон» намерена стать лидером в этом сегменте рынка во Владимирской области.

ДЕПУТАТЫ РАССМОТРЕЛИ ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНЕ «О ВВЕДЕНИИ НА ТЕРРИТОРИИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ ТРАНСПОРТНОГО НАЛОГА»

В Законодательном собрании области на очередном заседании комитета по земельной и аграрной политике, природопользованию и экологии депутаты подготовили проект изменений в закон «О введении на территории Владимирской области транспортного налога». Рассматривался вопрос об освобождении предприятий АПК от уплаты транспортного налога на грузовые автомобили, автобусы и экскаваторы, используемые в сельскохозяйственном производстве, на которые не распространяется действие федерального закона. В настоящее время на балансе сельхозорганизаций области - около полутора тысяч грузовых автомашин, две трети из которых практически полностью выработали свой ресурс и используются в основном в период посевных и уборочных кампаний. По расчётам специалистов, доходы областного бюджета в случае освобождения предприятий АПК от уплаты транспортного налога по грузовым

автомобилям составит около 9 миллионов рублей. Проект изменений в закон о транспортном налоге направлен на заключение губернатору.

НЕОПРАВДАНАЯ КАДАСТРОВАЯ СТОИМОСТЬ ЗЕМЛИ

С нового года во Владимирской области увеличилась кадастровая стоимость земли, соответственно, выросли земельный налог и арендная плата за участки. Представители малого и среднего бизнеса обеспокоены. Общая кадастровая стоимость земель населённых пунктов области увеличилась в 2,4 раза, а на некоторых территориях 1 гектар стал стоить 100 млн рублей. Дело в том, что оценка губернских земель проводилась в докризисные времена. Рыночная стоимость земельных участков была тогда достаточно высокой. Потом случился кризис, рынок среагировал снижением цен на недвижимость, а вчерашние данные земельного кадастра уже обрели статус законной нормы. Совершенно очевидно, что в сложившихся условиях необходим пересмотр кадастровой стоимости. Однако, по действующему законодательству, кадастровая оценка земель производится не чаще, чем раз в три года. В Белом доме этот вопрос был рассмотрен на расширенном заседании комитета ЗС по экономической политике и собственности. Представители администрации и бизнес-сообщества пытались найти выходы из сложившейся ситуации. Земельный налог рассчитывается по формуле: кадастровая стоимость земли умножается на ставку, которую определяет представительный орган муниципальных образований. Собранный земельный налог идёт в бюджеты муниципалитетов, и, казалось бы, чем он больше, тем больше денег в местной казне. Однако налог так велик, что недоимки

в бюджет только вырастут, пострадает малый и средний бизнес. Единственный выход - снизить налоговые ставки на землепользование. В ближайшее время депутаты ЗС выйдут с таким предложением на губернатора области.

84 МЛН РУБЛЕЙ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

19 мая на пресс-конференции в Белом доме обсуждали вопрос, как помочь малому бизнесу. По последним данным, в регионе почти девять тысяч юридических лиц, 45 тысяч индивидуальных предпринимателей, 200 средних предприятий. Главная проблема, с которой столкнулся сектор в условиях кризиса - нехватка финансовых ресурсов. Однако, Валерий Скорик, директор департамента развития предпринимательства, торговли и сферы услуг, заметил, что в целом динамика развития предпринимательского сообщества положительная. Несмотря на все трудности, бизнес в регионе конкурентоспособный. В рамках областной целевой программы департамент оказывает поддержку малым и средним предприятиям. В этом году из бюджета области будет выделено почти 84 млн рублей - почти в три раза больше, чем в прошлом году. Предусмотрено финансирование на федеральном уровне - 57,6 млн рублей. Эти средства нужны, чтоб облегчить доступ предприятий к кредитно-финансовым услугам банков.

ВЭМЗ ВПЕЧАТЛИЛ ГОСТЕЙ ИЗ ГЕРМАНИИ

Владимир с дружеским визитом посетила делегация из немецкого города-партнёра Йена во главе с мэром Альбрехтом Шретером. Как сообщает пресс-служба городской администрации, партнёрские отношения между нашими городами были оформлены в прошлом году, когда делегация из Владимира находилась в Германии на праздновании 25-летнего юбилея дружбы с Эрлангеном. 14 мая гости из Германии встретились с главой города Александром Рыбаковым. В ходе встречи мэр Владимира заявил о том, что владимирские предприниматели заинтересованы в установлении контактов с деловыми кругами Йены. В течение следующих дней делегация встретилась

с председателем Законодательного собрания области Владимиром Киселёвым, посетила Торгово-промышленную палату, а также завод «ВЭМЗ». Этот завод был выбран для посещения как одно из ведущих предприятий города, сумевшее пережить все кризисы двух последних десятилетий. ВЭМЗ входит в состав крупного научно-производственного комплекса - концерна «Русэлпром», объединяющего отечественных производителей электротехники. Продукция Владимирского электромоторного завода соответствует мировым стандартам и поставляется для большинства отраслей экономики. Особое внимание в группе компаний «ВЭМЗ» уделяют внедрению энергосберегающих технологий. На заводской площадке осуществляется полный цикл производства - от конструкторско-технологических разработок до выпуска готовой продукции. Владимирские электродвигатели и частотно-регулируемые приводы находят спрос во многих странах Европы, Азии и Африки. Господин обер-бургомистр Шретер был приятно удивлён увиденным, а также наметил контуры дальнейшего сотрудничества, выразил уверенность в дальнейшей возможности совместного создания проектов и работы над ними.

БОЛЕЕ ЧЕТВЕРТИ МИЛЛИАРДА НА РЕСТАВРАЦИОННЫЕ РАБОТЫ

28 мая прошла пресс-конференция Алисы Аксёновой, директора Владимиро-Суздальского музея-заповедника. Поводом стал сюжет о Суздале, показанный по одному из федеральных каналов, в котором рассказывалось о плохом состоянии памятников архитектуры древнего города. Возмущение Алисы Аксёновой вызвали слова журналиста Юрия Белова о плохом состоянии Спасо-Евфимиева монастыря, находящегося в ведомстве Владимиро-Суздальского музея-заповедника. В ответ на обвинения Алиса Аксёнова привела следующие факты. Начиная с 2003 года, в Спасо-Евфимиевом монастыре активно ведётся реставрация. На её проведение было выделено 243 млн рублей по программе сохранения памятников истории и культуры. Также 23 млн 180 тысяч рублей было потрачено непосредственно музеем из собственных текущих средств. Только на укрепление берега реки возле монастыря потребовалось 15 млн рублей. Для этого в течение 3 лет специалистами разрабатывался специальный проект. **СМ**

Общество трудовых резервов



Развитие персонала: ищем точки роста

С развитием бизнеса новые задачи встают не только перед руководителем, но и перед его подчинёнными. Быстрые изменения требуют постоянного (часто опережающего) развития компетенций персонала.

Вот несколько типовых ситуаций, в которых может оказаться любой руководитель.

Пример 1. Обсуждаем с руководителем компании ход проводимых в его организации изменений. Поднимается вопрос о сотруднике - кандидате на должность менеджера нового для компании бизнес-направления. Первое лицо в размышлении - потянет ли, ведь там нужны новые умения, иной опыт...

Пример 2. Молодой сотрудник быстро освоился в новой должности и показывал хорошие результаты, но по прошествии некоторого времени ожидания руководителя о ещё более высоких достижениях стали «таять» и возникло устойчивое ощущение, что сотрудник «притормозился» в своём росте, хотя личный потенциал его гораздо мощнее.

В каждом из этих примеров руководитель столкнулся с необходимостью развивать своего сотрудника, т.е. создать такие условия, при которых сотрудник смог бы научиться решать иные (более сложные, нацеленные на перспективу) задачи другими способами.

И в голове у него сразу пронеслись следующие мысли:

отправлю на тренинг (семинар, мастер-класс);
пусть идёт учиться в бизнес-школу (МВА, Линк и т.д.);
дам книгу почитать (самообразование);
лично им займусь (наставничество);
переведу в другой отдел, пусть посмотрит, как другие работают (ротация);
может проще готового нанять?

Т.е. на вопрос «с помощью чего» развивать ответы есть (хотя и здесь не всё так однозначно). Но что обычно опускает руководитель в своих размышлениях, считая это само собой разумеющимся, так это то, **что в результате должен ему обеспечить сотрудник** после того, как он пройдёт соответствующие мероприятия.

Как раз здесь руководитель упускает важный этап работы с целями сотрудника, который уже сам по себе является развивающим. Предлагаю познакомиться с методикой, которая поможет руководителю в подобной работе.

Цель – это запланированный результат

Первое лицо – является носителем целей организации. Руководитель спускает их на уровень топ-менеджеров, те, в свою очередь, на уровень своих подчинённых и т.д. вплоть до уровня рядовых исполнителей.

Но любой сотрудник исходит из своего понимания поставленной перед ним задачи, поэтому возникает рассогласование целей и интересов сотрудника и организации. Руководителю любого уровня важно выделять время на уточнение и разъяснение того, как его понял подчинённый.

Цель – это запланированный результат. Результат работы можно выразить

некоторыми показателями, которые можно измерить (в рублях, процентах...) или оценить (больше-меньше, лучше-хуже, отлично-неуд.). Оценка результатов работы сотрудника – важный этап работы с его целями.

Отсутствие ясных целей и невнятная оценка результатов создаёт неопределённость в работе, что приводит к тому, что руководитель недополучает от сотрудника, возникают упущенные возможности, потенциал «тускнеет»...

Достижение результатов – цель развития сотрудника

Работа с целями сотрудника строится в несколько этапов:

Подготовительная работа

Сотрудник самостоятельно письменно отвечает на ряд вопросов:

- Как определите свой основной вклад в успех работы компании?
- Каких результатов от вас ждёт ваш непосредственный руководитель сейчас, на перспективу (через X мес.)?

Перед началом работы сотруднику необходимо объяснить, что формулировки ответов на вопросы должны быть **в виде описания результата**, а не тех действий, которые сотрудник выполняет.

Пример:

«обеспечиваю рост клиентской базы вместо «ищу клиентов», «формирую быстрорасходимый ассортимент» вместо «контролирую остатки на складе», «даю оценку возможных сценариев поведения конкурентов на рынке» вместо «анализирую информацию о конкурентах».

Это важно, потому что можно активно демонстрировать деятельность, но «сухого остатка», результата при этом может и не быть. «Результатные» формулировки более точно закрепляют зоны ответственности сотрудника.

На этом этапе у сотрудника возникает важный эффект переосознания своей роли в организации, перевод своих ежедневных действий на язык целей, результатов. Эта работа сама по себе оказывает стимулирующее влияние на подчинённого и развивает его.

Согласование результатов работы

Сформулированные на первом этапе результаты своей работы сотрудник как бы «продаёт» своему руководителю. Вместе они уточняют формулировки, детализируют, добавляют, а что-то исключают, исходя из видения руководителя. В ходе таких переговоров ищется ответ на вопрос:

- Что организация (руководитель) готова «купить» у сотрудника из того, что он предлагает? Чего не хватает?

В результате этой работы получается согласованный текст с перечнем тех «продуктов», которые берётся обеспечить подчинённый своему руководителю на заданную перспективу. Это **своеобразный контракт**, который заключается между сотрудником и его руководителем на заданную перспективу.

Полезно такие продукты-результаты также описать и согласовать с руководителями смежных подразделений.

Оценка результатов работы

Когда результаты работы сотрудника сформулированы, необходимо ответить на вопросы:

- По каким показателям (индикаторам) можно оценить ваши результаты работы?
- Что даст основание считать, что ваши цели достигнуты?

Оценка работы тонизирует, мотивирует сотрудника на развитие (или хотя бы на удержание достигнутых результатов на определённом уровне), в первую очередь, за счёт взаимного сравнения с предыдущими достижениями (динамика изменений), с результатами работы коллег, в сравнении с лучшими результатами компании.

Подобная оценка должна проводиться

регулярно (раз в месяц, квартал, полугодие) по 5-7 выбранным показателям в виде бальнойной оценки, чтобы напоминать сотруднику о взятых на себя обязательствах.

Проверка на реализуемость

Итак, согласованы результаты работы и выбраны показатели оценки. Теперь необходимо найти ответ на ряд вопросов:

- Каким образом будут достигаться поставленные цели (мероприятия, концепция...)?
- Какие необходимо создать условия для их достижения (рабочее место, ресурсы, полномочия...)?

Именно на этом этапе возникает важная точка в развитии сотрудника!

Если сотрудник испытывает затруднения в описании путей достижения согласованных с ним целей, это является сигналом к тому, что именно в этом направлении должно пойти развитие сотрудника через получение необходимых знаний, опыта и закрепление требуемых навыков.

Руководитель совместно с сотрудником формирует программу развития и уже более точно подбирает те или иные инструменты.

Любая организация – это целевая структура, поэтому работа с целями на любом уровне (сотрудника, подразделения, компании в целом) является мощной точкой роста. Чтобы грамотно сформулировать цели своим сотрудникам, необходимо, чтобы с общепринятыми целями был порядок. А этого, по своему опыту, многим руководителям получается достичь не всегда. Но об этом мы поговорим в следующих темах... **СМ**

Большие возможности малого бизнеса

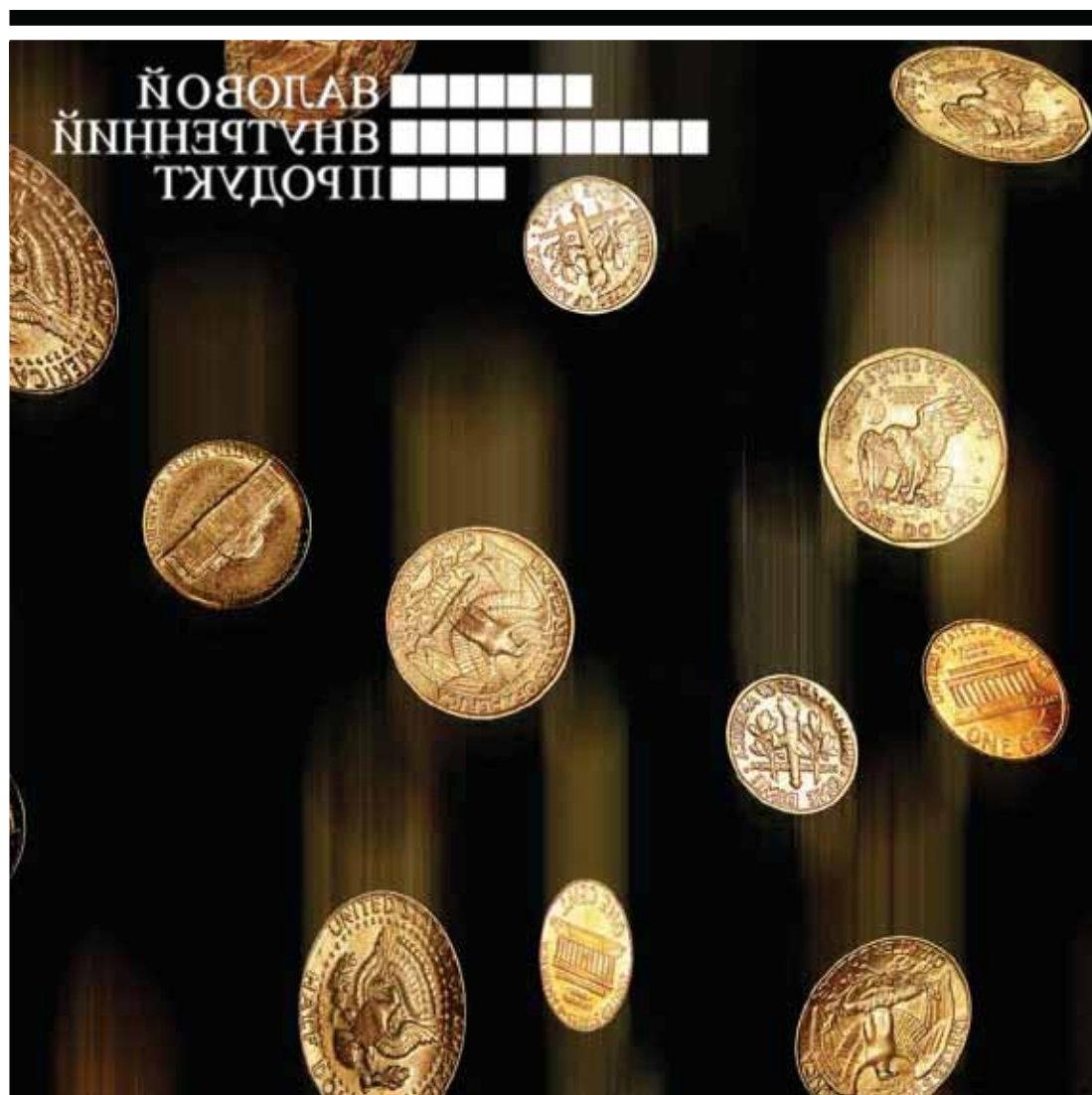
© 2012 Росбанк. Все права защищены.



Кредиты малому и среднему бизнесу

 (4922) 38-30-88
 8-800-200-66-33
звонок по России бесплатный
 www.rosbank.ru

 **РОСБАНК**
По всей России. Для Вас.



ВВП - валовой внутренний продукт

Кризис заставил задуматься о состоянии отечественной экономики даже тех, кто из всех финансовых программ по ТВ раньше смотрел только капитал-шоу «Поле чудес». Подсчёт домашних расходов для многих семей теперь не менее значим, чем расчёт валового внутреннего продукта для отдельно взятой страны.

ВВП, или валовой внутренний продукт (от англ. GDP - Gross Domestic Product) – это рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведённых за год во всех отраслях экономики на территории государства для потребления, экспорта и накопления, вне зависимости от национальной принадлежности использованных факторов производства.

По-простому, ВВП – это важнейший обобщающий показатель экономики государства. Эту «единицу измерения» объёма национального производства придумал американский экономист с подозрительно славянской фамилией – Саймон Кузнец (Simon Kuznets). Впрочем, он был далеко не первым, кто предпринял попытку осуществить подобные подсчёты, но именно его обоснование оказалось наиболее полным и понятным. В 1971 году выходец из семьи украинских евреев получил Нобелевскую премию по экономике «за эмпирически обоснованное толкование экономического роста, которое привело к новому, более глубокому пониманию как экономической и социальной структуры, так и процесса развития». Увековечил же имя Саймона (или просто Семёна) Кузнеця именно ВВП. С 1991 года он является основным индикатором для совместимости с Системой Национальных Счетов Организации Объединённых Наций.

Экономисты различают номинальный (абсолютный) и реальный (с поправкой на инфляцию) валовой внутренний продукт. Первый выражен в текущих ценах года его расчёта. Последний же – в ценах предыдущего или любого другого базового года. При расчёте реального ВВП учитывается, в какой степени рост ВВП определяется реальным ростом производства, а не ростом цен.

Рассчитывается ВВП как сумма объёмов потребления, инвестиций, государственных расходов и экспорта за вычетом импорта. Существуют три основных метода расчёта, которые теоретически должны давать одинаковый результат, хотя, стоит отметить, на практике всё же существуют расхождения. Итак,

- **Метод добавленной стоимости:** в расчёте используется стоимость конечных товаров и услуг, которые не участвуют в дальнейшем производстве. Этот метод позволяет избежать двойного учёта. Добавленная стоимость – это рыночная цена продукции за вычетом стоимости потреблённого сырья и материалов,

купленных у поставщиков. Таким образом, суммируя добавленные стоимости, произведённые всеми фирмами в стране, и можно определить ВВП.

- **Метод расчёта ВВП по расходам:** ВВП определяется суммированием всех расходов экономических субъектов на приобретение конечных продуктов. Нужно сложить потребительские расходы населения, валовые частные инвестиции в национальную экономику, государственные закупки товаров и услуг и чистый экспорт, который вычисляется как разность между экспортом и импортом государства

- **Метод расчёта ВВП по доходам:** в ВВП включаются доходы всех субъектов, осуществляющих свою деятельность в данной стране – как резидентов (граждан, проживающих на территории данной страны, за исключением иностранцев, которые находятся в стране менее года), так и нерезидентов. В показатель ВВП также включаются косвенные и прямые налоги на предприятия, амортизация, доходы от собственности и нераспределённая часть прибыли. Вот формула:

ВВП = W + Q + R + P + T	
W	заработная плата, выплаченная предприятиями и организациями данной страны своим рабочим и служащим, независимо от того, являются ли они резидентами или нерезидентами данной страны;
Q	отчисления на социальное страхование;
R	валовая прибыль;
P	валовой смешанный доход;
T	налоги на производство и импорт (за вычетом субсидий).

ВВП – что-то вроде личного дела каждого государства. Его динамика – показатель экономической стабильности страны, а рост – желаемый результат стоящих у её руля. Тот же ВВП используют и для сравнения уровня развития государств. Для этого экономисты

используют показатели на душу населения: показатель ВВП данной страны делится на численность её населения. Эти цифры дают наиболее полное представление о количестве товаров и услуг, приходящихся в среднем на одного жителя страны.

Мировой ВВП заразился гриппом

Вирус H1N1 Калифорния затмил даже мировой финансовый кризис. Ещё бы, здоровье точно не заработаешь и не купишь. За каких-то две недели этот грипп завоевал практически все континенты. Мало того, влез он и в экономику, в том числе через сокращение объёмов туризма и поставок мяса. Аналитики Всемирного банка уже вынесли свой вердикт: если уровень заболеваемости достигнет масштабов знаменитой «испанки», то мировой ВВП упадёт на 4,8%. Если же свиной грипп повторит по своим масштабам «гонконгский грипп» 1968 года, то ВВП упадёт на 1%. И тот и другой варианты малоприятны для экономики в целом.

Впрочем, и без эпидемии мировому ВВП в этом году достанется. МВФ подготовил свой прогноз. Согласно расчётам экспертов, ВВП упадёт на 1,3%. При этом снижение внутреннего валового продукта в США составит 2,8%, в зоне евро он снизится ещё больше — на 4,2%. Трудности ждут и Японию: её ВВП в 2009 году сократится на 6,2%. Экономике Китая повезло больше других: рост ВВП здесь составит 6,5%.

С Россией всё сложнее. В отличие от Международного валютного фонда, который предсказал сокращение отечественного ВВП в этом году на 6%, Европейский банк реконструкции и развития пошёл дальше. Его аналитики в начале мая обнародовали прогноз, согласно которому ВВП России в этом году снизится на 7,5%. Такие расчёты были сделаны на основе предварительных оценок правительства РФ, согласно которым снижение ВВП в I квартале 2009 года оказалось очень существенным - на 9,5% по сравнению с первым кварталом 2008 года. Что ж, кризис отложил глобальные планы по удвоению ВВП — к 2010 году точно не успеет, только если

как в анекдоте: «Российское правительство решило проблему удвоения ВВП. Теперь у нас будет Владимир-Владимир Владимирович-Владимирович Путин-Путин!»



Особенности владимирского ВРП

ВРП рассчитывается на основе показателей ВРП (валового регионального продукта) всех субъектов государства. Рейтинг российских регионов по величине валового регионального продукта на душу населения, опубликованный в журнале «Финанс», расставил все точки над «i». В очередной раз стало ясно: слабые регионы значительно отстают в экономическом развитии от сильных. Впереди всех оказалась Тюменская область с 43,5 тысячами долларов. Примерно столько же составляет ВРП США, Ирландии или Кипра на ту же душу населения. Лишь следом за Тюменской областью с отставанием на 20 тысяч долларов идёт Москва. Владимирская область в этом рейтинге на 55 месте. Надо сказать, всего в нём 80 позиций, т.е. мы попали почти в золотую середину с показателем ВРП на душу населения — 5,96 тысячи долларов. Впрочем, амбиции в этой сфере у региона есть. К 2027 году планируется увеличить ВРП в четыре раза - до 920 миллиардов рублей. Цифру озвучил лично губернатор на областном экономическом совещании. Предпосылки к росту есть. Взять хотя бы основной источник роста ВРП во Владимирской области - внешние инвестиции. Отечественные и иностранные предприятия проявляют к региону большой интерес, даже несмотря на кризис. **СМ**

Банк Петрокоммерц

Группа «ИФД Капиталь»



Ваша
уверенность
в будущем

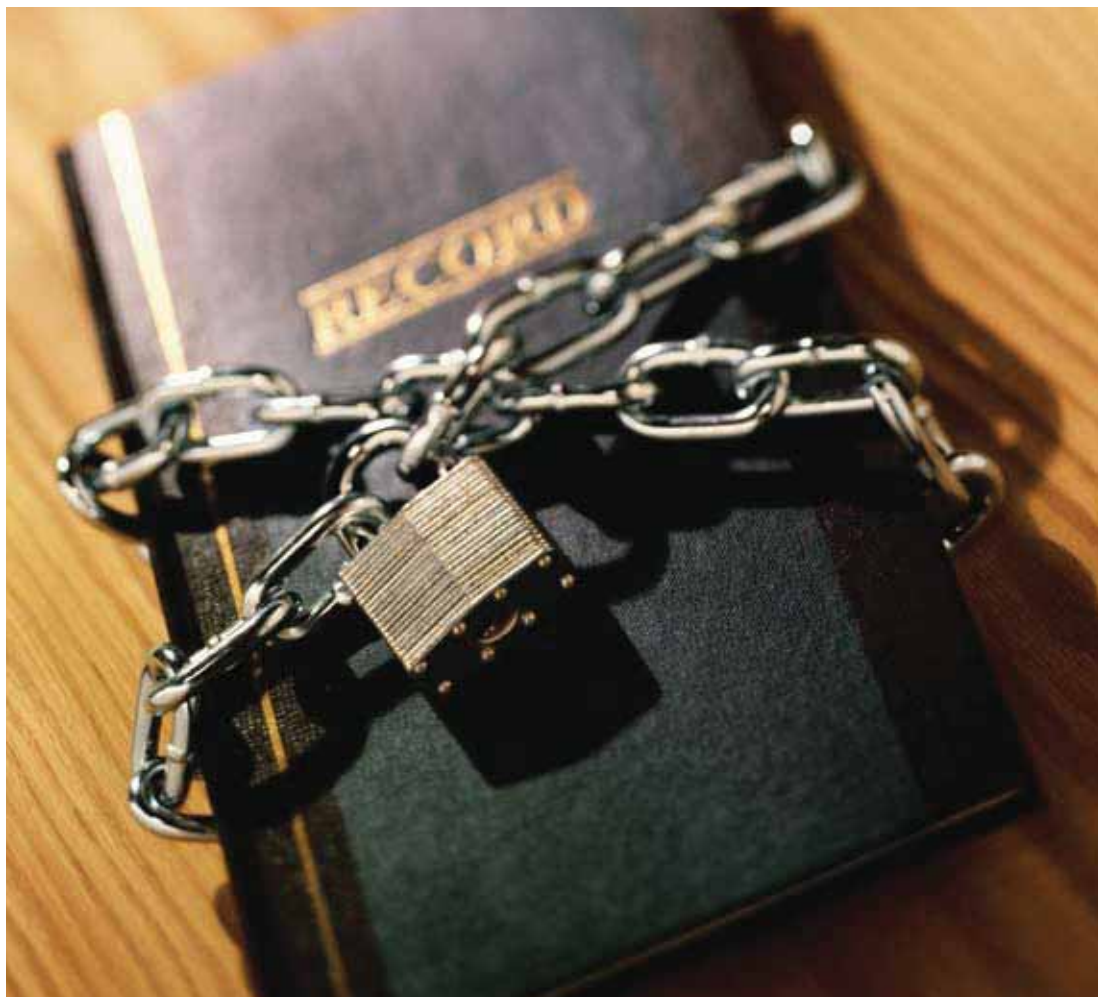
ВКЛАД ГАРАНТИЯ до 16% годовых

Владимир, ул. Дворянская, д. 15

т. (4922) 32-58-18 www.pkb.ru

Процентная ставка (% годовых). Вклад в рублях от 10000 до 700000 руб. На 360 дней-16%, на 270 дней-15%, на 181 день-14%, на 91 день-13%, на 61 день-10%. Вклад в долл. США от 300 до 20000 \$. На 720 дней-9%, на 360 дней-7,5%, на 270 дней-6,5%, на 181 день-6%, на 91 день-4%. Вклад в евро от 300 до 15000 евро. На 720 дней-6%, на 360 дней-5,6%, на 270 дней-5,5%, на 181 день-5,4%, на 91 день-2,5%. Возможность пополнения/частичного снятия вклада не предусмотрена. Без пролонгации. Выплата процентов в конце срока вклада. Прием денежных средств с 15.04.09 по 30.11.09. ОАО Банк "Петрокоммерц". Ген. лицензия ЦБ РФ №1776. Реклама.

РАБЫ – РАБОТЫ



Работовладельческий строй как высшая и последняя стадия капитализма

«Мы не рабы. Рабы - не мы!» - с воодушевлением кричали осчастливленные новой властью пролетарии, невысоко (дабы не потерять в толпе) подкидывая подбитые рыбьим мехом чепчики. Нарождающаяся челночно-рыночная экономика, походя переименовав спекулянтов в бизнесменов, а конторских мышей в офисных работников, словно библейская саранча, поглотила Россию. Картонные крылья невероятных перспектив позволили в очередной раз перелететь из одного невольничьего загона в другой. Вращающиеся кресла и жидкокристаллические мониторы меховыми наручниками приковали рабов новой формации к своим рабочим местам. Кодекс чести был с успехом заменён на корпоративный стандарт, а галстук вновь завоевал давно утерянные позиции.

Новая реальность, вместе с её молодыми и деятельными гарантами, создав красивую иллюзию стабильности и относительного процветания, рухнула в один миг. Его Величество Мировой, со смехом выпотрошив так трудно и долго создаваемый стабфонд, напомнил стране о старых терминах. Десятки тысяч беловоротничковых представителей как офисного планктона, так и хищных особей всероссийского экономического океана вновь ощутили на своей шее костлявую руку безработицы.

Однажды качнувшись, маховик сокращений, без перерывов на обед и гуляния, подминает под себя всё новые и новые жертвы. А если вспомнить алчные глазёнки твоего работодателя, то становится страшно даже за свою высококвалифицированную жопу. Бешеная работоспособность, реноме незаменимого работника и самые отутюженные стрелки на брюках, конечно, выгодно выделяют тебя в планктонно-офисной среде. Однако этого скорее всего недостаточно для того, чтобы выиграть в неравной схватке с неумёхой-практиканткой, которую ты сам же и обучил. А ведь именно ей достанутся твой рабочий ноутбук с японской порнушкой, удобное кожаное кресло и любимая козья стена. И хотя зарплата этой стервы будет в два раза меньше твоей, осознание того, что придётся попроситься с Минг-Ли и её горячими сёстрами-близняшками, выдавит из правого глаза не одну скупую слезу. Но пока любимая «морковка» не объявила тебя персоной нон грата в своей пушистой кровати с шёлковыми простынями, ещё не всё потеряно и можно искать нового владельца твоего тела.

Египетским фараонам не позавидуешь: как говорится, назвался богом — полезай в пирамиду! Бывало, построят рабы усыпальницу, поставят в тайной камерке саркофаг и пиши пропало: «Извольте заселяться, голубчик!» В наше время воссоздать сей конфликт интересов совсем нереально, и не потому, что большинство богов обитает по адресу ул. Фрунзе, 65, а потому, что на пирамиду просто денег не хватит. Попробуйте сегодня построить даже маленький особнячок - ничего не выйдет! И хотя молдавские работяги почти так же неприхотливы, как и



их египетские предки-учителя, платить им всё-таки нужно. Пытаться объяснить этим кровопийцам, что только благодаря рабскому труду были созданы величайшие произведения архитектуры — бесполезно и небезопасно для здоровья. За свой кусок хлеба они и горло перегрызть могут, и это несмотря на дружные возражения работодателей: «Правильно, нечего за кусок хлеба работать, надо бесплатно. Деньги - зло, и мы уберём вас от этой напасти!»

То, что хорошо молдаванину, для русского — копейки, да и образование позволяет в случае чего вспомнить трудовой кодекс. Для таких и была разработана целая система подмены понятий, имеющая только одну цель — оградить любимых сотрудников от тлетворного влияния больших зарплат. Сначала неплохо пристыдить не в меру ретивого кандидата в рабы. Он должен понять, что только из-за его нерасторопности компания осталась без гранта на разработку нового дизайна Мавзолея. И то, что до сих пор вы занимались производством сургуча в Судогодском районе, не есть оправдание. Сотруднику за то и платят зарплату, чтобы преодолевать трудности. Вернее платили. Ключевая фраза при этом: «Ну, что же вы, голубчик, так опростоволосились?!»

Если пристыдить не удалось и кнут не подействовал, то можно попробовать пряник. Братание – сотрудник должен воспринимать фирму как свою большую семью, где все равны и каждый поможет в трудную минуту. Упоминание о деньгах в родственной среде просто неприлично, даже если кому-то явно не доплатили, какие счёты между своими! Ключевой фразой будет: «Да с такими работниками можно и на край света, но премии мы выдаём по частям, а то броситесь сразу остров покупать, на всех не напасёшься!»

По буддийскому – срединному – пути сможет пойти далеко не каждый руководитель. Только самые велеречивые и обаятельные смогут пройти по этой тропе без потерь. Взять на «слабо», это поистине вершина управленческого мастерства! Ключевая фраза в этом случае произносится с благоговейно восхищённым лицом и звучит примерно так: «Ну вы-то, вы-то, да с вашим природным талантом и удивительными способностями, да для вас это на один зубок!» Но всё может обернуться против инициатора такого под-

хода, в случае если жадина-работник будет требовать оплату за любую сделанную работу. Только непрактичные работодатели терпят такую неслыханную наглость. Сразу же ясно, что раб из такого сотрудника никакой. Зато если план сработает, барыши будут поистине фантастическими. Такой раб, засучив рукава, будет денно и нощно вкалывать за проценты от прибыли при минимальной зарплате. А если продажи воздушных шаров, наполненных чистым алтайским воздухом, упадут (к примеру, из-за вновь открытой озоновой дыры над Уралом), ничего страшного – говорят, голодание омолаживает кожу.

Актуальный по своей злободневности вопрос – работа ради жизни или жизнь ради работы – занимает мысли огромного числа людей. Однако ответов на него всегда было, есть и будет только два. Первый дают работодатели, ну а второй – все те, кто на них трудится, будь то служащий дровосек или милиционер. **СМ**

ООО “Данила мастер”

Производство состаренной мебели



г. Владимир, ул. Луначарского, 12 Б, (4922) 37-33-67, 8(920) 624-21-16
www.danmast.ru e-mail: danmast33@yandex.ru

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА СУШИ

ИМПЕРИЯ СУШИ

37-00-60

с 10-00 до 23-00

寿司

寿司の帝国

寿司の帝国

寿司の帝国

寿司の帝国

寿司の帝国



Качественно!
На любой
Вкус!

寿司

Теперь во Владимире!

Маркетинг great swindle

*Тут пять клиентов, здесь десять клиентов.
Где должен быть маркетолог?
Впереди, на лихом коне!
W.W.Chapaeff*



кладбище здравого смысла

Конкуренция в эпоху глобального кризиса приобретает фантастические размеры. Ежеминутно идёт нешуточная борьба за внимание Его Величества Клиента - избалованного, циничного, заваленного предложениями, разочарованного рекламой и вооружённого интернетом. Что-либо продать такому Клиенту довольно трудно, а порой и совсем невозможно, если не воспользоваться тонкими маркетинговыми инструментами. Без этого вы сколько угодно можете модернизировать своё производство, улучшать логистику, оптимизировать финансы и проводить прочие операции — без хорошего знания Клиента всё будет бесполезно.

Здесь мы сталкиваемся с неожиданным парадоксом: несмотря на то, что практическая важность маркетинга в период кризиса возрастает, его эффективность, а следовательно и престиж, почему-то стремительно падают.

Вопрос: *За что на самом деле платят маркетологу?*

Зарабатывать деньги для своей фирмы — задача всех её сотрудников, в том числе и маркетологов. Следовательно, *маркетологу следует платить за пользу (прибыль)*, которую он приносит своей фирме. Не за его образование, его эрудицию или его умение надувать щёки. И уж точно не за пухлые маркетинговые планы и прочую макулатуру, которую в избытке плодят маркетинговые отделы. Об этой, казалось бы, прописной истине напрочь забывают как в реальном бизнесе, так и в различных бизнес-школах.

Вопрос: *Как именно маркетолог может принести прибыль?*

Ответ очевиден: повышая доходы (увеличивая продажи), а также снижая расходы и стоимость продажи.

Сегодня много говорится и пишется о том, что традиционный маркетинг якобы устарел, что он испытывает жесточайший кризис и что близится его конец. Американский маркетолог Серджио Займан даже написал книгу «Конец маркетинга как мы его знаем». Какой же именно маркетинг «знает» Займан, автор вошедшей в историю грубейшей ошибки с «New Coke», *стоившей компании «Coca Cola» полмиллиарда долларов?* Если речь идёт о ТАКОМ маркетинге, то автор абсолютно прав: действительно, такой маркетинг никому не нужен.

Вопрос о *компетентности специалистов по маркетингу* встал ребром уже в 80-е годы прошлого века — сразу же после того, как в бизнес начали просачиваться выпускники первых факультетов маркетинга. Здесь уместно процитировать Альберта Эйнштейна: *«Почти чудо, что современные методы обучения ещё не полностью задушили святую любознательность поиска».*

Начиная ещё со средних веков, западная система образования несла в себе массу бессмысленной и бесплодной схоластики. И по сей день в вузах всего мира студентов заставляют заучивать многое из того, что

никогда не пригодится им в дальнейшей работе, не разовьёт их ум и не научит их творчески мыслить. Что же касается маркетингового образования — по части схоластики оно вполне может претендовать на лавры чемпиона!

До 70-х годов преподавателями маркетинга в западных компаниях были практики с большим жизненным и профессиональным опытом (как правило, в прошлом — успешные продавцы). Благословенное время! Они полагались на свой опыт, интуицию, здравый смысл, а главное — на знание Клиента. Вот им-то как раз было не занимать «святой любознательности поиска», которая именно в маркетинговой среде нужна больше, чем в инженерии или в экономике.

Начиная с 80-х годов, профессионалов-практиков постепенно вытеснили экономисты-теоретики. Именно они превратили живой и динамичный маркетинг в его уродливого двойника — *псевдомаркетинг* с его сухими схемами, расчётами и всевозможными «матрицами». Именно так из маркетинга незаметно ушли и здравый смысл, и понимание Клиента, уступив место математическим расчётам и «кабинетным» исследованиям рынка, которые при отсутствии правильного ощущения Клиента равным счётом ничего не дают. Побочным результатом таких «образовательных экспериментов» явилось резкое ухудшение репутации маркетинга. Нечто подобное произошло и с рекламой — благодаря отказу от какого бы то ни было анализа и увлечения «креативом» её эффективность сегодня оставляет желать лучшего.

Беда в том, что выпускников бизнес-школ в основном ждёт работа в компаниях, производящих отнюдь не знаменитые «бренды», а самую что ни на есть обыденную продукцию! Логика подсказывает, что полученное ими маркетинговое образование должно было бы прежде всего научить их работать именно с таким «заурядным» продуктом: находить и создавать «продающие моменты» для 101-го вида самого рядового товара, наделять его маркетинговыми атрибутами, помогающими выгодно отстраниться от конкурентов, умело анализировать

Среднестатистического Клиента — одним словом, научить маркетолога *принимать нестандартные решения в типичных ситуациях*.

Однако дипломированные преподаватели-«академисты» с завидным упорством продолжают в своих лекциях мусолить, десяток наиболее известных «брендов» — таких, как Coca-Cola, McDonalds, Mercedes, Marlboro. Эти редкие исключения они явно и неявно обобщают, проецируя их маркетинговые подходы на самые разные и в основном «прозаические» продукты.

Учить можно по-разному. Можно учить творчеству в бизнесе, рыночному мышлению, учить *мыслить*. А можно забивать головы студентов совершенно ненужной информацией, мёртвой цифирью и высокими из пальца схемами.

И наши, и зарубежные бизнес-школы работают без остановки — так что сегодня в маркетинговых отделах российских компаний MBA-маркетолог давно перестал быть чем-то экзотическим. В толпе маркетинговых самоучек (которые, как правило, незнание схем с лихвой компенсируют творческим блеском в глазах и богатым опытом общения с Клиентом) сей персонаж выгодно выделяется своим безупречным костюмом и некоторой томностью — от избытка самоуважения. К его талантам с уверенностью можно отнести умение создавать впечатляющие слайдовые презентации, поводить долгие совещания, писать солидные маркетинговые планы и отчёты, а также составлять технические задания на проведение «исследований рынка». И вообще он неплохо владеет техникой СУА (от «cover your ass» — «прикрыть свою задницу»). Словом, приходя в бизнес, MBA-маркетолог успешно конвертирует полученное образование в маркетинговую бюрократию.

С наибольшим блеском это происходит в крупных компаниях, имеющих дилеров и региональные отделения. Здесь никогда не проводят маркетинговые аудиты и мозговые штурмы, не мучаются в поисках явных и скрытых «продающих моментов», не интересуются типичными возражениями

Клиентов и не занимаются внутренним маркетингом.

Зато здесь вдохновенно-«откатно» тратят огромные деньги на непонятные «исследования», имиджевую рекламу, новый фирменный стиль, помпезные выставки и пресс-конференции.

Маркетинговые бюрократы не понимают и не хотят понимать, что маркетинг — это творческий процесс, который глупо загонять в прокрустово ложе западных «матриц» и схем. Процесс созидания вообще плохо сочетается с бюрократией. Зато с ней отлично сочетается ворох никому не нужных бумаг, и прежде всего — маркетинговые планы, которые устаревают чуть ли не на следующий день после их утверждения руководством — ибо ситуация на рынке меняется стремительно. Толку от этих планов — никакого. Зато их приятно складывать в пухлые папки для демонстрации начальству, поскольку лучшего СУА-продукта трудно себе представить.

То, что мы думаем о своей продукции — далеко не самое главное. Гораздо важнее то, что думает о ней Потребитель и в чём он видит её ценность для себя. Именно это определяет сущность нашего с вами бизнеса.

Для того, чтобы сделать что-то *действительно интересным* для другого человека, нужно хотя бы в общих чертах представлять свойственные этому другому человеку пристрастия, привычки и предрассудки. Вспомните, сколько колебаний вы испытываете, выбирая подарок близкому человеку (разумеется, если это не «формальный» подарок, а именно то, что будет доставлять получателю радость и приносить ему реальную пользу).

Что же говорить о Клиентах, большинство из которых вы и в глаза не видели?! Реального, «живого» Клиента видит только продавец. Маркетолог или рекламист имеют дело со «среднестатистическим» Клиентом, наскоро отформатированным по целевой аудитории. Именно поэтому настоящий маркетолог стремится как можно чаще контактировать с Клиентом — участвуя в личных продажах, переговорах, семинарах, отвечая на вопросы и жалобы Клиентов и обязательно выслушивая мнения продав-

Участвуйте в акции и получайте цифровой фотоаппарат Kodak C913 в подарок!

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
С ВАШИМ БАНКОМ



Выгодный % + подарки

При открытии вклада «Инвестиционный» с минимальной суммой от 400 тыс. руб. (12 тыс. долл. США/ 10 тыс. Евро) на срок 730 дней Вы получаете отличный подарок – цифровой фотоаппарат Kodak C913!

При открытии любого срочного вклада в рублях, долларах или евро с суммой свыше 30 тыс. руб. – карта в подарок. Акция проводится до 30.09.09 года. Все подробности акции на сайте Банка или по телефонам:

Вклады
застрахованы

Система
Страхования
Вкладов

ул. Батурина, 28, тел. 38-52-85
ул. Б. Нижегородская, 81, тел. 33-19-20
ул. Безыменского, 14, тел. 41-54-87
ул. Горького, 86, тел. 43-25-15

ул. Горького, 77, тел. 42-35-57
ул. Комиссарова, 13, тел. 30-59-98
пр. Ленина, 35, тел. 38-51-23
пр. Строителей, 22, тел. 38-52-84

Филиал "Владимирское региональное управление" ОАО «МИНБ»:
г. Владимир, пр. Ленина, д.35, тел. 432-800, www.minbank.ru

ПОДКЛЮЧИМ

к интернет

офисное здание
гостиницу
жилой дом
квартиру
офис

к телефонии

офисное здание
гостиницу
жилой дом
квартиру
офис

ВЛАДИНФО



ТЕХНОЛОГИИ ПОДКЛЮЧЕНИЯ - ВОЛС, xDSL



цов. Письменный стол для маркетолога — не лучшее место для наблюдения за миром ваших Клиентов!

Каждый владелец бизнеса должен чётко понимать: настоящий маркетинг делается вовсе не в его голове и уж точно не в его компьютере.

Настоящий маркетинг делается в сознании Равнодушных Клиентов!

Если маркетолог это понимает — у него есть шансы на успех. Если нет — фирмуждут большие неприятности.

В так называемом «кабинетном» маркетинге есть одно забавное понятие, которое заслуживает, на мой взгляд, отдельного комментария. Это понятие «маркетингового комплекса» (marketing mix), или «4Р». Признаюсь, я никогда не понимал смысла этого понятия, а главное — того, что оно даёт практическому маркетологу?

Игра в «4Р» просто умиляет: кто-то подетски старательно подгонял слова так, чтобы получилось именно четыре буквы «Р»: *product, price, place, promotion*.

Любопытно: многие ли практики с ходу ответят, что здесь делает слово *place* (место)? Ещё меньше профессионалов дадут внятный ответ на вопрос, что им даёт заучивание всего этого «пи-пи»? Господа «академисты», между тем, не сидят сложа руки. Сегодня общими героическими усилиями число «Р» удалось догнать аж до семи, но и это не предел! Высокопоставленные маркетинговые мужики наперебой предлагают свои варианты дополнительных «Р»: *probing, packaging, public relations, people, processes, power, partition, prioritize, position, performance, penalty, perception, preservation...* как говорится, далее — везде! Но самое ужасное в том, что за каждым из этих «Р» стоит чья-то диссертация или профессорское звание.

Господа! Если кому-то действительно невтерпёж вместо понятия «маркетинг на фирме» употреблять выражение «*маркетинговый комплекс* фирмы» — бога ради! Но справедливости ради стоит процитировать Питера Друкера, талантливого маркетолога и незаурядную личность: «*Маркетинг — это весь бизнес, рассматриваемый*



с точки зрения клиента». Как видите — всё очень просто! И не надо городить никаких детских «пи-пи».

Следует признать, что описываемый выше «академический» маркетинг сильно страдает от необоснованных претензий на «научообразие». Что стоит за этими претензиями? Очевидно, тот престиж и уважение, которыми традиционно пользуется наука. Этот вопрос не даёт покоя ни «академическим» маркетологам, ни богемствующим рекламистам (в свою очередь, страдающим от претензий на «изящные искусства»). И то, и другое обходится бизнесу исключительно дорого — в самом прямом смысле этого слова.

Маркетинговым «учёным» не мешало бы задаться вопросом: а что вообще имеет право называться наукой? Науку отличают законы, теории и формулы, которые подтверждаются на практике и помогают что-либо прогнозировать.



Если же вы возьмете на себя труд ознакомиться с обильной литературой по маркетингу (а особенно — «брендингу»), то вас ожидает настоящий шок. Здесь полностью отсутствует привычная для научных дисциплин строгость определений, какая-либо доказательная база и культура работы с количественными данными. Иначе говоря: существуют ли в маркетинге универсальные законы и принципы, позволяющие что-либо предсказывать — хотя бы приблизительно? Ответ отрицательный!

Хорошо это или плохо, но научных знаний в маркетинге нет. Этот вывод косвенно подтверждают слова Ф. Котлера: *«Чтобы выучить маркетинг — нужен один день. Чтобы его освоить — нужна вся жизнь»*.

С этим нехотя соглашаются и маркетинговые «академисты». Тем не менее многие из них, подобно средневековым алхимикам в поисках «философского камня», ведут безуспешный поиск неких «научных знаний» и «общих принципов» маркетинга. Один известный российский специалист (не будем называть его имени) в довольно заумной статье с оригинальным названием «Принципы маркетинга» выделяет только три «принципа», которые (по его мнению) прошли самый жёсткий отбор. Самый потрясающий из этих «принципов» таков:

«Чем больше потрачено на маркетинг — тем выше вероятность успеха новых продуктов».

Таким образом, научных знаний в маркетинге нет. Чем же тогда заполнены толстенные книги, которые так любят писать профессора-маркетологи? Разумеется, десятками определений, среди которых очень много странных, откровенно противоречивых и попросту ненужных. Даже само понятие «маркетинг» имеет... более 2000 определений! Под словом «бренд» каждый понимает всё, что ему вздумается. О детских играх с «4P» уже было сказано выше. Если, к примеру, вас интересует — а что же, чёрт возьми, скрывается за туманным определением «*brand equity*» — то и здесь вас ожидает сюрприз в виде нескольких определений, основанных на совершенно разных идеях!

Есть идея сегментирования, в целом очень неплохая. Но и это скорее руководство к действию, нежели чёткая теория: два маркетолога в совершенно одинаковых условиях будут сегментировать по-разному.

Несколько больше полезных и чётких знаний можно встретить в рекламе, имея в виду многолетний обобщённый опыт поколений рекламистов — создателей текстов, художников и типографов (например, законы зрительного восприятия, читаемости текста и т.д.). Но опять же сослаться на данный опыт нужно с осторожностью.

Отсутствие реальных научных знаний маркетинговые «академисты» лихо компен-

сируют туманной систематизацией очевидных фактов — или же набором различных схем, «матриц» и парадигм, часто совершенно нелепых, а порой — абсурдных. «Игра в науку» в маркетинге приняла настолько угрожающие размеры, что для неё даже придумали своё название — Scientification of Non-Knowledge, или сокращенно — SONK, что можно перевести как «онаучивание НЕ-знания».

Поскольку «НЕ-знаний» для «онаучивания» становится всё меньше, SONK-исты пошли по второму кругу. Так, вместо термина «жизненный цикл товара» вам теперь могут предложить Бостонскую матрицу. Её авторы наверняка считают большим прорывом вместо «начало цикла» говорить «дойные коровы». Практического смысла от такой замены — ноль. Зато различные бизнес-школы, якобы за 20 дней готовящие «профессионалов» в области маркетинга (вроде «Фабрики Маркетинг Звёзд» - рахитичного дитяти от скрещивания *Executive* с «Русской школой маркетинга»), теперь получили возможность гордо продемонстрировать свою учёность.

Испытанным приёмом академического наукообразия является изобретение непонятного языка. Для любителей подобной абракадабры в маркетинге также существует выражение «*Keep In Simple, Stupid!*», сокращенно — KISS, что можно перевести как «*Говори проще, дурак!*» Но дураки не внемлют.

Похожих примеров в системе современного высшего маркетингового образования не счесть. При этом жертвами псевдо-маркетинга становятся не только фирмы, но и сами маркетологи. Разочарованное в результатах руководство реагирует жёстко, закрывая целые маркетинговые отделы и увольняя старших маркетологов. Согласно статистике, средний «срок жизни» на фирме директора по маркетингу не превышает 2-х лет, а на фирмах, занимающихся товарами народного потребления (ТНП), и того меньше - около 10 месяцев.

Пожалуй, есть смысл собраться с духом и отправить на свалку весь этот хлам. Кризис — замечательное время, чтобы проявить себя в Настоящем Маркетинге, идущем не от мёртвых схем и формул, а от живого Клиента. **СМ**

При подготовке данной статьи использованы следующие материалы:

1. И. Нонака, Х. Takeuchi «Компания, создающая знания»
2. N. Piercy «Market-ded strategic chase»
3. А. Ковалёв, В. Войленко « Маркетинговый анализ»
4. А. Whitegead «The aims of education atv other essays»
5. Е. Голубков «Маркетинг: стратегия, планы, структуры»

Автоматизация ресторанов и гостиниц

Сервисное обслуживание любой установленной у вас системы автоматизации (в т.ч. R-Keeper)

Установка и обслуживание систем видеонаблюдения

для ресторанов:

выделенная "горячая линия"
квалифицированные специалисты
система автоматизации нового поколения iikoRMS
уникальная дисконтная система iikoCRM (любые виды программ лояльности, работа с R-Keeper)

для гостиниц:

PMS HotSoft,
системы платного телевидения и интернета, конференц-системы



Инновационные технологии для ресторанов и отелей

(4922)

47-52-31

37-05-72

intrio.ru

CITYMONEY беседует с директором клуба-отеля «Велес»
Игорем Владимировичем Кирилловым - человеком и миллионером

Велес – ТопЛес

Рубрика «Миллионер» предполагает известную степень откровенности, ведь герой рубрики пускает нас в святая святых – душу и бумажник (конечно, в рамках необходимого в таких случаях приличия и хорошего вкуса). За исключением таких рубрик в деловых изданиях, спрашивать об уровне дохода в приличном обществе не принято. Ещё одним исключением из этого правила является общество налоговых органов, но это особое общество, о нём, кстати, речь пойдёт тоже. Спрашивать о душе также прерогатива специальных людей в специальных местах или специальных изданиях. Об этом тоже чуть ниже...



Итак, человек пускает нас в душу и бумажник, которые, как известно, располагаются на уровне грудной клетки. Душа под ней. Где именно? Наука затрудняется ответить. А бумажник - над ней, во внутреннем кармане пиджака. Человек обнажает перед нами душу и бумажник, то есть то пространство, открыв которое остаются топлес. Считайте, что это метафора допустимого уровня откровенности и приличия в нашем обществе и СМИ. Неважно кого и чего это касается. Вне зависимости от гендерных и институциональных определений. Впрочем, слово «топлес» мы пишем, как вы видите - «ТопЛес», превращая его из обычного англицизма в сложносокращённое слово, часть которого иноязычная, а часть наша. И это имеет смысл. Поскольку, как мы выяснили из беседы с Игорем Владимировичем, ВеЛес означает «великий лес», а ТопЛес означает то же самое - «высокий лес, лучший лес». И в случае леса, в котором расположен «ВеЛес», и самого клуба-отеля это тоже верно. Действительно, топловый клуб в прекрасном лесу.

СМ. Когда вы стали миллионером? Когда вы посчитали и поняли, вы - миллионер?

И.В.К. Не буду лукавить, помню точно, это был 2002 год. Я подумал, интересно, сколько стоит то, что у меня есть - бизнес, ценные бумаги, имущество. Посчитал и пришёл к выводу, что я - миллионер.

СМ. Изменилось что-нибудь в вашем сознании, в восприятии мира, в восприятии самого себя? Ведь вы были «просто» состоятельным человеком, бизнесменом, а теперь стали миллионером.

И.В.К. Да, пожалуй. Понимаете, я же знаю, что вроде бы что-то должно измениться. Да, вот и вы неспроста меня об этом спрашиваете, значит, есть в «общественном мнении» представление, что вот миллионер должен что-то особенное чувствовать. Мы все это знаем и в какой-то степени придумываем себе эти «особые» ощущения.

СМ. Вы шли к миллиону сознательно, как к какому-то рубежу, хотели быть миллионером?

И.В.К. Нет, мне кажется, что нет. Я думаю, что если бы стремился, то вряд ли бы добился

этого. Если так строить жизнь и бизнес, то любая неудача (а их в бизнесе всегда хватает) будет восприниматься как личная трагедия, как шаг назад, а не повод для изучения ошибок и совершенствования.

СМ. Не хотелось взять и стать «просто» миллионером - жить на проценты, стать этаким рантье?

И.В.К. Было такое желание, даже была попытка. Но это, наверное, не для меня. Пару месяцев наслаждаешься отдыхом, а потом всё, больше не можешь. Во-первых, деятельность, бизнес становится к этому времени твоей жизнью, ты уже не разделяешь работа - не работа. Именно поэтому и получается чего-то достичь. Ты занимаешься делами, которые тебе нравятся. Поэтому и приходишь к успеху, вот к миллиону, например, к «ВеЛесу». Во-вторых, если отойти от дел, то тогда придёт разрушить свой прежний мир, все «социальные сети», все круги общения, всех друзей. Ведь почти всё это держится и образуется на и вокруг твоей профессиональной деятельности. Перестал быть тем, кем ты был, и всё, ты уже лишний. Даже не лишний, а другой. Не потому, что от тебя отвернутся, нет. Все всё поймут. Но у всех дела, а ты уже не вписываешься в этот ритм, в этот стиль, в эту жизнь. Даже темы разговоров поддерживать будет практически невозможно. Ты «выпадаешь из языка» или, как говорят, становишься «не в теме»... И потом, вот если бы я был настоящим рантье, наследственным, то есть жил бы на деньги, заработанные кем-то из моих предков, то тогда да, возможно всё было бы по-другому. У меня бы и воспитание было бы другое, другая жизнь. А тут у тебя средства, которые ты сам, своим трудом получил, ты знаешь, как это делать. Так очень сложно быть рантье. Чтобы такой класс появился, должно смениться не одно поколение.

СМ. Как же сложилось ваше первоначальное накопление капитала?

И.В.К. Я начал заниматься бизнесом ещё в 1990 году. Умер отец. Нужно было решать проблемы семьи. Времена были сложные. Потом работал в компании, продающей и внедряющей электронные системы учёта

воды, газа, света, в общем, всех коммунальных ресурсов. Объездил всю страну. Получил колоссальный опыт. Системы мы предлагали на региональных уровнях, так что уровень общения в каждом регионе был максимально высокий. Затем я занялся выставочным бизнесом. И не безуспешно. Заработанные средства я и мои компаньоны вложили в этот проект – «ВеЛес».

СМ. Почему именно здесь, во Владимире, вы решили построить «ВеЛес»?

И.В.К. Мы с друзьями проехали по Золотому кольцу лет семь назад – очень понравилось. Превосходная архитектура, прекрасная природа. Развитая индустрия туризма. Удачное расположение между Москвой и Нижним Новгородом, большой пассажиропоток. Мы с партнёрами объехали весь мир. Видели многие страны. Мы поняли, что лучше нашей природы — средней полосы — нет. Это не просто патриотизм. Это ещё и взвешенная позиция. Мы хотели создать и создали здесь у нас уровень сервиса лучше, чем в Европе. Мы видели огромное количество отелей, гостиниц, развлекательных центров и весь этот опыт, всё самое лучшее из увиденного нами воплотили здесь, в «ВеЛесе».

СМ. Но не показалось ли вам, что этот сегмент рынка, эта ниша в нашем регионе и без того насыщена?

И.В.К. Мы увидели, что в области нет ни одного такого комплекса, как «ВеЛес»: с таким качеством услуг, с таким направлением развития. Индустрия туризма развивается очень быстро, потребность в повышении качества услуг растёт. Из полутора миллиона туристов, посещающих Владимир и Суздаль каждый год, есть достаточный процент тех, кто может стать гостями «ВеЛеса». Появление на территории туристического региона такого комплекса, как наш, автоматически поднимает уровень вливаний в казну. Делает область привлекательнее для инвестиций, мировой опыт свидетельствует, что интерес к региону начинает проявляться тогда, когда там появляется приличный сервис, и никак не наоборот. Всё и всегда, любой бизнес и проект начинается с отеля. Вложение денег это вложение себя: инвестор «селит»



свои деньги в регионе, и он хочет, чтобы им там было комфортно жить. И, чисто психологически, тот отель, где бизнесмен живёт, когда он «присматривается» к региону или уже ведёт переговоры, очень важен. Пусть это не покажется слишком художественным, но это правда, я много поездил по миру. Во многих десятках стран был — на всех континентах, кроме Австралии, от отеля, в котором вы живёте, зависит ваше суждение о всей стране, области, регионе.

Да, индустрия туризма во Владимирской области очень развита. Это, возможно, лучшая часть Золотого кольца. Но, как и в любой сфере бизнеса, есть то, что требует обсуждения и решения. Для того, чтобы этот бизнес (в данном случае туристический) вышел на принципиально новый уровень. Мне кажется, что мы могли бы быть полезными в этом плане. Было бы неплохо создать такую ассоциацию, может быть и не обязательно как нечто «строгое», с регистрациями, членством, а просто сообщество всех, кто имеет отношение к туризму во Владимирской области. Это, в первую очередь, Музей-заповедник, представители областных и городских администраций, в чьём ведении находится содействие развитию туризма, крупнейшие гостиничные и развлекательные комплексы,

рестораторы. Можно было бы собраться всем, ну вот хотя бы в «Велесе», на чаепитие, отдохнуть, поговорить, обсудить проблемы — ведь они есть у каждого и в общем-то схожие — и подумать, как нам всем вместе работать и развиваться. Мне кажется, что это было бы очень и очень полезно...

СМ. Есть разные критерии оценки проектов, один из них — налоги, их количество. Вот каков по этому критерию «Велес», каков его так сказать «налоговый рейтинг»?

И.В.К. Мы входим в пятёрку крупнейших налогоплательщиков области.

СМ. То есть вот пять таких «Велесов», и всё, больше ничего не надо нашей области?

И.В.К. Ну, нет, конечно, в пятёрке есть и покрупнее нас, а потом есть все остальные, те, кто не вошёл в пятёрку, их очень и очень много, и сумма совокупная достаточно большая. Так что пятью «Велесами» не обойдётся, побольше надо...

Мы рады, что наше предприятие приносит деньги региону, и хотели бы, чтобы эта сумма была ещё больше. Ведь от благосостояния области зависит и благосостояние «Велеса». Мы работаем на владимирской земле, у нас работают владимирцы, мы работаем и для владимирцев в том числе. Чтобы это получалось и впредь, нам нужно помочь. Помочь прежде всего советом, отношением, пониманием. Пониманием того, что мы можем сделать для Владимира и области. Сделать вместе с администрацией области, города, района.

Сейчас сложное время для экономики. Сложное, потому что никто толком не знает, что такое этот наш кризис и что с ним делать. Были кризисы и раньше, но те финансовые проблемы были явлениями становящейся экономики. Сейчас, в 2009 году, всё уже несколько по-другому. Кризис проходит в более или менее устоявшейся системе, и как его преодолеть — пока никто не знает, просто пока нет опыта, но он уже появляется.

Мне кажется, что сейчас главное понять, что есть реальный сектор экономики, к которому относится и «Велес», мы создаём и продаём услуги. И этот сектор, возможно, единственный, на который можно опереться в трудной ситуации. Мы не делаем денег из

воздуха. Не играем с курсами валют или котировками ценных бумаг. Мы создаём материально осязаемые вещи — дома, коттеджи, гостиницы, рестораны, подсобные сельские хозяйства, охотничьи и рыбные хозяйства. Кормим, развлекаем людей, предоставляем им возможность отдохнуть, а туристам, разместившимся на время экскурсионного тура в «Велесе», посетить Владимир, Суздаль, принести доход местной индустрии туризма.

Во время кризиса мы развиваемся и создаём новые рабочие места. Мы не единственное такое предприятие, и нам бы хотелось, чтобы нам и таким же, как мы, перспективным и инновационным в своей сфере предприятиям доверяли, точно так же, как мы доверяем земле и людям, на которой и среди которых мы работаем.

СМ. Как скоро вы сможете сказать себе: «Ну всё, проект состоялся»? Мы имеем в виду финансовую сторону вопроса, как факт «Велес» есть, и это впечатляющий факт.

И.В.К. Мы работаем всего год, даже меньше, основная часть «Велеса» была запущена в самом начале этого года, и мы уже одни из самых доходных предприятий области. Нам хотелось бы и дальше продолжать так работать. Вы видели, что сделано в «Велесе» и можете примерно представить количество средств, вложенных сюда. Всем очевидно, что это проект долгосрочный, рассчитанный на долгое сотрудничество с областью, городом, местной индустрией туризма. Прибыль будет, окупаемость будет, по нашим прогнозам, уже в обозримом будущем, возможно и быстрее. Тут главное всем нам не «перестараться» и не ждать чуда. Мы все (бизнесмены и не только бизнесмены), кто имеет отношение к финансам, иногда нетерпеливы, и есть опасность самим себе затруднить развитие, замедлить его мероприятиями по ускорению капитализации.

СМ. Наша область избрала для себя инновационный сценарий развития, то есть в течение ближайшего времени мы должны развить различные ноу-хау в самых различных сферах деятельности. Этот путь был предпочтён сценарию «вхождение в московскую агломерацию»...

И.В.К. Понимаю, на что вы намекаете и почему спрашиваете меня об этом. Да, я и мои партнёры из Москвы, и можно сказать, что «ВеЛес» - московский проект. Но мне кажется, что большой разницы между «московским» и «инновационным» путями развития для области нет. Так или иначе, но географически, а значит, и экономически Владимирская область соприкасается с Москвой. Да и технологии — вещь, не знающая, что такое региональные границы, особенно если речь идёт о бизнес-технологиях, технологиях, связанных с организацией индустрии туризма, отдыха. Разумеется, мы говорим о технологиях в самом широком смысле этого слова. Владимирская область прекрасное место для применения всех «последних слов» в любой индустрии. Я думаю, вы согласитесь со мной, что «ВеЛес» - инновация в своей сфере. Другого такого клуба-отеля с таким набором возможностей, услуг, пожалуй, пока нет. Давайте не будем говорить, кто лучше или хуже, просто в таком формате с таким набором «опций» нет. Хотя есть много других похожих мест, но в другом формате.

Я полагаю, что область так или иначе включена в крупную агломерацию центрального региона. Производители промышленной и сельхозпродукции в большинстве своём ориентированы на Москву и на крупные областные центры вокруг неё. Туризм также следствие этой «агломерированности». Посмотрите, огромное количество туристов из столицы частным образом и группами приезжают на уик-энд во Влади-

мир и Суздаль. Хорошие дороги и развивающаяся сеть отелей делают своё дело. Это уже в порядке вещей для москвичей — съездить отдохнуть сюда, к нам, а значит, оставить здесь свои деньги, принести доход области.

В общем, чем больше инновационности, тем больше агломерированности, и чем больше агломерированности, тем больше инновационности. Эти вещи синонимичны и взаимообусловлены. Вовлечённость в столичную сферу всегда является двигателем инноваций, а они, в свою очередь, притягивают столицу.

СМ. Так значит, «ВеЛес» - инновация?

И.В.К. А вы думаете, что коттеджи, рестораны, плавательные бассейны, теннисные корты и охотничьи и рыболовные хозяйства не могут быть инновациями? Могут. Тут всё зависит не от того, ЧТО, а от того, КАК и ГДЕ. Зависит от того, как всё это сочетается между собой. Зависит от грамотного маркетинга.

Смотрите, во-первых, у нас есть всё, что только может быть в сфере отдыха и развлечений, здоровья, ухода за собой. Ну, практически всё. Во-вторых, всё это в самых разных вариациях по количеству, времени и стоимости. У нас множество уровней сервиса на любой вкус, на любые потребности и возможности. У нас вы можете отдыхать так, как вам этого хочется, всё подстраивается под ваши желания.

Вы можете отдыхать здесь один, с семьёй, в компании. Хотите активный отдых - пожалуйста: охота, рыбалка, конные прогулки,



Хотите уединения и покоя – к вашим услугам территория клуба и лес вокруг – соберите грибы, рыбачьте. Любите отдых в «игровом» или спортивном стиле – к вашим услугам футбол, волейбол, теннис на корте с искусственной травой, бильярд – пять столов (три американских и два русских), тренажеры. Зимой – каток, коньки и лыжи. Всё спортивное снаряжение вы можете получить в нашем пункте проката.

Тир – есть настоящий и так называемый «виртуальный.» Кроме того, в нашем тире можно пострелять из луков, арбалетов, пометать ножи и топоры – такие мужские развлечения...

Есть очень хороший боулинг, на восемь дорожек. Там очень интересное оформление – на стенах панорамные огромные фотографии разнообразных ландшафтов. Эти панорамы меняются, ну почти как декорации в театре.

Хотите привести себя в порядок – уверяю вас, вы вряд ли найдёте такое качество и количество SPA-услуг за такую стоимость, как в «Велесе».

СМ. Вот об этом, пожалуйста, поподробнее, тема SPA популярная...

И.В.К. SPA-комплекс у нас находится рядом с бассейном, бассейн у нас не просто бассейн, а с подводными гейзерами и «ласточкинским хвостом» для массажа, протivotоком для тех, кто хочет поплавать по-настоящему. Там же финская и турецкая бани. Есть, кстати, и русская, и японская бани, все рубленые (кроме японской, разумеется) и на дровах. Никакого электричества.

А сами SPA-процедуры... Во-первых, альфа-капсулы – это вибростол, инфракрасное нагревание, специальные очки, которые при помощи импульсов оказывают такое расслабляющее воздействие. А ещё в этой капсуле ароматерапия и релакс-музыка. Капсула оказывает воздействие на все органы ваших чувств – эффект потрясающий. Мне достаточно сорок минут провести в этой камере, и какой бы я не был вымотанный, я на ногах, свежий и готовый к работе. Это прекрасное средство от стрессов, из которых во многом, увы, и состоит наша жизнь.

SPA-модули, каждый на два человека – массаж медицинский, тайский и экзотический (гречневой крупой, сеном). Обёртывания с водорослями и морскими гадами. Косметический кабинет – очистка лица, маникюр, педикюр, укладка. Фитобар с богатым выбором фиточаёв и кислородных коктейлей.

Не только из Владимира, но и из Москвы и Нижнего Новгорода приезжают гости, чтобы пройти SPA-курс в «Велесе». Цены у нас процентов на сорок ниже. Гости из Америки, Европы, Австралии говорят, что такого уровня SPA-услуг они в мире видели не много, а по таким ценам и подавно.

СМ. Часто места, подобные «Велесу», используют не только как место отдыха. Но и как площадки для проведения семинаров, переговоров. Возможно это у вас?

И.В.К. Да, конечно, у нас есть бизнес-центр на 120 человек и интернет-кафе. У нас возможно проводить семинары, тренинги, со-



вещания, съезды. Для этих целей есть прекрасный зал со всей необходимой офисной видео-, аудио- и проекционной аппаратурой. Современный стиль ведения бизнеса также предполагает элементы отдыха. Работайте и отдыхайте.

Да, современный стиль отдыха зачастую не предполагает полной оторванности от работы – поэтому в «Велесе» вы можете отдышаться и «присматривать» за делами.

СМ. Кто в основном является гостями «Велеса»?

И.В.К. «Велес» - место отдыха как солидных, состоявшихся людей, которые ценят комфорт и качество услуг, так и молодёжи. Для неё, помимо всего того, что пользуется спросом и популярностью у всех статусов и возрастов, есть свой формат удовольствий - концерты, дискотеки, диджеи. Концертные программы у нас, как говорится, на любую целевую аудиторию. Исполнители,

увидев настоящей живой кожи и ни разу не покормив кролика. Многие дети вообще не представляют, что едят эти животные и как они выглядят. Вот такие вот последствия урбанизации.

Ещё одна важная деталь – безопасность. Территория охраняется собственной охраной, плюс видеонаблюдение. По периметру вообще стоит система контроля, как на государственной границе. Наши гости могут быть абсолютно спокойны за себя и своё имущество и, что самое главное, могут быть совершенно спокойны за своих детей. Здесь всё под контролем.

В туристическом бизнесе очень многое зависит от рекомендаций в своём кругу, от мнения. В общем, от так называемого «сарфанного радио». Мы много вкладывались в рекламу и на кабельных каналах телевидения, и в наружную, в Москве, во Владимире, в Нижнем Новгороде. Это всё очень важно и необходимо, но туристический бизнес осо-

МЫ НАХОДИМСЯ В ДАВИДОВСКОЙ ПОЙМЕ, В ЛЕСАХ ПЕРВОЙ КАТЕГОРИИ, В РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЕ. ВОЗДУХ, РАСТЕНИЯ, ЖИВОТНЫЕ, ПТИЦЫ, НАСЕКОМЫЕ ЗДЕСЬ ТАКИЕ, КАКИХ В ДРУГИХ МЕСТАХ ПРОСТО НЕ ОСТАЛОСЬ. ЭТО СТОИТ УВИДЕТЬ.

певцы, иллюзионисты, артисты разговорного жанра. Артисты из Москвы, Питера. У нас превосходная аппаратура для этих выступлений - звук, свет...

Детям тоже нескучно в «Велесе». На верхнем этаже боулинга детский игровой клуб. Там двухэтажный детский городок, два больших надувных батута, детские бильярд, хоккей, площадка для проведения утренников. Есть детская площадка с качелями и каруселями, все мыслимые игры, спортивные, настольные, пони, лес, плюс все традиционные «технологические» развлечения мегаполисов. Есть велосипеды, самокаты. Многие дети, приехавшие сюда из городов, впервые видят коз, коров, уток, кроликов. Это действительно факт, что многие вырастают так ни разу в жизни и не

бый... По-настоящему хороших мест в сфере услуг не так много, люди ценят и помнят места, где им было комфортно. Они стараются вернуться именно сюда и рекомендуют такие места своим знакомым. Вот эта реклама особенно ценна, поэтому мы стараемся сделать своих гостей своими друзьями, поэтому и формат нашего «Велеса» - клуб-отель.

СМ. Мы уже знаем, что «Велес» не ограничивается своим «периметром». Что ещё входит в его пространство?

И.В.К. Пространство отдыха не ограничивается пространством «Велеса». В нашем пункте проката вы можете взять палатки, байдарки, любое туристическое снаряжение и отправиться в путешествие по окрестным

лесам, полям и рекам. Мы находимся в давыдовской пойме, в лесах первой категории, в рекреационной зоне. Воздух, растения, животные, птицы, насекомые здесь такие, каких в других местах просто не осталось. Это стоит увидеть.

Вы можете приехать сюда просто по грибы. Они растут в изобилии прямо на территории «Велеса», а сколько их вокруг! Остановились у нас, пособирали грибы, отдохнули. Многие так и делают. Часть территории мы не стали «оцивилизовывать», а оставили настоящей лес. Такой английский парк получился. Вот там – грибы, ягоды...

Сейчас у нас появилось своё охотничье и рыболовное хозяйства. В десяти минутах езды от клуба-отеля мы открыли охотничий клуб «Велес» с охотой на водоплавающих и парнокопытных — кабан, лось. Совсем недавно приобрели водоём, на котором планируем открыть круглогодичную рыбалку. Через пару месяцев мы благоустроим водоём и «зарыбим» его...

И помимо этого, конечно, обширнейшая культурная программа. Поездки во Владимир, Суздаль, Гусь-Хрустальный, Вязники. Есть свой транспорт, свои автобусы. Все экскурсии и музеи к услугам наших гостей.

Надеемся, что в обозримом будущем «Велес» станет частью сети отелей. Мы с партнёрами планируем открыть подобные клубы-отели в Калининградской области, в Краснодарском крае, на Байкале.

СМ. Когда мы проходили по территории «Велеса», то видели храм...

И.В.К. Да, это храм Даниила Московского. В нём идут службы, проводятся обряды крещения, венчания. Наши гости могут отпраздновать все церковные обряды, а проведение свадеб, ведь сейчас огромное количество пар помимо регистрации гражданского брака заключают ещё и церковный, в «Велесе» становится особенно удобным.

СМ. От пищи духовной к просто пище... Что предлагает «Велес» своим гостям из кафе, ресторанов, меню?

И.В.К. В «Велесе» несколько ресторанов. «Харчевня» - с традиционной русской кухней. Это настоящая харчевня в русском стиле, де-

мократичное заведение с очень хорошей, простой и вкусной едой, есть даже каша гречневая с тушёнкой, естественно, супы, щи, солянки, грибы. Для «Харчевни» мы засолили полторы тонны грибов, груздей. Именно засолили, по русскому рецепту, не мариновали...

Ресторан «Дворянин» - пять залов различной тематики вместимостью от 12-15 до 120 человек. Русская, европейская кухни, фьюжн из европейских кухонь. Есть китайская и вьетнамская комнаты с блюдами юго-восточной кухни. Каляян.

Банкет-холл на 500 человек с богатой шведской линией. Там же музыкальное и световое оборудование для проведения корпоративов, съездов, свадеб. Наверное, это самый большой банкетный зал в области.

Беседки с мангалами. Пользуются неизменной популярностью. Есть встроенные мангалы, есть переносные. Можно просто и хорошо отдохнуть. Приезжают семьи, не селятся в коттеджи, а берут беседку на сутки и отдыхают.

Да, в бассейне есть ещё суши-бар, в котором вы можете перекусить после плавания, занятий на тренажёрах и SPA.

Средний чек в ресторанах от 500 до 1500-2000 рублей. Кухни и цены на все вкусы и возможности.

СМ. «Велес» не только клуб, центр отдыха и развлечений. Это и отель, поэтому, наверное, главный вопрос — про размещение.

И.В.К. Всего разово мы можем разместить 500 человек.

15 коттеджей, деревянных, проживание класса люкс. В каждом 4 спальни, каминный зал (камины настоящие, не электрические), кухня, столовая, балкон, холл, два санузла. Очень хорошо для семейного отдыха или для отдыха компанией, когда вы хотите провести время в своём кругу.

4 больших гостиничных корпуса, два корпуса класса стандарт и два корпуса полулюкс.

Ещё 11 таун-хаусов от 4 до 8 номеров с классом проживания стандарт, полулюкс, люкс. И, наконец, гостиница на 34 номера. Класса стандарт. Но наш стандарт – это наш стандарт, он особый, высокий.



В каждом номере и коттедже телевизор, несколько десятков телеканалов, DVD, можно взять игровые приставки. Если на улице дождь или если вы предпочитаете в качестве отдыха со вкусом поваляться перед телевизором, то и это вы можете сделать в «Велесе».

Стоимость проживания — от 1400 рублей в сутки с завтраком в гостинице, до 16000 рублей за коттедж.

СМ. В «Велесе», судя по всему, решены все проблемы как с коммунальными сетями, так и с «встроенностью» в экосистему, хоть он и находится недалеко от города и населённых пунктов...

И.В.К. Наша задача состоит в том, чтобы создать в «Велесе» атмосферу полного единения с природой. Единения без потери всех достижений цивилизации. Современные технологии — наша «философия» бизнеса — позволили нам сделать это.

Смотрите, у нас своя вода. Две артезианские скважины. Очистка через кварцевый песок. Никакой хлорки. В бассейне вода тоже не хлорируется, там серебряные и медные пластины, ультрафиолет-очистка. У нас можно пить сырую воду из-под крана. Всё готовится на этой прекрасной воде.

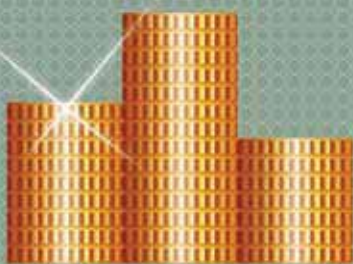
Комплекс энергонезависимый. Свет, конечно, сюда идёт извне, но на непредвиденный случай (всё-таки мы в лесу) есть мощнейшие дизель-генераторы. По сути мы сами можем обеспечить себя электроэнергией полностью. Мы проложили сюда 18,5 километров газовой трубы и очень сильно сэкономили на энергопотреблении — всё отопление, водоснабжение и все кухни перевели на газ. У нас собственные очистные сооружения, мы ничего никуда не сливаем и не сбрасываем.

При строительстве и отделке использовались только натуральные материалы, везде натуральное дерево. Стены, пол и потолок только деревянные, материалы все из местных лесов.

Сейчас мы занимаемся организацией своего подсобного хозяйства. Мы хотим, чтобы на стол нашим гостям шли только качественные, экологически чистые продукты, мясо, овощи. Кстати, это ещё не менее 100 рабочих мест, помимо 280 уже существующих.

СМ. О чем бы вы, хозяин этого «града «Велеса», хотели бы сказать — свободный ответ без вопроса.

И.В.К. Что я могу хотеть сказать как хозяин «Велеса»? Конечно же, пригласить всех, кто прочтёт это интервью, к нам в «Велес», чтобы увидеть всё собственными глазами и отдохнуть у нас. **СМ**



Fin33.ru

городской сайт о деньгах

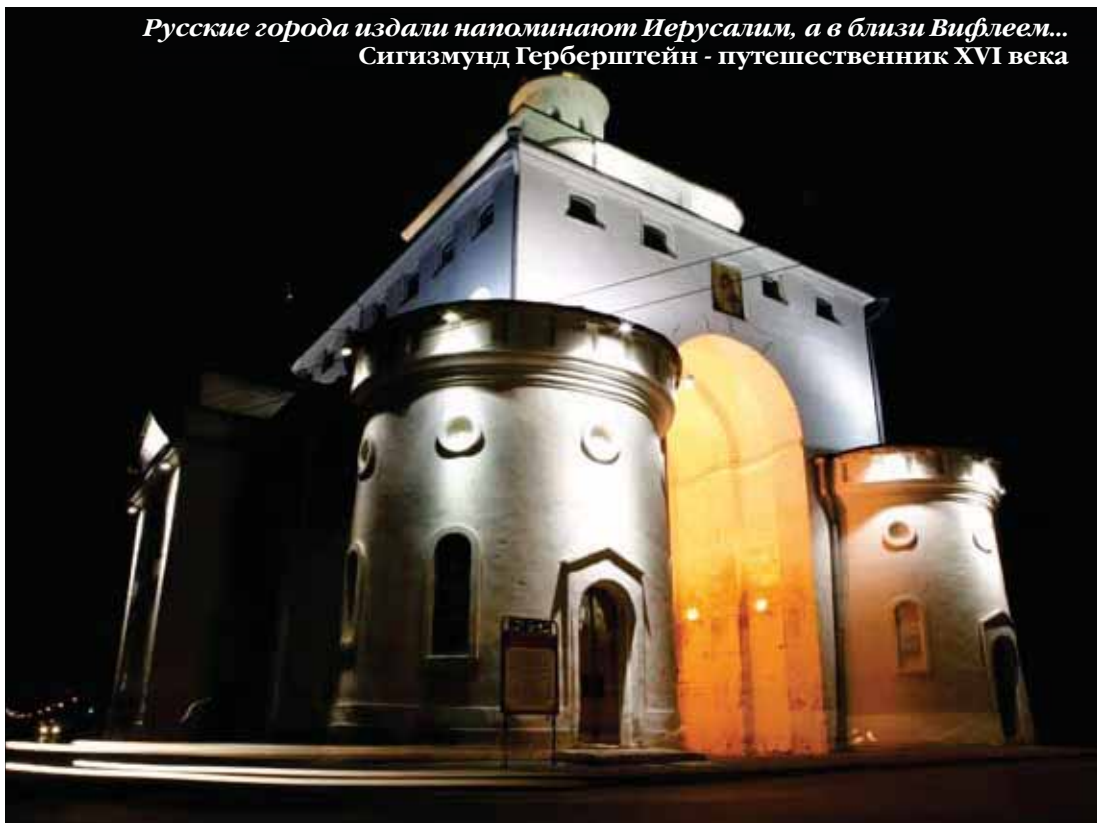
www.fin33.ru

Проект компании ООО «Реарт»

ул.Студеная гора, 34 – тел.: + 4922 45-07-76 – сайт www.reart.ru

Владимир город контрастов

*Русские города издали напоминают Иерусалим, а вблизи Вифлеем...
Сигизмунд Герберштейн - путешественник XVI века*



МЫ ГЛАЗАМИ ПРОЕЗЖАЮЩИХ

Недавно в центре города удалось увидеть следующую картину: мужчина лет 35-ти на велосипеде, обвешанный рюкзаками и рюкзачками, упал с этого самого велосипеда метрах в тридцати от Золотых ворот. Пока гражданина поднимали, собралась небольшая толпа. Из бурного обсуждения удалось понять следующее: герой дня – турист, добирался к нам – из славного города Тайшет (кто не знает, это – между Алзатаем и Бирюсинском). Несколько тысяч километров на велосипеде, и вот он – стольный (бывший стольный) град Владимир! И ещё одна картинка из жизни, правда, уже двухлетней давности: «Ёп... (далее неразборчиво) скучно!» - это практически дословное воспроизведение мнения участника познавательной экскурсии под названием, не поверите, «Стольный град Владимир», организованной небольшой турфирмой. Понять (умом) этих двух туристов вряд ли возможно. Один - измождённый донельзя - пару дней оценивал достопримечательности и святыни, а потом убрался восвояси (поездом, правда); второй – не продержался и дня, зря потратив деньги. И это – в жемчужине, простите за штамп, Золотого кольца. Причина в данном случае, по исключительно субъективному мнению автора этой статьи, не в городе. А в подходе туриста к вопросу собственного отдыха во Владимире. Рассмотрим упущенные возможности.

Вояж-абордаж

Вот взятая из интернета подборка разных мнений о шансах дикого туриста на выживание в нашем древнем городе:

Island, Москва:

«Лучший способ, в любом случае, дикарём. Никто не забудёт своим мнением тебе голову, никто не скажет: лучше делай вот так, ходи туда-то, там интереснее. Понятно, что часть «интересностей» будет упущена, зато всё, что найдёшь – твоё»

Кирия, Ногинск:

«Проблем не оберёшься. «Хорошие» знакомые посоветовали пару гостиниц, мол, недорого и качественно. То же самое, видимо, кто-то рассказал нескольким семьям гастарбайтеров, жившим на нашем этаже. Только кконцтура мы определились с питанием, т.е. с местом, где кормят вкусно и за удобоваримую (простите, за каламбур) сумму, до этого же эксперименты заканчивались фесталами и тратами»

Серж-НН, Москва:

«Все способы, как говорится, хороши. Но мы с женой сделали следующий вывод: к таким поездкам готовиться надо настолько тщательно, насколько нам лень»



С чем сталкивается дикий турист в первые мгновения знакомства с Владимиром? Для начала – с отсутствием проводника или экскурсовода. «Тыщонка» и «Бурик» - вот тот максимум информации, которую он сможет получить от водителя автобуса (маршрут Москва-Владимир). В качестве альтернативы и конечного пункта обычно предлагают доехать до «железки». Дедуктивное мышление поможет определить, что «железка» это ж/д вокзал. Выйдя из автобуса, турист-дикарь снова сталкивается с возможностью выбора. Три дороги (по обобщённым данным) ведут в город. Если стоять спиной к главному входу вокзала, то система координат следующая:

НАПРАВО:

редкие троллейбусы, идущие не всегда понятными (даже для горожанина) маршрутами. Один из вариантов – вечно ремонтируемая дорога, ведущая в самый обычный для нашей страны спальный район. Road to Доброе.

ПРЯМО:

гордость нашего города – лестница. Не золотая, но с перилами, и для обладателей значительного багажа практически непреодолимая.

НАЛЕВО:

деревянная лестница. Опять же – не золотая, с перилами, но вот ступени в наличии не все, а точнее – не всегда.

ПРЯМО, НАПРАВО, НАЛЕВО, ВОКРУГ:

собственно, это даже не дорога. Это – привокзальные таксисты. Чтобы соответствовать духу старины, они, по всей видимости, решили оставить в своей речи владимирское «оканье» и вычеркнуть из общения такие понятия, как вежливость, осведомлённость и разговорчивость. Всё то же вечно: «Ты местный или за тыщу поедем?»

Именно на такое начало самостоятельной экскурсии нередко жалуются гости нашего города. Это ни в коем случае не обобщение. Это факты, которыми поделились с CITYMONEY 23 человека, пытавшиеся взять Владимир «диким штурмом». Собственно говоря, в своё время город и был специально приспособлен именно так («налево пойдёшь...») встречать штурмующих его гостей. Впрочем, все остальные исторические параллели вызывают лишь положительные эмоции, за ними, в общем-то, туристы и едут во Владимир. Другое дело, что искать их придётся самому. Но так ли это сложно? Точнее даже – насколько оправданы затраты на «поводыря», наёмный транспорт и бронь в гостинице?

Отдых как смена источника усталости

Рассмотрим один из вариантов 2-дневной экскурсии по Владимиру, Боголюбово и Суздалью. Информация любезно предоставлена сайтом одной из маленьких московских турфирм.

1.Завтрак.
2.Пешеходная экскурсия по Владимиру: Княгининский монастырь, посещение магазина «Владимирские узоры».
3.Экскурсионная программа по историческому центру: ансамбль Соборной площади, Успенский (фрески Андрея Рублёва) и Дмитриевский соборы XII века, Золотые ворота, экспозиция «Старый Владимир» или любая другая работающая в этот день.
4.Обед.
5.Свободное время.
6.Отъезд в Боголюбово — резиденцию князя Андрея Боголюбского.
7. Церковь Покрова на Нерли.
8.Переезд в Суздаль. Экскурсионная программа: музей деревянного зодчества и крестьянского быта, Кремль, Крестовая палата, Спасо-Евфимиев монастырь, колокольные звоны, Спасо-Преображенский собор.
9. Ужин.
10. Свободное время.



Вот положи руку на сердце и поставив себя на место туриста: что из этого перечня вы САМИ не смогли бы выбрать, обойти, посетить? «Свободное время» - пугающая формулировка, а «...или любая другая» вовсе наводит на невесёлые размышления. Системность и планирование (в данном случае – не ваше), безусловно, полезны. Но что останется от самого понятия «отдых», когда придётся изрядно побегать, дабы уложиться в график? Останется, но только – каждому своё. **СМ**



ресторан
кафе



Право, господа, сие место создано для души!
Простор и великолепие открывающихся панорам,
Комфортабельные номера и и высокое качество обслуживания!
Вознесенская слобода ждёт вас!

Ресторан «Круча» порадует любого гурмана -
Классическая европейская кухня и
Блюда, приготовленные на открытом огне!
Приятного аппетита!



ул. Вознесенская, 14 Б, Владимир, 600000
(4922) 32 54 94

www.vsloboda.ru

Гостевое подворье «Сергиева Заводь»



ИСТОКИ

Почему городского человека тянет к земле? Потому что там наши корни? Или от того, что все мы родом из детства? У большинства из нас где-то в глубине души хранятся воспоминания о домике в деревне, о бабушкиных пирожках на столе и золоте одуванчиков на лугу... Во всяком случае характер и предпочтения человека точно закладываются в раннем детстве. И нередко, повзрослев, мы пытаемся реализовать в своей жизни то, о чём мечтали когда-то. Не всем это удаётся. Но тот, кто сумел, наверное, может почувствовать себя по-настоящему счастливым.

Человек как человек

Жизнь свела меня с этим человеком случайно - журналистские дорожки непредсказуемы. С виду – ничем не примечательный, ну разве что с весомым запасом оптимизма и убеждённости. А вот начал рассказывать о главном деле своей жизни – и увлёк сразу настолько, что захотелось немедленно увидеть всё своими глазами. По правде говоря, не поверила, решила, что «слегка» приукрасил – как это делают рыбаки или охотники. Но... обо всём по порядку.

Знакомьтесь - Сергей Трушин, хозяин гостевого подворья «Сергиева Заводь». В эту-то «Заводь» вместе с самим Сергием мы и отправились.

Дорога в сказку

Чем дальше от городского шума – тем меньше остаётся в голове суетных мыслей. Дорога не такая уж дальняя - 90 километров от города Владимира в направлении Александрова. С автострады сворачиваем на просёлочную дорогу, ведущую в деревню Ладожино – трасса вполне приличная, проедешь на любом автомобиле. Вокруг обычный пейзаж средней полосы России. И вдруг за поворотом появляется нереально-сказочный бревенчатый забор, ворота с башенками. В первый момент захотелось ущипнуть себя и убедиться, что не привиделось.

Сергей Трушин – коренной москвич. Жизнь заставила его попробовать себя в разных ипостасях. И хотя неплохо получалось любое дело, душа с детства лежала к земле. Не хватает нам в жизни воздуха, движения, полноценного отдыха. Тогда и родилась идея создать такое место, куда люди приезжали бы с радостью даже за сотни километров.

«Сергиева Заводь»

Въезжаем в ворота, и ощущение нереальности происходящего становится ещё острее. Украшение всего подворья – конечно же, пруд, в безветренную погоду гладкий, как зеркало. Рабочие говорят, что видели в нём золотую рыбку. Шутят, наверное. Но то, что здесь водятся крупные караси и карпы – правда. Азартная рыбалка – одна из изюминок «Сергиевой Заводы».

Вокруг пруда живописно расположились дома, каждый из которых имеет своё лицо и своё название – «Барский», «Крестьянский», «Гостевой»... Загородной базой отдыха сегодня мало кого удивишь, но «Сергиева Заводь» это нечто совсем другое. Наверное, дело в том, что для Трушина не существует мелочей, ему важно всё: от дверной ручки до занавески на окне. Кстати, о занавесках – каждая из них – авторская работа, почти шедевр. Мастерницу хозяин нашёл лично, как и всю команду, что помогает ему строить подворье. Они все одержимые. Например, один из работников открыл в себе талант кузнеца. Он такие вещи делает, что просто диву даёшься! Каждое строение подворья теперь венчает авторский флюгер, каждая деталь выкована с фантазией и любовью. Мебель в домах деревянная, тоже сделана местными мастерами. Они, как и хозяин, к делу без творчества не подходят. А ещё здесь есть коллекция картин из дерева, которую не увидишь больше нигде. Только ради этого уже стоит побывать в гостях у Сергея Трушина.

Мой замысел – сделать то, чего нет у других. «Сергиева Заводь» – это мой дом, и я хочу чтобы все, кто приезжает сюда отдохнуть, чувствовали себя здесь, как в гостях у старого друга. Мне бы хотелось создать некий

клуб, куда люди будут приезжать за общением – друг с другом, с природой.

...

Подворье создаётся в деревенском стиле, а он складывается из многих моментов. Ну как в деревне без кур и лошадей? Сергей Трушин и здесь не пошёл по простому пути. Таких кур, как в «Сергиевой Заводы», ни в одной деревне не найдёшь – они здесь декоративные, для красоты. Дом для них тоже не простой – маленькая избушка на курьих ножках с резными наличниками и забавной крышей.

Что касается лошадей, то они как раз не только для красоты. Интерес к верховой езде сегодня очень высок. В гостевое подворье можно будет приехать даже просто покататься. К услугам гостей и специальная площадка, и опытный инструктор, и пони – для самых маленьких.

Не стоит, однако, думать, будто отдых в деревенском стиле – это только размеренные прогулки. Хозяин подворья учёл и интересы любителей активного образа жизни, и предпочтения родителей с детьми. Уникальность этого места именно в том, что из мелочей складывается комфорт!

Гуляй, душа!

Сергей Трушин – человек весёлый и гостеприимный. По его убеждению, гулять и веселиться надо, как в старину – чтобы и столы ломались, и душа развернулась, и вспомнить было что. Раньше всего остального в под-





ворье появилась площадка для проведения свадеб, выпускных вечеров, дней рождения и просто пикников. Начали строить – и идеи полились как из рога изобилия. Предусмотрели всё, что возможно: от дождя, ветра и холода защитит большая терраса площадью 250 кв. м (конструкция – достойна выдающегося архитектора); большая компания удобно рассядется за деревянными столами; есть и где потанцевать, поиграть в теннис и бильярд. Рядом спортивная площадка для волейбола и футбола.

Особое внимание уделили и кухонной зоне. Какое же веселье на пустой желудок?! По желанию отдыхающих хозяева могут пригото-

вить пищу в русской печи, сделать настоящий плов. Хотите покулинарить сами – процесс доставит массу удовольствия! Здесь можно не только пожарить шашлык, сварить уху, но и закоптить рыбу или же приготовить на вертеле целого поросёнка.

Как нельзя лучше подходит эта площадка для проведения тематических вечеров. Вообще «тематический отдых» – направление, наиболее активно развивающееся в «Сергиевой Заводе». Хозяин подворья, обнаружив в себе недожиданный талант режиссёра, с упоением занимается постановками «сюжетного отдыха». Площадку опробовали на нескольких коллективах – впечатлениями делились несколько недель!

В чём ещё уникальность моего гостевого подворья, так это в том, что если на отдых приезжает одна компания, все условия создаются ТОЛЬКО для них. В принципе место рассчитано максимум человек на семьдесят. Люди приезжают, а затем возвращаются вновь и вновь. У меня, конечно, свои условия есть, но они многих устраивают. Это не удивительно – здесь каждый может найти занятие по душе: катание на плоту, рыбалка, волейбол, футбол, квадроциклы, зимой хоккей, снегоходы, лыжи, конные прогулки. И что самое главное – природа, свежий, чистый воздух, тишина.



Сейчас в «Сергиевой Заводи» заканчивается строительство двух гостевых домов, на очереди русская баня с выходом к воде. Хозяин также планирует сделать для детей небольшой зоопарк с декоративными домашними животными. Никак остановиться не может – оптимист неуёмный! А в настоящее время он чрезвычайно занят – готовится к проведению Дня пионерии. Почему именно пионерии? А почему нет?! Будет торжественное построение, горны, барабаны, пионерский костёр... Главное – проявить фантазию.

Если хотя бы несколько раз в год душный офис поменять на свежий воздух, общение с интересными людьми — впечатлений хватит надолго. Главное, чтобы было желание приехать в гости, а праздник мы обеспечим - идей море.

Календарь «Сергиевой заводи»

Развлечения 365 дней в году - катание на лошадях, квадроциклы, рыбалка, прогулки, веселье, площадка для проведения праздников, детский городок, природа, свежий, чистый воздух, тишина.

Развлечения 183 дня в году - катание на плотах, рыбалка, квадроциклы, прогулки и катание на лошадях, футбол, волейбол, пешие прогулки, площадка для проведения праздников, детский городок, природа, свежий, чистый воздух, тишина.

Развлечения 182 дня в году - зимняя рыбалка, хоккей, коньки, снегоходы, лыжи, квадроциклы, катания и прогулки на лошадях, пешие прогулки, детский городок, природа, свежий, чистый воздух, тишина.

Всё-таки лето и летние удовольствия чуть-чуть лучше, поэтому для них мы оставляем в нашем календаре на один день больше, а там - по погоде...

Послегостие

Несколько часов в «Сергиевой Заводи» пролетели незаметно. Поймала себя на мысли, что уезжать не хочется. Ну разве что с надеждой вернуться сюда.

Вот тебе и детская мечта. «Она для меня давно уже реальность, - говорит на прощание Сергей Трушин. - И я готов ей поделиться. Добро пожаловать!» **СМ**



Владимирская область, Кольчугинский район
деревня Ладожино
гостевое подворье «Сергиева заводь»
Контактные телефоны:
8-(920)-908-92-11
8-(985)-760-92-11
E-mail: picknik.tsn@mail.ru

Туристические премьеры сезона



или странствующие зрители

Уставшие от жары туристы всё ещё с азартом фотографируют Рублёва без кисти и Успенский собор. Туры по «Золотому кольцу России» – это два-три древних города с плохими дорогами в день. Важные пункты эстафеты – Владимир и Суздаль. За пару часов дикого чёса гиды проводят группы по всем традиционным местам. Для туриста-потребителя вполне достаточно. Но понимающие люди говорят об огромном потенциале региона. Здесь тебе и богатая история, и обычаи, и природа. Послушаешь – просто находка для самого искущённого исследователя. Так оно и есть. Главное правильно сориентироваться. Для меня, простого туриста, особыми знаниями не обладающего, водить пальцем по карте Владимирской области бесполезно. Помогает интернет, хотя, надо сказать, информации не много. Турпродукты однообразные и неинтересные. Но если задаться целью...

Эпос «Богатырские забавы»

Очевидное преимущество Владимирской области – история. Быть у кормушки и не наесться глупо. Та же мысль года три назад пришла в голову и местным чиновникам. Идея валялась на поверхности – «Богатырские забавы». Официально мероприятие носит статус этнического фестиваля. Ну, может оно и так. Очевидные плюсы – тебя катают, развлекают, поят и кормят. Всё это с размахом и от всей души. Лёгкий налёт фольклора и реальный исторический антураж придают отдыху необычный приятный колорит. Среди развлечений – собственно богатырские схватки, княжеские пиры, театрализованные представления, традиционные русские игрища и потехи, ярмарки, мастер-классы ремесленников и экскурсии, надо сказать, более оживлённые, чем обычно.

Программа «Богатырских забав» составлена на два выходных дня – удобно, можно погулять и не в отпуске. Охватывает фестиваль Суздаль, Владимир, Александров, Гороховец, Юрьев-Польский и Муром – все



значимые исторические точки региона. Конечно, гулянья в них совпадают по времени. Туроператоры, как правило, предлагают посетить два города – один в субботу, второй в воскресенье, чтобы без переездов и нервов. К примеру, одна из компаний продаёт тур с посещением Суздаля и Владимира. Стоимость – от 5500 рублей. Цена зависит от ус-

ловий размещения. Потолок – 7300 рублей. Сюда включено: проживание в номере выбранной категории, двухразовое питание, экскурсионное обслуживание, входные билеты в музеи, услуги гида, транспорт. Не дёшево, но приемлемо. Сэкономить можно: добраться своим ходом, остановиться у друзей или сразу домой, по-богатырски перекусить рублей на 500 с лица в обычном кафе и совершенно бесплатно (или за умеренную цену музейного билета) прорваться на празднества.

Всё бы хорошо: азартный, хмельной и познавательный отдых. Но патологически не везёт с погодой. Проводится фестиваль в сентябре, и каждый раз льёт дождь, по-осеннему холодный и затяжной. Это значительно поостудило пыл туристов-богатырей. Совет один – греться медовухой.

Тотемический обряд «Праздник огурца»

Если продолжать тему обычаев и традиций, грех не сказать о знаменитом празднике Огурца в Суздале. Сезон выбран отличный – лето, естественно, когда на огородах уже выросли огурцы. Само мероприятие проходит в Музее деревянного зодчества. Колоритное место, всё дышит историей и... огурцами. Изобилие поражает даже самое искушённое воображение. Между музейными экспонатами – старинными избами и церквями – располагаются лавки торговцев, предлагающих вышеназванный овощ во всевозможных вариантах: солёный, маринованный, свежий, салаты и блины с огурцами, игрушки из огурцов и даже огуречную водку... Всё стоит очень недорого. Вперемешку с этим идут народные гулянья: перетягивание каната, катание на воздушном шаре, песни и пляски. Очень удобно для семейных – детям особенно интересно. Ещё одни благодарные зрители – иностранцы. Вполне себе отдых для любителей массового и, куда деваться, хмельного веселья.

Если обойтись без услуг туроператора (жителям региона это точно не нужно), получается эконом-вариант. Добраться до Суздаля можно автобусом – билет в пределах 30 рублей – или на такси. Дорога занимает

около получаса. От суздальского автовокзала до центра города при желании можно добраться пешком. Как вариант маршрутка или такси. Билет в сам музей стоит около 100 рублей. Исключая личные расходы на огурцы и медовуху, выходной в Суздале обойдётся примерно в 300 рублей на человека. Точно будет весело.

Языческие действия - ночь на Ивана Купалу и Русальная неделя

Суздаль – пионер по праздникам. Город живёт на доходы от туризма и старается вовсю. Ставки сделаны грамотно: отечественные путешественники (и уж тем более иностранцы) падки на красочные старинные обычаи. Часто получается действительно интересно, а за интерес, как известно, надо платить. Но об этом потом.

Самое экзотичное мероприятие — ночь на Ивана Купалу. Оно проводится в июле – самом благодатном для отдыха месяце. Основано на легенде о Купальнице, Симаргле, их детях Купале и Костроме, превратившихся в цветок Иван-да-Марья. Всё очень красиво и по-язычески. То, что нужно уставшему от города и компьютера туристу. В Суздале на Ивана Купалу предложат бросить венок в реку, загадать желание, прыгнув через костёр, изгнать нечисть и сжечь чучело Ярилы, чтобы год был плодородным. Всё приправлено народными песнями, хороводами и традиционным шашлыком.

Столичные операторы продают двухдневную легенду вместе с экскурсиями по древнему Суздалью, Владимиру и Боголюбову. Тур стоит от 5200 рублей. В цену входит проживание, питание, экскурсионное и транспортное обслуживание, а также страховка. Прорваться на халяву может и получится. А в качестве бесплатного (или почти бесплатного) аналога – костёр в тёмном лесу на берегу какой-нибудь реки. Полевые цветы и хворост найдутся везде. Для экзотики можно поискать таинственный цветок папоротника, который, как известно, цветёт только на Ивана Купалу. Лучше отдыхать компанией – безопаснее. Удовольствие незабываемое.

Чуть раньше, в середине июня, в том

же Суздале проходит настоящий шабаш – Русальная неделя. Похоже на Ивана Купалу, но с русалками. Все обряды совершаются на берегу реки Каменки. Отличное времяпрепровождение для тех же любителей языческих обрядов. Обеспечены хороводы, венки, поиски клада, бои травяными мешками и прыжки через костёр. Стоимость тура та же с учётом экскурсий, проживания и питания. Из того же разряда фольклорных праздников – Троица и Яблочный спас в Суздале. Эти мероприятия компании, как правило, продают в комплексе с экскурсиями и размещением. Отстегнуть на «всё включено» придётся около 5000–7000 рублей. Надо сказать, что сегодня наиболее популярны именно событийные туры. Вот область и старается, и не зря.

Гастрономический театр: шашлык и вальдшнепы - съедобный реквизит

История историй, но природных богатств ещё никто не отменял. Летом бродить по музеям не всем хочется, но точно каж-



дый мечтает выбраться в тихое, чистенькое место, желательно огороженное от цивилизации глухой стеной леса. На потребность среагировали быстро, благо во Владимирской области с лесными ресурсами всё в порядке. Если брать событийный отдых, идеальный повод – Фестиваль шашлыка в загородном клубе «Велес», наш ответ пивным и сосисочным праздникам буржуинов из Европы. Мероприятие проходит в июле. Всё на открытом воздухе, среди сосен и милых деревянных домиков. Ностальгический привет деревне. Шашлыки точно будут вкусные – жарят их повара владимирских ресторанов. Можно лично принять участие в мастер-классах по приготовлению вкусностей на открытом огне и насладиться шоу-программой. После трапезы предлагают баню, SPA, караоке и прочие радости жизни.

Билет на сам Фестиваль шашлыка стоит 500 рублей. Обычно купить его можно прямо перед началом праздника. Добраться до клуба можно либо на бесплатном автобусе (его специально заказывают для всех желающих попасть на мероприятие), либо на собственном авто. Проживание обойдётся от 1770 рублей на человека в сутки. Это стандартный номер. Люксы несколько дороже. Для компании больше подойдёт коттедж на восемь мест – в пределах 15000 за сутки. Там же беседка и мангал для собственных шашлыков. Минимальная цена без транспорта и прочих развлечений: 1770 + 500 = 2270 рублей на человека. Неплохой такой пикник с шашлыками.

Свой взгляд на природу у базы «Мещёрский скит». Находится она на берегу реки Суходогды. Здесь предлагают жарить не традиционные шашлыки, а вальдшнепов. Добыть их тоже можно самому. Путька стоит 1000 рублей на человека. В цену входят и услуги егеря. Проживание в двухместном люксе обойдётся в 4800 рублей и в 7800 рублей в четырёхместном двухэтажном. Так называемый «Братский дом» для больших компаний (6 стандартных двухместных номеров) с бильярдом и караоке стоит 24000 рублей. На природе не экономят.

Movie stories - Bike Fest на Суздальских просторах

У каждого своё понятие об отдыхе, потому экзотические турпродукты ценятся особенно. Точно нескудно бывает на июньской байк-пати Международного Harley-Davidson Ралли «Суздаль». Есть, правда, одно условие. Сами понимаете, тусоваться с бай-



керами без байка как-то не очень прилично. Впрочем, можно подтянуться на вечеринку прямо в Суздаль. Дорога опять на выбор – автобус или такси.

Среди неперенных атрибутов такого отдыха – суздальская медовуха, купание, костры, фольклор, девочки в бикини и мотоциклы. Байк-тур стоит около 600 у.е. на человека. Сюда входит размещение в кемпинге и отелях, двухразовое питание, парковка, техпомощь, экскурсионные программы и afterparty. Всё это только для членов клуба Harley-Davidson. Но попасть на праздник байкерской жизни можно. 150 у.е. – цена без проживания и питания, зато с правом присутствовать на концерте и некоторых мероприятиях. Так сказать приобщиться никогда не поздно.

Вот некоторые предложения, официальные и неофициальные. Хотя на нескольких страницах, действительно, трудно описать все возможности Владимирской области в плане организованного туризма, не говоря уже о возможных индивидуальных турах на лето. Всё перечисленное если не удивит искушённых и не очень туристов, то точно порадует. Медовухи и огурцов за весьма приемлемую цену хватит на всех. **СМ**



Суздальский Туристический Центр является одним из самых крупных среди гостиничных комплексов Золотого Кольца, так как может комфортно разместить до 700 гостей в номерах всех категорий. Уникальный своей инфраструктурой комплекс представляет собой гостиницу «Суздаль» и мотели, гостиницу «Охотничий домик», и включает в себя развлекательный, оздоровительный и конгрессный комплексы.

Организация деловых мероприятий любого масштаба: семинары, конференции, выставки, симпозиумы, конгрессы, тренинги, презентации в сочетании с приятным отдыхом являются неотъемлемой частью работы туристического комплекса, к услугам гостей 5 конференц-залов. Гостеприимные рестораны, кафе и бары создают великолепную возможность насладиться русской и европейской кухней. В развлекательном комплексе любителям активного отдыха предлагаем азартную игру в боулинг, бильярд и теннис. В оздоровительном центре к вашим услугам бассейн, сауны, тренажерный зал, СПА – салон, краткосрочные оздоровительные программы.

Суздальский Туристический центр приглашает Вас к сотрудничеству, мы создадим все условия, чтоб ваш личный или корпоративный отдых прошли на высшем уровне.

В любое время года, ранним утром или поздним вечером мы всегда ждем Вас!

Тел/факс: **(49231) 2-09-08, 2-34-88**
601291, Владимирская обл., г.Суздаль,
ул.Коровники, 45. e-mail:bron@suzdaltour.ru
www.suzdaltour.ru

Россия, 601293, Владимирская обл.
г. Суздаль, ул. Ленина, 45
телефон/факс: (49231) 2-33-03
slobodahotel@yandex.ru

www.sloboda-gk.ru



гостиничный комплекс

ПУШКАРСКАЯ СЛОБОДА

Гостиничный комплекс «Пушкарская Слобода» расположен на берегу живописной реки Каменки.

Территориальное расположение гостиницы позволяет гостям быть в непосредственной близости от исторических и архитектурных памятников г. Суздаля, прикоснуться к его истории, оценить его красоту.

Общий жилой фонд составляет 159 номеров, расположенных в корпусах комплекса: «Пушкарская Слобода»; «Палаты»; «Русское Подворье»; «Царский Дом».

Сеть ресторанов гостиничного комплекса представлена ресторанами «На Пинаихе»; «Улей»; «Пушкар», летним кафе «Пушкарский Дворик», баром «Fondue» и лобби-баром, предлагает гостям вкусные, здоровые блюда высокой гастрономической кухни.

В гостиничном комплексе «Пушкарская Слобода» к услугам гостей 3 конференц-зала: «Александровский», «Ломоносовский», «Петровский» и 2 переговорных комнаты. Максимальная вместимость зала в зависимости от вида мероприятия от 10 до 150 человек. По заказу гостей организуются кофе-брейки, бизнес-ланчи, фуршеты. Для проведения конференций и деловых встреч предлагается профессиональное оборудование.

Спа-салон гостиничного комплекса «Пушкарская Слобода» предлагает ощутить всю прелесть и полезность СПА-процедур. В перерывах между оздоровительными процедурами вы можете отдохнуть в фито-баре, посетить парикмахера или занять себя игрой в бильярд.

Гостиничный комплекс «Пушкарская Слобода» организует экскурсии по Суздалью, Владимиру, Золотому кольцу России. Экскурсионные программы организуются при непосредственном содействии с Владимиро-Суздальским музеем заповедником.

Любителям активного отдыха «Пушкарская Слобода» предлагает разнообразные варианты: конные прогулки, велотуризм, пейнтбол, катание на снегоходах, пешие походы, пикники.



Город в кольце



CITYMONEY о директоре Владимиро-Суздальского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника Алисе Ивановне Аксёновой, или музей-заповедник как «градообразующее предприятие».

Время собирать камни

Привычка собирать древности, выставлять их на всеобщее обозрение, формируя таким образом национальное самосознание народов и зарабатывая деньги, появилась относительно недавно. Государь-император,

имя которого в переводе означает «камень», под порядковым номером «I», ввёл моду на кунсткамеры. Собирались в этом формате «штучки» интернациональные, говорящие скорее о безграничных возможностях природы и мысли человека. Музеи в нашем пони-

мании этого слова появились относительно недавно, особенно краеведческие.

А. И. А.

В 1958 году постановлением Совета Министров на базе Владимирского областного краеведческого и Суздальского историко-художественного музеев был создан Владимиро-Суздальский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник. Вот с этого момента всё и началось.

Что такое «не везёт» и как с ним бороться

Владимиру не везло... Краткий период значимости и славы в XII–XIII вв., потом семь столетий забвения, стагнации. О чём говорить, если город, один из самых маленьких губернских городов, к XX веку фактически не вышел за границы, в которых его застал хан Батый. Промышленности не было, университета не было, городского транспорта не было. Соответственно, не было тех, кому нужно то, что принято называть «материальной культурой» - битые черепки, ржавые гвозди, тканые половички. Не было приходящих в восторг от описаний исторических походов лучших представителей местных уроженцев и размышлений о месте и роли своего града в мире. То есть не было интеллигенции и некоторого количества просвещённых представителей мещанского и купеческого сословий. Церкви как воплощение архитектуры и живописи не впечатляли предков – ведь этим же пользовались повседневно. Даже власть не могла пользоваться «историей» для собственной легитимности и успешного администрирования. Так что истории «не было». Её активно стали создавать лет, эдак, сто назад.

Как хотелось прогрессивным людям начала XIX в. такой истории, как натужно изыскивали они древности, хоть какие-нибудь. Литературу древнюю искали усиленно. С превеликим трудом нашли пару-тройку более или менее пристойных текстов. А уж когда Карамзин труд свой написал, все просто обалдели – ну надо же... У нас, оказывается, как и у всех других-прочих народов, есть история.

Знаете, для нас, для нашего города, Алиса Ивановна Аксёнова создала историю — соб-





рала воедино все свидетельства исторического прошлого: храмы, книги, вещи, людей.

А. И. А.

Слава Владимира как исторического города – во многом заслуга музея. Можно сказать, но это же все и так знали. Нет. Знали, но не сознавали, не думали об этом. Это знание не было вплетено в ткань культуры. Мы это сделали.

Российский туристический анабазис

А. И. А.

Туризм, посещение исторических мест, музеев стало индустрией давно. Путешественники, паломники приносили в посещаемые ими города и регионы значительное количество денег.

В России в плане исторического туризма одна интересная особенность. У нас богатейшие возможности и железная необходимость «внутреннего туризма». Дело не столько в обширных территориях – до иной древности за один день не доедешь. Дело в том, что, как мы уже говорили, Россия сравнительно поздно открыла себя как нацию, как страну, как государство, как историю. Произошло это только в XIX в.

В советскую эпоху мода на древности пошла с конца шестидесятых – минимум. До этого ведь хотели: «До основания...». Но года минули, страсти улеглись, и стало – можно.

А. И. А.

В 1960-м я стала директором Владимиро-Суздальского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника. Мы начали развитие нашего «внутреннего туризма», продолжили формирование нашей идентичности.

«Алиса в городах»

Всё это мы пишем, чтобы объяснить феномен Владимиро-Суздальского музея-заповедника. Ведь это государство в государстве, бренд нашего города и области, действительно «градообразующее предприятие».

А. И. А.

Города, Владимир в частности, создаются в истории, на её протяжении. Это то, что происходит в так называемом «физическом пространстве». Потом,



когда этот процесс более или менее набрал обороты, возникла необходимость заняться «градостроительством» в культурном, символическом пространстве. И вот музей как институт, занимающийся аккумулярованием исторического прошлого, консервирующий его, вешающий по стеночкам, начинает «строиться».

Чем был бы наш город без музея-заповедника и без Алисы Ивановны Аксёновой? Чем-то бы был, но чем-то другим...

За сравнительно небольшой срок, во многом благодаря непреклонной воле Алисы Ивановны, был «построен» город Владимир, именно как город, как нечто исторически цельное. Мы обрели ощущение времени, истории. Все эти философские, историко-философские концепции находят своё воплощение во вполне материальных, осязаемых вещах. В том, как люди живут и работают в своих городах. Те города, которые теряют это ощущение, перестают развиваться или делают это не столь эффективно.

А. И. А.

Многим городам мира за очень значительные суммы и значительными усилиями с помощью специальных PR-мероприятий возвращают это ощущение истории и времени. У нас всё это есть.

Нам кажется, что именно в этом её роль и роль возглавляемого ею музея.

За заслуги перед «градом» в 1997 году Алисе Ивановне присвоено звание «Почётного гражданина города Владимира», в 2004 году присвоено звание «Почётного гражданина Владимирской области», в 2006 году звание «Почётный гражданин города Суздаля».

«Музей»

Именно так, через «Э-оборотное» произносит это слово Алиса Аксёнова, по-другому уже невозможно и представить. Многие работники музея переняли эту «фирменную» манеру говорить. В этом произношении есть стилизованная старорежимная манерность. У меня это произношение почему-то ассоциируется с таким «ахматовским» стилем. Что, в общем-то, не удивительно. Произношение «Э» вместо «Е» характерно для тех, кто вырос там, где провела своё детство и юность Анна

Андреевна. Я не знаю, говорила ли так Ахматова, но вот почему-то такие ассоциации. У нас именно «музэй», а не музей, в этом-то вся и прелесть. Ну, можно ещё вспомнить рафинированную умницу Павла Петровича Кирсанова (основная масса критиков очень сильно не права в его отношении) из тургеневского романа, произносившего «эфто» вместо «это». Тоже такой стильный господин... Тургенев писал, что это манера вельмож эпохи Александра I, которые как вельможи и коренные русаки могли себе позволить подобные вкусные вольности с языком. В Алисе Ивановне, несомненно, много такой хорошей «вельможности».

НИИ чародеев

А. И. А.

Музей стал «пристанищем» историков, архитекторов, художников, вообще всех гуманитариев-интеллигентов своего места и времени.

Алисе Ивановне Аксёновой удалось создать нечто удивительно напоминающее чародейское НИИ из романа Стругацких. Это ещё одна ассоциация, от которой я не могу отделаться уже много лет. Впрочем, это объяснимо. Фильм «Чародеи», в основе которого лежит роман Стругацких, снимался на территории музея-заповедника. Времена были такие, что всё, что бы ни происходило в стране, вполне вписывалось в какой-нибудь текст братьев-фантастов, переживающих сейчас второй всплеск популярности благодаря экранизациям Германа-старшего и Бондарчука-младшего.

Музей Аксёновой действительно что-то такое мистическое, иррациональное, с особой атмосферой. Практически все, кто хоть какое-то время работал в музее, остаются в его сфере, на его орбите, он так просто «не отпускает».

А. И. А.

Музей – государство в государстве. Он не только сохраняет историю, он ещё и сохраняет тех, кто сохраняет её. Ведь это же заповедник, там всякое нарушение естественного течения жизни, вмешательство в её мудрое устройство запрещено.

В 70-80-е музейные капустники (действие наподобие КВН) были городской легендой. Платье для участия в этом, шитое Алисой Ивановной из носовых платков, «шоу» как нельзя лучше характеризует дух, царивший в музее.

Музей не храм, а мастерская

Алиса Ивановна говорит, что работает уже при шестом архиепископе владимирском. Это важно. Поскольку именно с этим институтом, церковью, музей-заповедник пересекается более всего. Пересекается в самом прямом смысле этого слова – помещения, экспонаты. Церковные здания – места отправления религиозных обрядов и расположения музейных экспозиций и реставрационных мастерских, фрески Рублёва – икона и произведение искусства...

По словам Алисы Ивановны, ей всегда удавалось сохранить с духовной властью нормальные отношения. Так епархии была подарена церковь в Суздале. Именно подарена, без требований со стороны епархии. Алиса Ивановна вспоминает о своём первом разговоре с действующим архиепископом владимирским Евлогием, когда он только что был назначен на должность. Она произошла у владыки дома, за чаем. Алиса Ивановна позвонила владыке, чтобы представиться и договориться о встрече, и сразу же получила приглашение приехать, попить чаю и поговорить.

А. И. А.

Мы передали Церкви храм Покрова на Нерли. Почему мы передали этот памятник архитектуры церкви, не понимали очень многие из коллег. Всегда нужно руководствоваться здравым смыслом. Туристический сезон идёт не круглый год. Значительную часть времени храм, стоящий в стороне от дороги, мало посещаем. Его трудно содержать и поддерживать в порядке. А рядом монастырь, который гораздо лучше всё это сделает.

Обратный пример, когда церковь проявила здравый смысл в споре о судьбе «недвижимости». Надвратная церковь Золотых ворот, в которой размещена одна из экспозиций музея... Не так давно

епархия обратилась к музею с просьбой передать ей этот храм для возобновления богослужений и проведения обрядов венчания, ведь Золотые ворота – место обязательного паломничества пар, вступающих в брак. Владыка Евлогий согласился с моими доводами: во-первых, в церкви этой только пятьдесят лет за всю её историю проводили службы, во-вторых, это прежде всего памятник военной архитектуры и размещение там диорамы штурма татаро-монголами Владимира естественней, чем где бы то ни было, в-третьих, верующим будет необходимо преодолеть 64 ступеньки крутой лестницы – пожилым верующим это будет не под силу, а невесты в своих платьях этого также не смогут сделать.

Всё зависит от людей, считает Алиса Ивановна, от того, как они смогут выстроить отношения друг с другом. Статусы, должностные положения не важны.

Толерантность и дипломатичность в отношении с РПЦ были отмечены в 1994 году медалью Русской Православной церкви «Святого Благоверного Князя Даниила Московского» и в 2008 орденом Святой княгини Ольги III степени «во внимание к трудам в деле восстановления и реставрации храмов и монастырей, сохранение церковных ценностей».

Государство в государстве

Если архиепископ шестой, то министр культуры десятой на памяти Алисы Ивановны. Десять человек, десять разных подходов к видению положения музея, его судьбы. И с каждым из этих чиновников Алиса Ивановна смогла найти общий язык и продолжала строить свой музей. Это было нелегко, но Алиса Аксёнова знала, для чего она это делает...

Концепция музея-заповедника предполагает, что музей – практически везде. По сути, музей-заповедник сохраняет атмосферу, общее пространство и настроение города. Именно поэтому музей тесно соприкасается с «миром», то есть с городским коммунальным хозяйством.

А. И. А.

И здесь всё зависит от людей, от того, как директор музея сможет выстроить отношения с исполнительной властью. Я с хорошей ностальгией вспоминаю председателя облисполкома, который в далёкие времена выступал своеобразным «ангелом-хранителем» музея, защищая его и меня, его директора, от постоянных нападков со стороны недоброжелателей.

За успехи в деятельности по созданию «музейного анклава» на территориях СССР и РФ Алиса Аксёнова награждена малой серебряной медалью ВДНХ СССР, юбилейной медалью «За доблестный труд», памятной медалью Чехословакии, медалью «Ветеран труда», орденами «Знак Почёта», «Трудового Красного Знамени», «Дружбы Народов», «За заслуги перед Отечеством IV степени», «За заслуги перед Отечеством III степени».

Город, построенный на гостях

Музей – обоюдоострое оружие. Есть значительное число городов-музеев-заповедников, из которых ушла жизнь. Венеция, Брюгге, Санкт-Петербург, Суздаль. Утверждение это, я уверен, будет оспорено, и это замечательно. Но всё же... Древности, памятники архитектуры – хорошо, но в меру.

Можно прекрасно сочетать старые районы с архитектурой прошлого и новые районы, строить новые заводы и фабрики, развивать сервис. Но каково жителям этих прекрасных городов-музеев? Можно возразить, что в Венеции всё прекрасно, Санкт-Петербург – мощнейший индустриальный центр. Но нет. Печать музейной законсервированности лежит на всём, что там делают. Не знаю, как в Венеции и Брюгге, но в Санкт-Петербурге – точно. Это другое, музейное мышление, не склонное к модернизации. Это сказывается во всём – от организации производства до обслуживания в магазине, менталитет, усталость во всём.

Суздаль прекрасен – но там не весело. Владимир во многом, несмотря на то, что памятников архитектуры в общем-то немного уцелело, приближается к этому ощущению. История давит, не даёт развернуться. Без



истории плохо, с ней сложно... Вот именно эти сложные процессы и регулирует Алиса Ивановна Аксёнова, удивительная ей досталась роль.

А. И. А.

У нас не так, как в тех городах, о которых вы говорите. Во Владимире, Суздале нет этой «законсервированности», города и люди живут, развиваются. История, памятники истории помогают нам в этом.

Мы часть Золотого кольца, мы в кольце. В нашем городе часть музея-заповедника и часть нашего города в музее-заповеднике. История города создала музей, музей построил историю города. Такая вот диалектика. Тезис – антитезис. А синтез, очевидно, Алиса Ивановна Аксёнова, в своей личности, в своём деле сочетающая и примиряющая эти противоречия. **СМ**



Мономах

Гостиница «Мономах» расположена в центре г. Владимира.

- 16 номеров всех категорий • автостоянка • завтраки, фуршеты, банкеты •
- конференц-зал • беспроводной интернет • аренда микроавтобуса •
- экскурсии • катание в конных экипажах •

Ресторан «Мономах»: два зала на 35 и 20 мест; летнее кафе на 50 мест.

- К вашим услугам: завтрак с 8-00 до 11-00;
- заказ и проведение банкетов, фуршетов, свадеб, презентаций, кофе-брейков;
 - обслуживание туристических групп (до 30 человек).



Ресторан «Мономах» работает каждый день с 11-00 до 23-00
г. Владимир, ул. Гоголя, 20 (за Драмтеатром, справа)
телефон (4922) 44-04-44 / 44-24-44 | телефон/факс (4922) 44-05-55
www.monomahhotel.ru, e-mail: bron@monomahhotel.ru

Загородная гостиница «Ревяки» на берегу р. Клязьмы.
(47-й км. Южная объездная дорога на Нижний Новгород)

В двухэтажном загородном особняке из камня и дерева:

- 6 двухместных номеров • 1 номер люкс •
- Банкетный зал до 60 человек • Русская баня •
- Бассейн • Каминный зал • Бильярд (русский стол) •
- Летняя кухня с мангалом •



Телефон для заказов: (4922) 26-03-83
www.monomahhotel.ru, e-mail: bron@monomahhotel.ru

HOTEL & SPA «Князь Владимир»

Современного городского жителя, избалованного плодами прогресса, сложно удивить чем-либо. Рынок потребления перенасыщен предложениями, которые сулят высокое качество обслуживания, экзотическую кухню и прочие изыски... Всё что угодно, лишь бы ублажить искомленного посетителя. Поэтому только что открывшемуся заведению нужно сделать ставку на какой-нибудь эксклюзив.

HOTEL & SPA

Новое место на карте города - HOTEL & SPA «Князь Владимир». Идея и эксклюзивность заложены уже в названии. Отель предлагает своим гостям разнообразные услуги, направленные на развлечение, отдых и оздоровление гостей. Не просто HOTEL, второе направление SPA, и это эксклюзив. SPA-клуб отеля будет занимать весь цокольный этаж и по праву может называться оздоровительным центром. Пока SPA-клуб воплощается в жизнь по чертежам проектировщиков и дизайнеров, отель уже готов принять к себе гостей.

Споистине княжеским гостеприимством встретят вас в HOTEL & SPA «Князь Владимир». Номерной фонд составлен из номеров различной комплектации – от одноместных стандартов до бизнес-сингла, всего 35 номеров. В каждом номере и внутри всего комплекса установлены Wi-Fi передатчики для беспроводного доступа в интернет. Номера оснащены центральной системой кондиционирования, а также всеми благами, необходимыми для комфортного пребывания в отеле.

Отдельными от всех можно считать свадебные апартаменты, выполненные в нежных розовых тонах и располагающие к



удеинению. Изюминка свадебного люкса – круглая кровать с пологом.

Удобство, простота и покой – принципы отдыха в отеле «Князь Владимир».

РЕСТОРАН

Спускаемся на первый этаж главного здания отеля. Классический ресторан встречает простором и чистотой. Столы с безупречно белыми скатертями и накрахмаленными салфетками, стоящими гордо, как паруса бригантин в портовой гавани. Итальянская ресторанный мебель, с потрясающие стулья, на которых не устаешь сидеть в недолгом ожидании заказа. Ресторан предлагает европейскую микс-кухню.

Ваш вечер разнообразит диско-бар, находящийся на нижнем ярусе, под рестораном. Зал оборудован современной визуальной и звуковой техникой. В диско-баре играет му-



зыка различных стилей и направлений, не редко выступления музыкальных коллективов. Ресторан и бар можно рассматривать как самостоятельные заведения, ожидающие не только гостей отеля, но и обычных посетителей, желающих отдохнуть в тихом и уютном месте.

БАНКЕТНЫЙ ЗАЛ

«Князь Владимир» предлагает условия для проведения конференций, семинаров, свадеб и других праздников. Два многофункциональных банкетных зала, обставленные всё той же итальянской мебелью для ресторанов, подойдут не только для проведения мероприятий. При необходимости залы можно использовать в качестве пресс-центра, комнаты отдыха и в любых других целях. Кухня и обслуживание ресторанного уровня.

КНЯЗЬ ВЛАДИМИР

Отель расположен на выезде из города Владимира в сторону Боголюбова, и именно это факт делает его расположение удобным. Отель работает круглосуточно, так что у вас не возникнет проблем при размещении.

Территория отеля охраняется и располагает удобной открытой парковкой. Как мы говорили ранее – идея заложена уже в названии. И если есть в нашем городе князь, то он и должен быть таким – современным, не лишённым благородства аристократа, простоты, любви к отдыху и гостеприимству. Все достоинства вкупе не оставят равнодушным даже самого искушённого гостя.

Добро пожаловать в комплекс HOTEL & SPA «Князь Владимир»!

г. Владимир, ул. РаSTOPчина, д. 1-д
тел.: (4922) 44-68-44, 44-68-66, 44-68-69
e-mail: princevladimir@yandex.ru



НИССАН ПАТРОЛ



АНАТОМия автомобиля - АВТОНОМия человека

Лето было в душе и на улице, хотя на дворе стоял май. Хотелось воссоединиться с природой, вдохнуть аромат расцветающей черёмухи, разжечь костерок, сесть на бережку родной речки и наслаждаться благоуханием зелёного мира, вдали от пыльного и душного города.

Предварительно созволившись с друзьями, я приехал в автомобильный салон, забрал тестовый Ниссан Патрол 2008 года и отправился по адресам. Город – не его стихия. Большой и серьёзный автомобиль предназначен, в первую очередь, для того, чтобы покорять бездорожье и преодолевать большие расстояния в экспедициях. Хотя, конечно, солидному брату многие уступают дорогу и держатся в стороне, но нужно быть очень внимательным, чтобы случайно не замять под себя крохотную микролитражку. Итак, все в сборе, едем в большой супермаркет на краю города. Будний день, машин на стоянке не много, выбираю место попросторней. И пока мои друзья отправляются в магазин за провизией, я решаю как следует осмотреть автомобиль.

Ниссан Патрол после рестайлинга стал заметно округлее и современнее, сохранив при этом мужественное обаяние предшественника. Открываю задние распашные двери (к слову сказать, их конструкция очень уменьшает обзор в зеркало заднего вида, но я могу обходиться и без него) и вижу третий ряд сидений — авто 7-местное. Слышал от друзей, что практически никто не пользуется этой опцией, и сиденья, как правило, демонтируют, т.к. расположиться на них удобно могут только дети, а сами кресла съедают полезный объём багажника, да и лишние 20 кг возить совершенно ни к чему.

Салон нового Патрол, как и положено сегодня большому внедорожнику, в богатой комплектации. Удобные кожаные кресла с множеством электрорегулировок и подогревом, двухзонный климат-контроль для водителя и переднего пассажира, люк в крыше, хром и дерево в отделке передней панели, рулевого колеса и дверных ручек. Под козырьком имеется электронный компас, поэтому заблудиться в лесу или в поле будет невозможно. Панель приборов очень проста и читабельна – ничего лишнего. А вот магнитола сильно удивила – CD-чейнджер на 6 дисков, радио и кассетная дека. Спрашивается: кому в голову пришло на современном автомобиле устанавливать магнитолу с кассетой? По словам менеджера автосалона Андрея, эти пережитки 20 века ещё очень популярны в Америке, потому в комплектации до сих пор идёт подобный девайс. Но при желании его можно прямо у дилера заменить на большой экран с GPS, магнитолой и даже камерой заднего вида. Множество умных кнопочек - штатный жидкостный подогреватель двигателя для холодной погоды, переключения режимов АКПП от спортивного (power) до автоматического, отключение стабилизатора поперечной устойчивости, блокировка дифференциала и многое другое. Можно с уверенностью сказать, что электронные инновации сделали Патрол на порядок лучше, не навредив его имиджу и техническим возможностям.

Продукты загружены, трогаемся в путь. Мы решили поехать в красивое и тихое место – на левый берег реки Нерль – и разбили стоянку напротив памятника архитектуры, церкви Покрова на Нерли. Поворачиваю ключ в системе зажигания, и двигатель отзывается приятным и родным сердцу рокотом дизеля. 3-литровый турбодизель, который тоже прошёл модернизацию и стал выдавать на две силы больше (теперь 160 л.с.) и, что существеннее, немного увеличил крутящий момент. Хотя на динамику тяжёлой 2,5-тонной машины это практически не повлияло. По трассе я развил скорость 140 км/ч и чуть было не



попался в лапы гайцов, но вовремя спохватился и нажал педаль тормоза. Разгоняется внедорожник не быстро, автомат туповат даже в режиме Power, но это и не гоночный болид. Предназначение у Ниссан Патрол совсем другое, и в полной мере его потенциал раскрывается на бездорожье. Мощная лонжеронная рама, неразрезные мосты, зависимые пружинные подвески, принудительно подключаемый полный привод без межосевого дифференциала и принудительная блокировка заднего межколесного. Включение в работу переднего моста происходит по старинке жёстко, блокировкой ступичных редукторов при



помощи штатного баллонника. Перевожу рычаг раздатки в положение 4Н — и вперёд, за пределы асфальта. Больших луж не наблюдается, но небольшая грязь и крутые подъёмы есть, а дорожный просвет (220 мм) и короткие свесы помогают в преодолении преград. Если становиться совсем круто, то можно включить «понижайку» и Патрол начинает переть, как танк, были бы когти — вскарабкался бы на дерево. По техническим характеристикам возможно

преодоление брода без подготовки до 700 мм, но если вы собираетесь в серьёзный поход, то я бы рекомендовал установить шноркель — бережёного бог бережёт.

Конструкция подвески позволяет не сбавлять скорость на неровной дороге, мчим по ухабистому полю с лёгкостью, немного дискомфорта только задним пассажирам, но это же не паркетник, а настоящий мужской автомобиль. Кстати, расход топлива тоже радует, ведь в «стандарте» у Патрол только задний привод, что обеспечивает расход топлива всего 9-10 литров на 100 км по трассе и около 14 литров в городе.

Добрались, глушу двигатель, а вокруг красиво и тихо. Река разлилась, но не сильно. Разводим костерок, нанизываем мясо на шампуры и наливаем лимонад.

Отличный день в компании друзей и Ниссан Патрол подходит к концу. Я хочу сказать, что в целом остался доволен автомобилем, но тут надо оговориться, что я душой лежу к подобного рода технике, коей в современном мире осталось немного. Крузеры 80 и 105 — сказка, но сняты с производства. Геленваген — это Мерседес, и этим всё сказано, не каждому по карману. Езда на Лэнд Ровере, старом добром Дэфе, не сильно отличается от УАЗа. Ну, а последний — это на любителя, техника, конечно, очень проходимая, ремонтпригодная, но про комфорт и надёжность можно забыть. Остаётся Ниссан Патрол, но опять же цена в 2 млн рублей, думаю, многих отпугивает. Выводы каждый сделает свои. **СМ**

ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ NISSAN PATROL GR

МОДЕЛЬ	3.0 л турбодизельный двигатель	4.8 л бензиновый двигатель
Комплектация	Luxury, Elegance	Elegance
Тип кузова и количество дверей	5-дверный универсал	
Количество мест (XE)	7	
Число и расположение цилиндров	4, в ряд	6, в ряд
Рабочий объём двигателя, см ³	2953	4759
Система воздухозабора	Турбонаддув с промежуточным охлаждением	
Макс. мощность двигателя, кВт (л.с.)/ об.мин.	118 (160) / 3600	180 (245)/4800
Тип топлива	Дизельное	Неэтилированный бензин, ОЧ 95
Система зажигания	Зажигание от сжатия	Электронная, с распределителем зажигания
Система подачи топлива	Прямой впрыск	Многоочечный впрыск
Тип трансмиссии	5-ступенчатая механическая (4-ступенчатая автоматическая)	Автоматическая, 5-ступенчатая с возможностью ручного переключения
Ведущие колёса	Подключаемый полный привод (постоянный задний привод в режиме 2 WD)	
Тормозная система		Электрическая, 3-канальная, 5-сенсорная ABS
Тормозные механизмы передних колёс		Дисковые вентилируемые
Тормозные механизмы задних колёс		
Рулевое управление		Типа винт-шариковая гайка с гидроусилителем
Снаряжённая масса min/max (AT), кг	2365/2545 (2410/2510)	2460
Полная масса (XE), кг	3200 (3110)	3150
Грузоподъёмность max (AT), кг	835 (700)	
Длина (Elegance), мм	5094 (5145)	5145
Ширина, мм	1940	
Высота, мм	1855	
Максимальный объём багажника (со сложенными сиденьями) (VDA), л	2287 (с 3-м рядом сидений 2226)	
Объём топливного бака, л	95	
Расход топлива (AT), л/100 км		
городской режим	14.3 (13.9)	25.0
загородный режим	8.8 (9.1)	14.3
смешанный режим	10.8 (10.8)	18.2
Максимальная скорость (AT), км/ч	160	190
Разгон с 0 до 100 км/ч, с	15.2 (16.3)	10.8
Минимальный диаметр поворота, м	12.2	
Максимальный угол въезда, град	37	
Максимальный угол съезда, град	31	
Угол вывешивания, град	27	
Максимальный преодолеваемый подъём, град	39	
Максимальный угол безопасного бокового наклона, град	48	
Глубина преодолеваемого водного препятствия, мм	700	
Дорожный просвет, мм	220	

Сочельник – ожидание праздника



Или Сочи & Сочи

«Ох, Сочи! любил бы я тебя, когда б не пыль, не грязь...» - говорил в своё время ас поэтического слога Пушкин. Или не говорил? В любом случае нынешняя летняя столица России требует к себе нашего самого пристального внимания.

Что называется пора, товарищи, заслушать мнение и начальника спортивно-строительного цеха. Но для затравочки скажем несколько слов и о наших спортивных строителях. Не так давно весь Владимир облетела радостная весть, что в парке 850-летия был открыт новый мини-футбольный комплекс аж, внимание, на четыре поля! Ура, товарищи! Зелёная травка весело переливалась под весенним солнцем и радовала глаз всех любителей футбола нашего города. Однако, уже через неделю, болельщики команд домо-рощенной высшей лиги, придя в парк поддержать своих любимцев, были неприятно удивлены. У самой кромки поля с деловым видом сидел пучеглазый дядька и продавал

входные билеты! Правомерность его сидения определяли аккуратно выписываемые квитанции номиналом в тридцать рублей. Очевидные параллели с Остапом Бендером, в своё время успешно продававшим контрамарки всем желающим осмотреть Пятигорский Провал, так и не смогли остановить некоторых из пришедших. И если Остап занимался сбором средств, преследуя благодородную цель - ремонт одного Провала, то парковый кассир-билетёр не смог внятно объяснить своего официального статуса.

По сведениям, полученным из надёжных источников, сумма, затраченная на реконструкцию паркового футбольного поля, составила 3 миллиона рублей. Из официаль-

ных интернет-источников стало известно, что бюджет сочинской Олимпиады составит 316,8 миллиардов рублей. Немного разнящиеся суммы вызовут, тем не менее, вполне аналогичную реакцию. Только вот кассирами станут не мошенники-самоучки, а вполне себе официальные и весьма образованные мужи в костюмах и галстуках.

Как меняется лицо города? Чаше всего постепенно. Чтобы уловить новые чётрочки, надо, как минимум, на несколько лет перестать гулять по его улицам. Сочи изменился в один момент! Вот он Сочи-тёмные ночи, а вот Жак Рогге вскрывает конверт с единственным словом, и Сочи становится синонимом. Тот старый город-курорт, на который хотели и даже могли попасть миллионы россиян, остался в прошлом. Новый город это... пока стройка, но уже сейчас землю там продают не в квадратных метрах, а в килограммах на развес и в фасовке. Знал или нет Владимир Путин прикуп сочинского успеха, когда приезжал поддерживать нашу делегацию в Гватемалу, уже дело второе. Каждому и так вполне очевидно, что лучше Олимпиада без снега, чем Европа без газа. Более актуальным для российских домохозяек теперь является вопрос о том, кто же всё-таки будет самой богатой женщиной в стране после 14-го года? То ли жена нового мэра, то ли супружница губернатора Краснодарского края... Пока непонятно. Одно вселяет радость в домохозяйичьи сердца - ни эта псевдокоролевишна Волочкова, ни эта «вертиговстка» (смягчено цензурой) Беркова так и не смогли приблизиться к заветному мэрскому креслу.

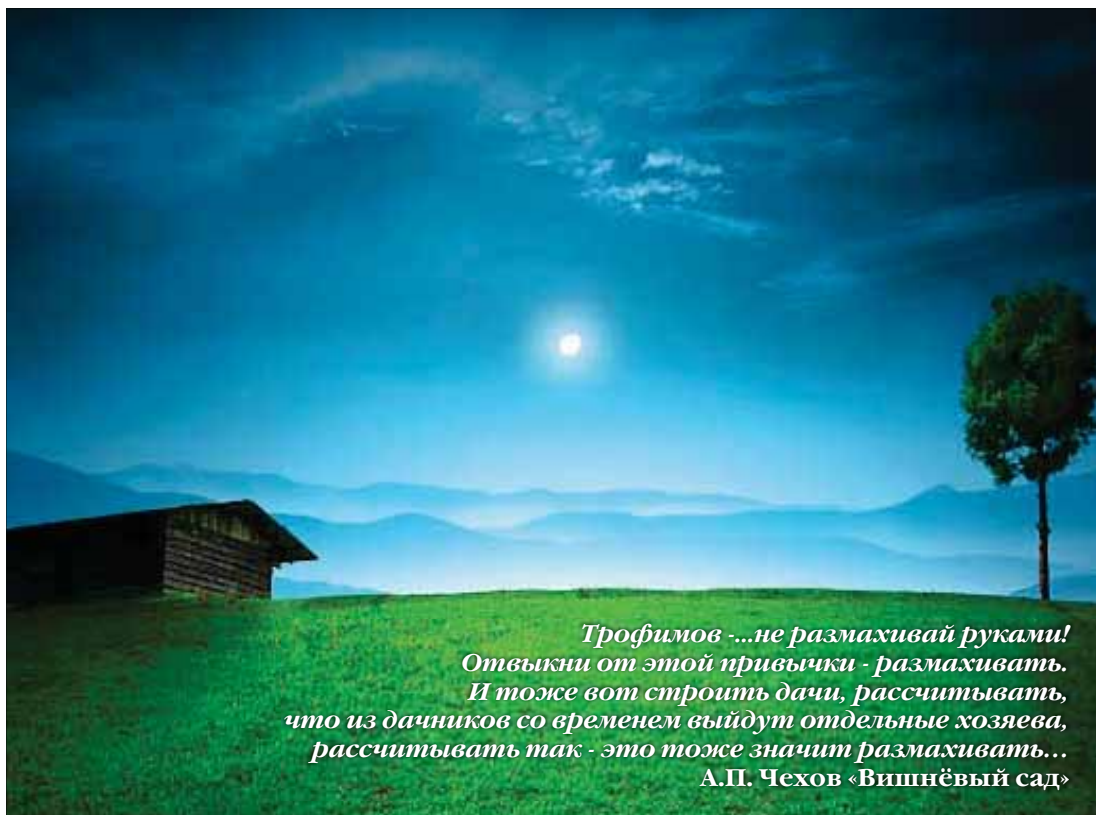
Так случилось, что в ночь «выбора симпатий» вся страна в едином порыве устроила настоящий праздник с танцами, музыкой, замусоренными улицами... Но что же всё-таки изменилось для самого города, почему олимпийский и доолимпийский Сочи, как говорят в Одессе, две большие разницы? То, что спортивная, бытовая, рекреационная инфраструктура города и его предместий будет полностью реконструирована и видоизменена, не вызывает сомнений даже у учеников 7 «А» класса 12-й спецшколы города Владимира. Но будет ли восстановлена некогда чарующая красота дендрария,

не сроят ли гору Большой Ахун и не завялят ли знаменитые Воронцовские пещеры (надо же куда-то девать мусор, оставляемый туристами) — вопрос пока открыт. В бесконечном стремлении понравиться западу мы в очередной раз можем забыть о главном национальном достоянии России — природе. Не раз и не два в погоне за сверхприбылью забота об окружающей среде задвигалась далеко и надолго. Ввоз и захоронение ядерных отходов, бесконтрольная вырубка леса, браконьерское уничтожение байкальской нерпы, что по сравнению с этим разрушение нескольких дольменов — ровесников египетских пирамид?!

Если исходить из констант формальной логики, то раз зимняя Олимпиада проходит в Сочи, летняя непременно должна случиться где-то в окрестностях Мурманска. А это ещё большие затраты и сложности в устройении. Хотя, с другой стороны, нам не привыкать удивлять всё мировое сообщество одиозностью поступков и непредсказуемостью поведения. И раз уж мы сегодня заговорили о цифрах, то сумма, затраченная на проведение конкурса «Евровидение» в Москве, составила не многим менее 25 млн европейских денег. Экс-белорус Рыбак, разом осчастлививший всех потомков легендарных викингов, явно прибавил головной боли правительству своей страны. Ведь даже если продать пару фьордов, норвежцам вряд ли удастся перемахнуть через планку, установленную на чемпионской высоте имени Елены Исинбаевой.

Новый Сочи — это город-мечта, город-сказка и город знающих прикуп, но вполне честных граждан РФ. Буквально через пять лет прогуляться по его тенистым аллеям будут стремиться не только жители нашей страны, но и чопорные европейцы, далёкие (и не очень) американцы, странно похожие друг на друга азиаты, австралийцы с домашними кенгуру и африканцы с ручными жирафами. На время Олимпиады половина всего мира будет стремиться увидеть центральную сочинскую чебуречную и лишь затем умереть. А старый Сочи, ну что ж, он навсегда останется в сердцах влюблённых в одну из тёмных ночей, обретших там свою вторую половинку, пусть и на краткий миг двухнедельного отпуска. **СМ**

ЛЕТУЧИЙ ДУТСНИК



*Трофимов -...не размахивай руками!
Отвыкни от этой привычки - размахивать.
И тоже вот строить дачи, рассчитывать,
что из дачников со временем выйдут отдельные хозяева,
рассчитывать так - это тоже значит размахивать...
А.П. Чехов «Вишнёвый сад»*

ИЛИ ДАЧА ЭТО НАШЕ ВСЁ

Дачная матрица

Дача — особое пространство, такой своеобразный космос.

Дача — социальная сеть — соседи по даче. Эти сети поддерживались потом и в городе, передаваясь из поколения в поколение. Это как сосед по имению в XIX веке, это новое землячество. Говорят, что даже «в верхах» кое-какие назначения производятся исключительно среди участников одного дачного посёлка под Санкт-Петербургом...

Дача — дискурс, специфическое пространство речи, тема разговоров, способов выражения мысли. Такой же, как дискурс автомобилистов, рыбаков, охотников, домохозяек. В общем дача — это субкультура.

Дача — место ссылки для вещей, которые не могут уже по своим качествам служить человеку в городской квартире, промежуточная станция на пути на свалку. Сколько сюжетов и героев для своих сказок мог бы найти на этих дачах Ганс Христиан Андерсен, писавший о жизни вещей. Мебель, одежда, бытовая техника при покупке новых не выбрасывались, а перевозились на дачу. Любопытно, что даже сейчас многие вещи, та же мебель, бытовая техника и одежда, предлагаются нам как специальные товары «для дачи». Этот недорогой и небольшой холодильник — для дачи, этот маленький чёрно-белый телевизор — идеален для дачи, эти дешёвые, практичные брюки, кроссовки — можно надеть на даче, этот стол и стулья

– дачная мебель... Дача это пространство с пониженными требованиями к качеству жизни. Воплощённая простота и умеренный аскетизм, такой «карнавал» наоборот.

Дача — место «отдыха». На дачи приезжали для особенно сильных возлияний, с друзьями и с шашлыками. Там можно почти всё: пить сколько влезет, вести себя буйно, петь, плясать, громко слушать музыку или исполнять её. Это такой трэш-клуб, «назад к природе»... Чуть-чуть отделившись от цивилизации, можно позволить себе чуть-чуть больше обычного.

Дача — пространство секса — значительное количество адюльтеров в советские времена происходило именно там, поскольку квартирный вопрос стоял тогда очень остро. Это место тусовок молодёжи, причём в любое время года, даже зимой в не отапливаемых домиках. Значительная часть советской молодёжи рассталась с девственностью именно там.

Всё это помимо традиционного сезонного — с апреля по октябрь — труда на грядках. Дача это почти наше всё!

Начало дачного сезона

Дачи появились сравнительно недавно, одно из первых упоминаний этого явления встречается у Гаврилы Державина. Кто-то ехал с дачи через реку и не доехал... Можно, конечно, ещё виллы патрициев сюда приплести, но это уж слишком... Сначала функцию дач исполняли загородные имения, родовые дворянские гнёзда. Потом съёмные и собственные дома недалеко от городов — так было до самой революции семнадцатого года.

В других странах такого явления, как дача, в общем-то нет, за исключением ГДР и теперь той части Германии, которую когда-то ГДР занимала. Туда эта штука пришла из Союза, а само слово из русской литературы. Правда, надел в ГДР был всего четыре сотки, маловато всё-таки жизненного пространства в Германии. В остальном мире есть что-то похожее — загородные дома, ранчо, но всё это не то и уж точно не так массово и мелко, как у нас.

Между Чеховым и Горьким

Литература, как известно, отражает жизнь и в то же время формирует её, то есть она есть такой великий концептуализатор. Если что-то или кто-то попадает в его сферу, значит, это очень и очень важно. Для «дачи» этот момент настал в 1904 году. Тогда, перед самой революцией, появились две пьесы — «Вишнёвый сад» А.П. Чехова и «Дачники» М. Горького. Пьесы об одном и том же, точнее об одних и тех же — о дачниках. У Чехова люди, обладающие дачной психологией, то есть временные люди, во временном пространстве, бесплодные и бесплотные, продают вишнёвый сад новому русскому той эпохи, под вырубку и застройку дачами. Казалось бы, возможен прогресс, вот будет польза от проданной земли, которой никто уже не может заниматься. Но нет. У Горького на таких вот примерно дачах поселяются такие же люди, как у Чехова, с «временной» психологией. Перелётные люди, на лето перемещающиеся в «тёплые» края. Дачное пространство — пространство имитации жизни, всё ненастоящее, потому всё несерьёзно, всё бесполезно... Получается, что дачники, русская интеллигенция и лишние люди — синонимы.

Так было. Посмотрим, что стало с дачами и дачниками дальше, как они трансформировались на протяжении последующих ста лет.

Сталинская дача

Дача тридцатых-пятидесятых годов. Дачники — чиновники, учёные, творческая интеллигенция, старшие офицеры, получавшие дачи в качестве бонуса, как приложение к должности, вместе с квартирой в сталинке и автомобилем. В случае увольнения или опалы дача могла быть отобрана, но не обязательно. Многие семьи наследовали служебные дачи своих предков в течение нескольких поколений. На этих дачах жили часто круглый год, фактически используя дачный дом как дом в предместье. Дачи специально строились, как постоянные дома. Саму загородную резиденцию вождя всех народов и, очевидно, лучшего друга советских дачников неофициально именовали «Ближней дачей».



Впрочем, были и дачи для советских людей попроще. Техническая и творческая интеллигенция, мелкие чиновники и младшее офицерство снимали дома на лето в деревнях неподалёку от городов.

Сельское хозяйство обычно не велось, это могло быть расценено как пережиток «крестьянского капитализма».

Сталинская дача продолжала традиции дач XIX века, когда в связи с развитием урбанизма, города, в первую очередь, Санкт-Петербург и Москва, перестали напоминать большие деревни, где с особняками соседствовали огороды, скотные дворы. Города становились городами. И у их жителей появилась потребность отдыхать «вдали от шума городского». К тому же, в эту же эпоху государственная служба становилась всё более регулярной, требовала всё большего присутствия в «присутствиях». Выезжать на лето в имения, зачастую находящиеся за пару-тройку тысяч километров, стало затруднительно. Жизнь становилась быстрой. Отсутствие в течение двух-трёх месяцев в столице «вышибало» человека из ритма жизни и карьеры. Поэтому снимали дачи недалеко от города, куда на лето выезжала семья, а её глава навещался туда только в выходные.

Дача эпохи развитого социализма

В начальную эпоху развитого социализма, при Хрущёве, началась борьба с частными хозяйствами, облагали налогами каждый куст смородины, каждую козу. В результате всё частное сельское хозяйство пошло под нож и под топор. Тогда же начались перебои с продовольствием. Есть стало не то что нечего, но мало. Вот тогда и стали активно предлагать горожанам брать участки земли и выращивать на них недостающие продукты питания — овощи, фрукты. Образовывались дачные и садовые кооперативы и товарищества. Но, как всегда при решении земельных вопросов, возникало море интриг и страстей, в которые с радостью и отвращением окунались гомо советикусы.

При приложении определённых усилий, отстояв в очереди или дав взятку, можно

было стать обладателем шести соток земли с правом построения на нём дощатого домика, посадки плодовых деревьев, ягодных кустов, разбития овощных грядок. Причём, печь ставить в доме нельзя, дом должен быть определённой площади, это чтобы там жить нельзя было. Если вы в садовом товариществе, то обязаны посадить определённое количество деревьев и активно заниматься огородничеством – иначе участок могли отобрать. Если вы в дачном товариществе, то, напротив, нельзя сажать плодовые деревья и разводить огород. Правила были, но соблюдали их, конечно, далеко не всегда и не везде. И слава богу.

Этот тип «дачничанья» связан с особенностями индустриализации Российской империи и Союза Советских Социалистических Республик. Рабочих ещё в эпоху Петра I приписывали к заводам деревнями, по сути это были крепостные, занимавшиеся, помимо работы на заводах, ещё и огородничеством. Позже, в конце XIX – начале XX века, крестьяне, уходившие из деревни в города, устраивавшиеся на заводы и фабрики, селились в слободах на окраинах и... привычно разбивали огороды. Надо думать, что в этом был и практический смысл, вряд ли заработной платы хватало на всё. Ещё позже, в эпоху коллективизации, бежавшие от колхозов крестьяне в несколько раз увеличили население городов и принесли с собой генетическую любовь к земле и потребность работать на ней. К тому же, многие из «новых горожан» не утратили связей с деревней, поддерживая тем самым практики поведения, характерные для сельских жителей.

Поэтому, когда в 60-70-е годы заводским пенсионерам и их детям предложили подсобные хозяйства, они радостно согласились, гештальт был завершён.

Советское дачное движение несколько напоминало великий почин Мао во время «Великого скачка», когда практически каждый китаец должен был построить у себя во дворе маленькую доменную печь и выплавлять железо. Металл у китайцев получался негодный к употреблению, а вот помидоры с огурцами у нас получились ничего...

Лихие дачники девяностых

Девяностые... В это время дача была возможностью, способом выжить. Правительство делало всё, чтобы люди кормились сами. Сокращалась стоимость билетов в пригородных автобусах и электричках, чтобы дачники, особенно пенсионеры, могли добираться до своих участков. Ввели «майские каникулы», полторы недели между 1 и 9 мая, чтобы работающие люди могли полноценно принять участие в «посевной». Электрички и автобусы были плотно нафаршированы людьми с лопатами и корзинами, а города в дачный сезон заметно пустели.

Затем появилась дачная индустрия – газеты, журналы, теле- и радиопрограммы, огромное количество инвентаря, семян, саженцев. Капитализм брал своё.

Гламурные дачи

Логичным продолжением дворянских и сталинских дач стали гламурные поселения вдоль Рублёво-Успенского, Ново-Рижского, Дмитровского шоссе, на Николиной горе и в подобных местах. Это всё были дачные посёлки советской элиты. В конце девяностых – начале нулевых её представители, их дети и внуки окончательно перестроились в новые элиты со всеми вытекающими отсюда последствиями. К ним также присоединились новые богатые, те, кто просто купил землю в этом районе. В общем, такая Санта-Барбара, или «история одной счастливой деревни».

Нам думается, что это устремление на комфортабельнейшую и сверхдорогую землю связано не столько с американскими и западно-европейскими традициями состоятельных классов жить в предместьях городов в особняках с садами и прудами, сколько с национальным дачным трендом дворянско-сталинского типа. Это уже новое гламурное дачное общество со своими медиа, легендами, общественным мнением, экономикой.

Дача как способ государственной власти

Иоанн Грозный, Пётр I – два величайших тирана – удалялись на такие своеобразные «политические дачи», в Александровскую слободу и в Преображенское, противопоставляя эти населённые пункты

столицам, перенося туда нерв политической жизни и превращая эти дачи в истинный центр управления жизнью страны. При этом все официальные государственные институты оставались в столицах.

Очевидно, это было необходимо для того, чтобы поставить личную власть вне сложившейся «политической географии», политического пространства. Создать тип власти нерегулярной, внесистемной, а значит, очень сильной, в духе «серого кардинала», «духовного (как лидер полагал) лидера нации». Это выведение власти за скобки, как уравнения: число за скобками имеет огромную власть над всем, что происходит внутри скобок. Сначала всё там, внутри, сосчитается, и только потом число за скобками поделит или умножит полученный результат. Можно сказать, что сейчас в нашей стране должность премьер-министра – политическая дача.

Ещё дача – это место концентрирования всевозможных оппозиций. То и дело в СМИ проскальзывают слухи, что там-то и там-то те-то и те-то собираются на, заметьте, дачах и замышляют что-то... В общем, дачи – места политические.

Идеальная дача

Дача это хорошо. Помимо того, что это трогательные воспоминания о детстве и огромный пласт нашего менталитета, это ещё и просто загородный дом, который хочется иметь практически каждому человеку. Какой и где — зависит от вкуса и возможностей. Лучше всего не иметь там ничего сельскохозяйственного, разве что чуть-чуть, в качестве хобби, если у кого-то такое хобби. Место, где можно отдохнуть или вообще жить. Дача – место, где можно отдохнуть от суеты города, от пробок, смога, обилия информации, стрессов, где можно качаться в кресле-качалке, топить камин или печь, читать, писать, смотреть, гулять. Это место релаксации или вообще жизни. Особенно сейчас, в тревожные и неопределённые времена.

Хотя сколько же нужно стрессов, смога, пробок, мучающей нас информации, чтобы «заслужить покой», свет нам грешным вряд ли светит... **СМ**

ОТВЪДАЙ!

Золотое яблоко

туристическая компания

Весь мир на блюдечке!

т/ф.: 8 (4922) 35-60-61

моб.: 8(903)831-79-79

icq: 330555343

www.yabloko-tour.ru

e-mail: yabloko-tour@mail.ru

адрес: 600015, Владимир,

ул. Чайковского, 7, 2 этаж

Экстрим-цены!!!

Турция, Египет

от 10 000 рублей!

о. Бали от 35 000 рублей!

SPA и Йога- туры

от 35 000 рублей!

Морские и речные круизы

от эконома до VIP-класса.



ИСПОЛНЕНИЕ ЖЕЛАНИЙ!

Kent Nanotek Futura:

максимум мощности в компактном формате

В середине января в продаже на российском рынке появилось новое предложение от Kent – *Kent Nanotek Futura*. Появление новой версии в составе уже знакомой потребителю линейки обусловлено растущим интересом к компактному формату, с одной стороны, и ожиданиями курильщиков, предпочитающих более сильный вкус, – с другой.

Являясь премиальными сигаретами формата, впервые представленного на территории Российской Федерации именно компанией «ВАТ Россия», *KENT Nanotek* сочетает в себе компактность с полноценным вкусом King Size. Однако только сейчас, благодаря инновационным технологическим решениям, появилась возможность предложить продукт, сочетающий лёгкость и максимальную мощность вкуса в компактном формате.

Мужественный характер вкуса подчёркивается и внешним обликом - бескомпромиссно красным цветом пачки. Предлагая полный спектр вкуса, *KENT Nanotek* даёт возможность потребителям подобрать оптимальное для себя вкусовое решение.

Сигареты в ярко-красной пачке содержат 7 мг смолы и 0,6 мг никотина. Новая версия дополнит серию *Kent Nanotek*, уже включающую *Kent Nanotek Neo* в чёрной пачке и *Kent Nanotek Infina* в серебристой пачке.

Новое предложение является очередной инновацией на российском табачном рынке. Марка *Kent Nanotek*, появившаяся в мае 2007 года, фактически открыла в России новый уникальный сегмент супертонких сигарет формата *King Size*. Только через год конку-

ренты начали выходить на рынок с аналогичными продуктами. Теперь же *Kent* в очередной раз демонстрирует свою способность быть на шаг впереди: *Kent Nanotek Futura* представляет уникальное сочетание насыщенного вкуса и минималистического дизайна!



МИНЗДРАВСОЦРАЗВИТИЯ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ:
КУРЕНИЕ ОПАСНО ДЛЯ ВАШЕГО ЗДОРОВЬЯ

Бизнес-план. Пункт проката «Эх, прокачу!»



или «Выдать во временное пользование»

У каждого из нас в жизни возникали ситуации, когда было просто необходимо занять на короткий или длительный срок, предположим, велосипед. Ради одной велопогулки бежать в магазин и покупать механического коня мало кто решится. Для подобных целей существуют пункты проката. Направления могут быть различными: от проката бытовых вещей до проката авто. В нашем конкретном случае интересен пункт проката для туристов.

Значение

Прокат, аренда (лат. *Arrendare* — отдавать в наём) — форма имущественного договора, при которой собственность передаётся во временное владение и пользование или во временное пользование арендатору за арендную плату. Составление любого бизнес-плана начинается с исследования рынка.

Конкуренты

В городе Владими́ре работает порядка 15 пунктов проката различных направлений. Отдельные предметы и снаряжение для туризма (палатки, спальники, удочки, велосипеды, рюкзаки) можно заполучить в прокате бытового направления. Однако возникли проблемы при поиске надувной резиновой лодки — только в одном месте города

можно взять на прокат эту «редкую» вещь. А альпинистское снаряжение, байдарки, рафты, лыжи, сноуборды вообще просто так не найти. Пункты проката нашего плана чаще всего располагаются рядом с туристическими маршрутами, турбазами и парками. В городе специализированного проката для туристов не существует. Пока не существует!

Место для открытия пункта проката туристского снаряжения лучше выбирать в центре города, затем открывать филиалы в других районах. Идеально подходит ЦУМ или Торговые ряды. Размеры помещения, его планировка зависят от величины набора предметов проката (прокатного фонда). Режим работы проката — без выходных, время

работы с 10:00 до 22:00. Обычный пункт проката работает, как правило, с 9:00 до 18:00, с обедом и выходными в субботу и воскресенье. Но для нашего проката такой график не подходит, потому что именно в выходные чаще всего возникает желание отдохнуть. Сервис должен быть доступным для клиента!

Счёт	Рубли в месяц
Аренда главного помещения (100 кв.м)	100 000 руб.
Зарплата персоналу	16 000 руб.
Ремонт и обслуживание инвентаря	20 000 руб.
Прочие расходы	5 000 руб.
Итого:	141 000 руб.

Наименование	Стоимость за час	Стоимость за сутки
Велосипед горный	120 руб.	1 500 руб.
Велосипед детский (2-х и 4-колёсный)	70 руб.	-
Туристический коврик	-	20 руб.
Палатка	-	от 60 руб.
Лодка надувная резиновая	-	от 70 руб.
Байдарка каркасная	-	от 250 руб.
Байдарка надувная	-	от 150 руб.
и так далее...		

В городе существует несколько туристических клубов и обществ. Но несмотря на это, каждый сезон туристы сталкиваются с одной и той же проблемой — где достать снаряжение. Для пункта проката это золотая жила. Можно стать партнёром туристического общества, например. Стопроцентная уверенность в постоянных клиентах вам обеспечена. Есть ещё такой вариант, как распродажи износившегося инвентаря.

Виртуальный офис

Будущее внесло свои коррективы в бизнес, и благодаря всемирной паутине, теперь можно иметь виртуальный офис. Многие пункты проката в Москве имеют собственные веб-ресурсы. Во-первых, привлечение новых клиентов. Во-вторых, мобильность. На сайте можно ознакомиться с перечнем предлагаемого снаряжения, его состоянием, стоимостью, пообщаться в онлайн с консультантом и тут же сделать заказ. Работа проката через интернет даже предпочтительнее!

Взять в прокат

Схема приобретения вещи в прокат простая. Списываются данные паспорта, если вещь дорогостоящая (например, акваланг), то придётся оставить залог в виде денежной суммы и расписаться в нескольких бумажках. Потом вернуть в должный срок и в хорошем состоянии.

Отдать в прокат

Один бизнесмен жаловался на то, что никак не может найти нормальную страховую компанию, которая страховала бы его автомобиль. Нет такого продукта (для прокатчиков) у страховщиков, а жаль. Но резиновая лодка — не машина, и риски на себя берёт клиент.

Другие направления бизнеса

Основная часть пунктов проката, существующих в нашем городе, занимается прокатом предметов культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода. До недавнего времени существовал пункт проката автомобилей. Но возникающие сложности со страховой тормозят развитие данного бизнеса, и требуется помощь на законодательном уровне. Также в городском и загородном парках работают пункты проката прогулочного и игрового снаряжения.

На первый взгляд, бизнес сомнительный, есть свои подводные камни. А где их нет? Отсутствие специализированного проката туристических принадлежностей, но присутствие спроса. А спрос, как говорится, рождает предложение.

Так что сани готовь летом, а телегу — зимой. А не приготовил — иди в прокат. Удачи в новом сезоне! **СМ**

Вокруг света за... Большой подсчёт

У нашего хорошего друга сэра Филиаса Фога было ровно 80 дней на путешествие вокруг света, и он выполнил условия пари. Вдохновлённые его приключениями, мы просчитали свою кругосветку. Стоимость, время, описание – посчитано всё. Виртуальное кругосветное путешествие – начинаем подсчёт!

Сингапур - Город львов	
Токио - Пекин - Сингапур	
Авиабилет	от 29 000 руб.
Гостиница	от 16 000 руб. за дابل.(2 дня)
Валюта	сингапурский доллар
Места: Ботанический сад и парк орхидей «Мандай», маленькая Индия и музей терракотовых воинов.	

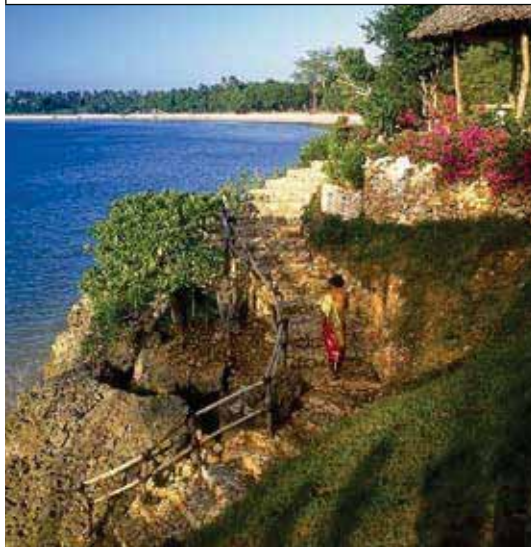


Токио	
Москва – Токио	
Авиабилет	от 24 000 руб.
Гостиница	от 12 800 руб. за дابل. (2 дня)
Валюта	иена

Токио - столица Японии
Места: Фудзи, Императорский дворец, сумо, театр Кабукидза... Цветение Сакуры, если конец марта.



о. Бали «Остров богов»	
Сингапур - о. Бали - Сингапур	
Авиабилет	от 30 000 руб. на человека
Гостиница	от 48 000 руб. за дابل. (5 дней)
Валюта	индонезийская рупия
Места: белоснежные песчаные пляжи, «Слоновьи пещеры», многочисленные храмы и пагоды.	



Гонконг	
Сингапур - Гонконг	
Авиабилет	от 11 000 руб. на человека
Гостиница	от 9 600 руб. за дабл. (2 дня)
Валюта	гонконгский доллар
Гонконг или Сянган – один из красивейших городов Китая.	
Места: Океанический парк, который часто называют Срединным королевством, нефритовый рынок и сад Птиц	



Новая Зеландия	
Сидней - Окленд	
Авиабилет	от 6 000 руб. на человека
Гостиница	от 30 000 руб. за дабл. (3 дня)
Валюта	новозеландский доллар
Места: Вся Новая Зеландия, города Веллингтон, Крайсчёрч.	



Сидней	
ГонКонг - Сидней	
Авиабилет	от 23 000 руб. на человека
Гостиница	от 16 000 руб. за дабл. (3 дня)
Валюта	австралийский доллар
Сидней – столица зелёного континента.	
Места: Сиднейская опера, пляж бонди, экскурсии по Сиднею.	



Фиджи	
Окленд - Сува	
Авиабилет	от 11 000 руб. на человека
Гостиница	от 48 000 руб. за дабл. (5 дней)
Валюта	фиджийский доллар
Хотя и принято называть Японию Страной восходящего солнца, день начинается на Фиджи. Места: Остров идеален для пляжного отдыха.	



БОЛЬШОЙ ПОДСЧЁТ\ВОКРУГ СВЕТА ЗА...

Гавайи	
Сува - Токио - Гонолулу	
Авиабилет	от 70 000 руб. на человека
Гостиница	от 64 000 руб. за дابل. (5 дней)
Валюта	доллар США

Что нужно знать о Гавайских островах - голубое небо, ласковое солнце, тёплый океан и радушные островитяне, встречающие прилетающих туристов букетами цветов.



Лас-Вегас	
Лос-Анджелес – Лас-Вегас	
Прокат авто	300\$ в сутки
Гостиница	от 19 200 руб. за дابل.(2 дня)
Валюта	доллар США

Город-казино, город-отель, город-кабаре – Лас-Вегас.

Места: Лас-Вегас, национальный парк в пустыне Мохаве.



Лос-Анджелес	
Гонолулу - Лос-Анджелес	
Авиабилет	от 24 000 руб. на человека
Гостиница	от 19 200 руб. за дابل. (3 дня)
Валюта	доллар США

Лос-Анджелес – сердце киноиндустрии.

Места: Голливуд, Аллея Славы, пляжи.



Большое Яблоко	
Лас-Вегас - Нью Йорк	
Авиабилет	от 6 000 руб. на человека
Гостиница	от 19 200 руб. за дابل.(3 дня)
Валюта	доллар США

New York City сегодня – это более 18000 ресторанов, около 150 музеев международного значения и, конечно же, тысячи и тысячи магазинов, бутиков, супермаркетов с товарами со всего света.



Майами	
Нью Йорк - Майами	
Авиабилет	от 9 000 руб. на человека
Гостиница	от 25 600 руб. за дабл. (3 дня)
Валюта	доллар США

Майами - самый крупный город штата Флорида.

Места: Конечно же, Майами Бич, музей Полиции, космический центр на мысе Канаверал, ферма аллигаторов и индейская деревня.



Carribbean Princess	
Куба – Доминикана - - Барбадос – Ямайка - Майами	
Вместимость	3110 пассажиров
Водоизмещение	116000 тонн
Количество палуб	18
Количество лифтов	14
Длина	290 м
Ширина	36 м
Скорость, узлов	22

Акапулько	
Майами - Акапулько	
Авиабилет	от 10 000 руб. на человека
Гостиница	от 12 800 руб. за дабл. (4 дня)
Валюта	мексиканский песо

Погода. По статистике - 360 солнечных дней в году! **Пляжи.** Более 20 миль превосходных пляжей, составляющих неотъемлемую часть самого города. **Ночная жизнь.** Тут уж равных Акапулько нет - более 160 ресторанов, сотни баров и диско-клубов с самой-самой текилой и музыкой сальса не дадут скучать никому!



Венесуэла	
Акапулько - Каракас	
Авиабилет	от 21 500 руб. на человека
Гостиница	от 16 000 руб. за дабл. (5 дней)
Валюта	боливар

Каракас – столица Венесуэлы. **Места:** площадь Боливара, здание национального Конгресса, часовня Святой Розы, бульвар Сабана Гранде.



Рио-Де-Жанейро	
Каракас — Мехико — Рио	
Авиабилет	от 15 000 руб. на человека
Гостиница	от 32 000 руб. за дابل. (10 дней)
Валюта	бразильский реал
Рио-де-Жанейро – город, названный Рекой Января, вырос на месте, где никакой реки нет и в помине. Места: Копокабана, статуя Христа, гора «Сахарная Голова».	



ЮАР	
Рио — Лондон — Кейптаун	
Авиабилет	от 98 000 руб. на человека
Гостиница	от 12 800 руб. за дابل.(4 дня)
Валюта	южноафриканский ранд
Кейптаун - столица ЮАР. Места: посетить мыс Доброй Надежды, Столовую гору, Старый Замок, страусиную ферму и пуститься в винный тур.	



Сафари	
Кейптаун – Найроби - Кейптаун	
Авиабилет	от 23 000 руб. на человека
Гостиница	от 19 200 руб. за дابل.(2 дня)
Сафари на 7 дней	от 85 000 руб. на человека
Сафари начинается в Кении. Сафари на языке суахили означает «путешествие». Это не охота – это единение с природой. В программу сафари входит посещение национальных парков, археологических раскопок, музеев под открытым небом и прочее.	



Дубаи	
Кейптаун - Дубаи	
Авиабилет	от 21 000 руб. на человека
Гостиница	от 32 000 руб. за дابل. (3 дня)
Валюта	дирхам
<p>Пять вещей, которые стоит сделать, находясь в Дубаи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ski Dubai — крытый горнолыжный комплекс! На улице 50 градусов жары, а в ангаре комплекса лежит снег. 2. Gold Souk — ярмарка золота, на которой от количества ювелирных изделий полки ломаются . 3. Jumeira Beach — Джумейра. Это часть Дубая, раскинувшаяся на побережье Персидского Залива. Зачем бы вы ни приехали в Дубай, никогда себе не простите, если не улучите минуту и не окунётесь в Персидский залив. 4. Чтобы отдохнуть от городской суеты, туристам предлагают умчаться на сафари в песчаные дюны. 5. Побывать на родине Президента страны Аль Айна — городе-оазисе на границе с Оманом. 	

Марокко	
Дубай - Агадир	
Авиабилет	от 32 000 руб. на человека
Гостиница	от 19 200 руб. за дابل. (3 дня)
Валюта	марокканский дирхам

Марокко - удивительная экзотическая страна, где есть и золотые пляжи, и снежные вершины гор, и глубокие ущелья, и движущиеся «песчаные моря» Сахары. Здесь вы можете отдохнуть на современных приморских курортах (Агадир) или же исследовать старые города времён империи - Марракеш, Рабат, Мекнес и Фет, где вам откроется мир арабских ночей.



Сардиния	
Агадир - Кальяри	
Авиабилет	от 30 000 руб. на человека
Гостиница	от 64 000 руб. за дابل. (3 дня)
Валюта	евро

Порт Кальяри расположен на юге Сардинии и является столицей острова. Город с трёх сторон окружён водой: с юга - море, с запада и востока - пруды и соляные озёра. На Сардинии в большей степени развит индивидуальный туризм. Тишина, красота пейзажей, чистый воздух и кристальной прозрачности море обуславливают высокие цены на туристические и гостиничные услуги.



Сицилия	
Сардиния – Рим – Палермо	
Авиабилет	от 10 000 руб. на человека
Валюта	евро

Сицилия - это удивительный, ни на что не похожий мир: мир лазурного моря и дымящего вулкана, мир апельсиновых рощ и пустынных степей, мир умиротворённого покоя греческих храмов и гомона рыночных площадей. В Палермо стоит посетить знаменитый Музей марионеток. В Национальном музее археологии можно увидеть сикульские, финикийские и греческие скульптуры, предметы быта империи этрусков.



Лазурный берег	
Лазурный берег Франции: Грас – Валлорис – Ванс – Сен-Троpez – Ментона – Монако – Антиб – Канны – Ницца	
Аренда авто	1200 руб. за час.
Валюта	евро



БОЛЬШОЙ ПОДСЧЁТ\ВОКРУГ СВЕТА ЗА...

Франция	
Винный тур на 6 дней	40 000 руб. на человека
Классический винный тур захватывает долину Коньяк, Бордо, Медок, Бургундию и вернёт в Париж. Дегустируем напитки и смотрим достопримечательности – главный девиз тура.	



Амстердам	
Париж - Амстердам	
Экспресс	от 3 000 руб. на человека
Гостиница	от 16 000 руб. за дабл. (5 дней)
Валюта	евро (гульдены)
Амстердам - свобододолюбивый город, столица Нидерландов. Самые посещаемые места города: кофешопы, Amsterdam Historical Museum, Rijksmuseum - крупнейший музей в Нидерландах, располагает непревзойдённой коллекцией голландского искусства, от ранней иконографии до артефактов Золотой Эпохи. А также музей Дом-лодка, музей Мадам Тюссо, Музей Водки, Музей НЕМО, Секс-музей, Музей эротики и ещё много музеев и достопримечательностей. Будьте осторожны с запрещёнными сувенирами!	



Брюссель	
Амстердам - Брюссель	
Экспресс	от 3 440 руб. на человека
Гостиница	от 9 600 руб. за дабл. (3 дня)
Валюта	евро
Брюссель часто называют столицей Европы. Места: Манекен Пис или Писающий мальчик, Нижний и Верхний город.	



Прага	
Брюссель - Прага	
Авиабилет	от 9 000 руб. на человека
Гостиница	от 16 000 руб. за дабл. (4 дня)
Валюта	чешская крона
Прага - столица Чехии. Места: туристам предлагаются различные туры, в ходе которых можно посетить музеи города и средневековые замки. На данный момент в городе насчитывается 86 публичных библиотек, 84 театра с постоянной сценой, 34 кинотеатра, 74 музея, 160 художественных галерей и множество концертных залов и музыкальных клубов.	



Лондон	
Прага - Лондон	
Авиабилет	от 6 500 руб. на человека
Гостиница	от 4 800 руб. за дабл. (1 день)
Валюта	английский фунт
Лондон - столица Великобритании. В нём есть и многовековая история, и самые последние достижения технического прогресса. Туманы, влажность, Темза, Тауэр...	



Швеция	
Лондон - Стокгольм	
Авиабилет	от 9 500 руб. на человека
Гостиница	от 16 000 руб. за дабл. (4 дня)
Валюта	шведская крона
Стокгольм – столица Шведского Королевства и столица всей Скандинавии. Стокгольм – родина Нобелевской премии. Места: Дом культуры (Kulturhuset), Скансен (Skansen) Старейший этнографический музей под открытым небом, где представлена Швеция в миниатюре на протяжении пяти столетий.	



Петроград	
Стокгольм - С-Петербург	
Билет на паром	от 12 000 руб. на человека
Гостиница	от 9 600 руб. за дабл. (4 дня)
Валюта	рубль
Северная столица России – Санкт-Петербург. Недаром зовётся окном в Европу знаменитый город Петров. И по числу музеев и памятникам архитектуры не уступает ни Стокгольму, ни Амстердаму, ни Брюсселю. Обязательно посетить: Петергоф, Пушкин, Кронштадт, а в самом Питере можно просто гулять, потому что в центральной части памятники на каждом шагу.	



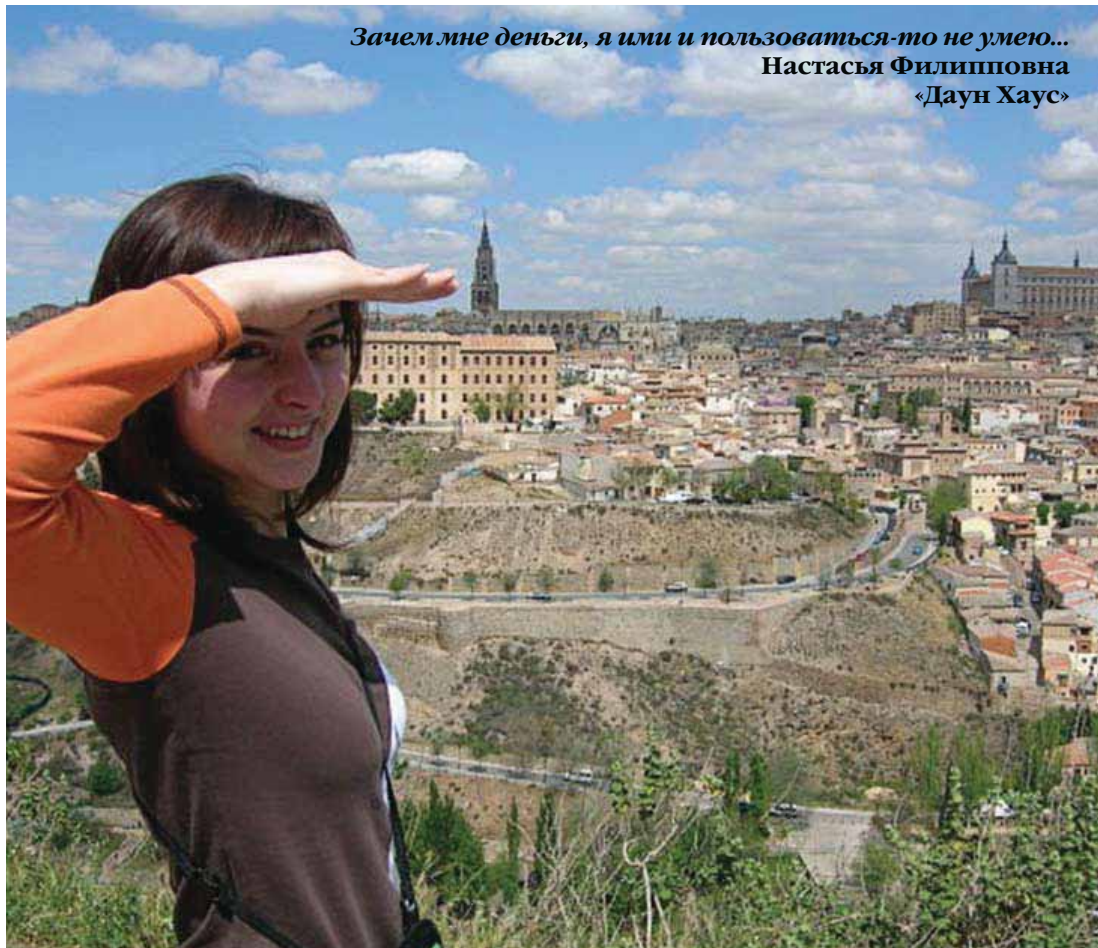
Владимир	
С-Петербург – Москва – Владимир	
Экспресс	от 3 000 руб. на человека

Total price:	
Кругосветное путешествие за...	
Время в пути	140 дней
Билеты	755 000 руб.
Отели	580 000 руб.
Экскурсии с экскурсоводом	160 000 руб.
Визы	64 000 руб.
Страховка	16 000 руб.
На карманные расходы	500 000 руб
Итого	2 075 000 рублей на человека.

В нашем расчёте возможны погрешности из-за сезонных изменений цен и колебания курсов валют, а в целом суммой мы остались довольны! **СМ**

Дан миллион мне, что делать с ним...

Зачем мне деньги, я ими и пользоваться-то не умею...
Настасья Филипповна
«Даун Хаус»



В гостях нашего CITYMONEY банка Юлия Кузнецова – ведущая новостей на канале ВГТРК-Владимир, спортсменка, комсомолка, умница, красавица и просто хороший человек.

ОТНОШЕНИЕ К ДЕНЬГАМ.

Деньги, в моём понимании, должен зарабатывать мужчина... Меня воспитали на других ценностях, и деньги никогда не были целью. В принципе всё для жизни у меня есть. Накопительством заниматься – это не про меня. Помните, как у Булгакова: «...человек смертен, но это было бы ещё полбеды. Плохо то, что он иногда внезапно смертен».

Тратим \$1 000 000 или 32 000 000 рублей по символическому курсу банка CITYMONEY

Потратила...? На путешествия. Ещё с детства я хожу в походы, и мне неважно, какой будет транспорт и какие условия. Жизнь должна быть разной, насыщенной, а в моём случае – насыщенной адреналином. Интересно, миллиона надолго хватило бы?

Если не быть эгоисткой, то:
1. Оплатила бы обучение своей сестре.
2. Купила бы дом для родителей.
3. Поменяла бы машину... хочу Mazda 3.
4. И... если бы что-нибудь осталось... попутешествовала.

Хотела бы покататься по Южной Америке, познать культуру индейцев. Побывать в Перу в городе Мачу-Пикчу. Потом в Новую Зеландию отправиться, хочу посмотреть смешение океанов. Говорят, что они разного цвета. Хочу посмотреть на вечную мерзлоту, съездить на Камчатку, да и на остальную часть России посмотреть. Взяла бы отпуск на годик, минимум вещей и в дорогу. Если бы муж согласился, то и его бы взяла. Любимую работу не оставила бы – потому что любимая.



Как такового чека в миллион долларов не получилось. Просто есть иногда желание взять рюкзак с миллионом долларов и поехать туда, куда смотрят глаза и несут ноги. Банк CITYMONEY выдаёт виртуальные миллионы на путешествия!!!

Факты о деньгах... деньги ничто!

Не так давно в Германии была отработана новая технология получения удобрений из денег, разумеется, из старых. В России из старых денег делают ещё и рубероид, который, как утверждают специалисты, служит гораздо дольше.

Однажды на банкете, после футбольного матча, один из хозяев проигравшего клуба, желая унижить тбилисцев (а именно они были победителями), вынул из кошелька банкноту и протянул её одному из лучших футболистов Давиду Кипиани. В ответ тбилисец поставил на банкноте свой автограф и отдал её обратно.

Художник Анатолий Орлов создаёт свои картины из обрывков старых банкнот, отечественных и иностранных. Со временем за особенности своего творчества он был удостоен звания первого Купюрье планеты. Кстати, известный американский художник Энди Уорхол любил рисовать долларовые купюры. Он объяснял это просто: «Каждый рисует то, что ему больше нравится».

Однажды бельгийский полицейский остановил превысившего скорость водителя и потребовал от него водительские права. Водитель протянул полицейскому банкноту. Полицейский выписал штраф на имя бельгийского короля (коим и оказался сам водитель).

Однажды за картами барон Ротшильд сошёлся с тоже не нищим маркизом д'Алигром. Делая очередную ставку, маркиз уронил луидор, который закатился под стол. Маркиз потребовал прервать игру и полез под стол искать луидор. Ротшильд охотно ему помог: он поджёл крупную купюру и посветил ею.



Туристическое агентство «LEBENSRAUM»



Хельмут Вальш смотрел на своё отражение в пыльной витрине пустого кафе на Александер-плац. Тёмная глубина за стеклом, из бесплотности превращаясь во что-то вполне, казалось бы, осязаемое, делала из стекла зеркало. На Хельмута смотрел Хельмут, небритый, с тусклыми глазами, тёмно-русыми волосами, мокрыми от пота по ободку кепи, в которой он прошёл сегодня от самого Панкова. Он снял её, чтобы вытереть лицо; примятый лацканом шерстяной куртки воротник белой рубашки, чёрный галстук с ослабленным и приспущенным узлом – жарко. Кафе давно закрыто, никто не может больше платить миллион марок за чашку кофе, депрессия, безработица. Ремонтации — следствие поражения в войне — не оставили Германии шансов остаться на плаву в мировой экономической кризис. Великая нация, великая война, великое поражение...

Хельмут приблизил лицо к стеклу вплотную, коснулся его лбом. Пот намочил пыль, и по лбу и стеклу потекли почти невидимые и очень медленные капельки. Через пару сантиметров капельки пота теряли силу, вязли в пыли. Слишком толстый слой, и не так уж жарко, лоб и волосы быстро сохли под майским солнцем. Теперь Хельмут мог видеть столики и стулья, лежащие перевёрнутыми на них, барную стойку, пустые полки, кассовый аппарат с открытым отделением для денег и забытую кем-то на стойке пепельницу, в ней Хельмут разглядел даже окурки папиросы. Наверное, это была последняя папироса хозяина заведения перед тем, как он закрыл заведение... Последняя папироса... В кассовом аппарате Хельмут разглядел даже пару ничего сейчас не стоящих пфеннигов. Если бы денежные единицы, как в математике, могли бы быть положительными и отрицательными, то эти пфенниги были бы

очень отрицательными числами, со знаком минус, по ту сторону стоимости. Внутренности кассового аппарата можно было разглядеть, потому что стойка и касса стояли боком к той витрине, в которую смотрел Хельмут, и пол в кафе был примерно на метр ниже уровня асфальта на улице. Чтобы попасть в кафе, нужно было, наверное, после входной двери спуститься на три-четыре ступеньки. Рядом с пепельницей стояла кофейная чашка с подтёком кофе, спускавшимся до блюдечка и пересекавшим рисунок в баухаусовском стиле на её боку... Последняя чашечка кофе...

Хельмут оторвал лоб от стекла. На стекле, на том месте, которым Хельмут прикасался к стеклу, образовалось чистое пятно. Ниже грязные подтёки. Пот, смешавшись с пылью, напоминал подтёки кофе на чашке, точнее ту бурюю жидкость, что в последние месяцы стали варить в берлинских кафе – эрзац-кофе, напиток экономической депрессии.

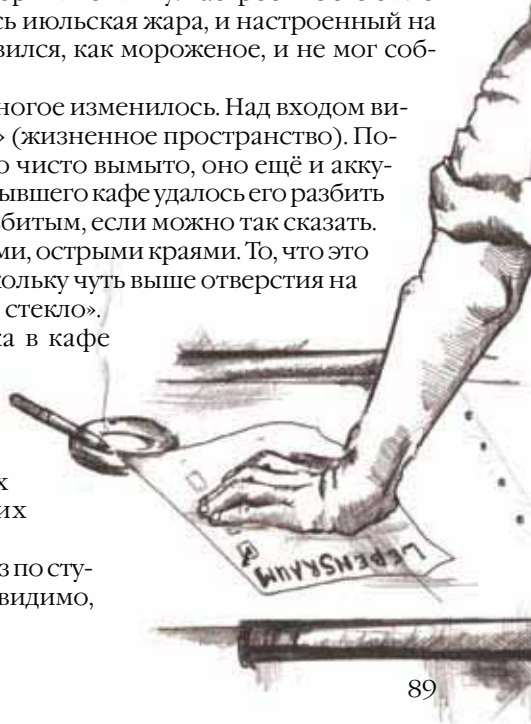
Хельмут опять прильнул к стеклу. Теперь он смотрел вглубь кафе через это чистое пятно, очищенное его потом, как через иллюминатор, и представлял себе, как всё внутри могло выглядеть, если бы там были посетители. Это «как, если бы» не получалось. Фантазия не работала. Он очень хотел представить себе мужчин, женщин, пару явных завсегдатаев — один у стойки, второй за излюбленным столиком в углу. Одинокого человека, который никого не ждёт в этом кафе, а просто скрашивает одиночество, или даму, явно ждущую кого-то, то и дело посматривающую на часы над стойкой и на входную дверь. Бездомного, выглядевшего ещё сравнительно опрятно, ещё в начале своего несчастного пути, дремавшего за столиком за колонной. Нет, не получалось. Хотя это было любимым развлечением Хельмута — населять пустынные и заброшенные места жизнью. Ему больно было видеть, как умирает Берлин. Он не мог смириться с этим. Поэтому он в своих фланёрских прогулках по улицам Берлина создавал этот вымышленный город, вдыхал жизнь в кафе, трамваи, дворы, магазины. Ему казалось, что если бы так делали как можно больше берлинцев, то жизнь изменилась бы, вернулся бы аромат прекрасного города, с его липами и удивительным разнообразием оттенков серого цвета. Удивительно серый Берлин всегда казался цветным и ярким. Какой-то особый серый цвет всех оттенков радуги. А ещё — звон трамваев, которого стало так не хватать в последнее время. Трамваи стали реже ходить, электроэнергия всё меньше и меньше.

Это было две недели назад. Сегодня Хельмут пришёл вновь к витрине этого кафе, случайно. Но, вспомнив свой неудачный опыт, решил повторить попытку: настроение его было лучше, чем тогда, когда на город неожиданно свалилась июльская жара, и настроенный на майскую и ещё не очень жаркую погоду, Хельмут плавился, как мороженое, и не мог собраться с мыслями и чувствами.

Подходя к кафе, Хельмут понял, что за две недели многое изменилось. Над входом висела вывеска «Туристическое агентство «LEBENSRAUM» (жизненное пространство). Подойдя ближе, Хельмут увидел, что стекло мало того что чисто вымыто, оно ещё и аккуратно разбито — каким-то образом новым владельцам бывшего кафе удалось его разбить так, что отверстие было не очень большим и в меру разбитым, если можно так сказать. Может, они вообще выпиливали это отверстие с рваными, острыми краями. То, что это было сделано намеренно, не вызывало сомнений, поскольку чуть выше отверстия на стекле была надпись: «В экстренной ситуации разбить стекло».

Заглянув внутрь, Хельмут увидел, что обстановка в кафе не изменилась. Это было всё то же кафе с теми же стульями и столиками, с той же стойкой и тем же кассовым аппаратом. Только теперь стулья были сняты со столов, за стойкой стоял бармен, за столиками сидело несколько посетителей, пивших кофе, разговаривающих, читавших и заполнявших какие-то бумаги.

Хельмут потянул дверь и сделал несколько шагов вниз по ступенькам. Ступеньки были заметно стёрты посередине, видимо,



этот полуподвальчик давно использовали, очень давно. Сделав несколько шагов по потёртым и кое-где отколотым плиткам пола, Хельмут облокотился о стойку и с удивлением заметил на ней какие-то свёрнутые вчетверо буклеты, очень напоминающие военные карты. На них были контуры стран со стрелками, которыми обычно обозначают движение войск, направление ударов, и всякими специальными картографическими значками. В детстве, рассматривая учебное пособие германского генштаба для офицеров, призванных из запаса, принадлежавшее дяде Паулю, мамину двоюродному брату, прошедшему мировую войну обер-лейтенантом, Хельмут всё хотел выучить эти символы, но так и не выучил.

Человек за стойкой был очень худой с шеей, торчащей из очень широкого воротника рубахи зелёно-коричневого, землянистого цвета. Ворот рубашки был застёгнут, и размер воротника, судя по всему, был маленький, но шея, очевидно, была слишком тонкой. Поскольку шея венчалась выгнутой овальной головой, с высоким лбом, глубокими залысинами и достаточно длинными, зачёсанными назад волосами, то выглядело всё это — воротник, шея и голова — довольно-таки гармонично, но по-декадентски.

Вместо того, чтобы спросить, как и положено человеку за стойкой: «Чего желаете?», он спросил: «Не хотите ли отправиться в путешествие? Мы предлагаем вам шанс совершить в ближайшем будущем удивительное путешествие, и пожалуй, не одно... Запишитесь в туристы в нашем агентстве... и добро пожаловать в путь без виз и границ».

- Что вы имеете в виду? — спросил Хельмут. - Что это за туризм?

- Особого рода, гер... ? — выжидательно остановился человек за стойкой.

- Хельмут, Хельмут Вальш, - ответил Хельмут.

- Понимаете, точное, помните, гер Вальш, по версальским соглашениям нам практически нельзя иметь армию, флот, авиацию. Мир боится нас — Германию, немцев. Он знает, что мы великая нация, что мы обладаем невысказанным потенциалом и энергией. Когда-то колониализм и был таким своего рода туризмом, и нам, немцам, как я уже говорил, не хватало колоний, чтобы удовлетворить свой пыл к путешествиям. Мы не могли отправиться за моря, и не могли, как Россия, колонизировать сами себя.

Мы — народ, на долгие столетия запертый между Францией, Австро-Венгрией, Англией и Россией. Перед великой войной мы вырвались из этой коробки, объединились и устремились в Африку и на Тихий океан. Нас испугались, началась война, и мы проиграли её... пока проиграли.

Человек за стойкой обращался уже не только к Хельмуту, он говорил достаточно громко. Так, что его слышали все находящиеся в странном кафе-агентстве. Это стало понятно по тому, как остальные посетители с пониманием и явным удовольствием слушали и, кажется, даже едва заметно кивали, как кивают люди, слушающие то, что им уже знакомо и приятно.

- Что такое война — это туризм прошлого. Что такое туризм — это война будущего. Что такое настоящий момент этой проблемы, здесь у нас в Германии — это маскировка подготовки войны под туризм, а туризма под войну.

Речь человека за стойкой постепенно становилась всё более экспрессивной, его руки начали складываться в какие-то хитрые фигуры, которые по неволе зачаровывали Хельмута.

- Человек, - продолжал человек за стойкой, - отправлялся в путь по двум причинам, впрочем, часто совмещая их — завоевать ближние и дальние народы и наладить с ними торговлю. Записаться в армию или стать купцом — вот два способа посмотреть мир для человека прошлого. Коммерция и война были и остаются одним и тем же. Механизм их взаимодействия следующий. Либо для захвата рабочей силы, рынков сбыта, природных ресурсов захватывались земли и народы. Либо после экономической экспансии, когда всё вышеперечисленное захватывалось «мирным» способом, возникала необходимость в защите по сути своего имущества, имущества жителей своей



страны, на пока чужих территориях. То есть под этим предлогом, раз уж у вас там всё и так наше, вводились войска к соседям.

Человек за стойкой перевёл дух, налил чашечку кофе и протянул её Хельмуту, всем видом показывая, что за счёт заведения, и продолжил.

- Война и торговля – есть учёт. Завоеватели и торговцы оставляли для совершенствования своего дела записи, по которым их потомки будут учиться лучше убивать и лучше торговать. Но постепенно воины и купцы стали оставлять после себя записи с впечатлениями не столько профессионального, сколько личного характера. Помимо отчётов об убитых врагах и выгодных сделках, стали появляться подобия дневников, в которых завоеватели и торговцы рассказывали об образе жизни, быте, культуре, истории истреблённых, поработанных и обманутых народов. Но и эта информация становилась полезной для войны и торговли. Общества развивались, отношения внутри и между ними становились всё сложнее. Уже было невыгодно и неэффективно просто и бездумно убивать и обманывать. Стало просто необходимо учитывать при этом то, что мы сейчас называем душой народа, ментальностью, национальным самосознанием, культурой, бытом. Это понимание ещё сильнее подстегнуло развитие походов за впечатлениями.

В общем, именно так и появился туризм... Времена становились всё более «вегетарианскими», и теперь ваше появление в других землях у других народов вовсе не предполагает военных или торговых действий.

Эмоции человека за стойкой опять набрали мощь, как в самом начале его речи. Посетители агентства, хотя и оставались сидеть, выглядели так, будто стоят по стойке смирно, с восторгом глядя на оратора на трибуне. Действительно, стойка бара ораторскими усилиями человека за ней выглядела скорее как трибуна.

- Но это на первый взгляд, в основе своей ничего не изменилось. В будущем туризм станет сублимацией, а то и прямым заменителем военной силы. Кто сейчас имеет возможность перемещаться между странами – представители наиболее развитых наций, развитых в военном и экономическом отношении. Так будет и впредь. Туризм станет новой формой колонизации стран, особенно стран третьего мира. Многие из этих бедных стран и наций будут зависеть от индустрии туризма, от тех денег, которые будут привозить с собой чемоданами богатые завоеватели в белых костюмах и солнцезащитных очках. Жители этих стран превратятся в рабов этих господ, они будут работать только на удовлетворение желаний новых сезонных колонизаторов. Но и страны экономически и в военном плане менее развитые будут посылать своих туристов в Европу. Туристы из стран третьего мира – это будут новые варвары, новые кочевники, которые с пассионарностью своих предков будут бросаться на стены, соборы городов старой Европы. Их предки штурмовали стены городских укреплений и соборы, которые обычно становились последним оплотом осаждённых. Потом эти варвары будут их фотографировать.

Если раньше захваченные города отдавали захватившим его войскам на разграбление, то в будущем туристы-воины будут, напротив, оставлять свои деньги в посещаемых, захватываемых ими городах. При этом, это самое главное, эти новые туристы будут вести себя с такой дикостью, удалью, бесшабашностью и неудержимостью, как когда-то вели себя воины, захватившие город. Те захватывали богатства города, эти будут оставлять в нём свои, но чувства и поведение у них будут одинаковыми... Потом появится сексуальный туризм. Туристы будущего будут специально ездить в далёкие и близкие города и страны, чтобы там спать с местными женщинами. Это вместо изнасилования воинами женщин захватываемых городов и стран. Пройдут десятилетия, изменится форма, но не суть.

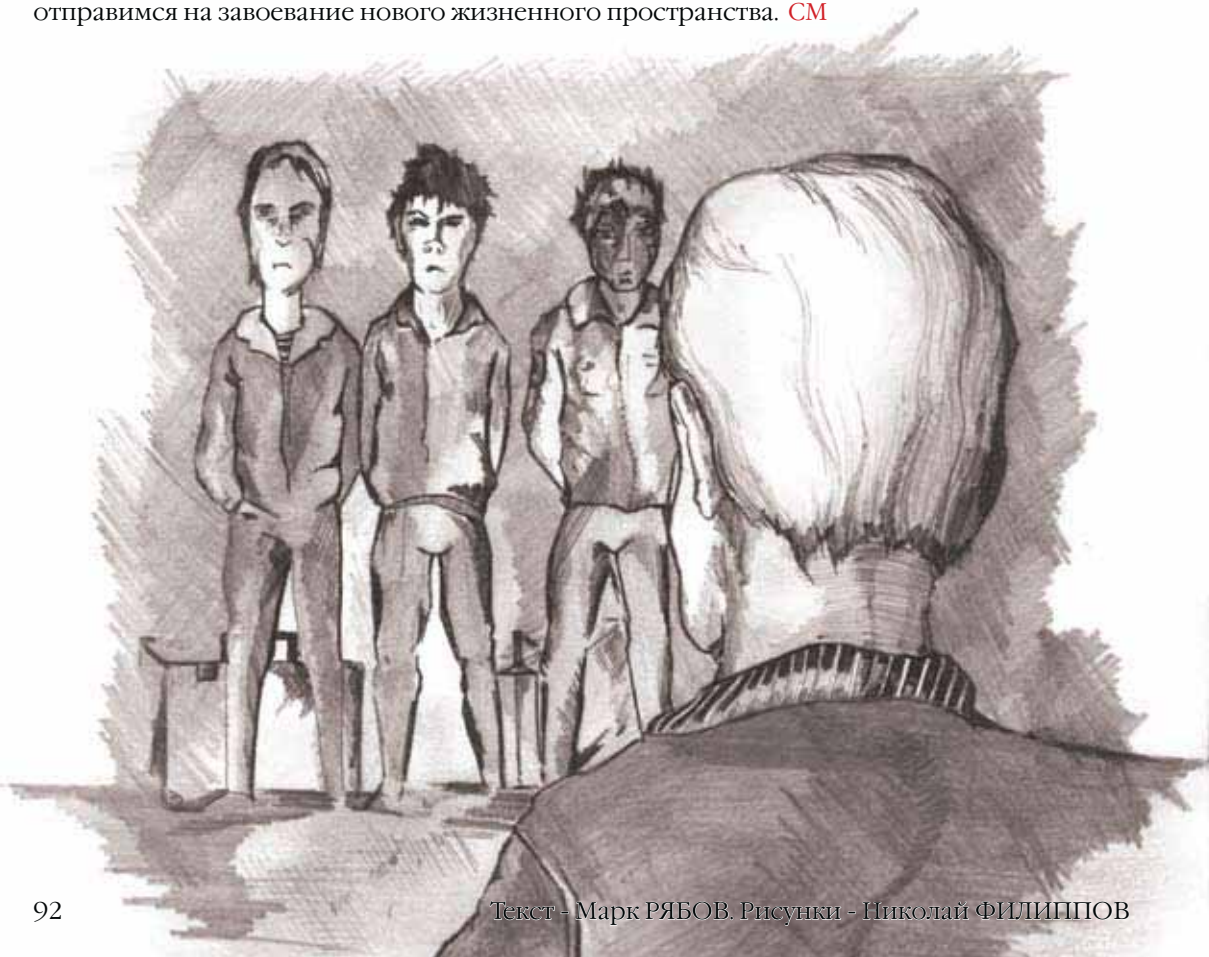
Человек за стойкой перешёл на более спокойный, деловой тон.

- Мы вынуждены маскировать возрождение армии. Поэтому вместо призывных пунктов по всей стране мы открыли представительства туристического агентства «LEBENRAUM» и записываем не в армию и не на войну, а в туристы и туры по всему миру. Мы - туристы, отправляющиеся на завоевание нового жизненного пространства. Мы открываем наши отделения

только в бывших кафе и тому подобных заведениях. Так, как когда-то именно в трактирах, кабаках, корчмах велась вербовка в армию. Все эти заведения обычно стояли у дорог и посещались теми, кто уже отправился в путь, вербовщикам нужно было только уговорить их взять в руки оружие и встать под знамёна своей страны. Конечно, мы не прибегаем к уловкам вербовщиков времён тридцатилетней войны и не заставляем подписывать договор о записи в армию под воздействием нескольких литров пива. Сейчас всё честно – только кофе.

- Возьмите эту брошюру, молодой человек, - человек за стойкой снял с полки за своей спиной небольшую книжицу и протянул её Хельмуту. - В ней изложена идеологическая основа всего того, о чём я вам сейчас говорил. Если вкратце, то дело в том, что когда человеком овладевает охота к перемене мест – это туризм, а когда такое же желание овладевает народами, то это война. Это связано с тем, что наша идеология национал-социализма предполагает реализацию и защиту прав народа. Мы как национал-социалисты, не примем идеи гнилого либерализма, согласно которой права отдельного человека превыше всего... Это дегенеративная теория. В этом различии приоритетов личности и народа и заключается разница между социализмом и либерализмом. Мы предлагаем массовый, народный туризм, то есть войну, войну как туризм, единственный возможный способ народного туризма. Позже, когда вы поступите на нашу службу, вы ознакомитесь с теорией блицкриг-туризма, молниеносного туризма, туризма нового типа, разработанного нашим генеральным штабом, или, как мы его пока называем, генеральным турагентством.

- Я надеюсь, - человек за стойкой глядел Хельмуту прямо в глаза, - прочитав её, вы присоединитесь к тысячам своих соотечественников, которые так же, как и вот эти господа, сидящие в зале, вошли в сотни отделений нашего агентства по всей Германии. Вместе мы отправимся на завоевание нового жизненного пространства. **СМ**





дайджест владимирских новостей

www.vladimironline.ru

Проект компании ООО «Реарт»

ул. Студеная гора, 34 — тел. +7 4922 45-07-76 — сайт www.reart.ru

Свиной шРИГ

Президент на А/Н1N1, чёрные начинают и ...

ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА:



Реднек

типичный представитель эмигрантской страны, не забывающий своих корней.



Промышленник

воплощение американской практичности и предприимчивости, мыслит исключительно категориями рынка.



Доктор

изящный, манерный, яйцеголовый человек в белом халате, представитель одной из двух высокооплачиваемых профессий Америки и ещё кое-кто...



Идеолог

представитель семьи, которая из поколения в поколение на протяжении четырёх столетий формировала мессианскую философию США. Как выяснилось в этой пьесе, не совсем WASP.

Барокамера в подвале Белого дома, в которой сидят, спасаясь от А/Н1N1, Реднек, Промышленник, Доктора и Идеолога (Идеолог ещё и на экране телевизора, работающего, чтобы было не скучно спасаться).

Президент Соединённых штатов Америки Б.Х. Обама посетил с официальным визитом Мексиканскую Республику. В результате переговоров на высшем уровне были достигнуты....



(обращаясь ко всем): Да уж, подложила нам «свинью» новая надежда Америки. Говорили ему... Нет, вот обязательно нужно ему было встречаться ещё и с этим археологом-пирамидокопателем. Ах, ацтекские древности - ацтекские древности, ах, какой человек - какой человек! Теперь вот что?.. Теперь прививаться надо.

Этот профессор с кайлом и лопатой, с которым наш-то лобызался, вчера хрюкнул, в прямом смысле этого слова. Я думаю, излишне спрашивать от чего... От А/Н1N1, будь он не «Ладен». Причём всем прививаться нужно, всем, и нам с тобой *(обращаясь к Промышленнику)*, мы же постоянно консультируем его. И тебе *(обращаясь к Реднеку)*, ты ведь теперь с ним и с его супругой грядки копаешь. Даже тебе, Доктор, поскольку тебе его и прививать, так что уж лучше заранее подстраховаться.

Неужто, наш-то, может того?..



Что, дружище, простой Америке не терпится поменять чернопольного слона на белопольного?

Чего?



Ну, поменять, образно говоря, политический цветовой спектр.

???



Забудь об этом!



Прививаться нужно всем. На этот раз свиной грипп не выдумка твоего *(кивает на Промышленника)* маркетингового отдела для захвата рынка свинины.



Президент направляется с официальным визитом в Германию, страны Магриба и Ближнего Востока...

(поворачивая на пальце массивный перстень с головой Адама): Это мы решили, на нашем собрании нашей Ложи, чтобы он туда съездил. Может быть, тот грипп послан нашей благословенной стране не случайно, это испытание и знак для нашей великой нации. Нужно посмотреть, как дела в тех странах, где свинину любят и где нет. Прикинуть, что и как, установить связи, сделать выводы... Сделать выбор, принять решения.



(делая из пальцев фигуру тайного масонского приветствия): Да, наш «брат» выяснит, в чём дело, находясь между странами, где больше всего любят свинину с тушёной капустой и странами, где рынка сбыта этого фастфуда просто нет.



Во-первых, я, как всякий врач, материалист и не верю в вашу ересь, а во-вторых, я вегетарианец, мне не только свиной грипп не страшен, но и коровье бешенство и куриная слепота. Если, конечно, не общаться с Гарри, Джоном и Томом, они хоть и очаровательны и милы, но едят мясо... А значит... Нет, пока никакой личной жизни.



(подмигнув идеологу в телевизоре):
А у нас в семье свинину никогда не готовили, зато бабушка делала такую замечательную рыбу!



(потерев ладонью багровый затылок): Я не буду прививаться, у меня иммунитет должен быть, у меня украинские корни. Да у нас половина семей в округе такие...



Знаете, вот право, смешно, в интернете террористы распространяют слухи, что свиной грипп – это кара, насланная на неверных. Вон и в новостях сообщали, что в Каире полиция свиней реквизирует... Интересно, откуда там свиньи, наверное, это тамошние еретики держат.



Да и на исторической родине нашего Идеолога думают: «Вот опять их богоизбранность подтвердилась». Что-то действительно с этим сегментом мясного рынка не так, мистика какая-то...



Да всё равно прививаться нужно всем, что бы там у кого ни было в прошлом и настоящем. Всё-таки какие мы все разные, американцы, и как мы все замечательно едины, несмотря на все культурные, религиозные и прочие *(покосился на Доктора)*, вот не знал, не знал, различия. Эх, если бы наш чернокожий проповедник

был здесь, он непременно бы сказал: «Боже, благослови Америку», но он в баскетбол играет против группировки соседнего квартала, не могу, говорит, пропустить... В общем, свинина, как бы мы все к ней ни относились, соединяет нас, да и весь мир тоже... *(Обращаясь к Доктору)* А может быть ты под шумок пандемии побольше сыворотки вколешь в смуглую правящую руку?

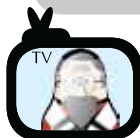


(промакивая тампоном свой покрывшийся испариной лоб): Ты на что это намекаешь? Я, конечно, триппер Клинтону лечил и с вами повязан, но может лучше действовать по разработкам твоего папы, из старой японской винтовки... И вообще я клятву Гиппократова давал, не навреди и всё такое...



Да от этого никакого вреда – одна польза!

(поднимая повыше марлевую повязку на лице и становясь похожим на грабителя с Дикого Запада): Ну уж нет, всё-таки мы в Вашингтоне, а не в Лондоне, чтобы вот так вот, медикаментозно, человека на тот свет отправить. Вот если наш Идеолог организует визит пациента на берега Темзы, может быть тогда и можно будет доктора к нему послать...



Забудь об этом!





CITROËN 
Опережая воображение



Статус ООО «Автоцентр «ЕврАзия» - официальный партнер «Ситроен Центр Москва» во Владимире.
Цены и гарантия официального дилера!

АВТОЦЕНТР
ЕврАзия

(4922) 33-22-33
г. Владимир, ул.Тракторная, 35