

PRO.ГОЛОВНЕ

QUO VADIS?
Генеральний директор «РЕНОМЕ»
про зміни у 2015 р.

с. 2-3

PRO.ВАШИХ КОЛЕГ

Що для Вас «РЕНОМЕ»? Кілька слів
від найкращих працівників 2014 р.
«Душа народу – кольори
традицій». Корпоративний
календар від компанії «РЕНОМЕ»

с. 4-5

PRO.КОРПОРАТИВНО-СІМЕЙНЕ

Соціальні ініціативи компанії
«РЕНОМЕ». Дитячий профорієнтаційний проект
«Майстри нашого міста». Програма грантів: ПРОДОВЖЕНО.

с. 6-7

PRO.ДОЗВІЛЛЯ

Рубрика літературних порад
«Дивись! Читай!» Розминка для мозку. Судоку.

с. 8

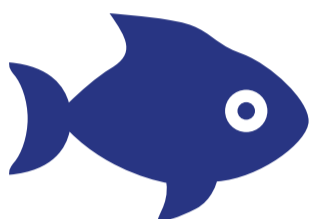
корпоративна газета

www.renome.ua

PRO.RENOME

весна 2015 | #27

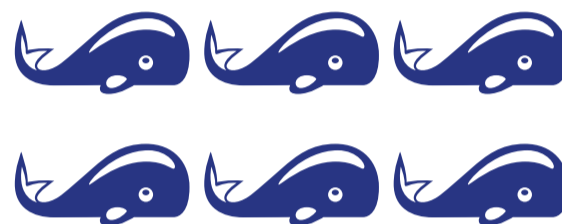
RESULTS 2014



≈

x 6

ВАГА ВИЛОВЛЕНОЇ
РИБИ У СТАВКАХ
«РІВНЕРИБГОСП»



ВАГА ШЕСТИ СИНІХ КИТІВ

```
PUBLIC VOID  
TESTADUSERTOACCOUNT()  
{  
  ACCOUNT ACCOUNT = NEW  
  ACCOUNT();  
  ACCOUNTID=12334;  
  IF (ACCOUNT != NULL)  
  {  
    ACCOUNTUSER  
    ACCOUNTUSER = NEW  
    ACCOUNTUSER();  
    ACCOUNTUSER.NAME =  
    "ACRUZ";  
    ACCOUNTUSER.USERID  
    = "ACRUZ";  
    ACCOUNTUSER.ISAPIUSER  
    = TRUE;  
    ACCOUNTUSER.  
    ISAPIUSERSPECIFIED = TRUE;  
  }  
}
```

1320 000

КІЛЬКІСТЬ

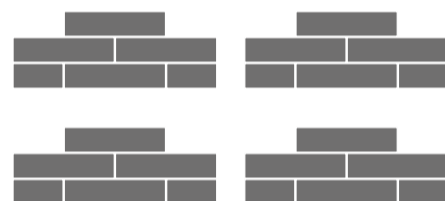
РЯДКІВ ПРОГРАМНОГО КОДУ,
НАПИСАНИХ ПРОГРАМІСТАМИ
«РЕНОМЕ-СМАРТ» НА КІНЕЦЬ 2014 РОКУ

КІЛЬКІСТЬ ЦЕГЛИ,
ВИРОБЛЕНОЇ НА
ГОЩАНСЬКОМУ
ЦЕГЕЛЬНОМУ
ЗАВОДІ
«УБК БУДІНДУСТРІЯ»

≈

15

КМ



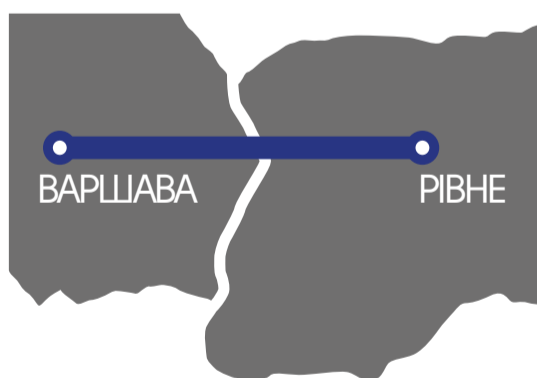
ФОРТИФІКАЦІЙНИХ
СПОРУД НА КОРДОНІ
З РОСІЄЮ

ВИСОТОЮ ДВА МЕТРИ

СУМАРНА ДОВЖИНА
ПРОФІЛЮ,
З ЯКОГО ВИГОТОВЛЕНО
ВІКНА НА ВИРОБНИЦТВІ
«РЕНОМЕ-ПАРТНЕР»

ВПРОДОВЖ РОКУ

≈



ДОВЖИНА АВТОМАГІСТРАЛІ

Д О В Ж И Н А
ЧЕКОВОЇ СТРІЧКИ,
ЗАМІНЕНОЇ У БАНКОМАТАХ,
ЩО ОБСЛУГОВУЮТЬСЯ
«РЕНОМЕ-СМАРТ»



≈

ДОВЖИНА ДНІПРА

ПЛОЩА
ЗБУДОВАНИХ
КВАРТИР

≈

x 2



ПЛОЩА ФУТБОЛЬНИХ ПОЛІВ

КІЛЬКІСТЬ ЦЕГЛИ, ВИКОРИСТАНОЇ
ПРИ БУДІВНИЦТВІ В ЧЕРГИ
ЖК «ГЕТЬМАН ВИГОВСЬКИЙ»



x 310

ВМІСТИЛАСЯ НА ТРИСТА ДЕСЯТИ ВАНТАЖІВКАХ



QUO VADIS? ГЕНЕРАЛЬНИЙ ДИРЕКТОР «РЕНОМЕ» ПРО ЗМІНИ У 2015 РОЦІ

У нинішні непрості часи кожен задає собі питання: «А що далі? Що буде з роботою? Як пристосуватися до постійно зростаючих цін на товари, продукти, комунальні послуги?». Є два основні способи виходу з ситуації, що склалася у нашій країні.

Перший – змиритися та пристосуватися. Саме так вчиняє більшість. Багато людей скорочують до мінімуму свої витрати, перестають подорожувати, ходити в кіно чи на вистави в очікуванні більш складних часів. Багато фірм закриваються, а людей відправляють шукати собі роботу чи то за кордоном, чи де-інде.

Є ж інший спосіб. На мою думку, саме він приведе нас до нового способу життя, до справжньої переоцінки наших цінностей. Про що йде мова? Пошук і рух. Просто сказати: "Пошук і рух", та що саме шукати і куди рухатися?

В ситуації, що склалася, звичну стратегію потрібно змінювати. В умовах кризи середовище створює виклики, на які ми повинні постійно та оперативно реагувати.

Для багатьох українців стали малодоступними товари імпортового виробництва. І зрозуміло чому. За кордоном ціни не змінилися, змінився їх гривневий еквівалент для нас. Але ж ми звикли споживати товари іноземного виробництва, а виробництва аналогів в Україні або ж немає зовсім, або обмаль. Це означає, що відкрилося дуже багато можливостей виробляти товари в Україні. І до процесу активного пошуку мають долучитися всі.

НАДІЯ ГЛАДКЕВИЧ

Генеральний директор групи компаній «РЕНОМЕ»

Впродовж тривалого часу ми користувалися імпортними товарами з однієї простої причини. Вони, можливо, не були суттєво якіснішими, проте, були більш сучасними, виглядали більш презентабельно. У нас є гарна можливість довести самим собі та цілому світові, що ми можемо виробляти гарну і якісну продукцію, яка не поступатиметься імпортній.

Нещодавно відвідавши Краків, я з подивом побачила, що Польща дуже імплементавана в Україну. Ми стали величезним ринком збуту для польських товарів. Молодці, що ж казати. Проте, ми маємо більше ресурсів – природних, і не тільки – й основне наше завдання полягає у пошуку виробництва для імпортозаміщення.

Щодо нашої компанії, то потрібно усвідомити, що ми володіємо величезним ресурсом: маємо висококваліфікованих спеціалістів у багатьох галузях господарювання, вміємо прораховувати, маємо компетенції у визначенні економічної ефективності, маємо виробничі майданчики, в решті решт, у нас є запас міцності. Це дасть змогу знайти ті ніші, які зараз звільнилися. Ми повинні навчитися працювати і на закордонні ринки. Інша справа – хто нас там чекає з нашою теперішньою якістю?

Криза – час можливостей, і це дійсно так. Відбувається переоцінка цінностей у всьому, навіть у сподіваннях. Потрібно визнати, що ми споживали занадто багато і неефективно. Якщо подивитися на країни Скандинавії – Швецію, Данію чи Норвегію – там у людей речі добротні, виготовлені якісно і з гарних матеріалів. Під час перебування у Швеції мене вразило побачене в одному з приватних господарств відро, що явно не було новим, але було чітко видно, що воно не тільки прослужило вже багато років, але й прослужить ще довго. Ми ж, якщо відро пошкодилось – одразу його викидаємо і купуємо нове, бо маємо все дешевше і неякісне. Якби було навпаки, то не було б потреби його замінювати. На часі у нас глобальна переоцінка в споживанні.

Завдання «РЕНОМЕ» – максимально зберегти ті бізнеси, які в нас є. Але ми не можемо не реагувати на те, що відбувається довкола. Потрібно звернути увагу на напрямки діяльності, які пов'язані з енергозбереженням, та адаптувати вже існуючі бізнеси. Ми можемо робити спільні проекти, які допоможуть людям зберігати тепло в будинку і при цьому менше затратити газу. Запити на такі продукти викликані виключно кризовою ситуацією і наше завдання їх використати.

Однозначно, ми будемо переглядати діяльність усіх товариств та їхні виробничі процеси. Я не виключаю, що можливі скорочення, але щоб цього уникнути – потрібно мобілізуватися всім, навчитися економити. Нам потрібно виключити всі неефективні витрати і про це повинен думати кожен. Це дозволить зберегти робочі місця, зберегти компетенції та усунути ті витрати, які є непродуктивними для нас.

Ми повинні зосередитися на власному виробництві, використати власні можливості та ресурси. І починати потрібно із себе, адже добробут в країні залежить від кожного, якщо він робить свою роботу добре.

#STRATEGY 2015 ПЛАНИ ПІДПРИЄМСТВ ГРУПИ КОМПАНІЙ «РЕНОМЕ»



Наталія Полякова
директор
«РЕНОМЕ-SMART»

«РЕНОМЕ-SMART» Наталія Полякова

«Дуже багато внутрішніх трансформацій затіяв «SMART» ще до нового року. Але зараз, зважаючи на досить складну ситуацію на ринку України, зокрема у банківській сфері, переглядаємо свої позиції. Якщо раніше ми стрімко рухалися вперед, розуміючи, що ринок росте, то зараз він почав спускатися. Тепер ми більше думаємо над оптимальними підходами, аніж над ривками вперед. Насправді основне, що будемо наразі робити – це оптимізувати напрямки нашої діяльності та концентруватися на тих продуктах, які залишаються актуальними на ринку. Крім того, ми розглядаємо варіанти реалізації продукції не лише в нашій країні, а й за кордоном».

Тарас Антонюк, інженер-програміст

«Оскільки наразі триває трансформація в компанії, скажімо так, не встигли ще повноцінно стати на колії. У результаті економічної кризи страждає банківська сфера і, як результат, потерпає бізнес «РЕНОМЕ-SMART». У процесі адаптації до ситуації, що виникла та, у подальшому, виходу з неї, ми активно застосовуємо кризовий менеджмент. Стосовно конкретних проектів, то йде мова про відновлення проекту ToMaS, переведення його на нову архітектуру. Це програмний комплекс, призначений для збільшення переліку послуг, які надаються на платіжних терміналах. Проект CashLAB для управління готівкою в банкоматних мережах мав перший продаж у минулому році, в 2015-му планується лише кілька його «пілотів». Решта проектів наразі перебувають у невизначеному стані. Позитивним є також те, що наші менеджери поступово починають виходити на закордонні ринки. Продукти наші за функціоналом на тому ж рівні, що і іноземні, за якістю – наближаються до них, зате за ціною вигрануть у кілька разів. Це буде дуже цікаво, якщо ми зав'яжемо стосунки з якимось серйозним покупцем і почнемо виводити свій бренд за межі України».



Федір Делеган
директор
«РЕНОМЕ-КОМФОРТ»

«РЕНОМЕ-КОМФОРТ»

Федір Делеган

«Основним завданням для нас на цей рік є запуск нового проекту по вулицях Костромській-Гагаріна. Ми намагаємось запустити і продажі, і будівництво на другий квартал 2015 року. Це буде унікальний проект для Рівного, тому ми зараз дуже напружено працюємо над цим. Друге завдання – це здати в експлуатацію п'яту чергу по вулиці Виговського та фактично вийти з цього проекту, який ми почали будувати ще в 2008 році. Третє завдання – це вивести, у цей складний час, нашу нежитлову комерційну нерухомість на прибутковий рівень. І четверте завдання – це сформувати обсяг робіт на 2016 рік, зважаючи на те, що криза на ринку».

Наталія Дерманська, провідний інженер з проектно-кошторисної роботи відділу з управління нерухомості

«У нас зараз один великий проект, правда ми поки що не дали йому назву. Планується будівництво восьми будинків і це – перспектива на найближчі п'ять років. Проект досить масштабний, трудомісткий і дуже затратний. Наразі ми перебуваємо на стадії проектування. Ми співпрацюємо, в основному, з проектантами з Києва, мова йде про проектну організацію Archimatika, яка є лідером у своїй галузі в Україні. Також для розробки окремих розділів залучені місцеві фахівці. Донині ми не залучали так багато проектних організацій. Над проектом ми дуже плідно працюємо разом з компанією «ЄВРОБУД». Плануємо розпочати будівництво у травні поточного року».



Василь Рокунь
директор
«РЕНОМЕ-ЄВРОБУД»

«РЕНОМЕ-ЄВРОБУД»

Василь Рокунь

«В цьому році ми плануємо збільшити обсяг виконання робіт приблизно в 1,7 разів, порівняно з минулим роком. Передбачається реалізація амбітного, нового і незвичного для нашого міста проекту».

Крім того, є наміри спрямувати зусилля підприємства на поліпшення енергоефективності житлового фонду міста Рівного та області. З цією метою проводиться активна робота з залучення замовників та інформування населення з питань енергозбереження».

Також ми займаємось одним цікавим проектом - замінюємо систему опалення у Тучинській школі інтернатного типу. Це об'єкт, що фінансується з коштів місцевого бюджету. Там ми хочемо поставити котельню на дровах, яка буде ефективнішою та дешевшою, ніж газова, якою наразі опалюються приміщення. Проте, спершу буде здійснено утеплення навчальних корпусів».

У планах ще, звісно, вчасно завершити п'яту чергу будівництва ЖК «Гетьман Виговський», ще раз підтвердивши високий рейтинг групи компаній, хоча ситуація наразі не з простих. Паралельно ми ведемо пошук альтернативних зовнішніх об'єктів для того, щоб розвиватися та рости. Власне, на кризову ситуацію можна реагувати по-різному: здатися і плисти за течією, розповідати один одному, як все погано, або ж працювати з подвоєною енергією. Чим глибші та складніші проблеми, тим більше потрібно працювати. І тоді результат обов'язково буде. Таким чином можна подолати кризу і вийти на якісно новий рівень».

Сергій Жовтко, заступник директора з капітального будівництва

«Держава розробила програму з утеплення будинків для забезпечення енергоефективності. Основним на сьогоднішній день залишається фінансування цих проектів. У людей не завжди є такі кошти, щоб це все зробити власними силами. Наразі у нашому місті діє дві програми: перша, за якою 70% фінансує проект виконком, а 30% – мешканці, члени ОСББ. І друга – 50% на 50%, якою можуть скористатися всі, у разі якщо хочуть утеплити будинок чи замінити електромережі. Ми маємо великий досвід з утеплення будинків у місті Рівне починаючи з 1996 року. Будівлі, що не потребують ремонту через двадцять років, говорять самі за себе. І наразі наше завдання – проконсультувати населення з питань енергозбереження та забезпечити якісну реалізацію програми утеплення».

«РЕНОМЕ-ПАРТНЕР»

Людмила Кубай

«Стратегічний розвиток підприємства ніхто не відміняв. У нас є план з розвитку дилерської та франчайзингової мережі – ми у цьому напрямку рухаємось. Але, звичайно, сучасний стан речей вносить свої корективи. І тому рухаємось ми не великими, а маленькими і стратегічними кроками. Очевидно, що цього року передбачаються зміни і, апріорі, є завдання вижити. І тому ми працюємо на короткострокові задачі, плануємо не на рік, а, скажімо, на день, тиждень, місяць, а вже потім десь надалі. Ще важливим кроком у ситуації, яка склалась, є усвідомлення кожного працівника як саме від результату його роботи залежить розвиток підприємства. Коли кожен працівник зрозуміє: «А який результат моєї роботи?». І на мій погляд, приймати нових людей треба за умови, якщо вони можуть дати відповідь на питання: «Що зміниться у нашій компанії, якщо Ви до нас прийдете? Як покращити той напрямок, у якому Ви будете працювати?». Це може бути дійсно дуже великим стратегічним кроком у розвиток підприємства».

Олександр Годованюк, менеджер зі збуту

«Зараз наша компанія, як і інші компанії-конкуренти, перш за все планує «вижити» у зв'язку зі складною ситуацією на ринку. Деякі з них навіть тимчасово припиняють свою роботу. В першу чергу ми ставимо акцент на кінцевих споживачів. Для цього ми ввели в переробку профіль Ecosol Design 60 та почали використовувати фурнітуру Winkhaus proPilot, щоб зробити вікно більш доступним для людей».

«УБК БУДІНДУСТРІЯ»

Олександр Гладкевич

«Я сподіваюся, що ТОВ «УБК БУДІНДУСТРІЯ» у наступному році випускатиме настільки якісну цеглу, що «РЕНОМЕ-ЄВРОБУД» не захоче її нікому віддавати (посміхається)».

Андрій Лецкалюк, провідний економіст

«Плани ТОВ «УБК БУДІНДУСТРІЯ» на 2015 рік звичайно амбітні. Мова йде про налагодження виробництва і реалізації цегли ручного формування. Ринок в Україні і за кордоном, як показують дослідження, перспективний, сировина для виробництва – якісна, технологія виробництва – в процесі створення. За даних умов я переконаний, що досягнення наших стратегічних цілей у 2015 році – буде виконано».

«РІВНЕРИБГОСП»

Петро Поліщук

«Основна задача для нас – це відновлення виробничих площ і виконання виробничих планів».

Богдан Власюк, головний бухгалтер

«Планували розширити можливості «Рівнерибгоспу» з очистки водного фонду. На даний момент придбали екскаватор, який разом з бульдозером будуть використовувати для очищення ставків та покращення стану дамб. На цей рік заплановано очистити ставки №9 та №10 на рибдільниці Понебель. Раніше для утримання ставкового фонду в робочому стані необхідно було користуватись послугами сторонніх підприємств, що, звісно, було досить затратно. Також продовжуємо програму покращення генофонду маточного стада та риби загалом – збільшуємо поголів'я дзеркального коропа та плануємо закупити самців з іншого регіону для покращення різноманітності генофонду».



Людмила Кубай
директор
«РЕНОМЕ-ПАРТНЕР»



Олександр Гладкевич
директор «УБК
БУДІНДУСТРІЯ»



Петро Поліщук
директор
«РІВНЕРИБГОСП»

ЩО ДЛЯ ВАС «РЕНОМЕ»?

КІЛЬКА СЛІВ ВІД НАЙКРАЩИХ ПРАЦІВНИКІВ 2014 РОКУ



ПЕТРОВСЬКА МИРОСЛАВА
економіст з бухгалтерського обліку та аналізу господарської діяльності «РЕНОМЕ-ПАРТНЕР»
Частина мого життя, що допомагає стати кращим серед найкращих.



ПИСАРЧУК РУСЛАН
керівник відділу безпеки ПрАТ «РЕНОМЕ»
Якщо людина отримує задоволення на роботі і їй за це ще й платять гроші, то це, практично, щаслива людина. Реноме для мене ось таке поєднання – три в одному.



ПІТЕЛЬ ВІКТОРІЯ
заступник генерального директора з планування та розвитку ПрАТ «РЕНОМЕ»
Це можливість кожного ранку, прокидаючись, усміхатися і радіти від того, що займаєшся улюбленою справою. Це відчуття того, що кожен наступний проект буде кардинально відрізнятись від попереднього. Так, вчора було зариблення ставків, сьогодні це високотехнологічний «СМАРТ», а завтра – дизайнерська цегла від Олександра Анатолійовича.



САВЧЕНКО ВІТАЛІЙ
інженер-електронік
відділ моніторингу «РЕНОМЕ-СМАРТ»
Дружній колектив, цікава робота.



МАТВІЙЧУК ОЛЬГА
бухгалтер «РЕНОМЕ-КОМФОРТ»
Компанія, що не перестає розвиватися і спонукає до розвитку своїх працівників.



НИЖНИК ТАРАС
керівник проектів і програм у сфері нематеріального виробництва ВБР «РЕНОМЕ-СМАРТ»
Цікава робота-хобі, за яке отримуєш гроші. А ще тут гарні дівчата. Правда, існує гендерна нерівність у ВБР. Потрібно виправляти.



КОЗІК МИКОЛА
керівник виробничого відділу «РЕНОМЕ-ПАРТНЕР»
Стабільність, відповідальність, якість і велика дружна сім'я.



ОМЕЛЬЯНЕЦЬ ЮЛІЯ
менеджер з маркетингу маркетингово-аналітичного відділу ПрАТ «РЕНОМЕ»
У «РЕНОМЕ» маркетологів іноді називають «звірятко, яке загортає шоколад у фольгу». На перший погляд, усе у нашій діяльності просякнуте творчістю і безтурботністю... Але, повірте, гарній картинці завжди передують довгі пошуки, аналіз того, що потребує бізнес, критика і емпіричні дослідження. Єдине, з чим не сперечаються, маркетологам робота не набридає. Кожен новий виклик – старт з чистого аркуша.



ПРИМАЧОК ВАЛЕНТИН
водій автотранспортних засобів транспортного відділу «РІВНЕРИБГОСП»
Робота і хороший колектив.



ЛІЩУК ВОЛОДИМИР
виконавець робіт виробничого підрозділу «РЕНОМЕ-ЄВРОБУД»
Важка робота, але працювати потрібно, заробляти кошти і приносити користь іншим.



ДУБИЧ СЕРГІЙ
муляр 5-го розряду виробничого підрозділу «РЕНОМЕ-ЄВРОБУД»
Я вже 8 років в «РЕНОМЕ», колектив тут дуже хороший і працювати приємно.



СІЛА ВОЛОДИМИР
інженер-електронік «РЕНОМЕ-СМАРТ»
РЦ «Слобожани»
«РЕНОМЕ» – добра родина, де існують добрі теплі стосунки, стабільне матеріальне забезпечення та професійна атмосфера.



НАДОЗІРНИЙ СВЯТОСЛАВ
начальник відділу ІТ безпеки та впровадження «РЕНОМЕ-СМАРТ»
«РЕНОМЕ» – моя робота. Після того як було з нуля організовано процеси на вищому рівні – навчання інженерів та підвищення їх кваліфікації, задокументовано всі виробничі процеси з сервісного обслуговування банкоматів та бездоганно пройдено перевірку впровадження системи якості – прийшов час для відокремлення нового підрозділу систем та правил ІТ безпеки. Можна бути впевненим, що ми, будучи сучасною ІТ компанією, якій довіряють чужі секрети, зможемо вирішувати складні технічні питання та впроваджувати нові системи в ІТ безпеці. Це все стане запорукою довіри до нас наших клієнтів.



«ДУША НАРОДУ – КОЛЬОРИ ТРАДИЦІЙ»

КОРПОРАТИВНИЙ КАЛЕНДАР ВІД
КОМПАНІЇ «РЕНОМЕ»

Одним з цікавих проєктів, яким завершився 2014 рік для компанії «РЕНОМЕ», стало створення корпоративного календаря на наступний рік у дусі національної української культури. «Душа народу – кольори традицій» – такою назвою була окреслена тематика проєкту. У якості моделей для фото обрали дванадцятьох працівників компанії: з ними працювали професійні візажисти та фотографи.

«Мені запропонували сфотографуватися і я дуже хвилювалась, адже вперше в житті потрапила в таку ситуацію. Спершу підбрали вишиванку, після того наклали трохи макіяжу. Фотосесія тривала досить довго, бо мені ніяк не вдалося зробити все правильно, десь я, певно, була неслухняна», – з посмішкою розповідає одна з учасниць проєкту **Галина Наливайко**, прибиральник виробничих приміщень ПрАТ «РЕНОМЕ».

«Вишиванку підбрали досить цікаву та оригінальну, правда, це трохи зайняло часу, бо на жодній не застібався комір. Тому потрібно було затамувати подих і швидко сфотографуватися. З фотографом досить легко працювалося, мене відзняли буквально за кілька хвилин. Загалом результатом задоволений», – розповідає **Сергій Жовтко**, заступник директора з напрямку капітального будівництва «РЕНОМЕ-ЄВРОБУД».

Спочатку концепція будувалася на тому, щоб підібрати традиційні вишиванки з різних регіонів України. Проте, за технічних причин цей задум не вдавсь. Концепцію перебудували і зробили акцент на виборі моделей для зйомки. Критеріями відбору стала приналежність до того чи іншого товариства, регіону роботи, а також професії. Організатори мали на меті залучити якомога різноманітнішу аудиторію для реалізації проєкту. Серед учасників зйомок є представники осередків компанії «РЕНОМЕ», що знаходяться у різних містах України – Світлана Пазюра (Харків) та Віталій Іванченко (Полтава) з РСЦ «Слобожани», Тетяна Неволіна (Одеса) з РСЦ «Південь», Дмитро Сутуга (Чернігів) з РСЦ «Центр». Вони приїхали до Рівного спеціально заради зйомок календаря.

«Запрошення на зйомку в корпоративному календарі було досить несподіване. Було незвично виступати у ролі моделі, але сподобався результат. Тематика теж дуже цікава така, в українському стилі. Лише далеко було їхати для зйомок. Зате теща була дуже рада, показувала на календарі всім родичам і сусідам який гарний в неї зять», – ділиться враженнями **Віталій Іванченко**, інженер-електронік «РЕНОМЕ-СМАРТ» з РСЦ «Слобожани».

«Море позитивних емоцій і, звісно, чудовий календар залишилися на згадку. Приємно вразила організація зйомки та теплий прийом колег. Особливо хочу відмітити вишиванки, старанно вишиті справжніми майстрами та винахідливість фотографів у підборі та обігранні образів», – ділиться своїми враженнями **Світлана Пазюра**, діловод «РЕНОМЕ-СМАРТ» РСЦ «Слобожани».

«Принимать участие в съемках корпоративного календаря мне пришлось по душе: чашечка кофе, мейкап, съемки, смех! Все прошло организованно, быстро и легко. Я зарядилась положительными эмоциями и отправилась домой. И, конечно, результат – корпоративный календарь на память», – розповідає **Тетяна Неволіна**, діловод «РЕНОМЕ-СМАРТ» РСЦ «Південь».

«Раніше я скептично ставився до фотосесій, адже вважав себе нефотогенічним. Але професіонали зробили свою справу – навіть мені сподобалось власне фото. Вдячний «РЕНОМЕ» за чудово організовану фотосесію», – розповідає **Дмитро Сутуга**, інженер-електронік «РЕНОМЕ-СМАРТ» з РСЦ «Центр».

У втіленні задуму знайшли підтримку у керівництва Рівненського краєзнавчого музею, які погодилися надати етнічні вишиванки з музейної скарбниці, а також у Віктора Ковальчука – художнього керівника етнокультурного центру «Веснянка» Рівненського Палацу дітей та молоді, де з приватної колекції підбирали традиційні для Рівненського Полісся чоловічі вишиванки.

«Для мене брати участь у зйомці було досить незвично, адже раніше я не долучалася до таких заходів. Зйомка тривала близько двох годин, перед камерою, звісно, хвилювалася. Ми використовували традиційний український одяг, полотняні сорочки з автентичною вишивкою», – розповідає **Наталія Рожок**, менеджер зі збуту «РЕНОМЕ-ПАРТНЕР».

Спільними зусиллями учасників, організаторів та творчого колективу поліграфічної студії «МІСТО ПЛЮС» корпоративний календар «РЕНОМЕ» «Душа народу – кольори традицій» набув вигляду арт-альбому у стилі української традиційної етніки.

«Я не можу сказати, що цей досвід був дуже корисним, адже моделлю я навряд чи буду працювати. Але те, що це був цікавий досвід – це однозначно. Я думаю, що було б доречно випустити ще один календар, до якого ввійшли б фото зі зйомок, адже процес був дуже жвавим, супроводжувався коментарями і було б добре скомпонувати календар із цих кумедних світлин. Бо не завжди те, що ми бачимо в кінцевому продукті, відповідає тому, як воно було насправді. Завдяки чіткій професійній підготовці, процес зйомок проходив досить жваво і на професійному рівні. І, до речі, я для себе відкрила такий цікавий факт: наші чоловіки, які брали участь в зйомках, не могли застібнути комірки сорочок. Оскільки вишиванки бралися з краєзнавчого музею та приватних колекцій і в минулому вони належали певним конкретним особам, це свідчить про те, що чоловіки у минулих століттях не були такими потужними, як наші сучасники», – коментує **Таміла Ярмошук**, менеджер з персоналу «РЕНОМЕ-ЄВРОБУД».

Зйомка, без сумніву, залишила її учасникам веселі спогади та цікавий досвід, і яскраві сторінки календаря ще впродовж року радуватимуть око працівників компанії.

На фото зліва направо: Світлана Пазюра, діловод «РЕНОМЕ-СМАРТ» РСЦ «Слобожани», Віталій Іванченко, інженер-електронік «РЕНОМЕ-СМАРТ» з РСЦ «Слобожани». Наталія Рожок, менеджер зі збуту «РЕНОМЕ-ПАРТНЕР» Дмитро Сутуга, інженер-електронік «РЕНОМЕ-СМАРТ» з РСЦ «Центр»



«Аукціон добра» Добро починається з тебе

Однією з подій, завдяки яким запам'ятався грудень 2014 року для Рівного, став «Аукціон добра» – благодійний захід, ініційований компанією «РЕНОМЕ». Збирали кошти на той час для 9 дітей з Рівненщини, батьки яких загинули в зоні АТО.

В якості лотів на аукціоні було представлено 150 handmade робіт, які виготовляли діти під час майстер-класів, що проходили у різних громадських місцях міста. Окрім того, було оголошено збір творчих робіт усіх бажаючих.

«З чоловіком і дітьми відвідали два майстер-класи. Найбільше сподобалося робити кавові ялинки, діти були в захопленні. На аукціон я ще приносила свій лот – скляну пляшку, декоровану у техніці декупаж, яку виготовила власноруч», – розповідає бухгалтер «РЕНОМЕ-СМАРТ» **Наталія Примак**.

Новорічні прикраси, еко-сумки, чашки з візерунками, годинники, декоровані у техніці декупаж, фетрові іграшки, – це, та багато іншого виготовляли впродовж тижня маленькі майстри. Не обійшлося і без форс-мажору – під час майстер-класу з оздоблення чашок у приміщенні зникло світло. Проте, майстри не розгубилися, підсвічували екранами телефонів та ліхтариками. Роботу було успішно завершено, а маленькі художники пережили справжню пригоду.

Загалом, ідея проведення такого благодійного заходу має кілька відправних точок. «Почалося все з того, що захотіли зробити святкування нового року яскравішим, цікавішим та пізнавальнішим. Виникла ідея невеличкого благодійного аукціону для новорічного корпоративу. Надія Федорівна ж вирішила цю ідею винести за межі святкування, зробити окремим проектом та залучити працівників та партнерів компанії», – розповідає **Наталія Мельничук**.

«Аукціон добра» відбувся 14 грудня у приміщенні Рівненського музично-драматичного театру. Присутні мали змогу придбати дитячі роботи, поспілкуватися та водночас зробити добру справу. Деякі відвідувачі завчасно бронювали лоти, які хотіли придбати. Впродовж заходу спільними зусиллями було зібрано 28300 грн., а вже в день Святого Миколая на сцені Палацу дітей та молоді вручили дітям омріяні подарунки – планшет, чотири ноутбуки, відеокамеру GoPro HERO, фотоапарат, будиночок для Барбі та цуценя породи «мопс», яке спеціально привезли з Києва.

«Своїм «Аукціоном добра» ми підтримали щорічний проект «Добро на Різдво» від Палацу дітей та молоді та разом вирішили привітати діток, батьки яких загинули в АТО. На прес-конференції кожен з дітей озвучив свою мрію, яку ми разом втілили в життя», – розповідає **Олена Тинник**.

Спільними зусиллями групи компанії «РЕНОМЕ» та багатьох організацій Рівного мрії малечі стали реальними, і кожен з них обов'язково запам'ятає це маленьке особисте диво.



«Різдвяний передзвін 2015» Соціальні ініціативи компанії «РЕНОМЕ»

Співати приходили на дев'яту ранку, коли за всіма правилами зв'язки ще «сплять». Сумлінно займалися, ніколи не жалілися на хворе горло чи втому. Перший рік їздили по організаціях з колективом, та я не брала участі в тому, на наступні роки вже долучилася. Репертуар оновлювали щороку».

Учасники проекту із захопленням розповідають про захід. Отримавши безліч яскравих вражень і веселих спогадів, так би мовити, зарядились позитивом на весь наступний рік. У роботі не обійшлося без кумедних випадків, оповідками про які вони також із задоволенням діляться.

«Ми так захопилися процесом, що коли закінчилося колядування, ще співали для водія маршрутки, адже він єдиний не чув наших колядок. «Колядаю Олексію, бо я від нього дуже млію», – і таке в нас було», – розповідає **Ліна Мохор**.

«Ролі для мене ніякої не планувалось, поки одного прекрасного дня наш працівник Майя не поставила мене перед фактом: «Ти співаєш!». Я спочатку був не в захваті від цього, але варіантів в мене особливо то і не було. На фірмі я новачок, тому мусив погодитися. Добровольцем до щедрівників, мені за компанію, зголосився також Саша Годованюк, то було вже веселіше. Побувавши на першій репетиції, ставлення до цієї затії я змінив кардинально і був задоволений. Атмосфера складалась дуже кльова, викладачка виявилась широко і доброю жінкою. Коли настав час колядувати, Надія Федорівна охрестила мене Козлом, оскільки я з натовпу виділявся своїм зростом, і одягла мені на голову шапку козла. Приємно, що за ці два дні наш колектив дуже здружився», – розповідає **Юрій Шевчук**.

«Прийшли ми на «Рівне 1», а нам: «Заходьте-заходьте. Ми Вас так чекали. По Рівному вже весь день чутка ходить, що РЕНОМЕ водить із собою живу козу!», а Оленка Серілко виходить наперед зі словами «А що, по-вашому я не жива?» (сміється). Коли ми прийшли на «Трек» колядувати, то вони зупинили ефір. Оголосили, що «До нас прийшли колядувати з «РЕНОМЕ». Ми щороку їх дуже чекаємо, і якби вони не прийшли цьогоріч, ми б подумали, що щось сталося», – розповідає **Наталія Мельничук**.

Соціальні проекти є невід'ємною складовою діяльності компанії «РЕНОМЕ». І «Різдвяний передзвін» – проект, що вже став традиційним, продовжує функціонувати, як відображення відповідальності компанії «РЕНОМЕ» перед суспільством. Об'єднуємося задля добрих справ!



Благодійний проект компанії «РЕНОМЕ» «Різдвяний передзвін» успішно здійснюється вже третій рік поспіль і має на меті привернути увагу громадськості до важливих соціальних проблем і надати реальну допомогу тим, хто її потребує. Цьогоріч ініціативу підтримали понад шістдесят компаній та приватних осіб і за два дні було зібрано 39 181 гривень. Ці кошти спрямовано на лікування 9 хворих дітей.

Щороку підготовка до заходу проходить за участі **Людмили Гапон**, викладача вокальної майстерності кафедри музичного фольклору Рівненського державного гуманітарного університету. Вона проводить репетиції з працівниками «РЕНОМЕ» та допомагає у реалізації проекту «Різдвяний передзвін».

«Три роки тому до мене звернулися від «РЕНОМЕ» з проханням про консультацію зі створення невеличкого колективу для щедрування та допомогу у підборі матеріалу для майбутньої «Книги колядок». Спершу я не знала про благодійну спрямованість проекту. Допомогла знайти керівників колективів, які підібрали фольклорні тексти, порадила звернутися до Рівненського драматичного театру по костюми та реквізит».

Проект розвивався паралельно з підготовкою до друку «Книги колядок та щедрівок». До видання ввійшли фольклорні тексти зимового обрядового циклу та тематичні фото працівників компанії, а також було записано музичний диск. Презентація книги пройшла у Палаці дітей та молоді. Участь у заході взяли колективи «Ранкова роса» ЗОШ №28, «Горина», «Волиняни», колектив кафедри музичного фольклору інституту мистецтв РДГУ, «Веснянка» та «Сільська музика» етнокультурного центру ПДМ. Співали автентичні обрядові пісні з «Книги колядок та щедрівок». Ідея створення колективу щедрівників «Різдвяного передзвону» згодом переросла у благодійну ініціативу. До проекту долучалися усі бажаючі, складали програму та вчилися співу. «Взимку розпочали репетиції. Звісно, майстерність співу напрацьовується роками, тому 8-9 репетицій – це дуже мало. До того ж людям, які ніколи не співали, це дуже важко. Проте я бачила, що вони горять бажанням навчитися – і це головне.

НОВИЙ СЕЗОН ПРОЕКТУ «МАЙСТРИ НАШОГО МІСТА» РОЗПОЧАТО!

Дитячий профорієнтаційний проект «Майстри нашого міста» від групи компаній «РЕНОМЕ» у новому 2015 році продовжується.



Шістнадцятого лютого відбулася перша екскурсія для учнів п'ятих класів ЗОШ №26. Основна ціль проекту – зацікавити школярів, розширити їх світогляд та посприяти зваженому професійному вибору у майбутньому.

Загалом, екскурсія проходить у формі квесту-подорожі. Для кожної групи розробляється індивідуальна програма інтерактивних заходів – пізнавальних та розважальних. Маленьким слухачам у цікавій формі розповідають про особливості різних професій групи компаній «РЕНОМЕ», їх перспективи та можливості. Кожен з них отримує карту квесту, на якій впродовж екскурсії потрібно робити позначки за допомогою наліпок.

Перший етап квесту для учнів школи №26 відбувся у головному офісі компанії, де вони порили у захоплюючий світ комп'ютерної техніки. Чому комп'ютер називається комп'ютером, що значить слово «баг», чим відрізняється оперативна пам'ять від постійної і навіщо ті всі деталі у комп'ютері, дітлахам розповів інженер-електронік «РЕНОМЕ-СМАРТ» **Віталій Янішевський**. Після того учні розбилися на чотири команди і отримали рідкісний шанс розібрати системний блок, щоб подивитися як все влаштовано всередині, і з радістю ним скористалися.

У Центрі продажу квартир ріелтор **Світлана Бояр** розповідала про особливості своєї професії та відповідала на запитання малечі. Інколи

ріелторові для того, щоб продати квартиру, потрібно візуалізувати її навіть до таких дрібниць, як розміщення меблів. Тому школярі отримали завдання уявити себе у ролі ріелтора. Маючи на папері план трикімнатної квартири, вирізали та розміщували на ньому паперові меблі.

Останнім пунктом призначення екскурсійного квесту стало виробництво ТОВ «РЕНОМЕ – ПАРТНЕР». Начальник виробництва компанії **Микола Козік** провів екскурсійну групу виробничими приміщеннями, де діти дізналися про те, як виготовляють металопластикові вікна. Малюки захоплено роззиралися

довкола та обговорювали побачене. Після завершення кожен з них отримав невеличкий пам'ятний подарунок від «РЕНОМЕ» – перший рівненський комікс «Майстри нашого міста».

Загалом перший цьогорічний захід проекту «Майстри нашого міста» отримав схвальні відгуки і від учителів:

*«У нас є такий предмет «Рівнезнавство», де ми знайомимо дітей не лише з пам'ятками культури чи архітектури, а і з об'єктами промисловості нашого міста. Тому цю екскурсію вдало можна віднести і до позакласної, і до виховної роботи. Захід виявився дуже пізнавальним та корисним і ми вважаємо, що нам дуже пощастило відвідати його, адже не кожне підприємство дозволяє провести у себе екскурсію. Діти багато дізналися про різні професії і, сподіваюся, що це їм допоможе у майбутньому», – коментує **Олена Рудь**, керівник 5 класу ЗОШ №26.*

Наступні профорієнтаційні екскурсії, які відбудуться 21 квітня та 25 травня, відвідають учні ЗОШ №9 та Рівненської гуманітарної гімназії відповідно.

#CAREERTRIPS

<https://www.facebook.com/career.trips>
https://vk.com/career_trips



#CONTINUED: ПРОГРАМА ГРАНТІВ ВІД КОМПАНІЇ «РЕНОМЕ»

Грантову програму компанії «РЕНОМЕ», як благодійний проект зі сприяння реалізації креативних ідей, започаткували навесні 2014 році.

Впродовж року двічі оголошувався конкурс серед проектів громадських ініціатив: найкращі з них отримали фінансову допомогу на реалізацію проекту. Було виділено шість грантів на загальну суму 48,6 тисяч гривень для реалізації ідей місцевих громад.

Так, в межах програми було створено дитячу кімнату та поновлено книжковий фонд **Броннівської публічної бібліотеки**. Проект мав назву «Бібліотека-няня: виховуємо майбутнього читача» і полягав у придбанні понад 70 книг з шкільної програми для дітей молодшого та середнього віку та створенні дитячої кімнати відпочинку.

З метою поліпшення психоемоційного стану дітей під час перебування у **відділенні онкогематології Рівненської ОДЛ**, на стінах закладу намалювали яскраві картини. Проект здійснено за сприяння компанії «РЕНОМЕ» у рамках грантової програми. Про те, як здійснювалося оздоблення розповідає **Олександра Огонь**, координатор волонтерів проекту «Подаруй яскраве життя дітям»:

«Ініціатором була Юлія Кутик з Благодійного Фонду "СКАРБНИЦЯ НАДІЇ". Вона знайшла мене, запропонувала співпрацювати»

«...і я погодилася. Малювали три дні, залучали волонтерів. Використовували спеціальні фарби пастельних кольорів без запаху. Всі були задоволені. Було багато позитиву та нових знайомств. У результаті ми оздобили стіни палат 17 малюнками».

Також в рамках програми грантів було створено кімнату відпочинку для матері та дитини інфекційного **відділення Міської дитячої лікарні**. Цей заклад, що є основним центром надання медичної допомоги дітям міста, щорічно відвідують понад 1300 матерів із малюками. А відтак, проведення комплексу заходів з дотримання санітарно-епідемічного режиму є вкрай важливим для їхнього одужання. У рамках ініціативи «Калейдоскоп посмішок» у приміщенні лікарні з'явилася ігрова кімната: закуплено дитячі стільці, манеж, дитячий столик, стіл-тумбу для пеленання, шафу для іграшок тощо, та замінені старі дерев'яні вікна і двері на металопластикові ТМ «ВІКНОВА». Тут сподіваються, що створений комфорт забезпечуватиме позитивні емоції у маленьких пацієнтів на момент прибирання, кварцювання та провітрювання їхніх палат.

Для **публічно-шкільної бібліотеки с. Борове** Рокитнівського району Рівненської обл. було надано технічне обладнання (проектор, екран, ноутбук) для урізноманітнення дозвілля відвідувачів закладу. Дітлахи відтепер зможуть не лише користуватися книжковим фондом, а й брати участь у різноманітних майстер-класах, квестах, культурно-розважальних

програмах, конкурсах, іграх тощо. Ці та інші заходи проводитимуться у рамках нового проекту бібліотеки «Якісне дозвілля».

Ще один грант, спрямований на організацію та проведення фольклорно-етнографічних експедицій з виявлення та фіксації етнокультурної спадщини Рівненського Полісся, отримав етнокультурний центр «Веснянка» Рівненського палацу дітей та молоді.

*«Цей грант – це була знахідка, завдяки йому ми змогли поїхати. В рамках експедиції ми відвідали села Радичево, Хиночі, Бишляк, Біле, що на Володимирецьчині. За результатами було сформовано два диски «Колядки та щедрівки» та «Пісні села Переброди» у серії «Пісні бурштинового шляху», – розповідає **Віктор Ковальчук**, художній керівник етнокультурного центру «Веснянка» Рівненського Палацу дітей та молоді.*

Восени 2014 року, у результаті другого конкурсу, грант на реалізацію отримав проект майданчика для workout. На сьогодні він перебуває на стадії втілення: металеві конструкції вже виготовлені і наразі проходять стадію фарбування.

Цьогоріч компанія «РЕНОМЕ» також оголошує конкурс грантів серед активної молоді міста Рівного на 2015 рік. *«Ми змінили формат – оголосили гранти серед молоді. Якщо раніше намагалися допомагати переважно дитячим закладам різного типу, то зараз ми хочемо розвинути молодь. Раніше програма здійснювалася у області, а тепер концентруємо увагу на середовищі Рівного. Вже є вісім заявок. Після завершення терміну подачі ми колективно визначимо кращі проекти», – розповідає **Олена Тинник**, координатор конкурсу грантів серед активної молоді міста Рівного 2015.*

Для участі приймаються проекти, метою яких є досягнення соціально-економічного ефекту, інтелектуального самовдосконалення та творчого розвитку особистості студентів та молоді.

ДИВИСЬ! ЧИТАЙ! РУБРИКА ЛІТЕРАТУРНИХ ПОРАД

2015

Порада від **ЛЮДМИЛИ КУБАЙ**
директора ТОВ «РЕНОМЕ-ПАРТНЕР»



Річард Бренсон
«До біса все! Берись і роби!»

«Ще не всі колеса винайдені: світ надто дивний, щоб сидіти склавши руки!»

Багато хто знає цю надзвичайну людину не тільки тому, що він мільярдер, який заснував величезний бренд Virgin буквально з нічого, а ще й тому, що ця людина відрізняється своєю величезною любов'ю до життя, пригод та ризику. Мова піде про Річарда Бренсона і одну з його найпопулярніших книг.

Це одна з найпопулярніших книг, де Бренсон розповідає про те, як він досяг успіху, що йому в цьому допомогло, а що завадило. Розповідаючи про це, автор наводить багато прикладів з життя на підтвердження власних слів.

«Дехто, якщо не сказати більшість, постійно живуть, озираючись на оточуючих. Найважливіше для них, що подумають інші – батьки, родичі, колеги, керівництво, суспільство. Вони прагнуть до стабільності, щоб ніколи не робити помилок, не бути мішенню для насмішок. Життя проходить, і колись бажана стабільність перетворюється на рутину, від якої вже і жити не хочеться! Неначе існують люди, у яких все завжди і відразу вдається правильно. Немов у світі, де керує закон ентропії, взагалі можлива якась стабільність!».

Ця книга може стати поштовхом до того, щоб зробити речі, які Ви завжди боялися зробити, до того, щоб почати жити по-іншому, дає вам мотивацію і змушує повірити в свої мрії. Ризикнете прочитати?



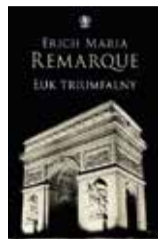
Робін Шарма
«Монах, який продав свій «Феррарі».

Притчева історія, що стала бестселером у багатьох країнах світу, розповідає про життя багатого адвоката Джуліана Ментлу, який змушений пережити духовну кризу. Порятунком він знаходить у древній культурі, яка змінює його світогляд. Він відкриває для себе духовні та практичні знання, які допомагають йому усвідомити силу розуму, позитивно мислити, жити згідно з покликанням, берегти час – один з найцінніших скарбів кожного, цінувати взаємини з іншими людьми та жити сьогоднішнім. Книгу «Монах, який продав свій «Феррарі»» видано у 18 країнах більш ніж 15 мовами світу.

Порада від **МАРІЇ ТРАСКІНОЇ**
менеджера адміндіяльності «РЕНОМЕ-СМАРТ»

«Взагалі, коли мене питають, яку книгу почитати, я раджу Еріха Марію Ремарка, не лише тому, що це мій улюблений автор, а тому,

що це не просто книги, це витвори мистецтва. Що саме з Ремарка, навіть не знаю, я його всього перечитала і можу сказати, що всі вони написані на найвищому рівні з найвищим професіоналізмом, такі чуттєві, життєві, проникливі і не можуть не сподобатись».



Еріх Марія Ремарк
«Триумфальна арка»

Дія роману відбувається в 1939 році в Парижі. У центрі оповіді талановитий німецький хірург, який втік до Франції від нацизму. Вимушений жити нелегально, не маючи права на роботу і надії на завтрашній день, доктор Равік оперує людей замість французьких хірургів. Переховуючись від поліції, він не може схватитися від кохання, що раптово з'являється в його житті. У цієї трагічної любові немає майбутнього, але хіба це важливо? Равік старший від Жоан на ціле життя. Їхні стосунки розвиваються стрімко попри важкі обставини, кризь сварки і примирення. Проте фатум вирішує по-іншому: куля ревнивого залицяльника обриває життя Жоан.



Борис Пастернак
«Доктор Живаго»

Роман-хроніка «Доктор Живаго» – це історія життя і любові ординарної, нічим не примітної людини, долю якої понівечили Перша світова і громадянська війни. У книзі описані долі простих людей, єдиним живим і яскравим проявом яких є те, що вони "жили в один час з Живаго і знали його". Стійкий і досить відважний на війні доктор, який рятує життя на передовій, терпить голод і рятує сім'ю на Уралі під час зміни влади, і вже не такий героїчний – в період партизанщини. Вражають почуття людей, дві різні лінії любові.

Роман справедливо зараховують до класики російської літератури. Свого часу він був удостоєний Нобелівської премії.

Порада від **ЛЕОНІДА ОНИЩУКА**
завідувача господарством ПрАТ «РЕНОМЕ»



Іцхак Адізес
«Ідеальний керівник. Чому ним неможливо стати і що з цього випливає»

«Книга про те, яким повинен бути керівник. Починаючи від сім'ї і завершуючи виробництвом».

На думку доктора Адізеса, менеджмент будь-якої організації повинен виконувати чотири функції: досягнення результатів, адміністрування, підприємництва і інтеграції. Для того, щоб здійснювати їх одночасно, керівникові

необхідно володіти численними, деколи несумісними якостями. Висновок автора в тому, що менеджмент – надто складний процес, щоб з ним могла впоратися одна людина. Ідеального менеджера просто не існує. Як же бути? Щоб компанія була ефективною в найближчій і довгостроковій перспективі, нею повинна керувати команда менеджерів, які володіють різними стилями управління, що доповнюють один одного.

За яким принципом добирати співробітників в таку команду? Як правильно будувати спілкування, щоб навіть неминучі конфлікти використовувати для прийняття якісних рішень?

На ці та багато інших питань відповідає гурт менеджменту Іцхак Адізес.

Книга адресована керівникам, співробітникам кадрових агентств і всім, кого цікавлять питання управління організацією.

Порада від **БОГДАНА ВЛАСЮКА**
головного бухгалтера «РІВНЕРИБГОСП»



Рут Міншулл
«Як обрати своїх людей»

Є деякі люди, на любові до яких ми наполягаємо, незважаючи на те, що вони постійно нас засмучують. Ми пригнічено дивуємося, як взагалі ми слугували з тим, хто навіть не думає подзвонити, коли запізнюється. Рідко ми замислюємося про те, що, можливо, очікуємо занадто багато від тих, кому даруємо нашу безцінну любов. Автор пропонує читачеві так звану «шкалу емоційних тонів», яка визначає градацію характерів людей. Ця книга про те, як обирати собі оточення, що очікувати від людини, яка належить до того чи іншого емоційного тону. Автор говорить, що ця книга «не про Вас і не про мене, ця книга про інших людей».



Роберт Кіосакі
«Багатий тато – бідний тато».

Автор книги піднімає проблему освіти і виховання дітей, говорячи, що у школі вихідців з бідних родин і середнього класу вчать не тому, як змусити гроші працювати на них, – їх навчають рабській праці за виживання. Дітей заможних сімей вчать зовсім іншому. Люди просто не знають, за якими законами потрібно жити і працювати для того, щоб гроші пливли їм до рук самостійно.

«Ця книга не про те, як швидко розбагатіти. Вона про те, як нести відповідальність за свої фінансові справи, як збільшити статки, вміло оперуючи грошима. Прочитати цю книгу потрібно, щоб розбудити свій фінансовий геній», – пише про книгу доктор Ед Кокен, лектор з фінансів RMIT університету у Мельбурні.

СУДОКУ

ПОСПІШАЙ! НАДІШЛИ ФОТО РОЗГАДАНОЇ ГОЛОВОЛМКИ НА [PRESS-CENTER@RENOUME.UA](mailto:press-center@renome.ua) ТА ВИГРАЙ ФЛЕШКУ-РЕНОМІШКУ

Це заснована на логіці японська головоломка з числами. Ігрове поле складається з квадрата, розміром 9 × 9 (інколи більше) розділеного на менші квадрати (їх ще називають «регіони») із стороною 3 × 3 клітинки. Таким чином, все поле налічує 81 клітинку. У деяких з них вже на початку гри розташовані числа (від 1 до 9). Залежно від того, скільки клітинок вже заповнено, конкретну sudoku можна віднести до легких або складних. Щоб розв'язати головоломку, необхідно заповнити вільні клітинки цифрами від 1 до 9 так, щоб в кожному рядку, в кожному стовпці і в кожному малому квадраті 3×3, кожна цифра зустрічалася лише один раз. Правильна головоломка має лише одне рішення.

6		1	2			7	4	8
5	7	4			8		3	
3				9			6	1
	4			1				7
		7	8		9	4		
8				7			9	
1	8			4				3
	5		9			6	2	4
4	6	9			3	1		5

	8				3		4	
		7	9					2
			7	5		3		
		1			9		5	
	3		6		2		9	
	9		3			1		
		3		4	1			
7					6	2		
	2		8				6	

		3					1	9	8
2	1			8			6		
7				6			2	3	5
3			4	2		9			
1	9		8		7		2	4	
		5		3	1				6
6	3	2		4					9
		7		1			6	3	
8	5	1					4		

РИБГОСП
СМАРТ
ПАРТНЕР
НЕРУХОМІСТЬ
СВРБУД
РЕНОМЕ