



Выходит при поддержке Кузбасской торгово-промышленной палаты, ООО «Кузбассрегионгаз».

цитата марта

«Всем, кто открывает новые фирмы и новое дело, регистрирует новые предприятия, — всем им нужно давать медаль за личное мужество...»

Владимир ПУТИН, совещание с членами правительства, 14 марта 2005 года.

тема марта

Конкурентоспособной экономике нужна другая структура малого предпринимательства

деловой март

1 марта — в России вступил в действие новый Жилищный кодекс.

1 марта — в Москве состоялся форум Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» «Конкурентоспособность и малый бизнес».

3 марта — в Москве, в конгресс-зале Международного торгового центра, состоялась награждение лауреатов XI всероссийского конкурса журналистов «Экономическое возрождение России».

3 марта — в банкетном зале культурно-развлекательного комплекса «Волна» (Кемерово) Кузбасская торгово-промышленная палата провела традиционный весенний прием для деловых женщин.

3 марта — администрация Кемеровской области и Кузбасская торгово-промышленная палата подвели итоги очередного конкурса «Бренд года» и наградили его победителей.

11 марта — в Министерстве экономического развития РФ состоялось последнее перед внесением в Госдуму обсуждение законопроекта «О защите конкуренции». Вице-президент общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» Андрей Коркунов заявил, что организация поддерживает данный законопроект.

15 марта — состоялось заседание совета по поддержке и развитию предпринимательства при главе г. Кемерово, где разгорелись нешуточные страсти вокруг поправки к положению о комиссии по приватизации, которая могла защитить арендаторов муниципального имущества, готовящегося к продаже.

17 марта — в Кузбасской торгово-промышленной палате прошла встреча с представителями ассоциации промышленников Кемерово. Члены палаты обсудили вопросы развития малых предприятий, их сотрудничества с большим бизнесом.

21 марта — прошла традиционная встреча главы Кемерово Владимира Михайлова с предпринимателями. По предложению городского совета по поддержке и развитию предпринимательства для обсуждения был вынесен один вопрос — о работе отдела по защите прав потребителей в структуре администрации города.

О том, как изменить сложившееся соотношение сил в структуре малого и среднего бизнеса в России, на форуме размышляли глава Минэкономразвития Герман Греф, глава Российского союза промышленников и предпринимателей Аркадий Вольский, президент «ОПОРЫ РОССИИ» Сергей Борисов, руководитель экспертного управления администрации президента Аркадий Дворкович, заместитель председателя Комитета Госдумы по экономической политике, предпринимательству и туризму Елена Панина и многие другие представители власти разных уровней и, естественно, сами предприниматели.

В рамках форума прошли четыре сессии, темами которых стали «Качество государственного регулирования», «Ресурсы развития малого предпринимательства», «Налоговая политика» и «Состояние конкурентной среды».

Размышляя над тем, почему в России 60% предпринимателей занимаются торговлей, глава «ОПОРЫ РОССИИ» Сергей Борисов отметил: «Пока малый бизнес развивается в нашей стране естественно-эволюционным путем. И это развитие не обеспечивает решения стратегических задач социально-экономического развития страны. Необходимо форсировать это развитие. Задействовать административно-властный и материальный ресурс более интенсивно и в гораздо больших масштабах, чем это предусмотрено в нашем стратегическом документе — программе социально-экономического развития на среднесрочную перспективу». Не отрицал этого и глава Минэкономразвития Герман Греф: «Теперь нам необходимо переходить на вторую стадию развития малого предпринимательства. Всё это требует существенного совершенствования и системы госрегулирования и принятия специальных программ по развитию малого предпринимательства». По мнению Грефа, до 2007 года можно сформировать инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства (в том числе создать не менее 100 бизнес-инкубаторов), которая была бы адекватна современным задачам. При этом министр заметил: «Мы не должны ограничиваться принятием только одной программы поддержки малого бизнеса, это должна быть целенаправленная деятельность правительства и Государ-

К этому выводу пришли участники прошедшего 1 марта в Москве форума Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» «Конкурентоспособность и малый бизнес».

ственной думы, которая должна проводиться через все законопроекты». Греф с трибуны форума попросил помощи у Борисова и Вольского в проработке во втором чтении законопроекта по разложению госзаказа на конкурс. Это, на его взгляд, более существенный инструмент, нежели те средства, которые сегодня предусмотрены в бюджетах всех уровней на поддержку предпринимательства: «Мы хотим выбросить на рынок гораздо большее количество госзаказа и хотим заставить с помощью этого законопроекта значительно «опрозрачить» свою деятельность. Тот совокупный ресурс, который есть в бюджетах государства, если он будет поставлен на службу честной конкуренции, — это триллионы рублей, которые пошли бы действительно на развитие малого и среднего предпринимательства».

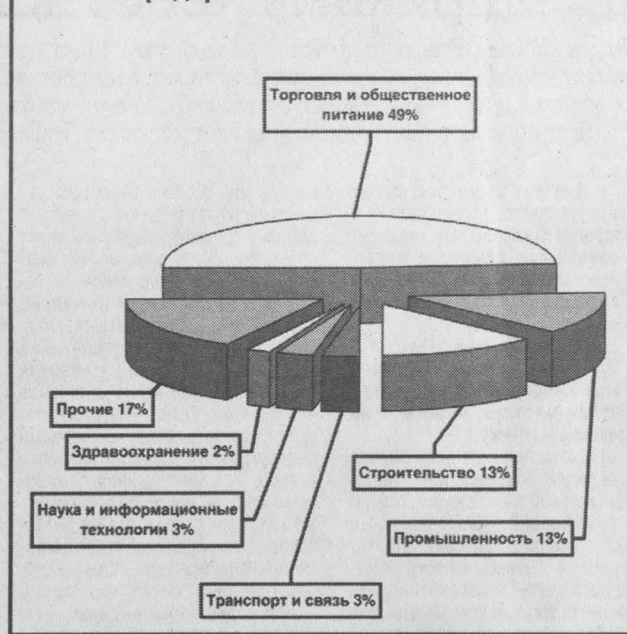
В планах правительства — снижение административных барьеров для малого предпринимательства, на преодоление которых сегодня российские компании расходуют до 10% от своей выручки. Задача за пять лет: снизить издержки и барьеры для малого предпринимательства. На это нацелен принятый Думой в первом чтении законопроект, который предусматривает возможность приостанавливать деятельность предприятий исключительно на основании решений суда («Он был инициирован предпринимательским сообществом и получил нашу поддержку», — заметил министр). «Мы также внесли законопроект о внесении поправок в закон о лицензировании отдельных видов деятельности (предусматривается сокращение еще около 40% лицензирования видов деятельности, а также упрощение порядка лицензирования). Законопроект уже принят в Думе в первом чтении, хотя вокруг него идут большие дебаты, — сообщил участникам форума Герман Греф. — Мы также проблем вести работу над реформой организации методики проведения госконтроля».

Заместитель председателя Комитета Госдумы по экономической политике, предпринимательству и туризму Елена Панина завери-

ла собравшихся, что закон о малом и среднем предпринимательстве в РФ и пакет законов к нему будут готовы в ближайшее время. Она считает, что в этом законе уже нельзя говорить только о малом бизнесе, надо иметь в виду также и среднее предпринимательство, также нужны критерии индивидуального частного предпринимателя без образования юридического лица. Они должны быть сродни европейским: предприятие с численностью сотрудников до 10 человек должно быть отнесено к микропредприятию, до 100 человек — к малому предприятию, до 300 — к среднему. Годовой

оборот таких предприятий должен составлять до 20 млн. рублей, до 180, до 500 соответственно. При этом, уверена Панина, малому бизнесу вовсе не нужно предоставлять льготы, ему нужны упрощенный режим налогообложения и сокращение числа проверок.

Отраслевая структура малого предпринимательства в России



мо ему для осуществления публичной власти на всех уровнях, все остальное должно быть продано, «отовсюду государство должно уйти, иначе никогда не будет нормальной конкуренции». Елена Панина же считает, что «чиновник должен уйти из экономики, а государство не может уйти, потому что тогда будет произвол. Государство на то и существует, чтобы защищать права и интересы своих граждан, в том числе и предпринимателей».

Касаясь проблем приватизации госимущества, руководитель Департамента госрегулирования в экономике Минэкономразвития Андрей Шаров сообщил, что из 18 тыс. госучреждений только 9 тыс. остаются в собственности, 50% ГУПов будет ликвидировано. В настоящее время, по его словам, департамент совместно с «ОПОРОЙ» проводит работу по поиску подходящих помещений для технопарков и бизнес-инкубаторов на базе тех ГУПов, которые будут ликвидированы. Сейчас уже отобран ряд объектов от Архангельска до Москвы.

Не обошел форум «ОПОРЫ РОССИИ» и проблему приватизации государственного имущества. По мнению заместителя полномочного представителя Президента РФ в Южном федеральном округе Александра Починка, государство должно четко определиться с тем, какое именно имущество необходимо

МНЕНИЕ УЧАСТНИКА

Олег ШАРЫКИН, председатель совета приватизации государственного имущества. По мнению заместителя полномочного представителя Президента РФ в Южном федеральном округе Александра Починка, государство должно четко определиться с тем, какое именно имущество необходимо приватизации госимущества, руководитель Департамента госрегулирования в экономике Минэкономразвития Андрей Шаров сообщил, что из 18 тыс. госучреждений только 9 тыс. остаются в собственности, 50% ГУПов будет ликвидировано. В настоящее время, по его словам, департамент совместно с «ОПОРОЙ» проводит работу по поиску подходящих помещений для технопарков и бизнес-инкубаторов на базе тех ГУПов, которые будут ликвидированы. Сейчас уже отобран ряд объектов от Архангельска до Москвы.

Форум показал, что проблем в развитии малого и среднего бизнеса в России по-прежнему много. А это, наверное, сейчас самое основное для государства — развить малый и средний бизнес. Но об этом пока говорить больше, чем делать, — механизма решения данных проблем не найдено. Мы понимаем, что это непростое, потому что для этого нужно в корне менять финансово-кредитную политику государства. Инструкции Центробанка, которые были приняты осенью прошлого года, совершенно не позволяют малому бизнесу кредитоваться в банках. Сегодня предприниматели вынуждены под очень высокий процент занимать деньги друг у друга, а порой и у каких-то не совсем популярных и даже криминальных структур.

Назрела необходимость в корне менять законодательство о малом и среднем бизнесе. С каким трудом у нас принимаются законы, которые могли бы улучшить жизнь предпринимателей, по моему, точно отразил анекдот, рассказанный с трибуны форума Аркадием Вольским: «Патриархия внесла в Госдуму закон «Не воруй!». Депутаты приняли его в первом чтении, сделав две тысячи поправок».

Шутки шутками, но отсутствие в законе «Об основных принципах местного самоуправления» четкого прописанного механизма приватизации муниципального имущества вызвало волну массовых недовольств предпринимателей по всей России. «Узаконенной несправедливостью» они называют тот факт, что в законе нет ни слова о преимуществе прав его арендаторов на предстоящих торгах.

(Окончание на стр.11).

Не пьянства ради - веселья для...

Кемеровчане предпочитают слабоалкогольные коктейли со вкусом лимона, апельсина и манго. К такому выводу пришли специалисты Центра социологических и маркетинговых исследований «СОМ» Кузбасской торгово-промышленной палаты, изучив рынок слабоалкогольных коктейлей.

Наибольшим спросом у кемеровчан пользуются коктейли Alko («ОСТ-Аква», Москва). В количественном выражении эта марка занимает 36,2% рынка. Чуть менее популярны напитки «Трофи» компании «Хэппилэнд» (Москва) и «Bravo» компании «Браво Премиум» (Санкт-Петербург).

Как показывают исследования, основными потребителями слабоалкогольных напитков являются люди от 20 до 40 лет. При выпуске коктейлей каждый про-

изводитель ориентируется на конкретную аудиторию. Например, продукция «ОСТ-Аква» рассчитана как на молодежь, так и на людей постарше. Коктейли «Alko» отличаются разнообразием вкусов. Кроме того, их упаковывают в тару различного объема.

Продукция «Хэппилэнд» отличается броскими названиями — «Казанова», «Ева», «Лолита», «Магдалена», «Нирвана», «Рулетка», «Розовый пес» и другие, а также красочной упаковкой, при оформлении которой используют

свыше 10%. Появляются коктейли и с кусочками фруктов.

Как показали исследования, большинство людей предпочитают коктейли со вкусом лимона, грейпфрута, апельсина. Если говорить только о кемеровчанах, то они отдадут предпочтение вкусу лимона, апельсина и манго.

Рак с закручивающейся крышкой.

Объем упаковки определяет так называемая «ситуация потребления». Покупатель предпочитает упаковку объемом 0,33 и 0,5 литра, если употребляет напиток в одиночку, а в большой компании — удобнее 1,5 и 2 литра. Слабоалкогольные коктейли по большей части рекламируются как продукт индивидуального потребления. Поэтому упакованные в тару объемом 0,33 и 0,5 литра более распространены. По данным центра «СОМ», в Кемерове слабоалкогольные коктейли, продаваемые в таре небольшого объема, занимают 85% от общей реализации, а в таре большого объема — всего 15%.

В последние годы всё большее число компаний занимается изготовлением коктейлей на основе собственной крепкоалкогольной продукции. Кузбасские производители вино-водочной продукции уже обращают внимание на этот сектор рынка. Можно надеяться, что в скором будущем они составят серьезную конкуренцию внешним компаниям.

Знай наших!

3 марта в московском Центре международной торговли состоялась церемония награждения победителей XI Всероссийского конкурса журналистов «Экономическое возрождение России», который Торгово-промышленная палата РФ и Союз журналистов РФ проводят с 1993 года.

В конкурсе приняли участие редакции и отдельные журналисты из 30 регионов России. Все они стали победителями региональных этапов конкурса, которые проводили региональные торгово-промышленные палаты совместно с региональными отделениями Союза журналистов. Национальное жюри, куда вошли Е.М. Примаков, президент Торгово-промышленной палаты РФ, Г.П. Мальцев, заместитель председателя Союза журналистов РФ, С.А. Веременико, президент Фонда содействия развитию регионов, В.А. Петренко, председатель комитета Совета Федерации РФ по социальной политике и др., отобрало 30 лучших коллективов и журналистов из всей России, в том числе и Кемеровской области. Одним из победителей конкурса стала специальный корреспондент газеты «Кузбасс» Вера Петровна Карзова, которая на региональном этапе конкурса журналистов «Экономическое возрождение Кузбасса», организованного Кузбасской ТПП и Союзом журналистов Кузбасса, заняла первое место в двух номинациях, в том числе — за выпуск «ОПОРЫ».

малый бизнес малых городов

Вкусное дело Натальи Долженко

«Наши торты уступают томским только по внешнему виду — кондитера-дизайнера у нас пока нет, но на вкус они бывают даже лучше», — утверждает марийский предприниматель.

По профессии она вовсе не кондитер. У Натальи Ивановны высшее экономическое торговое образование, и до известных перестроечных времен она благополучно трудилась в Марийском торге. А потом Марторга не стало, и его специалистов разбросало кого куда — по сохранившимся еще торговым «кустам» из двух-трех магазинов. А потом и те закрылись, и Наталья Долженко осталась без работы. Предаваться отчаянию — не в ее характере, и она «начала изобретать велосипед», решив открыть свое дело. Подумала: местный хлебокомбинат (который в то время шел уже к своему банкротству) ничего особенного не производит, значит, ниша свободна. И постепенно начала действовать — приобрела в личную собственность одно из зданий бывшего общепита, необходимое оборудование, нашла поставщиков сырья и кадры. Верной помощницей ее стала опытный технолог Любовь Лашкевич, с которой и пережила она трудное время становления. Се-

годня кондитерский цех Натальи Долженко — это пекарское, отделочное и моечное отделения, складское помещение и экспедиция. А также — коллектив из девяти человек, который выпекает кондитерские и булочные изделия нескольких наименований, готовит на продажу дрожжевое тесто... Сырье при этом используется только натуральное сертифицированное: сливки, сметана, молоко... Консерванты, красители и другие дополнительные пищевые вспомогательные вещества здесь не в почете. Ассортимент во многом зависит от покупательского спроса: что чаще спрашивают, то и пекут. Из тортов самыми «ходовыми» считаются «Медовый» и «На-

полеон», часто заказывают «Прагу», «Черемуховый», «Птичье молоко». Готовую продукцию Долженко можно встретить в магазинах города и района, а также в соседней Чебуле. Мечтает Наталья Ивановна о собственной торговой сети, но это пока в перспективе.

Сейчас беспокоит другая проблема — конкуренция. Рынок заполнили кондитерские изделия мелких фирм и солидных предприятий области. И не только Кемеровской. Одни только томичи сколько денег отсюда увозят! «У них нет торты — фантазия, сказка, нарисованная рукой художника, — признает предприниматель, — но по вкусу они порой нашим даже усту-

пая дисциплина ей в тягость». Текучесть кадров поэтому большая, из тех, с кем начинала дело, остались лишь двое — Наталья Шатова да Оксана Михайлова, остальные — молодежь. Но и среди тех, кто просится к ней в цех, предприниматель берет далеко не всех, уже на глаз определяя, кто из них ищет работу, а кто только заработок. Требования ко всем одинаковые: творить, приносить в производство вкусной продукции что-то новенькое, свое, двигаться с жизнью вперед, а те, кто работает по пословице: «Солдат спит — служба идет», долго здесь не задерживаются. «Когда-нибудь время томских тортов закончится, и наша продукция станет пользоваться большим спросом», — оптимистично смотрит в будущее Наталья Ивановна, надеясь на реальную, а не на слова поддержку местного товаропроизводителя. И делает все возможное, чтобы поднять марку собственного производства.

Наталья ЛЕБЕДИНСКАЯ.

подробности

Хочешь добиться успеха - общайся с успешными людьми

Накануне праздника 8 Марта Кузбасская торгово-промышленная палата провела традиционный прием для деловых женщин.

Банкетный зал культурно-развлекательного комплекса «Волна» в этот день был украшен не только множеством цветов, но и обаятельными улыбками красивых женщин, которые собрались на ежегодную встречу «без галстуков». В повседневной жизни все они — бизнес-леди, руководители предприятий-членов Кузбасской ТПП, таких как ООО «Золотой триюфель», «Кузбасспожсервис», Кузбасский филиал ОАО «Сибакдебанк», Ассоциация звероводства», консалтинговый центр «С-Лига Аудит» и прочих. И хотя каждый день им приходится принимать серьезные деловые решения, в тот день женщины говорили о своих надеждах, о жизни, рассказывали о достижениях и искренне радовались успехам своих vis-a-vis.

отметила, что 137 из 600 предприятий-членов палаты возглавляют женщины. Это практически все секторы экономики: перерабатывающая и пищевая отрасли, легкая промышленность, консалтинговые, оценочные, лизинговые компании, банки.

Почетные гости приема — Лариса Лукина, начальник департамента по развитию и поддержке предпринимательства администрации Кемеровской области, Наталья Кравчук, заместитель начальника управления промышленности и потребительского рынка администрации г. Кемерово. Наталья Александровна особо подчеркнула, что женщина, кем бы она ни была, остается женщиной. И в этот день не особенно хотелось бы говорить о работе.

Однако этой теме все же не удалось избежать. И прежде всего потому, что каждая гостья говорила о своей работе с удовольствием,

делясь тем, что важного произошло у нее с момента последней встречи. Так, Ирина Сельская, генеральный директор кемеровского ЦУМА, подтвердила степень магистратуры администрирования бизнеса в Швейцарской школе бизнеса. Защита состоялась в США.

Консалтинговый центр «С-Лига Аудит», который возглавляет Елена Гаан, выиграл тендер на аудиторскую проверку муниципальных предприятий.

1 февраля отметил пятилетний юбилей кондитерский цех «Золотой триюфель», который к тому же совпал с личным юбилеем директора предприятия — обаятельной Нины Кобзевой. Пять лет исполнилось и фирме «Берта» (директор Наталья Зарипова).

Прием прошел, как говорится, на одном дыхании. Профессиональные имиджмейкеры, приглашенные на встречу, дали советы, как с помощью небольшой детали



преобразить свой стиль. Приятным сюрпризом для каждой гостьи стал небольшой сувенир от Кузбасской торгово-промышленной палаты. Праздничное настроение создавали зажженные на столе свечи, за бокалом шампанского звучали самые светлые тосты и пожелания. За непринужденной беседой тут же договаривались о том, чем могут быть полезны друг другу: оказать качественные рекламные услуги (Надежда Боровая, рекламная компания «Арт-Акцент»), подобрать замечательные по качеству

японские вещи из фетра (частный предприниматель Татьяна Куртукова), сшить шубку из натурального меха (Нелли Сизикова, генеральный директор ассоциации «Звероводство»).

— Поймала себя на мысли, что меня окружают только успешные женщины, — призналась в конце встречи директор торгового дома «Русский текстиль» Анна Глушкова.

— А как мудрые говорят: хочешь сам добиться успеха, общайся с успешными людьми, — эти слова

президента палаты Татьяны Алексеевой прозвучали как напоминание всем участникам праздничного приема.

МНЕНИЕ УЧАСТНИКА
Елена ГААН,
директор консалтингового центра «С-Лига Аудит»:

— Такие праздничные приемы — это дополнительная возможность встретиться с женщинами-предпринимателями, с которыми мы в будни не встречаемся. Мне, например, по роду своей деятельности, со многими из тех, кто был на приеме, никогда бы познакомиться не довелось.

На прошлогоднем таком же весеннем приеме в Кузбасской ТПП мы только помечтали о том, что хорошо бы создать женский клуб. А на нынешнем эту идею единогласно «закрепили». Роль организатора поручили Наталье Анатольевне Зариповой.

Конечно, наш будущий клуб — это не «Женщины России» или «Женщины Кузбасса». Мы не собираемся обсуждать и решать в нем глобальные проблемы. Я думаю, что мы соберемся в «камерной» обстановке маленьким кружком, поговорим о том, что сегодня модно в одежде, как выглядеть хорошо после недосыпания, стоит ли придерживаться «кремлевской» диеты. Послушаем советы специалистов на этот счет. Мы хотим просто отвлечься, отдохнуть от своего бизнеса. Я считаю, имеем полное право.

Число объектов общественного питания (оно перевалило за пятьсот), выросших за несколько последних лет в Кемерове, разнообразие их форматов (рестораны, клубы, трактиры, кафе, бары, кофейни) создают у начинающих предпринимателей впечатление об этом виде бизнеса как о легкодоступном:

«Были бы деньги — купил бы помещение, открыл ресторан...»
А что такое ресторан? Кухня, интерьер, музыка? Об этом мы беседуем с Владимиром Бурковским.

До прошлого года Владимира Григорьевича знали как известного томского ресторатора. Но накануне Нового года (мы уже рассказывали об этом событии в ОПОРЕ) он открыл свой знаменитый «Вечный зов» и в Кузбассе. Это имя носит трактир при отеле «Грааль», что открылся в живописном сосновом бору вблизи деревни Журавлево.



Владимир Бурковский, ресторатор:

«Я создаю не рестораны, а настроение»

- В томском «Вечном зове» побывали многие кемеровчане. Но рассказывают они как будто о разных ресторанах с одним названием: одних там поразило одно, других — совершенно другое. Или у вас была именно такая идея? Что же такое ваш «Вечный зов», Владимир Григорьевич?

- Этот вопрос касается концепции, а концепция в том, что наш ресторан состоит из мелочей, которые не сразу и не вдруг заметны нашим гостям и которые видят их и открывают для себя каждый раз, бывая в нашем заведении. И это касается как кухни, так и интерьера.

- Говорят, что первая ваша профессия — строитель и ваш строительный бизнес был весьма успешным. Как и почему произошел этот переход — от строительного к ресторанному бизнесу?

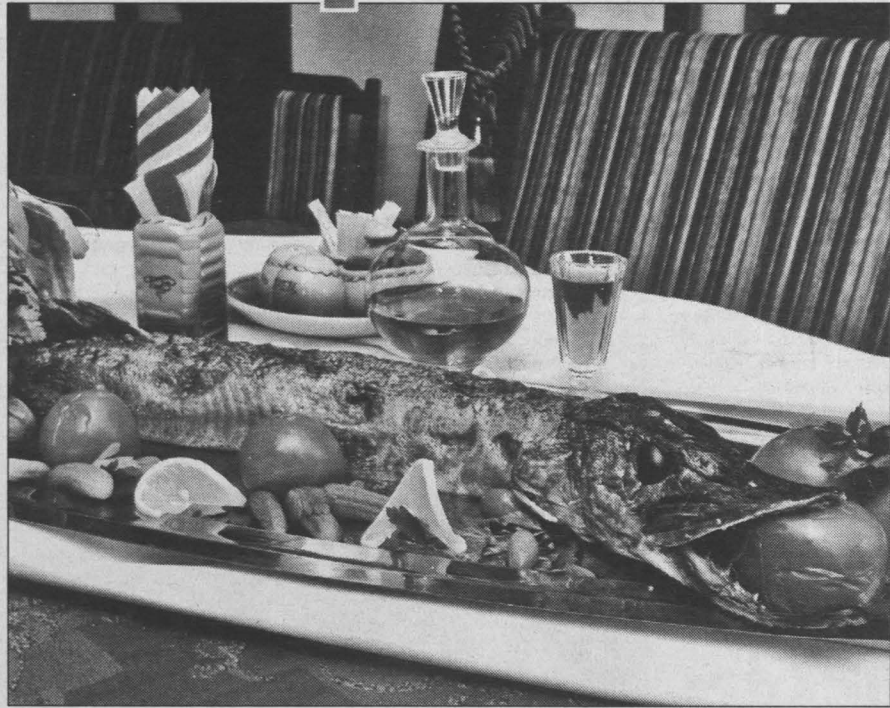
- Сначала мы с другом открыли в подвальчике видеоклуб. Потом это стало немодно. И мы решили сделать билльярдную: поставили несколько билльярдных столов, и все. Но некоторые люди играли в билльярд сутками — мы сделали для них небольшой буфетик. Потом некоторым людям начали приходить именно в буфетик. Мы делали там бутербродики вкусные — не просто сосиски отваривали, а делали что-то интересное. Потом возили туда икорку и пиво баночное из Москвы — в Томске его никто тогда не видел. Число приходящих в билльярдную выпить пива и перекусить скоро значительно превысило число пришедших поиграть в билльярд, и буфетик быстро перерос в большое кафе. Мы убрали несколько билльярдных столов, сделали хорошую бар-стойку...

В это время мне предложили сделать детское кафе. Я ухватился за эту идею, мне почему-то было интересно. Начал строить. А мой товарищ, который был к тому же моим постоянным партнером по бизнесу, говорит: «Что ты делаешь, оно же не принесет никаких денег!» И мы сделали не детское кафе, а ресторан под названием «Славянский базар».

У меня были шикарные дизайнеры из Санкт-Петербурга. Познакомил с ними один знакомый питерский художник. Это были профессор искусств по званию и гении по природе. Один делал изразцы к печке, другой — какие-то фигурки-колядки из глины. Питерская художница Азарова (очень известная, она в Америке сейчас живет) ваяла для этого ресторана панно из камня. Всю ковку делал питерский художник Засорин, который был в те времена президентом гильдии кузнецов в Голландии. Можно догадаться, что они сотворили лучший по дизайну ресторан в Томске.

А как вести дело в ресторане, я, честно говоря, и не знал. Какую кухню там делать?

Общепит вызывал у меня тогда ужас, потому что если я кушал в столовой, после этого была бешеная изжога. В ресторанах (может, я ходил туда не так часто) подавали ужаснейшие салаты. А у нас в доме, кстати, были очень вкусные салаты и закуски. Бабушка и мама старались кто во что горазд. Это была вершина вкуса. Рецепты этих блюд переписывали друг у друга. Я думал: «Ну почему не делать в ресторанах такие



вещи? Это же несложно». А вот нет, оказалось, все-таки сложно.

- Это почему же?
 - Потому что ту же селедку надо укрыть «шубой» хотя бы за пару часов до того, как ее потреблять, чтобы все слои майонезом пропитались и получилась именно та селедка «под шубой», которая должна быть. Такую еду мы и начали делать в «Славянский базар». Она оказалась страшно востребована. У нас были очереди в нем. Мало того, они были такими огромными, что люди заказывали места на три месяца вперед (ресторан занимал небольшой подвалчик и был рассчитан на 40-45 посадочных мест). Тогда был дефицит хороших ресторанов, и естественно, на протяжении нескольких лет народ валил к нам валом.

А потом жизнь изменилась. Вы помните 1993-1994 годы? Рестораны стали закрываться. Это был тяжелый период... Но мы не закрылись и в 2002 году отметили 10-летие. Закрыли тот «Славянский базар» на ремонт, на пару лет. А кухню я взял и целиком перенес в другой ресторан. Назвал его «Вечный зов». Открыл в другом здании — старинном, сделал более интересный интерьер: не под палаты старинные, а более эклектичный, но узнаваемый для разных людей. Здесь каждый мог увидеть дорогие для него вещи, которые

напоминали ему б его предках, друзьях, любимых, каких-то грустных или веселых эпизодах его собственной жизни. Старинная прабабушкина прялка; пианино, привезенное дядей из Германии в качестве военного трофея; первый электрический утюг — объект наемкек всей семьи; бабушкины кружевные салфетки и баночки с солениями; любимые фарфоровые статуэтки старшей сестры — это все как зов прошлого, который у любого человека вызвал чувство радости.

- Так вот откуда «Вечный зов»? А ведь пока не увидишь ваш ресторан, его название ассоциируется только с известным романом и телесериалом про Сибирь. Оказывается, все проще и сложнее. Или я не права? Почему не что иное, а именно «Вечный зов»?

- А вот как-то, знаете, навеяло... Как сердце екнуло: «Вечный зов» — и все. И оно попало, в общем-то, в точку; и вечные воспоминания о прошлом, и вечные думы о будущем, о том, что жизнь — не только работа, что нужно и отдохнуть, повеселиться, и вечные поэмы вкусно поесть, — все-все в этом «Вечном зове».

- Знатки говорят, что в нем — исконно русская кухня, а в «Славянском базаре» — изысканная европейская.

- Нет, это не так. В «Вечном



зове» нет никакой исконно русской кухни. Здесь есть кухня, которую любит каждый человек. Она такая... домашняя. Тот же форшмак у нас не 100% классическое еврейское блюдо. Это тот форшмак, который я ел у какой-то своей бабушки, которая скорей всего сделала его просто из того, что было в доме, — все смешала и получилось очень вкусно. Я же просто постарался воплотить этот вкус в ресторанном блюде.

Я уже говорил, что в начале моего творческого пути по ступенькам ресторанного бизнеса вообще не знал, что такое кухня. Сейчас же переживаю из-за того, что очень много знаю. Я стал более «гурманом», стремлюсь к каким-то более тонким материям — смешению разнообразных вкусов. Повара «Вечного зова», где простая домашняя кухня, очень от этого страдали. Поэтому появился «Славянский базар» — место моей самореализации. «Славянский базар» для меня — как для художника мастерская — я там творю и отдыхаю душой. Там не европейская, там тонкая авторская кухня...

- Чтобы «поставить» кухню в новом ресторане, вы отправили в Кемерово шеф-повара «Вечного зова»...

- Сначала мы готовили поваров для нового ресторана в Томске — полгода выпускники 85-го кеме-

ровского училища работали в нашем «Вечном зове». Сейчас тут постоянно какая-то команда из Томска — от двух до пяти человек — работает. Они, этикие гуру, занимаются образовательным процессом. Я прошу, чтобы они не подходили к плите сами, только подсказывали своим юным коллегам. Потому что так быстрее и эффективнее идет процесс обучения...

- Но томский «Вечный зов» — городской ресторан. Кемеровский «Вечный зов» — за городом. Ресторана за городом у вас не было...

- У меня много было всяких ресторанов, клубов. И опыт по созданию настроения. Был, например, большой клуб — на 400 человек для взрослых, с хорошей эстрадой, хорошей танцевальной площадкой. По тем временам это было здорово (это, по-моему, 1995 год). Был ресторан загородный, очень успешный до поры до времени. «На утесе» назывался. Там была очень интересная кухня, похожая на эту, — я там творю и отдыхаю душой. Были фирменные блюда — «На утесе» и салат «Синий утес», салат этот и здесь есть в меню...

- И все-таки у загородного ресторана есть особенности, из-за которых многие рестораторы не рискуют переносить свои заведения за городскую черту.

- Особенности действительно

хватает. Сюда не зайдешь, проходя мимо. Понятно, что сюда надо ехать. Ехать в наш ресторан на обед в рабочее время далеко (сюда 15 минут, обратно 15, пока закажешь, можешь просто не уложиться в отведенный час), да и некоторым просто лень... Это — минус. Поэтому клиентура должна быть целевая. Мы должны знать всех своих клиентов «от и до», мы должны им позванивать, приглашать на обед, рассказывать о каких-то новинках — то есть каждый раз напоминать, что мы есть... Понимая, что это наши постоянные клиенты, мы не должны делать никаких ошибок. Это очень опасно. Мы все время должны быть на высоте и все время поддерживать качественную планку. Это действительно очень сложно.

А есть такой плюс, как гостиница. Если гостиница будет заполняться и политика гостиницы будет нормальной, то и в обеденное время ресторан будет загружен работой.

Я думаю, лето покажет, на что мы способны, потому что мы планируем на это время расширить ресторанный зал за счет создания огромной летней площадки. Вынесем столики на летние веранды и балкончики, в парке у нас будут бунгалло. Установим грили — еду будем готовить и на свежем воздухе... К тому времени сделаем сауну (четыре сауны здесь будет) — это привлечет дополнительный поток любителей такого отдыха. Люди будут охотно приезжать отдохнуть в прохладе соснового бора семьями — у нас будет обязательная детская площадка с разными «развлекалками», качелями. Площадь-то парка у нас огромная.

- «Грааль» потому и называется парк-отель?

- Да, потому здесь будет очень много развлечений на свежем воздухе. На следующую зиму привезем сюда снегоходы, каток зальем. Мы планируем бурное развитие. И, я думаю, что в конечном итоге мы будем иметь здесь достаточное количество наших гостей.

- Интерьер, музыка, кухня — какое место вы отводите каждому из этих составляющих ресторанного сервиса?

- Кухня — это первое, затем где-то совсем рядом — интерьер, и он должен соответствовать кухне. Представьте: старинный русский ресторан. Соответственно вашей кулинарной настроенности представляет вам ушницу с расстегайчиком, наваристые щи с грибной ватрушкой, бараний бок с рассыпчатой кашей и все в этом духе... А вам приносят меню, в котором европейские салаты типа «Цезарь», «Греческий», изыски типа устриц, фуа-гра и акульего плавника. Это вызывает улыбку, правда же? Поэтому, естественно, еда должна соответствовать интерьеру, а интерьер должен соответствовать еде. Но...если еда нехороша, никакой интерьер не выручит. А музыка... Это сложный вопрос, потому что сколько людей, столько и пожеланий. Один просит: «Вы не могли бы сделать, чтобы гремела музыка?» Музыка гремит, они пляшут, такие счастливые — им и еды не надо. А другие спрашивают: «А можно дать денег музыкантам, чтобы они не играли?»...

- Однако, говорят, вы до сих пор не выбрали музыкантов для «Вечного зова»...

- Мы пытаемся найти партнеров — именно партнеров по этому направлению. Пока это нам трудно дается. Музыканты не хотят понимать, что нужно нашим гостям, какое у них настроение. У них — своя программа. Они играют то, что им нравится. А нам нужно, чтобы они играли для людей.

- Говорят, Бурковский собирается разрабатывать бренд «Вечный зов» по всей России. Это слухи, планы или мечты?

- Кто говорит? Я ни с кем не делился своими планами в этом направлении. Есть много предложений от потенциальных партнеров из разных городов нашей необъятной Родины. Но могу говорить об этом, только когда начну строить конкретное заведение. А предложений действительно много.

Расспрашивала
 Вера КАРЗОВА.
 Фото Юрия Юрьева.