

# Unlimited

2014

корпоративный

журнал UPECO

Читайте  
в номере:

ОСОБЕННОСТИ  
НАЦИОНАЛЬНОГО  
ХАРАКТЕРА

ДВОЙНАЯ  
ФОРМУЛА  
УСПЕХА

ПРАВИЛА  
ЖИЗНИ

ВДОХНОВЛЯЮЩИЙ  
РЕЙТИНГ

12

№ ВЕСНА  
ЛЕТО

Татьяна  
Семенова



**4 СОБЫТИЯ И ФАКТЫ**  
Новинки брендов, рекламные кампании и другие интересные события из жизни UPECO

**10 ОБЗОР РЫНКОВ**  
Особенности национального поведения в кризис

**12 ПАНОРАМА**  
Monkey Business  
О свежих веяниях, гламуре и пьянстве

**14 ЛЮДИ**  
Татьяна Семенова  
О математике и аналитике, музыке и творчестве в работе



24

**24 БРЕНД**  
Двойная формула успеха Gardex Naturin

**30 СОДРУЖЕСТВО**  
Юрий Владимиров, генеральный директор «Эй-Пи Трейд» об активной позиции в отношении бизнеса и жизни

**36 ПАНОРАМА**  
Джек Ма — человек, который открыл Америке Китай

**42 ЛАБОРАТОРИЯ**  
Как рождается кулинарное вдохновение

**48 ПРАВИЛА ЖИЗНИ**  
Ольга Рождественская  
О первой зарплате, любви к спорту и многом другом

**50 ОДИН ДЕНЬ**  
Фотозарисовки из жизни Forester



14

**56 РЕГИОН**  
Китай — самая дальняя точка на карте UPECO

**62 КОНКУРЕНТЫ**  
История одной семьи, которая изменила мир к лучшему

**68 ОПЫТ**  
Гуаньси, или Бизнес по-китайски

**72 HR-ПРАКТИКА**  
Инструменты руководителя для мотивации и развития сотрудников

**76 ОБУЧЕНИЕ-ПРАКТИКУМ**  
Будущее за E-Learning

**80 ОБУЧЕНИЕ**  
Книги, с которыми стоит ознакомиться

**82 ДРАЙВ**  
Путешествие из Калининграда во Владивосток

**92 СПЕЦПРОЕКТ**  
Мышкино — территория детства



68

**98 РЕЙТИНГ**  
Самые вдохновляющие песни UPECO

**100 ТРАДИЦИИ**  
Фотографии с корпоративных мероприятий UPECO

**106 ОЧЕНЬ ЛИЧНОЕ**  
Новорожденные дети и молодожены UPECO



42

# ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ!



По традиции мы выпускаем летний номер в день рождения UPECO, когда на улице солнце, когда лето, и мы собираемся на пляже Москвы-реки, чтобы отметить его вместе! Этот год нашей жизни не оказался легким — начались события на Украине. И это очень сложно, так как там живут наши люди — наши коллеги и друзья, что заставляет нас пристально следить за ситуацией и быть готовыми оказать необходимую поддержку. Стартовал наш долгожданный проект Racionika — новая возможность и путь для нашей самореализации. Несмотря на текущее отклонение от плана, он уже доказал свое будущее. По отзывам потребителей и многих партнеров в фармацевтическом канале, представленная идея и ее реализация получили высокую оценку. Неожиданно подвел комар, вероломно отказавшись вылетать в назначенные сроки, что очень смазало вход в сезон, который был хорошо подготовлен маркетологами и реализован в дистрибуции командой департамента продаж и управления цепями поставок. Неопределенность и изменчивость стали синонимами жизни сегодня. Тем более важно чувство уверенности и настоящий здоровый оптимизм, который ощущается во всех членах нашей команды! Это очень интересно! Что дает нам это состояние и в чем его основа? Она должна быть связана с нашими фундаментальными ценностями и установками. Я поговорил с несколькими коллегами, которые давно с нами, давно в UPECO, а также с близкими партнерами, которые хорошо знают

нас со стороны, и попробовал обобщить эти идеи: «Создание продуктов для комфортной жизни...» — так начинается наше видение, которое мы сообщаем реализуем, давая возможность каждому участвовать в большом и настоящем деле, в котором есть место созиданию — одному из центральных смыслов жизни любого из нас. «У нас отличный коллектив, атмосфера, взаимная поддержка». А ведь это — **ВОВЛЕЧЕННОСТЬ**, когда ты имеешь возможность реализовывать себя в атмосфере сотрудничества, оказывающей поддержку и дающей возможность для самовыражения. «Мы быстро реагируем на ситуацию и справляемся. Люди у нас могут самостоятельно принимать решения, когда видят, что это нужно». А это —  **ГИБКОСТЬ**, основанная на наших управленческих принципах, в основе которых всегда человек, а значит, и демократичный стиль управления. «Я могу положиться на коллег. Знаю, что компания меня поддержит». Это — **ДОВЕРИЕ**. Компания всегда выполняла свои обязательства, и это знают все — от сотрудников до партнеров. Идей было много, я могу продолжать. Да, я думаю, может продолжить и каждый из вас. Но я выбрал те, которые помогают ответить на вопрос, что такое особенное — Наша Компания, которая празднует в эти дни свое 9-летие! Давайте будем и дальше приносить комфорт в жизнь людей, быть вовлеченными, не останавливаться на месте, доверять и оправдывать доверие друг друга! Поздравляю всех!

Валентин Корзов,  
главный редактор

Unlimited

КОРПОРАТИВНЫЙ ЖУРНАЛ № 12  
ВЕСНА — ЛЕТО 2014

**Главный редактор:**  
Валентин Корзов  
**Руководитель проекта:**  
Виктория Демина  
**Выпускающий редактор:**  
Анна Денисова

**Благодарим за помощь в подготовке номера:**  
Екатерину Сухову      Елену Балашову  
Аллу Захарову      Евгения Рудя  
Юлию Позднухову      Любовь Полупан  
Марию Дубровину      Анастасию Мосину  
Валерию Филиппову      Олею Бушкову  
Татьяну Сурикову      И всех наших авторов

**Фотографии:**  
Александра Тиванова  
Вадима Гортинского

+7(495) 363-93-50  
E-mail: Unlimited@upeco.ru

**Журнал подготовлен при участии Издательского дома «МедиаЛайн»**  
www.medialine-pressa.ru

**Генеральный директор:**  
Лариса Рудакова  
**Креативный директор:**  
Константин Юшин  
**Арт-директор:**  
Владислав Максименко  
**Директор по маркетингу и развитию:**  
Евгений Григорьев  
**Руководитель проекта:**  
Роман Орлов  
**Выпускающий редактор:**  
Мария Фролова

**Над номером работали:**  
Любовь Аристова, Эмма Бурляева, Нелли Минибаева, Дмитрий Санников (дизайнеры), Анастасия Кривошеина, Евгений Лихацкий (билд-редакторы) Андрей Ключков, Максим Куперман, Анастасия Морозова (цветокорректоры) Лариса Николина, Алина Бабич, Галина Бондаренко (корректоры) Леонид Молчанов (препресс)

Издатель: ИД «МедиаЛайн»

**Адрес редакции и издательства:**  
г. Москва, Нижняя Сыромятинская, дом 10, строение 9, офис 340  
+7 (495) 640-08-38  
+7 (495) 640-08-39  
E-mail: info@medialine-pressa.ru  
**Распространяется бесплатно**

Перепечатка материалов без согласия редакции запрещена. При использовании материалов ссылка на журнал обязательна. За содержание и достоверность сведений в рекламе ответственность несет рекламодатель.

Подписано в печать 09.07.14  
Отпечатано в типографии «Вива-стар»  
Тираж: 999 экз.  
© «МедиаЛайн»  
© Unlimited

## КИТАЙ: ГОВОРИТЬ НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ

Этой весной в китайском представительстве UPECO прошла серия уникальных кросс-культурных тренингов для сотрудников московского и шанхайского офисов. В ходе обучения была освещена такая актуальная тема, как навыки проведения переговоров, в том числе в межкультурной среде. Базовый тренинг провел Дамир Нигматянов, а культурные особенности осветил приглашенный китайский специалист. Обсуждались различия между нашими странами, специфические особенности поведения, отношение к бизнесу и партнерам. По отзывам участников, тренинг «Тактика кросс-культурных переговоров» был

очень важным, поскольку порядка 30% объема закупок наша компания осуществляет в Китае. И для проведения успешных переговоров с китайскими поставщиками необходимо понимать их традиции и жизненные установки. Подробнее об этом уникальном опыте вы можете узнать из статьи «Переговоры в Поднебесной, или В чужой монастырь со своим уставом не ходят» (с. 68). Это не первый опыт подобного обучения: в октябре прошлого года в Китае успешно прошли тренинги по корпоративной культуре UPECO и эффективному управлению временем. Они позволили лично пообщаться с нашими шанхайскими коллега-

ми, сплотить команду и улучшить взаимопонимание. На достигнутом останавливаться не стали и приняли решение познакомить китайских сотрудников с новой моделью компетенций UPECO, а также внедрить процедуру ПДР. Тренинги провела Алла Захарова, руководитель отдела корпоративного обучения. Еще одной важной особенностью проведенных мероприятий стало то, что они проводились для двуязычной аудитории с параллельным синхронным переводом. Это позволило сократить время на обучение, но при этом предоставить максимум информации и новаторских приемов для обеих сторон!



## ПОЗНАКОМИМСЯ ОНЛАЙН?



В начале 2014 года компания UPECO представила российскому рынку биоактиваторы Expel. Это абсолютно новая категория средств, позволяющая эффективно решать деликатные проблемы благодаря инновационным достижениям биотехнологий. Теперь узнать о них подробнее можно и на сайте бренда, где представлена информация об основных продуктах, принципах их действия и преимуществах. «Создание сайта — это важный этап в знакомстве потреби-

лей с новейшими достижениями современной науки в лице бренда Expel, — делится с нами Ирина Пшанцева, менеджер новых проектов. — В ближайшее время мы продолжим активную работу над функционалом, продвижением и, конечно, контентом. Особое внимание мы хотим уделить экспертному блоку, в котором профессионалы смогут дать ответы на все вопросы наших потребителей». Сайт бренда Expel находится по адресу: [www.expel-bio.ru](http://www.expel-bio.ru)



## ВКУСНАЯ ДРУЖБА С FORESTER

В апреле 2014 года бренд-группа Forester провела гриль-сессии в Новосибирске и Екатеринбурге. На эти традиционные мероприятия мы приглашаем наших партнеров, чтобы в дружеской атмосфере, наполненной теплом открытого огня, познакомиться поближе. На официальной части мы обсуждаем актуальные мировые и российские тренды гриль-индустрии, предлагаем эффективные решения управления соответствующими категориями, рассказываем

о новинках и изменениях в ассортименте Forester. А после этого наступает время настоящего гриль-турнира! Специально для наших гостей известный кулинар и блогер, один из ведущих ТВ-передачи «Фазенда» на Первом канале, автор кулинарных бестселлеров Влад Пискунов провел мастер-классы по приготовлению гриль-блюдов. Полученные знания и умения можно было применить сразу на месте — при этом каждая команда старалась не только повто-

рить, но и превзойти нашего учителя, например, добавив что-то в подачу и оформление блюда. Кулинарный азарт так захватил наших участников, что время пролетело незаметно, а весенний сезон был открыт весело, эмоционально и вкусно. Победители нашего турнира получили в подарок «Большую книгу гриль». Проигравших, впрочем, тоже не было: все участники унесли с собой отличное настроение, уникальный опыт и, смею надеяться, новые знакомства!

## УСПЕХ НОВИНОК **SALTON**

С успехом завершили осенний сезон 2013 года две удачно дополняющие друг друга новинки от Salton: «Антисоль» — очиститель разводов от соли и реагентов и губка для влажной очистки обуви. Запланированные показатели продаж были достигнуты, а очиститель «Антисоль» и вовсе продемонстрировал выдающиеся результаты, перевыполнив план в три раза (293%). Такой прорыв обусловлен тем, что это средство было разработано специально для российских условий для быстрого и эффективного удаления разводов от соли и реагентов с обуви. Независимо, из гладкой кожи она, замши, нубука или текстиля, достаточно распылить

«Антисоль» на поверхность, оставить на 2–3 минуты, а после протереть губкой для влажной очистки. И разводов как не бывало! Высокая эффективность очистителя «Антисоль» была подтверждена и независимыми исследованиями. В феврале 2014 года он принимал участие в программе «Контрольная закупка» г. Екатеринбурга в качестве внеконкурсного образца. Экспертная комиссия тщательно изучила его в лабораториях УрГЭУ-СИНХ, проверяя такие характеристики, как качество и безопасность очистки от солевых разводов на различных видах материала,

лов, удобство нанесения на обувь и экономичность расхода. И по всем этим параметрам очиститель «Антисоль» получил от экспертов самые высокие оценки.



## ВОСЕМЬ ЛЕТ ПОД ОДНИМ ЗОНТОМ



Восемь — это число материального процветания, надежности, изобилия, а также символ всеобщего успеха. И именно к этому успеху дружно стремится команда UPECO в Казахстане, набирая обороты на пути реализации поставленных перед собой целей и планов.

Уже на протяжении восьми лет сотрудники казахстанского представительства пробиваются сквозь тернии рынка, сталкиваясь с нестабильной экономической ситуацией и другими трудностями. И в столь символическую дату каждый участник был награжден памятными

подарками — зонтами с корпоративной символикой. Причем такой выбор был сделан не просто так: только двигаясь в одном направлении, бок о бок, команда сможет справиться с любыми невзгодами. Зонт в данном случае символизирует защиту и поддержку, ведь если твой зонт не может спасти от катаклизмов, то рядом всегда будут находиться коллеги, которые помогут.

Руслан Кутлин, заместитель руководителя представительства UPECO в Казахстане: «Мы постарались придать этой дате особое значение. Последний год был для нас переломным, но в настоящий момент мы не только поддерживаем былой темп развития, мы стараемся с каждым днем его увеличивать. Восемь лет — символ материального успеха и надежности. Уверен, что этот год будет проходить именно так: под знаком стабильного роста. Вместе с командой мы готовы к решению любых задач!»

## К ЗВЕЗДНОЙ КРАСОТЕ С **RACIONIKA**

Дарить радость и создавать праздничное настроение всегда приятно. Именно поэтому бренд-группа Racionika с удовольствием согласилась принять участие в необычной акции, организованной сетью А5. 7 марта 2014 года всех посетителей аптеки А5 на Арбате ждал настоящий сюрприз. Перешагнув через порог, они оказывались в удивительном мире celebrity. В окружении звезд шоу-бизнеса и спорта гости могли познакомиться с новейшими продуктами индустрии красоты и здоровья, получить подарки от известных фармацевтических брендов, насладиться фуршетом и, конечно

же, сфотографироваться с российскими знаменитостями. «Мы решили сделать комплимент присутствующим на празднике именитым гостям и вручили им подарочные корзины с полным ассортиментом продукции Racionika. Например, обладателями нашей продукции стали певица Таня Терешина, фигуристка Мария Бутырская и многие другие. Теперь и звезды могут попробовать продукты Racionika, отличающиеся эффективностью и отличным вкусом», — рассказала нам Ксения Найденская, бренд-менеджер отдела новых проектов направления «Здоровье».



## ПЕРВЫЙ НА ПЕРВОМ

Борьба с тараканами — серьезная проблема жителей даже самых современных городов. На рынке, конечно, представлено множество разных средств, но выбрать из них не только самое эффективное, но и безопасное — задача не из легких! И решить ее помогли Елена Малышева и команда специалистов в программе «Жить здорово!». Остроумные ведущие с радостью берутся за интересные эксперименты, поэтому протестировать в прямом эфире продукцию «Раптор» и другие средства борьбы с насекомыми не составило для них труда. В сюжете были рассмотрены различные способы борьбы с нежелательными соседями, включая химические, физические и элементарные — гигиенические. Приятный факт: вся химическая линейка была представлена продукцией ТМ «Раптор», логотип которой хоть и был скрыт, но легко узнаваемый дизайн сомнений не оставлял. Особенно впечатлило зрителей тестирование нашей новинки — аквафумигатора, который окутал всю площадку паровым облаком. Но пугаться не стоило, поскольку за процессом следила приглашенная на передачу Елена Чипиленко, продакт-менеджер ТМ «Раптор», которая заранее проконсультировала Елену Малышеву и ее команду о принципе работы и правильном использовании всех средств, а также внимательно наблюдала за всеми действиями ведущих. Появление продукции «Раптор» на Первом канале и озвученное мнение компетентных экспертов о ее эф-



фективности еще раз доказывают, что бренд прочно закрепил за собой репутацию флагмана революционных способов по борьбе с «незваными гостями» и лидера в сегменте инсектицидов.

За 15 лет существования на рынке марка уверенно сохраняет лидерство с долей рынка 28% (на основании данных Nielsen, Retail audit, Рынок инсектицидов, Россия, 24 города, май — август 2013 года).

# НОВИНКИ UPECO

К новому сезону наши весенне-летние бренды подошли во всеоружии. Читайте обзор наших новинок и убедитесь в этом сами!

## FORESTER РАСШИРЯЕТ КУЛИНАРНЫЕ ГРАНИЦЫ

18 новинок и шесть патентов — такими ударными темпами вступает в летний сезон 2014 года Forester, в очередной раз подтверждающий свою репутацию неумолимого изобретателя. Самой главной авторской разработкой, безусловно, является скворчер — уникальный гриль, объединяющий российскую и западную культуры приготовления блюд на огне. В линейке представлены три вариации: Prof, Base и Mobile (последние две запатентованы). Линейка посуды дополнилась чугунной решеткой-гриль для приготовления настоящих стейков, чугунной саж-сковородой для одновременного приготовления нескольких видов продуктов и блюд для большой компании, чугунным казаном с крышкой-сковородой, противнем-грилем с двумя гриль-зонами и двойными шампурами для удобного запекания курицы, ребрышек или овощей. А добавить удобства в процесс помогут наборы инструментов для барбекю и работы

с грилем. Завершают обзор новинок линейки Grill Space наборы для копчения мяса и рыбы с оригинальным купажом щепы и спелий в составе. Появившаяся в прошлом году линейка Green Space тоже набирает обороты. В ожидании вкусной трапезы на свежем воздухе или после нее так приятно расположиться на отдых. Например, в большом гамаке с подушкой и карманом для журналов или в регулируемом складном кресле с подставкой для ног. Любите уединение? Шезлонг со специальным капюшоном создаст вокруг вас личное пространство. А предпочитающим большие и шумные компании пригодятся термос 1,8 л и термосумка с увеличенным объемом (33 л), а также набор скатертей на восемь персон с уникальным орнаментом, разработанным в дизайн-студии Артемия Лебедева.

## SALTON: ЯРКАЯ ПАЛИТРА У ВАШИХ НОГ

Модные цвета этого сезона были подсмотрены дизайнерами у самой природы. Среди них — оттенки, отражающие естественную гармонию зеленого, глубину синего и теплоту оранжевого. Несомненно, уход за обувью таких цветов требует особый. Учитывая этот факт, торговая марка Salton Professional расширила свой ассортимент трендовыми новинками, которые обеспечат эффективный уход и восстановление цвета обуви. Так, палитра красок для замши, нубука и велюра дополни-

лась терракотовым, малахитовым, сливовым и темно-синим цветами. Экспериментируйте и подбирайте оттенки, которые подчеркнут ваш индивидуальный стиль!



## SALTON: ЛЕГКО БЫТЬ LADY-СОВЕРШЕНСТВО

Практически каждая представительница прекрасного пола сталкивалась с такой проблемой, как потертости на стельке. К сожалению, они могут появиться, даже если обувь носится аккуратно и нечасто. Конечно, внутренняя часть босоножек или туфель открывается не всем взором, но приятнее осознавать, что в тебе все совершенно: от прически до каблуков. Добавить в идеальный образ незаметный, но все меняющий штрих поможет стильная новинка от Salton Lady — декоративные стельки, которые надежно замаскируют все потертости и загрязнения. Оригинальный дизайн с тиснением «под кожу» не оставит равнодушной никого, а толщина всего в 1 мм позволит чувствовать себе на высоте в любой модельной обуви.



## «РАПТОР»: ПРОСТО, УДОБНО, ЭФФЕКТИВНО

Революционные инновации давно стали визитной карточкой бренда «Раптор». Сезон-2014 исключением не стал и ознаменовался появлением «Аквафумигатора Раптор» — системы мгновенной ликвидации всех<sup>2</sup> видов насекомых, уже ставшей бестселлером продаж во многих магазинах. Выбор потребителей вопросов не вызывает: новый продукт прост и удобен в использовании, не нуждается в электричестве, личном присутствии и контроле, а значит, сводит к минимуму контакт с вредными испарениями и химическими элементами составов. Лето — время сочных ягод и фруктов, но фруктовые мушки иногда добираются до них быстрее, чем вы. Избавиться от этих надоедливых созданий эффективно и абсолютно безопасно поможет новая клеевая ловушка «Раптор» с жидкостью-приманкой. Следуя на запах, мушки попадают на клейкую поверхность с внутренней стороны ловушки без возможности выбраться. Ощущение комфорта и чистоты на вашей любимой кухне обеспечено. А спокойный отдых на природе обеспечат стержни для защиты от комаров. Благодаря усиленной формуле они действуют быстрее спиралей и начинают защищать в радиусе до четырех метров уже

через 10–15 минут после поджигания. С такой эффективной защитой от «Раптор» комары больше не нарушат ваших планов.

## GARDEX: ГОТОВНОСТЬ № 1 К ПОКОРЕНИЮ НОВЫХ ВЕРШИН!

Прошлый год стал триумфальным для бренда Gardex, который не только завоевал огромную лояльность потребителей, но и стал безусловным лидером рынка с долей 32%. Достижению столь выдающихся результатов способствовали успех новинок в детском сегменте, высокая дистрибуция и активная рекламная поддержка. Но команда Gardex на лаврах почитать не стала, а с еще большим энтузиазмом начала подготовку к новому сезону и подошла к его началу во всеоружии! Линейка Extreme пополнилась сразу двумя средствами: аэрозолем «ОТ ВСЕХ<sup>2</sup> летающих кровососущих насекомых и клещей» и аэрозолем «От мошки и комаров». Аэрозоль «ОТ ВСЕХ» идеально подойдет для активного отдыха, когда требуется длительное действие репеллента в местах с повышенным скоплением различных насекомых. Эффективную защиту от комаров, мокрецов, москитов, мошек, слепней, блох, таежных и лесных клещей обеспечивает инновационная формула Unimax. К слову сказать, знакомство потребителей с этой новинкой уже началось: 12 мая стартовала



рекламная кампания в Московском регионе на телеканалах СТС, ТНТ, «Домашний» и «Россия 1». Что касается второго новшества, аэрозоля «От мошки и комаров», то здесь речь идет об улучшенной версии ранее представленного в линейке средства, чьи защитные свойства были усилены вани-

лином — натуральным репеллентом от мошки. В продолжение успешной детской темы был выпущен спрей от комаров с календулой и ромашкой для защиты детей двух лет и старше. Натуральные компоненты в его основе обеспечивают дополнительный уход за нежной кожей ребенка, а объема флакона 100 мл хватит на длительный срок. Развитию дистрибуции тоже было уделено значительное внимание. В фармацевтическом канале сбыта мы не только расширили список аптек, заключив новые контракты с компаниями «Самсон Фарма», «Столетов», «Старый лекарь», но и стали единственным поставщиком репеллентов для крупнейших сетей «Ригла» и «А5» на эксклюзивных условиях. Не прекращалась работа и с детскими ретейлерами. Ее результатом стала расширенная за счет регионов дистрибуция в Mother Care, появление серии Family в магазинах «Кораблик» и 50% полки в сети «Дети».

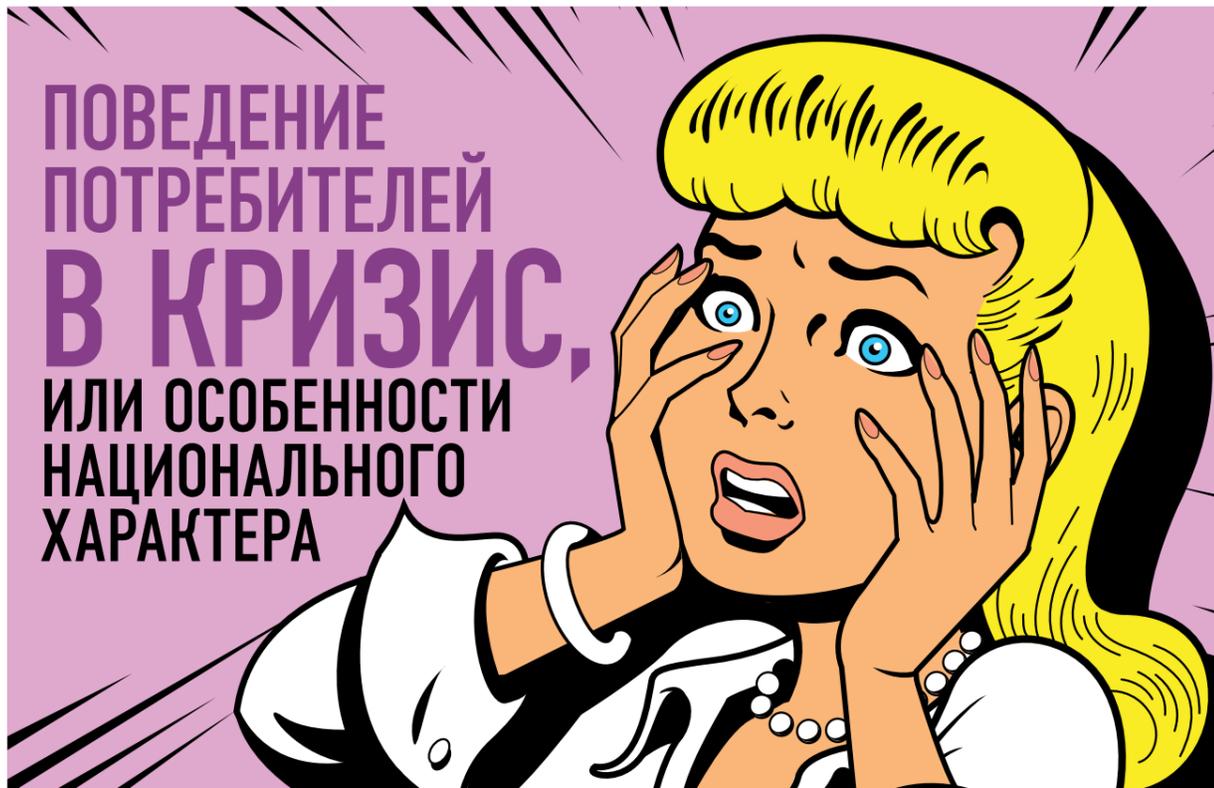


## EXPTEL KIDS: ЗАБОТА О САМОМ ДОРОГОМ

Свой вклад в защиту маленьких потребителей сделали и наши польские коллеги, разработавшие детскую линейку Expel Kids. В нее вошли не только высококачественные электрофумигаторы и репелленты, но и средство после укусов в упаковке roll-on. Все продукты прошли тщательную проверку в Институте детского здоровья, которая подтвердила, что они безопасны и могут применяться в присутствии детей (при условии выполнения требований безопасности, содержащихся на этикетке). Средства из линейки можно купить в главных международных сетях на польском рынке (Auchan, E.Leclerc, Real, Obi).

<sup>1</sup> По данным лабораторных испытаний, продукт эффективен против 20 видов насекомых, таких как тараканы, мухи, блохи, клопы, муравьи, осы, комары, пауки, москиты, мокрица, мошка, огневка, вошь платяная, точильщик мебельный, мукоед, кожеед, пищевая моль, платяная моль, жук точильщик, фруктовая мушка.

<sup>2</sup> По заключению НИИД, обеспечивает защиту от комаров, мокрецов, москитов, мошек, слепней, блох, таежных и лесных клещей.



Для россиян кризисы различного рода — явление традиционное. Только за последние 30 лет их было несколько: 1994, 1998, 2008-й, а кто-то уже спешит включить в этот список и 2014-й. Такая «стабильность» поспособствовала тому, что многие уже выработали иммунитет к тяжелым временам. Это подтверждают и многочисленные исследования<sup>1</sup>, изучающие особенности поведения людей в кризисы. О наиболее распространенных сценариях и пойдет речь в этой статье.

**БОЛЬШЕ РАБОТЫ, МЕНЬШЕ РАЗВЛЕЧЕНИЙ**

В «тощие годы» многие боятся потерять источники дохода и привычного образа жизни. Как следствие, люди больше времени проводят на работе и чаще ищут возможность дополнительного заработка. Опасаясь несоответствия заработной платы росту цен, большинство россиян начинают более предусмотрительно и рационально относиться к финансам, стараются их больше планировать, оптимизируют семейные бюджеты. «Под удар» в первую очередь попадают развлечения: кафе, рестораны, театры, кино, путешествия, аксессуары, новая одежда. При этом траты на домашнее хозяйство, включая потребление продуктов питания, остаются примерно на том же уровне. Не подлежат ограничению и стратегические статьи расходов — воспитание и образование детей, выплаты по долговым обязательствам.

**БОЛЬШЕ ТРАТЯТ НА:** *Выплаты кредитов Детей Образование*  
**МЕНЬШЕ ТРАТЯТ НА:** *Новую одежду и аксессуары Развлечения (кафе, отдых)*

<sup>1</sup> Текст основан на исследованиях: «Изменения в поведении и мотивации потребителей во время кризиса», которое проводилось компанией Profi Online Research в крупнейших российских городах в первом и третьем кварталах 2009 года; «Изменение потребительского поведения россиян в условиях кризиса», которое проводилось компанией ГФК минимум раз в год с 1998 по 2008 год; «Исследование о влиянии инфляции», которое проводилось компанией Nielsen в марте 2013 года.

**В ЗДОРОВОМ ТЕЛЕ — ЗДОРОВЫЙ ДУХ**

Значение человеческих отношений, домашнего уюта и здоровья особенно усиливается в кризис. Многие начинают искать защиту в тылу, больше уважают традиции и семейные ценности. И хотя люди вынуждены сокращать расходы на многие непродовольственные товары, это не затрагивает лекарства и медицинское обслуживание, средства гигиены. На здоровье — своем и своих близких — почти половина россиян не готовы экономить ни при каких обстоятельствах.

**ПРАЗДНИК К НАМ ПРИХОДИТ**

Интересный факт: праздники являются весомым поводом, чтобы купить дорогие алкогольные напитки, икру, сыр, кофе, сладости. Это делается с целью побаловать себя и поднять настроение близким.

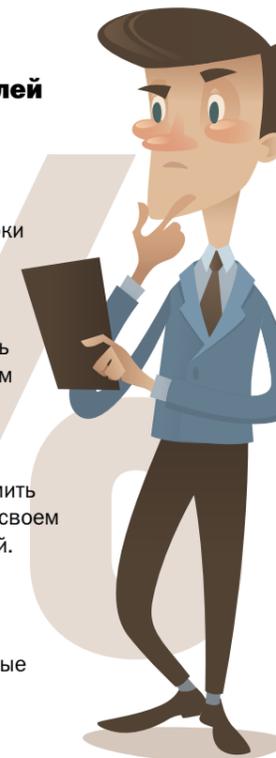
**ДЕРЖИМ МАРКУ**

Если среднестатистический советский человек знал пять-шесть зарубежных и наших брендов (Coca-Cola, Marlboro, Lewis, чай «со слоном», «Советское шампанское»), то сегодня это центральный элемент потребительского рынка и покупательского поведения. Неудивительно, что больше половины потребителей заявляют о сохранении приверженности к «своим» брендам даже в кризис. Они помогают сориентироваться в мире предлагаемой продукции, облегчают выбор, приносят людям эмоции и чувства, которых не хватает в реальности. Как следствие — на более дешевые марки готовы переключиться лишь четверть потребителей, а остальные ищут другие способы экономии.



**Поведение потребителей в кризис**

- 52** Будут искать магазины, где привычные марки стоят дешевле.
- 51** Сохраняют приверженность к своим брендам даже в кризис.
- 49** Не будут экономить на здоровье — своем и близких людей.
- 24** Готовы переключиться на более дешевые бренды.



**ВСЕ СРАЗУ И В ОДНОМ МЕСТЕ**

Как мы уже отметили, большая часть потребителей не приемлет такие способы экономии, как переход на более дешевые марки или отказ от покупки вообще. В кризис россияне предпочитают приобретать привычные товары, но ищут места, в которых они будут стоить дешевле. В плюсе оказываются гипермаркеты и дисконтные магазины. Их преимущества очевидны — возможность купить все в одном месте и по более низкой цене.

**+30% БЕСПЛАТНО**

Такие «продажные хитрости», как «два по цене одного», «подарок за покупку», «+30% бесплатно», пользуются популярностью у российских потребителей не только в кризис. Приобретение товаров «по акциям» позволяет сформировать ощущение финансовой выгоды здесь и сейчас, даже если она не так велика. При этом практика покупки товаров большими объемами, которая широко распространена практически во всех странах Западной Европы и США, у нас широкого признания не получила.

**ПОДВОДЯ ИТОГИ,** хочется отметить, что даже в трудные времена большинство потребителей стремится сохранить привычный образ жизни, так как отказ от сформированных стандартов потребления может стать весьма болезненным. Для производителей это означает, что в более выигрышном положении будут компании, создающие бренды-истории для людей, несущие нечто большее, чем просто набор характеристик, помогающие сделать жизнь комфортнее и дарящие яркие эмоции!

# MONKEY BUSINESS

Календарный бум. Продавец воздуха. А ну дыхни! Плохой Санта, неполиткорректный. Цифровой леденец и другие продукты. Самая знаменитая девственница XXI века

Источник:  
журнал CEO,  
январь — февраль,  
2014 г.,  
www.ceo.ru  
© ЗАО «Бизнеском»,  
2014 г.



## ГЛАМУР ДЛЯ КУР

В качестве корпоративного сувенира в предновогодние дни компании заказывают брендированные календари для рассылки клиентам и партнерам. Британский поставщик куриных яиц *Harry Egg Company* выпустил глянцевый календарь под названием *Nice Pecks*, для которого в качестве фотомоделей позировали отборные петухи разных пород в образах культовых киногероев: персонажа Джона Траволты из «Лихорадки субботнего вечера», Джеймса Бонда, Бэтмена. Съемку выполнил известный фотограф Дэн Кеннеди, работавший



**ЧТО ДАЛЬШЕ**  
Анджелине Джоли и Мадонне сняться в имиджах самых яйценосных кур. Джеймсу Бонду и Бэтмену впредь не петушиться.

со многими звездами, в том числе с Анджелиной Джоли и Мадонной. Календари украсят стены многочисленных курятников компании. «Этот проект возник из желания порадовать наших курочек, создать для них приятную атмосферу», — объясняет директор по маркетингу *Harry Egg Company*.

## СВЕЖИЕ ВЕЯНИЯ

22-летний студент из города Монтьок на юго-западе Франции зарегистрировал стартап и на средства, собранные краудфандингом, открыл сайт, предлагающий «стопроцентный биопродукт» — воздух в банках *Air de Montcuq*. «Глоток свежего воздуха освежит вас и ваши идеи в городской толчее, — говорит автор проекта. — Очень способствует повышению креативности». Банка объемом 250 мл стоит €7, примерно в такую же сумму обойдется доставка. Уже оформлено свыше тысячи заказов.

**ЧТО ДАЛЬШЕ**  
Расширяться за счет ароматизированного и слабоалкогольного воздуха. Поставлять в цистернах и танкерах. Евросоюзу ввести квоты на воздух и штрафовать за перепроизводство.



Фото: Shutterstock, архивы прессы-служб

# MONKEY BUSINESS



**ЧТО ДАЛЬШЕ**  
На выходе тоже предлагать посетителям «дыхнуть в трубочку». Если слишком трезвый, на улицу не выпускать — отправлять обратно и доводить до нужной кондиции.

## ПЬЯНСТВУ — БОЙ

Три десятка баров и ночных клубов английского города Норвич приняли участие в месячной акции «Перебрал лишнего? Дыши глубже!». Каждому посетителю бара или ночного клуба на входе предлагается «дыхнуть в трубочку». По результатам теста принимается решение о том, пускать посетителя или нет. Акция проводится по инициативе местной полиции. «Это поможет лучше оценить степень нетрезвости гостя и не пускать слишком пьяных», — говорит представитель полиции.

## РУКИ-ТО НЕ РАСПУСКАЙ!

Во время пред рождественских распродаж в американском шопинг-центре в штате Массачусетс актриса, изображавшая одного из эльфов из свиты Санта-Клауса, обвинила актера, играющего самого Санту, в сексуальных домогательствах. По словам пострадавшей, подавшей официальное заявление в полицию, Санта шлепнул ее по мягкому месту. Подозреваемый это отрицает. С места его постоянной работы сообщили, что раньше он ни в чем подобном замечен не был. Суд состоится в сочельник.



**ЧТО ДАЛЬШЕ**  
Взять с Санты подписку о невыезде с Северного полюса. ЛГБТ-эльфам обвинить руководство в гомофобии. Создать комиссию ООН и выбрать нового Санту — чернокожего геямусульманина.

## ЛИЗНИ АЙПАД

Сотрудники сингапурского университета разработали интерфейс *Digital Taste*, способный передавать вкус. Человек прикладывает язык к монитору, и программа посредством микроколебаний силы тока и напряжения формирует такое воздействие на рецепторы, что возникает ощущение сладкого, соленого, кислого или горького. Сейчас команда работает над программой *Digital Lollipop* («Цифровой леденец»). Разработку планируется предложить производителям компьютерных игр.



**ЧТО ДАЛЬШЕ**  
Ланч проводить в офисах прямо на рабочих местах посредством тачскрина. Блюда заказывать по Интернету. На переговорах подавать цифровой кофе.



## ЗАСИДЕЛАСЬ В ДЕВКАХ

21-летняя бразильянка **Катарина Мильборини**, продавшая год назад свою девственность на аукционе в рамках австралийского реалити-шоу за \$780 тысяч (журнал *CEO* об этом сообщал), снова выставила тот же товар на торги. На сайте, объявляющем ее «самой знаменитой девственницей XXI века», сообщается, что предыдущая сделка расторгнута. «Я по-прежнему невинна и жду ваших предложений», — говорит девушка. На этот раз она рассчитывает на цену в \$1 млн. Напомним, что в предыдущих торгах участвовал и наш соотечественник, 23-летний Алексей Степанов, но его девственность оценили лишь в \$3 тысячи.

**ЧТО ДАЛЬШЕ**  
Застраховать самую знаменитую девственность XXI века на \$100 млн. Торговать ею вплоть до XXII века. Потом объявить дешевую распродажу.

# Татьяна Семенова

Руководитель  
отдела  
поддержки  
маркетинга

## МИР ТАКОВ, КАКИМ ТЫ ЕГО ВИДИШЬ!

Татьяна Семенова пришла в компанию на заре своей профессиональной жизни и вот уже 15 лет растет и развивается вместе с UPECO. За это время она успела проявить себя в самых разнообразных качествах и направлениях, поработать в России и на Украине, стать руководителем отдела поддержки маркетинга, выйти замуж и родить ребенка. Неизменным оставалось лишь одно: Татьяна никогда не боялась стремительно осваивать новые знания и территории, а все повороты на профессиональном и жизненном пути воспринимала как возможности для нескончаемого движения вперед.

**UnL:** Татьяна, расскажи, где и как прошло твое детство?

**Т. С.:** Я родилась и выросла в Сибири в обычной советской семье: мама была учительницей, а папа — инженером-энергетиком. В разгар промышленного бума они переехали с Урала в небольшой городок Железногорск-Илимский и остались там на долгие годы. На свет я появилась «по заказу» моего брата, и имя придумал тоже он. Его вклад в меня этим не ограничился: он научил меня, например, играть в шашки, читать. Помню, как в пять

лет воспитатели сажали меня перед детками, и я им читала вслух сказки. В детстве, конечно, не открывается вся мудрость, которая в них содержится. Только позже понимаешь, что сказки можно перечитывать всю жизнь и каждый раз находить в них разный, но неизменно глубокий смысл. Точно так же с каждым новым прочтением раскрываются Достоевский, Толстой, Булгаков...

**UnL:** Кем ты хотела быть в детстве?  
**Т. С.:** Сначала я мечтала стать фармацевтом: хотела изобрести



Детские годы



лекарство от всех болезней. Но когда в школе начались химия и биология, я быстро поняла, что мне эти предметы не интересны. На смену пришло желание стать учителем. Связано оно было с тем, что моя мама и тетя преподавали в начальных классах, и я видела, с какой любовью и вдохновением они отдавались своему делу, как радовались достигнутым результатам и успехам своих учеников. Я часто становилась свидетелем профессиональных семейных «педсоветов» и с детства могла наблюдать закулисы этой профессии. А поскольку я семь лет проучилась в музыкальной школе, эти два фактора трансформировались в осознанное намерение стать преподавателем музыки. И после окончания школы я продолжила образование в этом направлении.

**UnL:** Чем запомнились студенческие годы?

**Т. С.:** Я уехала учиться в соседний город Братск, где и началась моя самостоятельная жизнь. Это был период, проведенный в окружении талантливых людей, наполненный музыкой, очень творческий и вдохновляющий. До сих пор вспоминаю его с большой теплотой и нисколько не жалею о столь длительном вкладе в развитие своих творческих навыков. Музыка воздействует на самые выразительные струны нашей души, обогащает духовно и интеллектуально, учит не только слушать, но и слышать, не только смотреть, но и видеть. Моими любимыми композиторами были и остаются Бетховен, Шопен и Рахманинов. Восхищаюсь невероятным талантом этих людей с непростыми судьбами, но подаривших миру столь великие творения, которые можно слушать бесконечно... Но сразу после окончания обучения в моей жизни начался новый этап: я переехала в Москву, где к тому времени получил образование и обосновался мой брат. На первых порах он оказал мне огромное содействие и поддержку, и я поступила на юридический факультет.

**UnL:** Какой неожиданный переход: от музыки к юриспруденции... Чем он был обусловлен?

**Т. С.:** Я осознавала, что преподавать не буду, уже на последних курсах. Реалии 90-х годов выявили сложности реализации в моей профессии. Все вокруг стремительно менялось, а мое образование было явно специфическим и недостаточным для реализации в бизнес-профессиях. Юридический факультет я выбрала, поскольку решила, что правоведение позволит мне объективнее ориентироваться в реальной действительности и всегда пригодится в жизни. Но все-таки такой переход неожиданным я не считаю. Я убеждена, занимаясь музыкой, человек развивает и тренирует логическое мышление, математические способности. И все эти навыки помогли мне в учебе и помогают до сих пор в моей работе, в которой гармонично сочетаются творческие и аналитические аспекты. Я до сих пор остаюсь сторонницей мнения, что есть неразрывная связь между музыкой и математикой. Еще Пифагор создал школу мудрости с этими двумя искусствами в основе. Он был убежден, что математика с гармонией чисел и музыка с гармонией звуков

дополняют друг друга, упорядочивают хаотичность мышления. Моими любимыми музыкальными предметами были сольфеджио и оркестровка (разложение материала на партитуру для оркестра), на которых изучались определенные законы построения музыкального произведения, зависимости, пропорции, а по сути — формулы и алгоритмы.

« В МОЕЙ РАБОТЕ ГАРМОНИЧНО СОЧЕТАЮТСЯ ТВОРЧЕСКИЕ И АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ »

**UnL:** С чего начался твой профессиональный путь?

**Т. С.:** Сейчас даже смешно вспомнить! Я была лицом, вернее, голосом пейджинговой компании: рассказывала, где можно приобрести пейджеры, как ими пользоваться, сглаживала конфликтные ситуации. За год я получила бесценный опыт: умение общаться с совершенно раз-

ными людьми, с различными потребностями, настроениями и эмоциями. Гибкий график позволял эффективно совмещать работу и учебу, но нужно было двигаться дальше. Так я пришла на собеседование в нашу компанию...

**UnL:** И каким было первое знакомство с компанией?

**Т. С.:** До сих пор вспоминаю его с легким трепетом. Все тестирования и три этапа собеседования прошли в один день. Я ушла выжатая как лимон, но с глубокой заинтересованностью и желанием работать именно в этой компании. Мне понравилось все: как меня встретили, какие вопросы задавали, что рассказывали. Я уже тогда почувствовала, как мне близка по духу компания. Поэтому я долго не думала, когда мне перезвонили через два дня с положительным ответом.

**UnL:** А на какую позицию тебя пригласили?

**Т. С.:** Я пришла работать секретарем, но уже через пару месяцев мне предложили перейти в финансовый



# Татьяна Семенова

**Возраст:** 37 лет

**Место рождения:** Железногорск-Илимский

**Знак Зодиака:** Лев

**Профессия:** преподаватель музыки, юрист

**Стиль одежды:** комфортный

**Любимая книга:** П. Козьмо «Алхимик»

**Любимая музыка (направление в музыке):**

в зависимости от настроения

**Любимый герой кино/книги:** Форрест Гамп

**Мужчина твоей мечты:** мой муж!

**Цитата:** «Относись к людям так, как хочешь, чтобы относились к тебе»

**Особые приметы:** никогда не унываю



отдел. Связано это было, видимо, с тем, что я не просто выполняла свои прямые обязанности, а всячески проявляла инициативу и здоровое любопытство, пыталась максимально внедряться во все процессы. С коллегами из финансового отдела, которые находились в соседнем кабинете, я общалась особенно активно и старалась оказать им всяческую посильную помощь. Незамеченным это не осталось.

**UnL:** Как долго ты проработала в финансах?

**Т. С.:** Около полутора лет, а потом перешла в новый аналитический отдел при управляющей компании. Я занималась расчетами рентабельности и прибыльности в разрезе брендов, анализом ассортимента, прогнозированием, сбором первичной маркетинговой информации. Работа с цифрами мне нравилась всегда, и чувствовала я себя на этом поприще вполне комфортно.

**UnL:** Откуда появлялось вдохновение для решения поставленных задач?

**Т. С.:** Для себя я нахожу такое объяснение: я относилась к этому бизнесу как к своему и задавала себе такие вопросы, как если бы сама была его владельцем. Отсюда и шла вся аналитическая мысль: в каких разрезах лучше смотреть, какие данные искать, как их правильно интерпретировать. Очень мотивировало и то, что в компании не было жестких правил, а руководство всегда поддерживало инициативы сотрудников.

**UnL:** Например, твое желание поехать на Украину?

**Т. С.:** Да! Когда я узнала, что есть планы о создании представительства на Украине под руководством Татьяны Мамеевой, то вызвалась поехать в Киев вместе с ней. Мы наивно полагали, что очень скоро вернемся обратно с успехом.

Но понимание, что командировка затянется, пришло почти сразу, уже при первом погружении в детали. Забегая вперед, скажу, что я проработала в Киеве полтора года, а Татьяна осталась на шесть лет. За это время она создала успешно развивающееся представительство, сформировала крепкую команду профессионалов, устойчивых к любым внешним обстоятельствам, большинство из которых работают в компании и сейчас.

**UnL:** Каким был этот период для тебя?

**Т. С.:** Время пролетело незаметно. Пришлось стремительно осваивать знания в продажах, маркетинге, управлении. Мы ориентировались исключительно на положительный результат и были уверены, что справимся. По-другому быть не могло: это было наше общее дело, и каждый из нас вкладывал в него часть своей души. Конечно, спектр дел был довольно широким, приходилось решать множество абсолютно разноплановых вопросов — от поиска помещения под офис до поиска и построения отношений с дистрибуторами. Но такой режим позволил приобрести серьезный жизненный и профессиональный опыт за относительно короткое время.

**UnL:** Почему ты решила вернуться в Москву?

**Т. С.:** Оставаться надолго в Киеве я не планировала изначально, но все закрутилось, и уехать в означенные сроки мне не позволили моральные обязательства перед собой, командой и компанией. Спустя полтора года я почувствовала, что свои первоначальные задачи здесь выполнила, и решила возвращаться. Как раз в это время директор по маркетингу Влад Хитров предложил мне попробовать себя на позиции продакт-менеджера «Раптор». И я согласилась не раздумывая.

**UnL:** Приобретенный опыт как-то помог в работе продакт-менеджера?

**Т. С.:** Безусловно, работа в Киеве дала мне большое понимание специфики деятельности разных

функций изнутри, и все это нашло прямое применение в моем новом функционале, позволяя выстраивать общение «на одном языке» с коллегами из отдела логистики, продаж, финансов. А контактировать с ними приходилось довольно много.

« **ДЛЯ МЕНЯ ВЫСШАЯ ОЦЕНКА МОЕЙ РАБОТЫ ОЗНАЧАЕТ ПОТОЛОК. А ЕГО НЕ БЫВАЕТ, ЕСЛИ ТЫ ХОЧЕШЬ ДАЛЬШЕ РАЗВИВАТЬСЯ И РАСТИ** »

**UnL:** Как развивалась твоя карьера дальше?

**Т. С.:** Компания очень активно работала в направлении создания новых брендов. Например, появился Deliss, который тоже перешел в мою зону ответственности. Так я стала старшим продакт-менеджером. Работа с двумя брендами позволила мне увидеть, что многие операции или расчеты схожи, а это означало, что их можно стандартизировать. Тем временем компания росла и развивалась, что само по себе требовало построения упорядочивания многих процессов, чем я и занялась. За несколько лет департамент маркетинга, компания, да и мы сами вышли на совершенно иной уровень, фактически совершенствовались вместе.

**UnL:** Не мешала ли такая активная профессиональная деятельность личной жизни?

**Т. С.:** В 2010 году был создан отдел поддержки маркетинга, и я стала его руководителем. И в это же время развивались отношения с моим будущим мужем, которому необходимо было уехать в годовую командировку на Сахалин. Передо мной возникла серьезная дилемма: личная жизнь или работа. Терять эти отношения я не хотела, и свой нелегкий выбор я сделала в пользу близкого мне человека. Но произошло чудо, и стал возможен совершенно фантастический для меня сценарий. Руководство компании в лице Влада Хитрова предложило

мне в течение этого года чередовать работу в офисе и на удаленном доступе, на Сахалине. Специфика моей деятельности это позволяла, а коллеги очень меня поддержали и оказывали всяческое содействие. Параллельно с этим я несколько раз ездила на Сахалин, после окончания командировки мы поженились и затем обвенчались, поскольку считаем это очень важным и ценным для построения семьи, а в 2012 году у нас родился сын Артем.

**UnL:** А на семью хватает времени?

**Т. С.:** С появлением ребенка времени в сутках внезапно стало очень мало. Но я очень изменилась внутренне: ускорились мой темп и ритм. Сейчас у меня нет возможности посидеть спокойно на работе вечером, когда все уйдут. Мне надо, и я хочу идти к ребенку. Соответственно, я стала быстрее отвечать на письма, перестала откладывать мелкие дела на потом. Без преувеличения могу сказать, что мой темп в работе стал таким, как никогда. Понимание того, что завтра времени больше не станет, обязывает также быстрее принимать решения. На хобби или увлечения времени практически не остается, сейчас все наше время и внимание посвящено ребенку. Мы с мужем очень любим путешествовать и уже с пяти месяцев приобщаем к этому сына. Все организационные вопросы, связанные с этими путешествиями, мы обычно решаем самостоятельно. Это дает нам больше свободы в поездке, возможность быстро изменить планы, больше узнавать о стране и ее культуре.

**UnL:** Давай поговорим про отдел поддержки маркетинга, он же наверняка изменился за четыре года.

**Т. С.:** Отдел начинался с меня одной, а на сегодняшний день команда состоит из четырех специалистов, энергичных, инициативных, со свежим взглядом, работать с которыми большое удовольствие! Каждый является профессионалом в своей отрасли: Лена Балашова и Женя Лучина закрывают все потребности по исследованиям и аналитике, Тамара Кузнецова отвечает за рекламу и продвижение брендов. Есть у нас



Самый счастливый день — 19 февраля, 2011 год

и стартовая позиция на вырост — ассистент отдела, сейчас ее занимает наша звездочка Анаит Анташян, у которой, я уверена, большие перспективы в компании. В свободное плавание по волнам UPECO уже выпустились Ксюша Найденская, теперь уже бренд-менеджер нового проекта «Здоровье», и Ксюша Кирилец, младший бренд-менеджер TM Salton.

**UnL:** Не жалко отпускать взрощенные кадры?

**Т. С.:** Конечно, нет. Внутренне я очень рада и всегда поддерживаю движение вперед. Конечно, мне как руководителю комфортнее работать с проверенными и опытными людьми. Но я прекрасно понимаю, что на некоторых позициях держать людей годами просто невозможно. И уже на стадии собеседования я стараюсь рассказывать про возможности для роста и развития.

**UnL:** Раз уж мы заговорили о собеседованиях, что бы ты еще сказала

новому сотруднику UPECO в качестве напутствия?

**Т. С.:** Ты пришел в компанию, которая предоставляет массу возможностей для накопления и применения бесценного профессионального опыта, в атмосфере взаимоуважения и дружелюбия. Есть весомый повод для гордости — работать в маркетингоориентированной компании, создающей интеллектуальную стоимость и воплощающей свои инновационные идеи в успешно продаваемые и востребованные продукты. Работа в стабильной развивающейся компании укрепляет уверенность в себе, своих силах, возможностях, и ты, как мне кажется, даже мыслишь по-другому начинаешь, меняется твое мироощущение в целом.

**UnL:** Тебе самой все удастся в работе?

**Т. С.:** Говорить так было бы неправильно. Это означает, что не видишь дальше путей развития, а пределов совершенству, как известно, не бывает. Конечно, я могу где-то бы-

стрее и легче принимать решения, передавать свой опыт, вовлекать новых людей, поскольку знаю, как устроено все изнутри. Но для меня высшая оценка моей работы означает потолок. А его не бывает, если ты хочешь дальше развиваться и дальше расти. И я прекрасно понимаю, что внешняя среда выдвигает все новые и новые условия и требования компании, а значит, и всем, кто в ней работает.

**UnL:** А есть ли желание что-то поменять?

**Т. С.:** Пока нет! Мой функционал существенно расширился с ростом отдела, и это накладывает на меня определенные обязательства. Для совершенствования управленческих и личностных навыков тоже широкое поле деятельности. В отношениях с подчиненными я стараюсь придерживаться принципов партнерства и доверия. При этом я всегда готова к решению задач, где требуется более глубокое мое внедрение и погружение. Считаю, что мне самой очень

повезло с руководителем, Валерией Филипповой, с которой мы работаем вместе на протяжении уже практически десяти лет, и я очень признательна ей за поддержку и веру в меня. Для меня принципиально важно уважать своего руководителя как человека и как профессионала. Я не перестаю у нее учиться, это человек, неустанно вдохновляющий на движение вперед, задающий высокие планки и требования. За это время департамент маркетинга, на мой взгляд, сделал огромный шаг вперед в своем развитии и реальных достижениях.

**UnL:** Считаешь ли ты себя успешным человеком?

**Т. С.:** Пожалуй, да! Сейчас я пребываю в абсолютно гармоничном состоянии: мне удается реализовываться в работе и в семье, как жене, как матери, как дочери. А самое главное, что мои родные и близкие всегда меня поддерживают и помогают, за что я им очень благодарна.

**UnL:** Кем видишь себя через пять лет?

**Т. С.:** Я совершенно точно вижу свое будущее в UPECO. Для меня это уже значительная часть жизни, а не просто место, куда я хожу на работу. Мой путь здесь выстраивался очень логично и всегда в соответствии с моими желаниями и намерениями, в гармонии с собой. Здесь всегда есть куда расти. И мои планы на ближайшие пять лет связаны со стабилизацией моего профессионального и управленческого опыта.

« С РОЖДЕНИЕМ РЕБЕНКА МОЙ ТЕМП В РАБОТЕ СТАЛ ТАКИМ, КАК НИКОГДА »

**UnL:** Наверняка у тебя есть какой-нибудь девиз по жизни, который позволяет всегда поддерживать такой внутренний драйв?

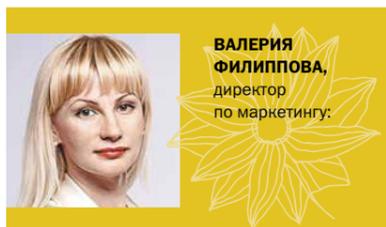
**Т. С.:** Мир такой, каким ты его видишь! Мы сами программиру-

ем себя на все хорошее и плохое, а мироздание лишь оправдывает наши ожидания! Человек предполагает, что он видит мир таким, каким он является фактически, и думает, что он объективен. Но это не так. Мы видим мир не таким, каков он, а таким, каковы мы сами. Когда у нас хорошее настроение, когда мы счастливы, влюблены и наполнены свершениями, весь мир сияет яркими красками, вырастают крылья и хочется наслаждаться жизнью и двигаться вперед. Поэтому мечтай и действуй, а Вселенная подстроится! Верю, что мы едины с мирозданием, что в мире точно есть то, что мы можем контролировать и менять по нашему желанию, — это наши мысли. Главное, чтобы были здоровы близкие, а остальное, я уверена, решаемо и зависит только от нас!



Отдых на Турецком побережье июнь, 2013 год





**ВАЛЕРИЯ ФИЛИПОВА,**  
директор  
по маркетингу:

— С Татьяной мы работаем вместе почти десять лет. И это был долгий путь, который мы прошли от работы в бренд-группе «Раптор» до управления процессами всего департамента маркетинга. Надо ли говорить, что мы понимаем друг друга с полуслова, и Таня — человек, на которого я могу положиться в любой ситуации. В Татьяне поразительным образом сочетаются профессионализм и невероятная ответственность за результат, вовлеченность и удивительное трудолюбие, открытость и внимательное отношение к коллегам. А еще Таня для меня образец искренности, порядочности и доброты, что и формирует как в наших отношениях, так и в отношениях Тани с коллегами особый уровень доверия и уважения.



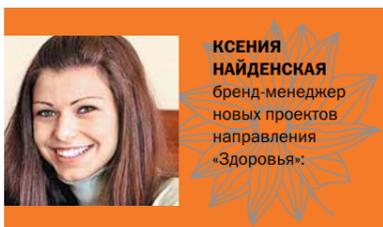
**ЛАРИСА МЕДЫНСКАЯ,**  
финансовый  
директор  
представительства  
UPESCO на Украине:

— Сказать в двух словах о Тане не получится, — настолько она многогранный человек. Татьяна обладает необыкновенным чувством такта, деликатности и толерантности. Всему этому я учусь у нее с первого дня знакомства. А состоялось оно в 2002 году, когда эта юная девушка приехала в командировку на два месяца и осталась на... полтора года в Киеве! В ней удивительно сочетается, казалось бы, несочетаемое: нежность и обостренное чувство справедливости, мудрость и беззаботное ребячество, спокойствие и безудержное веселье. Мне кажется, что Тане подвластно очень многое: и умение построить карьеру, и создать прекрасную семью, и воспитывать замечательного сынишку, и, самое главное, любить людей, которые ее окружают.



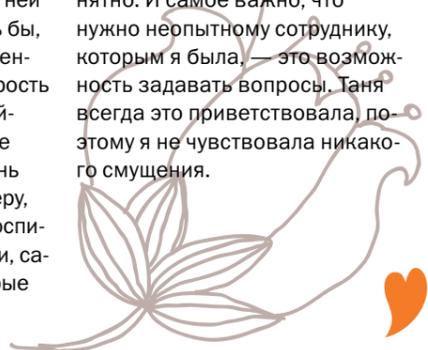
**ТАМАРА КУЗНЕЦОВА,**  
специалист  
по рекламе:

— Надежная скала, которая всегда стоит за плечами, готовая поддержать в сложную минуту? Проводник, всегда появляющийся тогда, когда того требуют обстоятельства, и не мешающий, когда ты знаешь свою дорогу? Вдохновитель, мотивирующий, направляющий и открывающий новые горизонты? Начальник, который наделяет тебя необходимым уровнем доверия, при этом готовый разделить с тобой ответственность? Идеальные руководители бывают, и Татьяна Семенова — одна из них.



**КСЕНИЯ НАЙДЕНСКАЯ**  
бренд-менеджер  
новых проектов  
направления  
«Здоровья»:

— Таня была моим первым руководителем (до этого были только стажировки), и я до сих пор благодарна ей за наставничество, которое позволило мне пойти дальше. Не помню ни одного случая, когда задача с ее стороны была поставлена некорректно или непонятно. И самое важно, что нужно неопытному сотруднику, которым я была, — это возможность задавать вопросы. Таня всегда это приветствовала, поэтому я не чувствовала никакого смущения.



« Я УБЕЖДЕНА, ЗАНИМАЯСЬ МУЗЫКОЙ, ЧЕЛОВЕК РАЗВИВАЕТ И ТРЕНИРУЕТ ЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ, МАТЕМАТИЧЕСКИЕ СПОСОБНОСТИ. И ВСЕ ЭТИ НАВЫКИ ПОМОГАЛИ МНЕ В УЧЕБЕ И ПОМОГАЮТ ДО СИХ ПОР В МОЕЙ РАБОТЕ, В КОТОРОЙ ГАРМОНИЧНО СОЧЕТАЮТСЯ ТВОРЧЕСКИЕ И АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ. Я ДО СИХ ПОР ОСТАЮСЬ СТОРОННИЦЕЙ МНЕНИЯ, ЧТО ЕСТЬ НЕРАЗРЫВНАЯ СВЯЗЬ МЕЖДУ МУЗЫКОЙ И МАТЕМАТИКОЙ. ЕЩЕ ПИФАГОР СОЗДАЛ ШКОЛУ МУДРОСТИ С ЭТИМИ ДВУМА ИСКУССТВАМИ В ОСНОВЕ. ОН БЫЛ УБЕЖДЕН, ЧТО МАТЕМАТИКА С ГАРМОНИЕЙ ЧИСЕЛ И МУЗЫКА С ГАРМОНИЕЙ ЗВУКОВ ДОПОЛНЯЮТ ДРУГ ДРУГА, УПОРЯДОЧИВАЮТ ХАОТИЧНОСТЬ МЫШЛЕНИЯ »



# ДВОЙНАЯ ФОРМУЛА УСПЕХА



**Naturin®**



Текст:  
**ТАТЬЯНА  
СУРИКОВА,**  
менеджер проекта  
TM Gardex Naturin



По данным исследований, около 35% потребителей ценят натуральные компоненты в составе. Нашим ответом на этот набирающий обороты тренд стала новая репеллентная линейка Gardex Naturin с традиционно эффективной защитой, но революционным содержанием. Об уникальной формуле два в одном, лежащей в его основе, а также других внутренних секретах нам рассказала менеджер проекта Татьяна Сурикова.



**UnL:** Что послужило основанием для создания новой репеллентной линейки?

**Т. С.:** Наши многолетние наблюдения за потребительским поведением свидетельствуют о явном росте интереса к продуктам, в состав которых входят натуральные компоненты. Рынок репеллентов с этой точки зрения практически не развит. На нем, конечно, представлены натуральные средства (на основе масла цитронеллы, эвкалипта, гвоздики), но они обладают слабыми защитными свойствами и зачастую специфическим запахом. Очевидно, что потребители нуждались в более инновационном и эффективном решении, которое оказались готовы предложить мы!



**UnL:** В чем уникальность решения, которое легло в основу Gardex Naturin?

**Т. С.:** В каждый продукт помимо активного компонента добавлен микс из двух эфирных масел: лимонника и эвкалипта, вербены и лаванды, можжевельника и герани, ромашки и пижмы. Эти растения обладают природными защитными свойствами. Эфирные масла компенсируют пониженное содержание действующего химического вещества, а потребитель получает безопасное, но при этом эффективно действующее средство. Эта концепция два в одном нашла свое отражение и в оформлении: привлекательный «зеленый» дизайн, изображение натуральных репеллентов на упаковке, информация о спектре и времени защиты, логотип Gardex.

**UnL:** Раз уж мы заговорили об оформлении: как вы пришли к такому красочному и яркому решению?

**Т. С.:** Перед нами стояла сложная задача: дизайн должен был обладать ярко выраженной идеей натуральности, но при этом не отвлекать от основного предназначения продукта — эффективной защиты. Решение мы сразу стали искать в области косметической, не относящейся к бытовой химии, но пришло оно не сразу. Достаточно взглянуть на первые варианты, чтобы понять, какой долгий путь мы проделали. Итогом нашей совместной с дизайнерами работы стали пять вариантов-финалистов, которые мы и отдали на суд потребителям.

**UnL:** По каким критериям осуществлялся решающий отбор?

**Т. С.:** Для нас было важно получить оценку не только визуальных характеристик дизайна (внешний вид, намерение купить, оригинальность, соответствие категории), но и оценить его привлекательность в конкурентном окружении, поэтому в исследовании приняли участие пользователи разных репеллентных брендов (соотношение высчитывалось, исходя из их доли на рынке). Результат вам уже известен. От себя добавлю, что выбранный в итоге

## Из истории вопроса



Нашим предкам надоедливые насекомые тоже покоя не давали. А ведь никаких специальных защитных средств тогда не было. Для отпугивания насекомых долгое время пользовались дымом костров или покрывали открытые участки кожи смесью охры с жиром, которая оказывала успокаивающий эффект, защищала от мороза и солнца, заживляла и питала кожу. Но уже древние египтяне заметили, что запах некоторых растений насекомым неприятен, и на смену экзотическим способам пришли репелленты растительного происхождения, например, можжевельник, эвкалипт, лаванда. Для равномерного распространения аромата по всему помещению использовались специальные курительницы и лампы.





вариант помимо ярко выраженной идеи натуральности пришелся очень по душе потребителям конкурентных брендов.

**UnL:** После утверждения дизайна вы смогли приступить к производству?

**Т. С.:** Да, весь процесс мы контролировали лично. Например, сразу после Нового года я ездила на производство туб в Беларуси, где мы целый день печатали каждый дизайн, подгоняли и выбирали нужный цвет. Вместе с Вадимом Утенковым, специалистом по упаковке, посетили аэрозольное производство, чтобы убедиться в правильности работы по нанесению круговой этикетки и скорректировать его параметры. И наконец, мы были готовы выйти на рынок.

**UnL:** Сколько же времени ушло на весь процесс и как много человек приняли в нем участие?

**Т. С.:** Gardex Naturin создавался в очень сжатые сроки — на все про

все ушло около полугода. В процессе помимо бренд-группы и отдела R&D участвовали сотрудники департамента управления цепями поставок, департамента продаж, дизайнеры и производители из разных стран. Итогом нашей совместной слаженной работы стал результат, которым мы по праву можем гордиться!

**UnL:** Новая идея, революционное содержание, необычный дизайн... Может быть, вы подготовили еще какие-то сюрпризы?

**Т. С.:** Да, в линейке Naturin появился продукт, который ранее в ассортименте Gardex представлен не был. Речь идет о креме, третьем по востребованности формате после аэрозоля и спрея. Таким образом, всего пятью средствами мы можем удовлетворить самые популярные потребительские запросы.

**UnL:** И все же остается вопрос: почему линейка вышла на рынок в качестве саббренда Gardex?

**Т. С.:** Это будет дополнительным гарантом высокого качества и фундаментом доверия к новому продукту не только для потребителей, но и для наших прямых клиентов, которые тоже опасаются брать в реализацию неизвестные марки. На старте продаж есть риск, что к ним отнесутся настороженно или не заметят вовсе. Поэтому решили передать Naturin под материнское крыло Gardex.

**UnL:** Какие у вас прогнозы на ближайший год после старта продаж?

**Т. С.:** Мы уверены, что у этого направления большие перспективы, и у Gardex Naturin есть все шансы занять эту пока свободную нишу. При этом мы ожидаем внимания к нашей новой репеллентной линейке не только от потребителей, которые ценят натуральные компоненты в составе. Наше предложение будет интересно и тем, кто рационально подходит к покупке и ищет оптимальное соотношение «цены — качества», что особенно актуально в условиях кризисных настроений.





**СТРИГАНОВА  
ЕВГЕНИЯ,**  
старший бренд-менеджер  
TM Gardex:

— Мы ориентированы на тех, кто хочет сделать умный выбор — натуральное, но при этом эффективное средство, способное обеспечить базовую защиту.



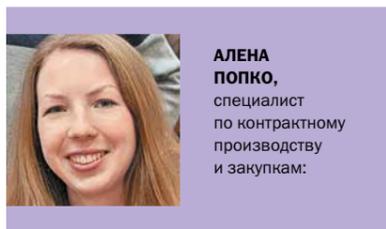
**АНДРЕЙ  
КОРОСТЫЛЕВ,**  
R&D-менеджер:

— Тесное переплетение творческих и технических задач превратило бренд-группу, R&D-менеджера, специалистов по упаковке и сотрудников ДУЦП в единый организм с общей целью — выпустить Gardex Naturin с высоким качеством и в срок. Успех проекта стал реальностью благодаря полной самоотдаче каждого члена команды.



**ГУЛЯ  
АКБАШЕВА,**  
менеджер  
проектной  
группы:

— Уверена, что 2014 год станет началом успешных продаж в аптеках. Дизайн линейки Gardex Naturin ассоциируется с лекарственными средствами на основе трав, что вызывает доверие к самим продуктам.



**АЛЕНА  
ПОПКО,**  
специалист  
по контрактному  
производству  
и закупкам:

— Делаю ставку на то, что Naturin станет звездой регионов: покупателям будет сложно устоять перед таким красочным природным дизайном.



# ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ВИЗУАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ УПАКОВКИ



Дизайн: привлекаемый  
зеленый цвет категории

Перед нами стояла сложная задача: дизайн должен был обладать ярко выраженной идеей натуральности, но при этом не отвлекать от основного предназначения продукта — эффективной защиты.

Логотип Gardex — гарант высокого качества и доверия к бренду



Отражение натуральных референсов на упаковке

Донесение информации о спектре времени защиты

« ОЧЕНЬ ВАЖНО ЗНАТЬ, ЧТО  
ВОКРУГ ТЕБЯ ЛЮДИ, ГОТОВЫЕ  
БЫТЬ РЯДОМ И ГДЕ-ТО ПОДСТАВИТЬ  
ПЛЕЧО, ПОТОМУ ЧТО РАБОТАЮТ  
ВМЕСТЕ С ТОБОЙ, ЗНАЮТ  
И ВЕРЯТ В ТЕБЯ »

# ЕСЛИ ТЕБЕ ТРУДНО, ЗНАЧИТ, ТЫ НА ПОДЪЕМЕ

Юрий Владимиров — генеральный директор компании «Эй-Пи Трейд», в названии которой зашифрована аббревиатура AP — Active Position. Об этой активной позиции в отношении бизнеса и жизни давно известно жителям дальневосточного региона, а теперь мы хотим познакомить с ней и наших читателей.

# U

**UnL:** Компании «Эй-Пи Трейд» в январе 2015-го исполняется 20 лет, серьезный возраст для российского бизнеса. С чего все начиналось?

**Ю. В.:** В начале 90-х на российский рынок, тогда еще зарождающийся, но уже очень перспективный, начали приходить крупнейшие мировые производители и активно продвигать свою продукцию во все регионы страны. Под это дело мы с друзьями создали компанию АЮСС и очень скоро наладили взаимоотношения с Procter and Gamble, Johnson & Johnson, Colgate, став их дистрибуторами на Дальнем Востоке. Однако через несколько лет встал вопрос о разделении, поскольку обслуживание конкурентных ком-

паний накладывало множество серьезных ограничений. Так появился

## «Эй-Пи Трейд» в цифрах

- Филиалы в 11 городах Дальнего Востока;
- собственный автопарк из 121 грузового автомобиля и 175 легковых автомобилей для торговых представителей;
- более 1700 квалифицированных работников;
- более 54 000 кв. м складских помещений;
- территория покрытия компании — более 6 млн кв. км (34% России).

«Эй-Пи Трейд», который стал официальным дистрибутором Procter and Gamble и является им до сих пор.

**UnL:** Что вам дало такое длительное сотрудничество?

**Ю. В.:** Procter and Gamble — очень интересный и сильный партнер, задачи которого постоянно усложняются и тем самым возбуждают наш интерес. Поиск новых подходов, постоянные вызовы окружающей среды сделали возможным превращение небольшой региональной компании в крупнейшего дистрибуторского и логистического оператора на Дальнем Востоке. Конечно, этот рост зависел и от изменения нашего отношения к бизнесу. Мы начинали в 1990-х и в это не самое легкое время были нацелены исключительно на зарабатывание денег. Это уже потом мы начали думать, каких людей нанимать, как все выстраивать, появились миссия, цели и осознание, что надо делать массу вещей, которая называется движением.



UPECO Loyalty 2012

## « Я ИЗ ТЕХ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ НЕ МОГУТ СИДЕТЬ БЕЗ ДЕЛА »

**UnL:** В какой момент этого движения у вас появились новые партнеры, ведь компания создавалась исключительно для работы с Procter and Gamble?

**Ю. В.:** Наше активное развитие не смог остановить даже кризис 1998-го, и мы начали задумываться о новых направлениях. В поиске продуктов, которые были бы интересными для потребителя и не конкурировали бы с Procter and Gamble, мы познакомились с вашей компанией. Это была очень необычная для того времени группа людей, очень амбициозная и напористая, пришедшая на рынок, чтобы взорвать его своими идеями. Этот драйвовый подход оказался очень близок нам, и мы

начали сотрудничать. С тех самых пор в нашем ассортименте представлены торговые марки Gardex, Raptop, Forester, Salton, а мы приобрели еще одного партнера, с которым приятно работать.

**UnL:** Каким вообще должен быть идеальный партнер, с которым хочется выстраивать серьезные отношения на протяжении долгого времени?

**Ю. В.:** В бизнесе, как и в жизни, идеальный партнер разделяет твое ощущение жизни, твой внутренний настрой и твое мировоззрение, совпадает с тобой по энергетике. Ярким примером является компания UPECO, которая всегда отличалась человеческим подходом и умением выстраивать взаимодействие, перерастающее в теплые личные отношения. Очень важно знать, что вокруг тебя люди, готовые быть рядом и где-то подставить плечо, потому что работают вместе с тобой, знают и верят в тебя.

**UnL:** Случались ли у вас какие-то серьезные проблемы в бизнесе, требующие такой поддержки?

**Ю. В.:** В прошлом году у нас было очень большое наводнение, в Хабаровске местами было воды по грудь. События такого масштаба касаются всех и каждого, даже если не затрагивают непосредственно тебя и твои интересы. А вообще, бизнес не бывает без проблем, тем более российский — не все утыкано розами, есть и шипы. Приходится постоянно балансировать «между умными и красивыми» — есть правила рынка, на котором побеждает сильнейший, и есть законодательство, четко обозначающее рамки.

**UnL:** А в жизни вы любите по правилам играть или предпочитаете действовать наперекор всему?

**Ю. В.:** Когда мы запускали крупнейший дальневосточный логистический комплекс в Артеме с общей площадью 23 000 кв. м и с очень сложным техническим оснащением, финансовый директор сказал мне: «Юрий Михайлович, вы сумасшедший! Как мы будем это окупать?»

Проект действительно очень серьезный: за последние 20 лет на Дальнем Востоке никто не построил ничего похожего, и мы были первыми, кто осмелился сделать столь гигантскую инвестицию в развитие этого направления. Как показало время, оправдались даже самые смелые наши ожидания: все площади были проданы уже к ноябрю прошлого года, хотя мы планировали достичь такой заполняемости только в конце этого года.

**UnL:** Откуда взялся опыт для создания такого сложного логистического объекта?

**Ю. В.:** Мы много ездили, изучая опыт наших коллег в России и за рубежом. Большой поклон нашим партнерам — Алиди и Смайл, которые гостеприимно открыли

## « В БИЗНЕСЕ, КАК И В ЖИЗНИ, ИДЕАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР РАЗДЕЛЯЕТ ТВОЕ ОЩУЩЕНИЕ ЖИЗНИ, ТВОЙ ВНУТРЕННИЙ НАСТРОЙ И ТВОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ »



С Кьеллом Нордстремом, шведским писателем, экономистом, оратором

для нас двери и показали, как это может быть. Мы активно учились и жадно впитывали все азы, чтобы сформировать свой собственный путь. Не обошлось и без курьезов.

Во время одной из производственных поездок в Японию мы хотели посмотреть, как устроены системы безопасности на их складах, сделали соответствующий запрос, а в ответ нам прислали документацию про высокочастотные датчики для отпугивания грызунов. Мы решили, что это ошибка перевода. Каково же было наше удивление, когда мы узнали, что в этой стране не воруют, пришлось решение в этой области искать в российском опыте.

**UnL:** Вы говорите о собственном уникальном пути, это обусловлено особенностями региона?

**Ю. В.:** Дальний Восток — очень непростой и специфичный регион, в первую очередь с точки зрения географии. Формально мы самый большой дистрибутор в мире, обслуживающий 34% территории России. Но здесь проживает всего 4% населения, и они распределены по сложным с точки зрения логистики объектам, например, остров Сахалин или полуостров Камчатка. Вторая проблема — это отток населения. Например, из нашего центрального



Forester гриль-тур в Испании

офиса, в котором 120 сотрудников, за год уехали 13 человек — в Москву, Питер, Ростов, Саратов. Для компании, в которой люди решают все, это очень болезненный и сложный вопрос.

**UnL:** Как вы решаете эту проблему?

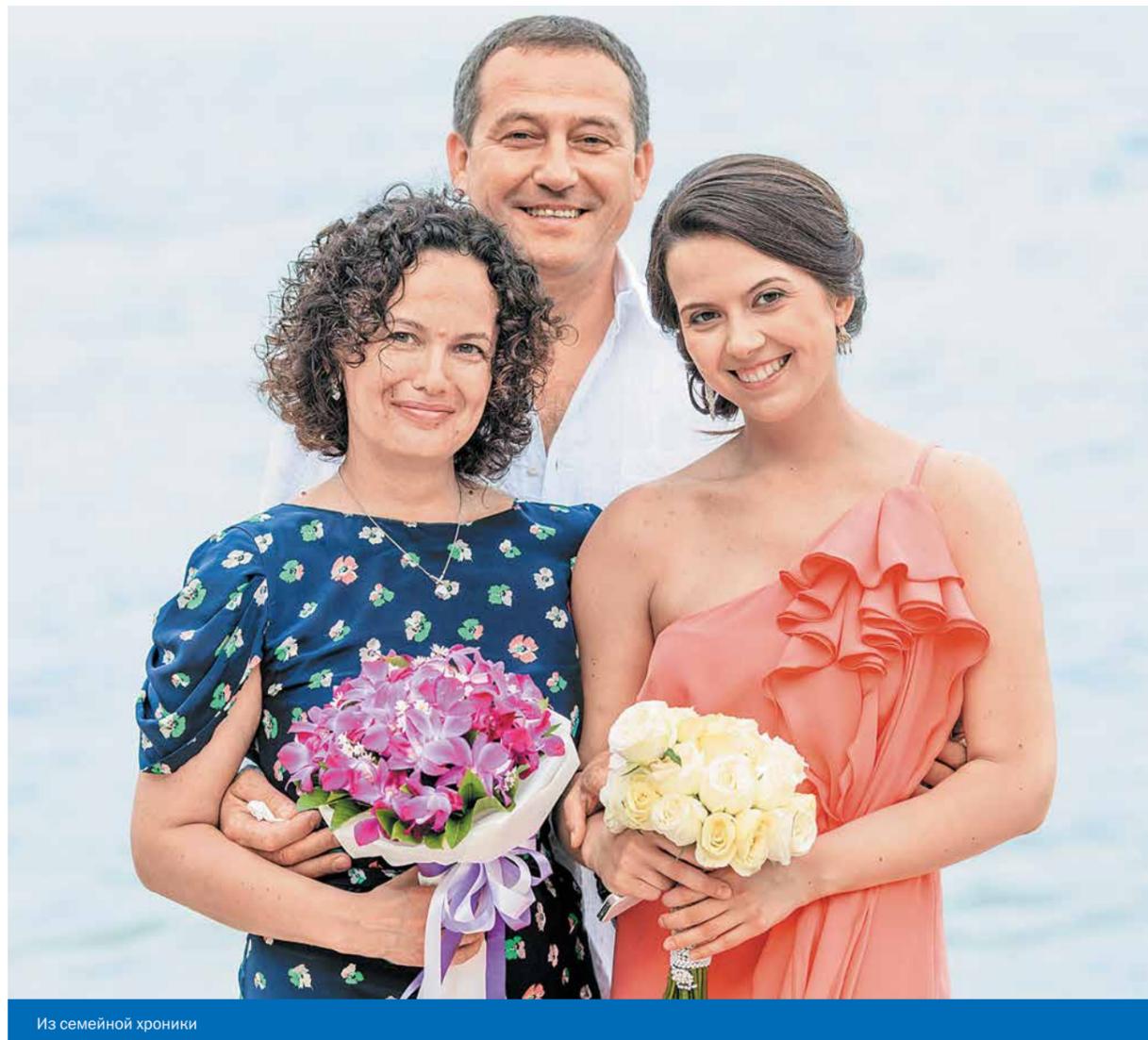
**Ю. В.:** Без хорошего кадрового притока торговый бизнес, основанный на взаимоотношениях и личных связях, обречен. Мы подходим к этому вопросу комплексно — делаем множество социальных вещей, работаем с институтами. Это позволяет не только привлекать самых разных людей, но и удерживать их в компании длительное время. Мне самому очень жалко, что люди уез-

жают с Дальнего Востока, поэтому стараюсь делать все, чтобы мои сотрудники чувствовали себя хорошо и комфортно здесь. Наша компания также взаимодействует с Фондом развития Дальнего Востока, у нас есть ряд интересных и, я уверен, перспективных проектов, которые с каждым днем будут делать жизнь в этом регионе привлекательнее.

« МНЕ ОЧЕНЬ ЖАЛКО, ЧТО ЛЮДИ  
УЕЗЖАЮТ С ДАЛЬНЕГО  
ВОСТОКА »

**UnL:** Участие компании «Эй-Пи Трейд» в жизни региона было отмечено тем, что вас пригласили принять участие в эстафете олимпийского огня. Что вы чувствовали, когда несли факел по своему родному Хабаровску?

**Ю. В.:** Сначала было волнение, пока нас везли в автобусе, расставляли по маршруту. Но когда я нес факел, возникло очень легкое и простое, но вместе с тем невероятно вдохновляющее чувство. Это был совершенно детский восторг, давно забытый, но оставшийся в подсознании на всю жизнь. Мне кажется, что с таким окрыляющим ощущением выходят на старт олимпийцы, чтобы победить. Меня это тоже



Из семейной хроники



Олимпийский огонь в Хабаровске

вдохновило на движение вперед и придало уверенности в том, что все по плечу.

**UnL:** На что планируете направить столь мощный заряд вдохновения и энергии?

**Ю. В.:** Несмотря на то что экономика находится на спаде, у «Эй-Пи Трейд» очень амбициозные цели — удвоение оборота к 2017 году. У нас есть четкий план и понимание того, куда двигаться дальше, а сложностей мы не боимся. У велосипедистов есть прекрасное определение: «Если тебе трудно, значит, ты на подъеме». Это очень соответствует тому, что мы сейчас делаем.

**UnL:** Вы ведете такую активную профессиональную жизнь, каким образом восстанавливаете силы для новых свершений?

**Ю. В.:** Главная отдушина для меня — это лес, часто езжу сюда, отдыхаю душой и телом. Когда зимой приезжаю на заимку, иногда вижу свежий след тигра. Но долго оставаться на одном месте не могу. Я вообще из тех людей, которые не могут сидеть без дела, сидение-созерцание — это не мое. Люблю активную рыбалку, увлекаюсь охотой. Конечно, иногда на вопрос «Что убил?» отвечаю: «Время и ноги», но удовольствие от процесса получаю в любом случае. Еще одно мое давнее увлечение — это горные лыжи. Вот уже 12 лет на майские праздники, а иногда еще и зимой мы большим и дружным вертолетом отправляемся кататься на Камчатку. Это уникальное место с неповторимой природой, и сюда часто приезжают даже европейцы, у которых есть и свои горы.

### Работа мечты

В 2013 году компания «Эй-Пи Трейд» получила статус «Привлекательный работодатель» по итогам исследования, проведенного порталом Superjob.ru среди работающих в России компаний-работодателей.

**UnL:** В завершение нашей беседы что бы вы хотели пожелать читателям нашего журнала?

**Ю. В.:** Улыбайтесь, как бы ни было сложно, и оставайтесь людьми в любой ситуации. Как бы далеко вы ни заходили, не забывайте про тех, кто вас окружает. Ведь жить только для себя неинтересно. Я не говорю сейчас о такой глобальной цели, как изменение мира. Но сделать его немного лучше — это вполне нам по силам!

Источник:  
журнал CEO,  
ноябрь, 2013 г.,  
www.ceo.ru

© ЗАО «Бизнеском»,  
2014 г.

# ДЖЕК МА

Основатель и председатель совета директоров китайского интернет-гиганта *Alibaba Group* широко распахнул двери в волшебную пещеру интернет-сокровищ и обошел по обороту американские *eBay* и *Amazon.com*, вместе взятые

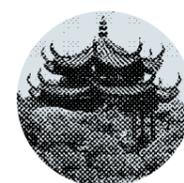
Текст: СЕМЕН ОСАДЧИЙ

Фото: Getty Images / Fotobank.ru



### Без бамбуковых палок

Можно сказать, что господин **Ма Юнь**, которого на американский манер все на Западе, да и в Поднебесной называют **Джеком Ма**, — дитя китайской культурной революции. Он родился в 1964-м, а два года спустя председатель **Мао** провозгласил лозунг «Огонь по штабам!», и сотни тысяч хунвейбинов принялись перевоспитывать бамбуковыми палками интеллигенцию и погрязшие в оппортунизме партийные кадры. По счастью, его семья не пострадала, и сам он в силу чрезмерной младости лет не влился в колонны юных борцов с оппортунизмом. Вообще, с коммунистическим воспитанием товарища Юнь дело было поставлено из рук вон плохо. Он все больше на буржуазный Запад смотрел. Английский язык учил с 12 лет. Чуть не каждый день ездил на велосипеде за 25 километров от дома котелю, чтобы поговорить с иностранцами. И заметим, не шакалил у западных посольств, не выменивал жвачку на значки с портретом Мао, а вежливо беседовал о превратностях погоды и местных достопримечательностях. Смышленного подростка заметили в туристическом агентстве, и вскоре он уже подрабатывал гидом. Неудивительно, что в институте Ма учился на факультете иностранных языков. Получив диплом преподавателя английского, устроился по специальности в Институт электронной промышленности в Ханчжоу. Преподавал, впрочем, не только язык, но и международную торговлю. Занимался также переводами, быстро сковав себе славу лучшего переводчика города. И в 1992 году открыл собственный бизнес — переводческий. В первый месяц агентство переводов «Хайбо» заработало 700 юаней,



**1964**  
10 сентября. Родился в городе Ханчжоу, провинция Чжэцзян, КНР.



**1988**  
Диплом учителя английского языка. Преподает в Институте электронной промышленности в Ханчжоу.

**1992**  
Основал агентство переводов «Хайбо».



**1995**  
Основал интернет-компанию «Желтые страницы».



**1999**  
Основал и возглавил сервис Alibaba.com.

**2007**  
IPO на Гонконгской фондовой бирже. «Бизнесмен года» по версии Businessweek.



### ЧЕЛОВЕК МИРА, ОН ОТКРЫЛ АМЕРИКЕ КИТАИ



**2011**  
Выпуск мобильной операционной системы Aliyun OSK-Touch.



**2012**  
Оборот Alibaba Group превысил суммарный оборот интернет-магазина Amazon и интернет-аукциона eBay.



**2013**  
Оставил пост CEO. Председатель совета директоров Alibaba Group. Создание банковского подразделения Yu'e Bao.

а за аренду помещения пришлось выложить 2400 юаней. Полтора года Ма вел бизнес себе в убыток. Но не отступал. И добился того, чего хотел: компания достигла рентабельности и пошла в рост. И тут его, лучшего переводчика Ханчжоу (а это, заметим, город-миллионник), отправили в США на переговоры делегации департамента торговли провинции Чжэцзян с американскими коллегами. Там, в Сиэтле, Ма впервые узнал, что такое Интернет. И не только узнал, но и опробовал в деле. Он, наверное, был первым китайцем, по достоинству оценившим коммерческие возможности и перспективы нового средства хранения информации и коммуникации.

Он собрал самых близких друзей и честно заявил, что на первом этапе работы будет очень много, а денег мало — лишь по 500 юаней в месяц каждому.

**Битва муравья со слонем**  
В его голове сразу родилась идея прокламировать во Всемирной паутине свое агентство. Американские коллеги помогли дотошному китайцу разместить информацию о «Хайбо» на электронной доске объявлений. Через два часа пришло шесть предложений о сотрудничестве из Германии, США и Японии. Вернувшись домой, Ма занял 20 тысяч юаней, нанял нескольких расторопных парней, в том числе программиста. И в КНР появился первый в истории Поднебесной деловой

интернет-ресурс — «Желтые страницы Китая». Сайт разместился на американском сервере. Рекламные агенты «Желтых страниц» собирали информацию о компаниях и предлагали их владельцам за определенную плату оповестить о себе весь мир. Многие соглашались. Но многие соотечественники Ма, не имея никакого понятия об Интернете, считали предложение просто жульническим. Да и сам Ма говорит, что тогда ощущал себя «слепым на спине слепого тигра». Он ничего не знал о персональных компьютерах, об электронной почте, о серверах, ни разу не прикасался к клавиатуре. Его стартап был очень рискованным.

Тем не менее в 1996 году оборот «Желтых страниц Китая» достиг 1 млн юаней. Это почти \$200 тысяч! Для страны, лишь недавно расставшейся с экономической политикой Великого кормчего, такой результат можно считать неслыханным коммерческим успехом. Передовика капиталистического труда заметили в Пекине. Монополист *China Telecom* предложил продать ресурс — на совершенно уничижительных условиях как в финансовом аспекте, так и в административном. Ма Юнь отказался. Тогда

госкорпорация задействовала совсем другой ресурс — административный. «Муравью против слона не выстоять», — так комментирует Ма ту давнюю историю.

### Сезам, откройся!

Но без работы он не остался. Его пригласили в Министерство внешней торговли и экономического сотрудничества КНР — возглавить группу по развитию в стране электронной коммерции.

Ма Юнь много ездил, завязывая деловые контакты по всему миру. В частности, он познакомился с уроженцем Тайваня Джерри Янгом,

и открывался вход в пещеру, полную драгоценностей.

Вернувшись в Ханчжоу, Ма собрал самых близких друзей, с которыми запускал свои предыдущие проекты, и объявил о намерении соперничать с крупнейшими западными компаниями, специализирующимися в сфере электронной торговли. И честно заявил, что на первом этапе работы будет очень много, а денег мало — лишь по 500 юаней в месяц каждому.

### Ма и Цай

Действовали по схеме B2B. Фирмы малого и среднего бизнеса активно регистрировались на недавно открытом

шведский фонд *Investor AB* и две сингапурские компании *Transpac Capital* и *Technology Development Fund of Singapore*. А в 2000-м в Alibaba вложила \$25 млн крупнейшая японская телекоммуникационная корпорация *SoftBank*.

Вскоре после запуска проекта Ма позвонил Джо Цай — человеку, очень известному в деловых кругах, выпускнику экономического факультета *Йельского университета*, доктору юридических наук, занимавшему пост заместителя генерального директора фонда *Investor AB*. «Я собираюсь уволиться и прийти к вам работать», — заявил он. «Но я не смогу платить вам

открылся B2C-сервис *Taobao*, связавший на едином сетевом торговом поле компании-производители с конечными потребителями. Плата за размещение предложений на сайте пока не взималась.

Ма пристально присматривался к главному образцу для подражания — знаменитому интернет-аукциону eBay. Он обратил внимание на то, что у американцев имелась собственная платежная система. И создал свою — *Alipay*. В результате существенно повысилась безопасность покупок на Таобао, поскольку продавец получает деньги, размещенные покупателем на промежуточном счете Alipay, лишь

В целом *Alibaba Group* позволяет осуществлять в Интернете любые торговые операции с помощью широкого набора маркетинговых инструментов. Тут и аукцион, и мелкий опт по фиксированным ценам, и снижение цены через фиксированные промежутки времени. Есть и система повышения цен, когда продавец размещает на сайте свой товар и объявляет, что, скажем, через три дня его цена возрастет на столько-то процентов. Действуют системы скидок, временные партнерские отношения, предлагается посредничество в проведении операций и многое другое. В 2006 году компания eBay, еще совсем недавно слыхом

Поисковик, получивший название *eTaо*, был запущен в 2010-м. Два года спустя Alibaba Group добилась уникальных экономических результатов. Оборот превысил триллион юаней, что эквивалентно \$157 млрд. Это больше, чем у Amazon и eBay, вместе взятых. Количество зарегистрированных клиентов, ведущих торговые операции, приближается к 200 млн, они представляют 240 стран. Услугами платежной системы Alipay пользуются 700 млн человек.

Большой торговый оборот лишь у супергиганта ретейла *Wal-Mart* — \$440 млрд. По прогнозам, Alibaba Group к 2017 году выйдет на уровень \$470 млрд.

И это не выглядит фантастикой. Ма не только постоянно наращивает аудиторию уже созданных сервисов, но и осваивает новые территории. С 2008-го Alibaba торгует софтом. В 2011-м даже вышла своя мобильная операционная система — *Aliyun OSK-Touch*. Действуют китайцы и на рынке облачных вычислений. А в этом году Ма объявил о вторжении в банковский бизнес. В августе создано подразделение *Yu'e Bao*, что означает «дополнительное богатство», сразу привлекшее средства на сумму \$950 млн от 2,5 млн клиентов под 4,5% годовых. Для Китая это достаточно высокая процентная ставка. А деньги можно забрать в любой момент без потери начислений. В мае Ма сложил с себя полномочия CEO. Но остался председателем совета директоров. А также крупным акционером — ему принадлежит 8% акций компании (больше только у японской корпорации *SoftBank* — 36% и *Yahoo* — 24%). Теперь он намерен сосредоточиться на стратегии компании, развитии корпоративной культуры и дальнейшем расширении бизнеса. ☺

Alibaba Group позволяет осуществлять в Интернете любые торговые операции с помощью широкого набора маркетинговых инструментов.

после того, как товар приходит к покупателю.

### Муравей-гигант

По образцу eBay в Таобао открылся сервис сегмента C2C, позволяющий физическим лицам предлагать к продаже на сайте любые товары, характер которых не вступает в противоречие с юридическими нормами стран, где находятся продавцы. Это направление достаточно быстро оформилось в отдельную компанию — *Tmall.com*. Затем заработал интернет-магазин *Aliexpress.com* — удобная торговая площадка для всех видов электронной коммерции.

не слышавшая об Alibaba, была вынуждена закрыть свое представительство в Китае, утратившее свою эффективность.

Годом ранее Джек Ма, воспользовавшись дружбой с Джерри Янгом, заключил партнерский договор с поисковым порталом *Yahoo!*, получившим 40%-ный пакет акций китайской компании. Когда Янг ушел с поста CEO, отношения с новым руководством поисковика настолько разладились, что Ма приступил к созданию собственной поисковой системы, ориентированной прежде всего на китайский рынок. И выкупил у *Yahoo!* половину его доли в своей компании.

CEO-урок

№ 5

Тот, кто слепо копирует американцев, вряд ли добьется успеха. Даже самый передовой американский IT-опыт принесет плоды на новой почве только при условии скрупулезной адаптации заокеанской бизнес-модели к местным рыночным условиям.

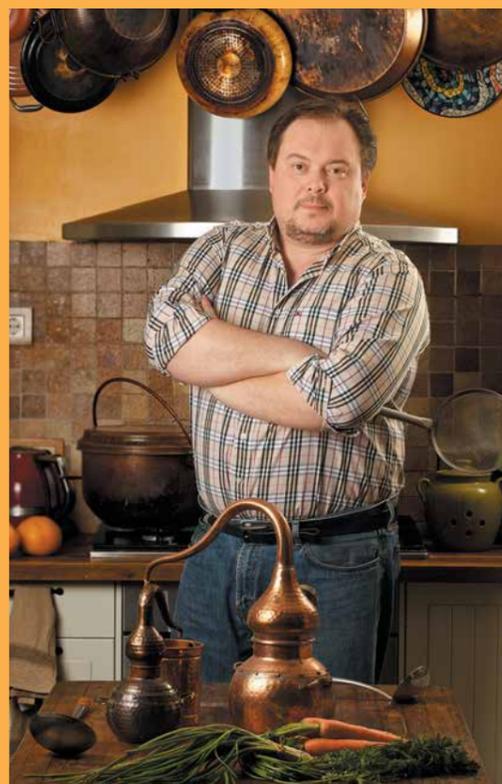
основателем компании *Yahoo!*. Знакомство переросло в дружбу. И все же его тянуло в собственный бизнес. И он уволился из министерства, чтобы основать новый стартап. И он уже знал, как его компания будет называться. В пекинском ресторане он решил проверить ассоциации, вызываемые у людей только что придуманным именем будущего сетевого гиганта — «Алибаба». «Слыхала о таком, — сказала официантка. — Это предводитель сорока разбойников». Ма приздумался. Однако на улице три десятка опрошенных ответили, что перед Али-Бабой распахивались ворота

сайте *Alibaba.com*. На первых порах реальную активность проявлял в основном китайский бизнес, ориентированный на экспорт, — искали западных партнеров. Западные предприниматели на сайт заходили, изредка регистрировались, но сделок избегали. На взаимную притирку требовалось время. «У нас не было денег, не было технологии, не было долгосрочной стратегии, — вспоминает о том нелегком периоде Ма. — Нам помогло выжить упорство, суровая экономия и вера в свои силы». В конце 1999 года упорство принесло первые плоды. В проект инвестировали \$5 млн — *Goldman Sachs*,

больше 500 юаней в месяц!» — воскликнул изумленный Ма. «Это меня не волнует», — последовал ответ. Так Цай оказался заместителем Ма. В значительной степени благодаря его международным связям в *Alibaba* потекли инвестиции. Велик его вклад и в разработку концепции компании. Китайцы не слепо копировали американцев, а с учетом особенностей китайского бизнеса. Это очень помогло компании выжить после того, как лопнул доткомовский пузырь. Популярность сервиса, постепенно обрастающего все новыми функциями, росла. В 2002-м компания принесла прибыль — \$1 млн. В 2003-м

# КАК РОЖДАЕТСЯ КУЛИНАРНОЕ ВДОХНОВЕНИЕ

В начале этого года в книжных магазинах страны появилась долгожданная новинка «Forester. Большая книга гриль». За короткое время она успела стать настоящим бестселлером, что, собственно, не удивляет. Ведь это не просто кулинарное пособие, а целая энциклопедия вкусов и ароматов еды, приготовленной на огне. Идейным вдохновителем книги стала компания Forester, которая за долгие годы работы создала немало удобных и красивых инструментов для гриля. А Влад Пискунов, известный кулинарный блогер, вложил в нее свой опыт и умения.



С

Своими впечатлениями от процесса создатели «Большой книги гриль» поделились с нами. Влад Пискунов, несмотря на свой очень плотный график, в котором есть место и кулинарным мастер-классам, и рубрике на TV, и ведению собственного блога, нашел время ответить на несколько наших вопросов. И мы можем поспорить, что вы ни за что не догадаетесь, с чего все началось...

**UnL:** Влад, мы знаем, что твое вдумчивое погружение в гриль-кулинарию было несколько вынужденным...

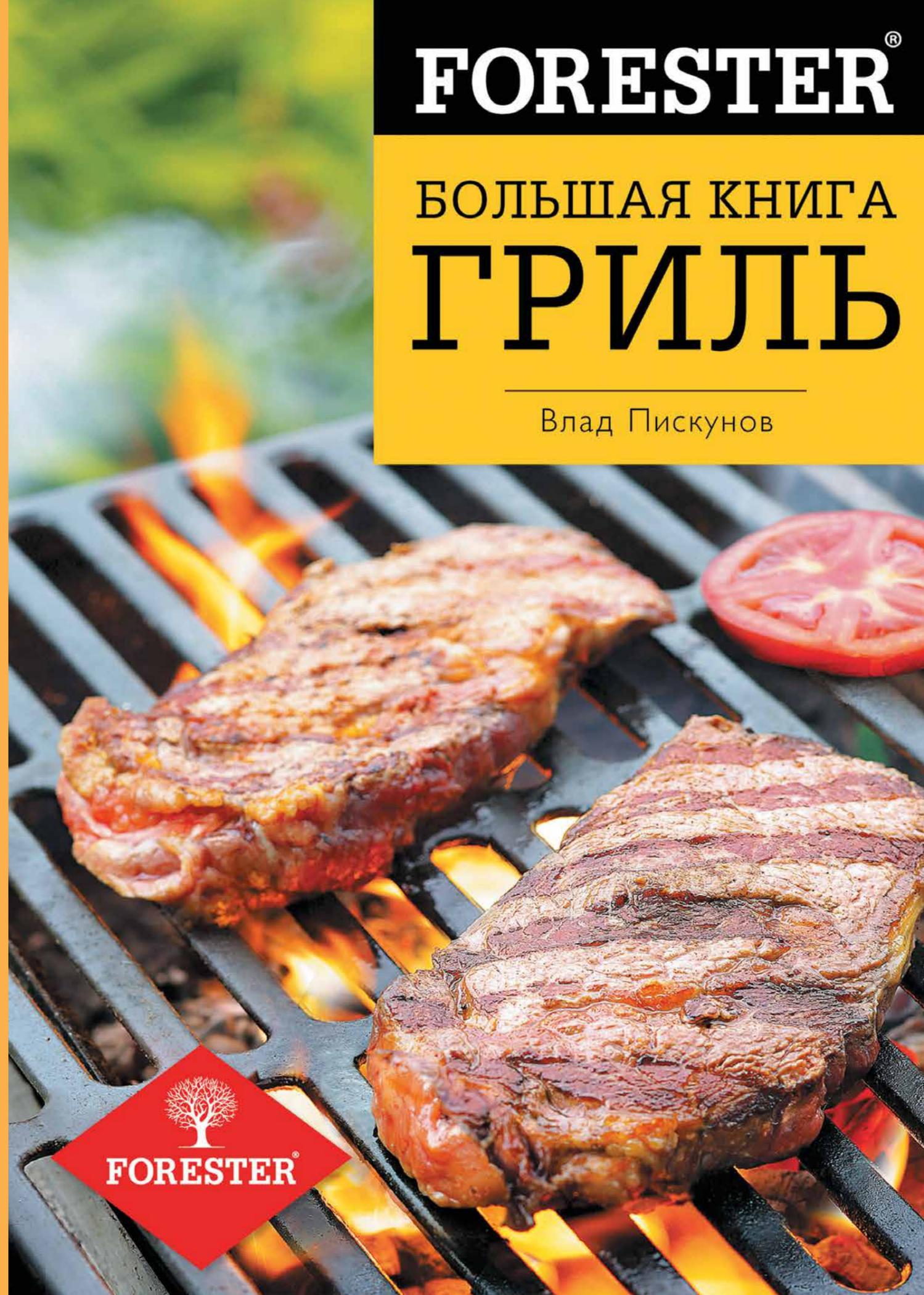
**В. П.:** Да, летом 2012 года в моем доме отключили газ на целых четыре месяца, а мне для приготовления еды пришлось переключиться на гриль, стоящий на веранде. Очень скоро я понял, что на этом волшебном приборе можно готовить все что угодно — от каш до десертов.

**UnL:** То есть знакомство с Forester и предложение о совместном

# FORESTER®

## БОЛЬШАЯ КНИГА ГРИЛЬ

Влад Пискунов



**Влад Пискунов**



Популярный кулинарный блогер, специалист в приготовлении блюд на огне, бренд-повар Forester, автор трех книг, создатель кулинарного портала [www.zhelezoigon.ru](http://www.zhelezoigon.ru). Принимал участие в качестве ведущего в цикле передач «Мужская еда» на канале «Кухня ТВ», в настоящее время ведет кулинарную рубрику в программе «Фазенда» на Первом канале. Влад Пискунов — один из немногих известных кулинаров, в святая святых которого, его кухню, может заглянуть любой желающий. Сам себя Влад называет шеф-поваром виртуального ресторана *Mangiare e Bere*, что с итальянского переводится очень просто — «Есть и пить». На самом деле это ироничное название кухни популярного блогера, где произведения всех кухонь мира пробуют его родные и близкие. А благодаря щедрости души Влада и его неутомимому стремлению поделиться с миром своими кулинарными находками любой желающий может научиться готовить так же вкусно и виртуозно, как и сам кулинар.



Победители кулинарного турнира на гриль-сессии в Екатеринбурге

издании книги стало очень логичным продолжением этого опыта?

**В. П.:** Моя коллекция рецептов существенно пополнилась благодаря этому кулинарному гриль-сафари. Поэтому когда издательство «Эксмо» и компания Forester предложили мне сделать книгу, я с удовольствием откликнулся. Большая часть работы к тому моменту уже была сделана, а мне оставалось лишь поднять мои записи годичной давности и уже со знанием дела повторить ранее созданные блюда на более высоком уровне.

**UnL:** Это как-то повлияло на общее время работы над книгой?

**В. П.:** Нарботки, накопившиеся за два года, помогли сделать книгу за рекордные четыре месяца. Сам не верю, что получилось так быстро!

**UnL:** Что вы почувствовали, когда первый раз взяли в руки книгу?

**В. П.:** О выходе книги я узнал от своих читателей. Она уже всю продавалась в московской рознице, а я еще не знал об этом — так иногда бывает. Поэтому к тому времени, когда я взял ее первый раз в руки, я прочел уже довольно много положительных отзывов, и волнения не было.

**UnL:** А какой самый интересный отзыв вы получили?

**В. П.:** Сосед, пролистывая книгу, посетовал, что не все из нее удалось попробовать.

**UnL:** Можете ли дать нашим читателям специализированный гриль-

совет, например, как правильно выбрать мясо для стейка?

**В. П.:** Главное в стейке — правильное мясо. Самый распространенный из стейков — рибай. Он готовится из толстого края. Это передняя часть спинной мышцы от лопатки до последнего ребра. В магазинах рибай продается, как правило, уже нарезанным, причем слишком тонко. Хороший стейк из куска сантиметровой толщины не получится. Поэтому если есть возможность купить толстый край целиком, не упустите ее. Иногда такой отруб продается вместе с кусочками реберных костей. Ничего страшного. Правда, в этом случае вам придется сначала вырезать ребра, а затем нарезать мясо на стейки.

**UnL:** Влад, большое спасибо! Желаем дальнейших кулинарных открытий!



**Юлия Позднухова,**  
групп-бренд-менеджер  
TM Forester:

— Наша дружба с Владом пропиталась дымом живого огня и воплотилась в совместной книге — кулинарном исследовании кухни на открытом огне, путешествии в мир ароматов и вкусов, которые редко встретишь на обычной кухне.

Для форестеровцев книга стала грандиозным событием, радостью от которого поделилась с нами Мария Дубровина, менеджер по продвижению Forester:



**UnL:** Для Влада Пискунова творческий процесс начался с отключения дома газа на четыре месяца, а что предшествовало созданию книги у вас?

**М. Д.:** О том, что нам интересно выпустить кулинарное издание, посвященное нашей любимой теме, мы поняли уже давно. За 12 лет нашей работы мы приготовили сотни блюд на огне и постоянно ищем новые способы, чтобы поделиться этим опытом. К тому же полноценной книги, посвященной грилю, несмотря на все разнообразие литературы про еду, не было. Мы решили это исправить.

**UnL:** Как происходил выбор автора? Кто кого нашел?

**М. Д.:** Мы — эксперты в области создания инструментов для гриля и барбекю, а вот опыта в книжных

проектах у нас не было, поэтому мы обратились в одно из крупнейших издательств — «Эксмо» — и предложили им сотрудничество. Наша идея встретила большую поддержку, оставалось только найти автора. Издательство нам порекомендовало Влада Пискунова, у которого на тот момент уже вышла одна кулинарная книга. Сразу скажу, что это знакомство дало очень много, а наше взаимодействие с Владом в результате вышло далеко за пределы книжной темы.

**UnL:** Какие пожелания у вас были к Владу? Совпали ли ваши ожидания с результатом?

**М. Д.:** В начале прошлого лета Влад приступил к работе. Мы предоставили ему всевозможное оборудование Forester и далее практически не вмешивались в творческий процесс, поскольку меньше всего хотели, чтобы книга производила впечатление рекламного буклета с неживыми постановочными фотографиями. Хотя одно важное пожелание у нас было: мы попросили сделать определенные разделы, которые позволили осветить почти все аспекты приготовления еды на огне.

И уже осенью мы получили верстку книги, в которую практически не понадобилось вносить изменений. Влад проделал гигантскую работу, и все было сделано отлично!

**UnL:** Какие рецепты вошли в книгу?

**М. Д.:** Без преувеличения можно сказать, что в книге есть все: мясо и овощи, супы и десерты, простые и сложные рецепты, традиционные и с изюминкой. Мы хотели расширить представление о блюдах на углях и показать, что гриль-кулинария — это не только стейк или шашлык. Очень порадовало, что наш Влад практически к каждому рецепту написал подводку, которая рассказывает об истории блюда или особенностях его употребления, и все это написано хорошим спокойным мужским языком!

**UnL:** Что вы почувствовали, когда первый раз взяли книгу в руки?

**М. Д.:** Сказать, что мы были в восторге, — это не сказать ничего! Это очень красивая и вкусно сделанная книга, работающая на вдохновение. Без преувеличения можно сказать, что аналогов на рынке у нее нет.



Влад Пискунов проводит мастер-класс на гриль-сессии в Испании



**СОВЕТ:**  
ПОДАЕМ С ЛЕГКИМ  
ОВОЩНЫМ ГАРНИРОМ.  
НАПРИМЕР, СО СПЕЛЫМИ  
ПОМИДОРАМИ  
И ЗЕЛЕНЬЮ



**ШАШЛЫК-«КОСИЧКА»  
ИЗ СВИНОЙ ВЫРЕЗКИ**

О существовании такого забавного способа пожарить свиную вырезку на мангале я узнал в конце 1980-х — в период расцвета кооперативного «шашлычничества». Шашлык из вырезки в виде косички можно готовить не только из свинины, но и из бараны и телятины. И с маринадом поэкспериментировать: каждую из трех, заплетенных в косу, полосок мяса, можно замариновать в различных маринадах.



Понадобится (на 4 порции):

- 3 свиные вырезки;
- 6 зубчиков чеснока;
- 50 г имбиря;
- 1 ст. л. семян кориандра;
- 6 ст. л. соевого соуса;
- 1 ст. л. томатной пасты;
- 50 мл рафинированного растительного масла;
- 50 мл абрикосового или сливового сиропа;
- черный перец;
- соль.



Свинину зачищаем от серебристой пленки и свисающих мелких кусочков мяса. Каждую вырезку разрезаем вдоль пополам, а затем каждый полученный кусок еще раз пополам. У нас должно получиться 4 узких полоски мяса из каждой вырезки. Всего 12 полосок.

Имбирь и чеснок чистим и нарезаем тонкими кружочками.

Семена кориандра и несколько зерен черного перца перетираем в ступке с щепоткой соли.

Смешиваем вместе соевый соус, специи, имбирь, чеснок, растительное масло и томатную пасту. Натираем полученным маринадом каждую полоску мяса. Складываем мясо в пакет, выпускаем из него воздух и завязываем на узел. Убираем в прохладное место примерно на час (не более!). Тем временем разжигаем мангал.

Достаем мясо из пакета, удаляем имбирь, чеснок и другие излишки маринада. Оставшийся маринад процеживаем сквозь металлическое сито и добавляем в него сироп.

Делим 12 полосок вырезки на 4 группы по 3 штуки примерно одного размера. Заплетаем каждую группу в 4 косички. Аккуратно нанизываем косички на шампуры. Надо стараться, чтобы концы полосок мяса были проколоты шампуром и не свисали.

Жарим шашлык на мангале до готовности на 70–80%. Смазываем косички маринадом с сиропом.

Доводим до готовности, постоянно переворачивая шашлык.

Подаем с легким овощным гарниром. Например, со спелыми помидорами и зеленью.

«Большая книга гриль» рассчитана на очень широкую аудиторию — как начинающую, так и искушенную в приготовлении еды на огне. Влад проделал гигантскую работу и превзошел все наши ожидания!

**UnL:** Какие у вас дальнейшие совместные планы с Владом?

**М. Д.:** Он стал нашим бренд-поваром. Например, на гриль-сессиях, которые мы устраиваем для наших партнеров, Влад проводит кулинарные турниры. Он замечательно общается с публикой и неизменно вызывает самые позитивные эмоции. Настоящий русский богатырь! Мы также с удовольствием размещаем рецепты от Влада на нашем сайте, в наших группах в социальных сетях и на упаковке товаров.

**UnL:** Планируется ли продолжение книги?

**М. Д.:** Успех «Большой книги гриль» нас окрылил. Конечно, мы бы хотели выпустить еще одно издание. У нас же есть и второе направление — Green-space, где представлены решения для обустройства загородного пространства. В этом вопросе нам тоже есть что сказать и показать. В настоящее время мы находимся в поисках формата, который будет востребован читателями. И не исключено, что в недалеком будущем книжная полка Forester пополнится еще одним красивым и полезным изданием.



**ОТЗЫВЫ ИЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ**  
(пунктуация и орфография сохранены)

**СЕРГЕЙ П.**

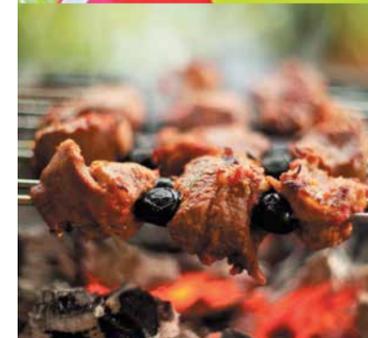
«Очень удачная книга! А для непрофессионала еще и удивительная. Что мы обычно представляем при слове «гриль» — мясо, птицу, ну, если хочется погурманствовать, — рыбу, овощи. Но в этой книге вы найдете рецепты даже выпечки и десертов, которые можно приготовить на гриле. Оформление и стиль выше всяких похвал. Технология очень понятно описана. Купил в подарок жене, но некоторые вещи с удовольствием готовлю по книге сам».

**ДАРЬЯ М.**

«Издание красивое, иллюстрации яркие и полезные. Рецепты очень хорошие и не слишком сложные, понятные инструкции. Книга большеформатная, смотрится как достойный подарок».

**АЛЬБИНА С.**

«Книгу подарила подруге, которая недавно приобрела гриль. Полистав, почитав, тоже захотела себе и гриль, и дачу, и все сразу. Очень аппетитные фотографии, интересные рецепты, прикольный текст. Оказывается, на гриле можно готовить не только мясо, но даже каши, супы, варенье и круассаны! В общем, если вы остались без света/газа, можно разжечь костер и на решетке приготовить все что угодно. Естественно, очень много рецептов мяса, птицы, рыбы, маринады и всевозможные соусы к ним. Книга к тому же очень красивая, хороший подарок, особенно в дачно-шашлычный сезон».



# ОЛЬГА РОЖДЕСТВЕНСКАЯ

## МЫСЛИ ОБО ВСЕМ

**МОИ САМЫЕ ЛЮБИМЫЕ ВОПРОСЫ** — «Почему?» и «Зачем?». Первый помогает держать в тонусе мозговую деятельность и получать эмоциональное удовольствие, когда докапываюсь до первопричины. Второй помогает отсеять пустые задачи и повысить собственный КПД.

Финансовый директор

**Я ПРИНАДЛЕЖУ** к той категории людей, которые ценят свободу слова и выбора. Я считаю, что каждый достоин уважения к себе и своему мнению.

**БОЛЬШЕ ВСЕГО НА СВЕТЕ Я БОЮСЬ** кого-то обидеть. Даже при перестроении я внимательно слежу за дорогой — у меня возникает неприятное чувство вины, если я кого-то «подрезаю» или создаю неудобную ситуацию для других участников движения.

**МНЕ ТРУДНО** просить прощения, поэтому я стараюсь не допускать таких ситуаций, за которые потом нужно извиняться. Мама рассказывала, что в детстве я могла полдня провести в углу, упрямо не желая освободиться простым и доступным «Прости меня! Я больше так не буду».

**МНЕ НЕ ХВАТАЕТ ВРЕМЕНИ** — НА ВСЕ! На мужа, на детей, на путешествия и на познание мира! Ведь в нашей жизни столько интересного, разнообразного и непознанного, что вопрос «Почему?» не иссякнет никогда!

**МОЯ ЛЮБИМАЯ СКАЗКА** — «Золушка». Она не только про волшебство, но и про усердный труд, который всегда вознаграждается!

**Я НЕ НАЧИНАЮ** делать что-то, пока не представлю конечный результат. Если я не понимаю, для чего я буду делать, то я не буду это делать совсем.

**ПРОСИТЬ** у тех, кто сильнее, не стоит. Нужно благодарить! За ВСЕ, что у тебя есть: за то, что дал Бог и природа; за то, что вложили в тебя родители; за то, что здоровы близкие; за то, что все хорошо на работе, и даже за то, что мы выиграли чемпионат мира по хоккею! Ура! Спасибо, ребята! Спасибо, Олег Знарк!

**НЕМНОГИЕ ЗНАЮТ**, что я являюсь футбольной и хоккейной болельщицей со стажем. Будучи человеком азартным и патриотично настроенным, стараюсь не пропускать ни одной трансляции. Страстью

«**НИКОГДА НЕ СМОГУ РАБОТАТЬ НА КОНВЕЙЕРЕ**»»

болельщика я заразила и сына, теперь мы вдвоем звонкими возгласами «Го-о-о-о-л!» нарушаем спокойствие остальных членов семьи!

**НИКОГДА НЕ СМОГУ** работать на конвейере. Даже работа уборщицы мне ближе, потому что в ней есть свобода действий и возможность упорядочить процесс или сделать его эффективнее.

**МЕНЯ ВСЕГДА** интересовали профессии, в которых есть место для творческой мысли или которые дарят приятные эмоции людям.

**ЕСЛИ БЫ Я НЕ БЫЛА** финансовым директором, то была бы программистом или аудитором. Или конструктором, или фотографом. Или парикмахером! Очень много профессий вызывают мой интерес!

**СВОЮ ПЕРВУЮ ЗАРПЛАТУ** я получила за два дня работы в сосновом питомнике в Рязанской области. Все «летнее» детство я проводила в деревне, и шанс как-то разнообразить свои будни был как глоток свежего воздуха, как первый шаг в самостоятельную жизнь! Правда, четыре часа на палачем солнца, согнувшись в три погребки, трудно было признать воплощением давней мечты, но две хрустящие трешки в кармане стали достойным финалом моего трудового дебюта!

**МНЕ ПОВЕЗЛО ВДВОЙНЕ.** У меня замечательная семья, которая позволяет дома получать прилив энергии, а на работе не думать о личных проблемах. И замечательная работа, которая дает возможность заниматься тем, что мне нравится, и с людьми, с которыми мне приятно общаться и делить результаты.

**С ГОДАМИ** у меня возрастает уровень ответственности за близких. Я не могу позволить себе рисковать ими или собой, поэтому прыжки

с парашютом и дайвинг — не мое. Максимальный уровень экстрима в моей жизни — горные лыжи.

**Я ЗА** социальную справедливость. Если кто-то рядом нуждается, то я просто не смогу получить удовольствие от ванны с шампанским и ананасами. Я всегда учитываю это при подборе отеля, планируя путешествие.

**САМЫЙ ЛЮБИМЫЙ ГОРОД** для меня — это дача! Уединение мне гораздо ближе, чем городская суета. С годами сильнее чувствую красоту естественной природы. Меня больше влекут бескрайние просторы полей и величие Байкала, чем безукоризненная архитектура городов.

**Я СТАРАЮСЬ** всегда говорить правду или не говорить ничего. Уверена, главное — оставаться честным с самим собой!

**ДЕЛАЮ ТОЛЬКО** то, что мне нравится и что я смогу сделать хорошо. А поскольку я очень любознательная, то с энтузиазмом обрастаю новыми навыками. Недавно у меня появилось новое хобби — грядки! И в нем есть все слагаемые для самореализации: творчество (нужно представить, как будет выглядеть клумба, ее размер, форма, переход цвета), новые знания и умения (лунный календарь, особенности климата и хитрости бывалых огородников). Опека над своими питомцами дает почти всегда 100%-й результат. Даже если, как у меня, редиска не блещет корешками, зато верхки до колен дают массу позитива и, кстати, весьма недурны на вкус! Это ли не успех?! В этом году я вновь делаю попытку перебороть редиску и пробую вырастить арбуз!

**ЛЮДИ ЗАЧАСТУЮ САМИ НЕ ЗНАЮТ**, на что они способны. Но стоит вселить в них немного уверенности, задать правильный вектор, и происходят настоящие чудеса. Достаточно всего лишь один раз дать человеку на практике понять, что он сможет, и каждая следующая задача будет ему по плечу! Каждый человек наделен способностями, главное, найти Свой Путь и верить в себя!

# FORESTER

История любой великой компании начинается с большой идеи. Команда Forester, например, хочет существенно изменить отношение к отдыху на природе, сделать его более комфортным и доступным для всех! Для этого каждый сезон создаются красивые, стильные и при этом очень удобные в использовании товары для гриля. Но за каждой идеей стоят в первую очередь ЛЮДИ, с которыми мы и хотим вас познакомить поближе!

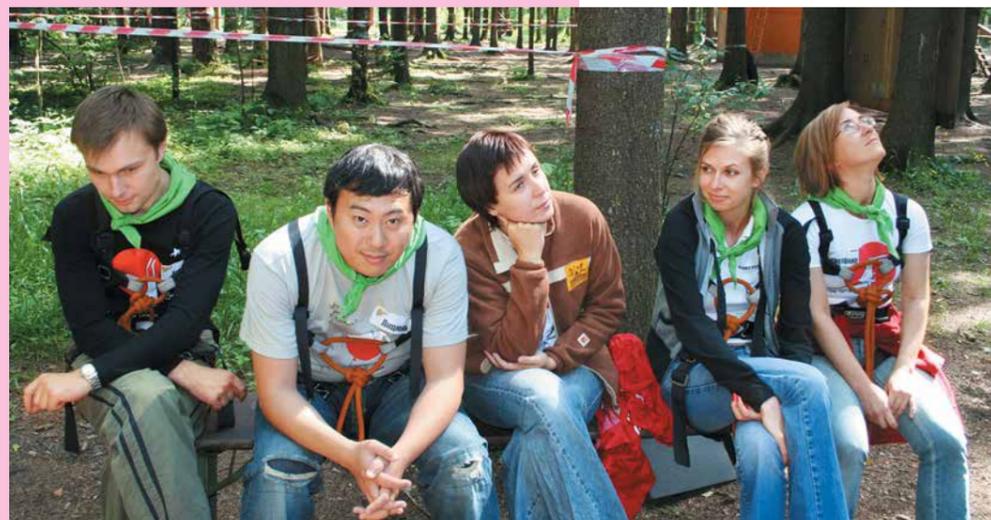
Рабочий день начинается с совместного завтрака на кухне. По традиции каждый понедельник бренд-менеджер Катя Бабанина угощает коллег домашней выпечкой. Вот и сегодня на столе творческое печенье с миндалем по ее эксклюзивному рецепту.



# ОДИН ДЕНЬ С



Кухня для форестеровцев не просто место, где можно поесть или выпить чаю. Здесь нередко рождаются новые идеи и находятся решения сложнейших задач, на стенах можно увидеть множество фотографий из совместных поездок и сувениры из разных стран. Складывается ощущение, что ты пришел к кому-то в гости — в дом, который очень любим своими обитателями!



После завтрака и обмена новостями все расходятся по своим рабочим местам. А у нас есть возможность познакомиться поближе. Нас встречает Вадим Ермолаев, специалист контрактного производства и закупок. Говоря об особенностях работы в Forester, он в первую очередь отметил разносторонность и интенсивность задач, для решения которых просто необходимо периодически выходить за пределы привычного восприятия мира.



За соседним от Вадима столом сидит Евгений Калиниченко, официально он специалист по патентам и сертификации. Но на самом деле его зона ответственности и, что самое важное, интересов простирается значительно шире. Как говорят про него коллеги, человек-оркестр! Сейчас он работает над заявкой на патент очередной новинки. К слову сказать, в активе компании уже около 20 инновационных разработок.



Безусловно, наши конкуренты не дремлют, и периодически Евгению приходится защищать интересы бренда в суде. Казалось бы, такой ответственной работой должен заниматься весьма серьезный и редко улыбающийся человек. Но Женя обладает очень позитивным характером и отличным чувством юмора, что позволяет ему с легкостью справляться даже с самыми сложными ситуациями и заряжать всех оптимизмом.

А это инженерный мозг Forester или, выражаясь официально, технолог Владимир Галкин. Для участия в съемках «Одного дня» он приехал специально, а до этого провел около двух месяцев на больничном, работая на удаленном доступе. За время его отсутствия из Китая приехали несколько новых образцов, и сейчас Владимир лично убеждается, что все они соответствуют утвержденным параметрам.



«Не бойсь, все идет по плану!»

За визуальное воплощение инженерных идей отвечает Андрей Ветюгов. Работая в тандеме с Владимиром, он создает не только эстетически привлекательные, но и высокотехнологичные дизайны. Среди последних разработок — сложнейший многофункциональный гриль скворчер.

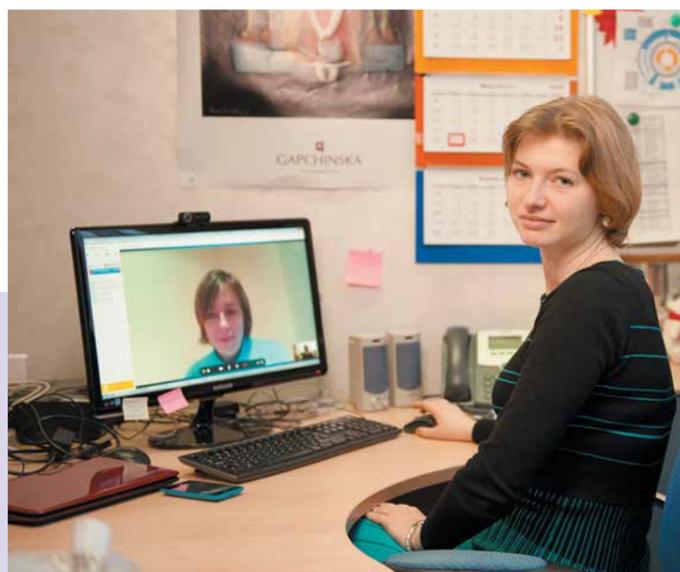


Обратите внимание на задний план, кое-кто явно добирается на работу с ветерком!



Кстати, об опытах! Все, что можно воплотить в офисных условиях, создается и тестируется прямо на месте. Ведь если товары не нравятся производителю, они вряд ли придутся по душе и покупателю.

А в это время в другой комнате по «Скайпу» совещаются Катя и Юлия Позднухова, групп бренд-менеджер Forester. Она готовится стать мамой, что не позволяет ей постоянно присутствовать в офисе, но на помощь приходят современные технологии! Катя с Юлей обсуждают, что нового и интересного сможет предложить Forester в 2015 году. Идей много, но не каждая сможет пройти полный путь до выхода на рынок, всем предстоит череда экспертных оценок и исследований. В одном из них, например, принимали участие некоторые наши сотрудники в майские праздники.



Через стенку проходит еще одно мини-совещание, на котором Валентина Ливенцова и Лич обсуждают ближайшие приходы: «Ведь ты же волшебник! Придумай, как сдвинуть сроки на пару неделек, чтобы на майские длинные выходные мы были обеспечены товаром». Валя — аналитик по сбыту и по совместительству офисная фея, создающая уютную атмосферу и тщательно следящая за порядком.

Уникальность торговой марки Forester заключается в совершенно инновационных разработках, которые не имеют аналогов на рынке. И поэтому важнейшей частью производственного процесса являются мозговые штурмы, без которых не обходится рождение ни одного нового продукта. На одном из таких брейнстормингов побывали и мы.

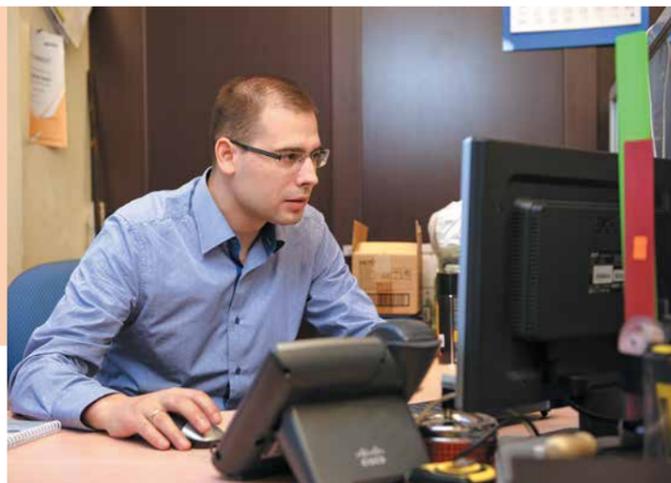


Технические детали тоже очень важны: Женья и Лич сразу думают о том, как защитить новую идею от конкурентов.

Подшло время обеда, и мы снова возвращаемся на уютную кухню Forester. Во время этого перерыва нам посчастливилось услышать несколько профессиональных историй, например, такую: «В офисе среди прочего оборудования стоял грязный и, мягко скажем, плохо пахнущий казан. Валя попросила Женю его помыть, и он потратил на это несколько часов. А через два дня из командировки вернулся Володя и очень удивился, увидев чистый казан... Как выяснилось, это был специально подготовленный, тестовый образец для испытаний нового чистящего средства».



После обеда в офисе становится тихо. Но это не значит, что наступил тихий час. Наоборот, все активно и напряженно трудятся.



А мы можем немножко прогуляться по офису: здесь много любопытностей и интересных штук. Нас очень впечатлили муляжные шашлыки, которые выглядят как настоящие. И нам рассказали, что некоторым действительно сложно устоять, чтобы их не попробовать.



Около трех часов дня в переговорной начинается подготовка к гриль-сессии для партнеров в Екатеринбурге. Маша с Катей обсуждают регламент и детали мероприятия.



Пользуясь случаем, Катя с удовольствием демонстрирует нам «Большую книгу гриль», которая является предметом особой гордости для форестеровцев! Это целое руководство по использованию их продукции с красочными фотографиями и пошаговыми рецептами от известного кулинарного блогера Влада Пискунова. Книга вышла в свет в конце прошлого года, и мы не смогли пройти мимо этого события. Специально для наших читателей мы подготовили отдельный репортаж о предпосылках ее появления и процессе создания, о котором вы можете прочитать на стр. 42.

Настало время еще одного кофе-брейка, во время которого мы неожиданно стали свидетелями необычного собрания — Клуба молодых отцов. Несколько месяцев назад в Forester разразился беби-бум, и теперь счастливые родители обсуждают количество прорезавшихся зубов и прочие радости жизни, связанные с появлением детей.



«Смотреть на заседания этого клуба очень забавно. Что может быть трогательнее молодых пап, делящихся своим опытом», — считает Валя.



Подготовка завершена: все на месте, всего хватает! Ура!

В рамках продвижения бренда был запущен новый проект Big Idea: в крупных торговых центрах создаются инсталляции с шатрами, мебелью и оборудованием для гриля Forester. Идеальный вдохновитель этого проекта — Мария Дубровина. И сейчас мы наблюдаем, как она готовится к очередной креативной поляне: проверяет наличие необходимых материалов, параллельно решая массу других вопросов по телефону.



День медленно, но верно подходит к концу. Все отправляются домой, но для кое-кого работа на этом не заканчивается. Сразу из офиса Маша и Катя отправляются в аэропорт. Их ждет гриль-сессия в Екатеринбурге. Но это уже совсем другая история.



Представительством UPECO в Поднебесной на протяжении многих лет неизменно руководит **Евгений Рудь**. По словам коллег, это не случайно, ведь в нем сочетаются качества сильного западного менеджера и типично китайские черты характера: феноменальное спокойствие даже в самых сложных ситуациях, доброжелательность и гостеприимство. Иначе говоря, все, что нужно для выстраивания успешного диалога между столь разными собеседниками, как Китай и Россия. Евгений занимается не только координацией работы и управлением бизнес-процессами, порой ему приходится углубляться в производственные вопросы, возникающие в ходе ежедневного взаимодействия с поставщиками и производителями. Так, по оценке Евгения, около 30% переговоров являются сложными, а в 5% не обойтись без его участия, поскольку большие вопросы китайцы

предпочитают обсуждать с большими руководителями. Переговоры в Китае — это вообще уникальное явление, порой ставящее в тупик представителей западного мира. Однако специально для наших читателей мы подготовили обзор (с. 68–71), который даст вам ключ к пониманию китайского менталитета. В состав интернациональной команды Евгения входят шесть человек: два бизнес-менеджера — Петя Чжу и Володя Ян, два R&D-менеджера — Евгений Мальцев и Екатерина Калганова, менеджер по упаковке Жан Цзян и инспектор качества Гао Хайбин. Это глаза, уши, руки и другие важные части организма нашей компании, совершающей в Китае около трети от общего числа всех закупок. На каждом направлении наши китайские коллеги работают самостоятельно, а все текущие вопросы решают напрямую с производителем или Москвой. Однако так было

#### За 2013 год представительство UPECO в Китае:

- выполнило 369 заказов на более чем 60 видов продуктов от 34 поставщиков;
- отправило 134 контейнера с продукцией;
- реализовало около 80 проектов по разработкам или доработкам продукта;
- сделало 212 выездов на производство для инспекций товаров.

не всегда, долгое время каждый вел проектную деятельность в полном объеме: получал задание на разработку, создавал продукт, размещал заказ, курировал производство, отгрузку и даже выезжал на инспекцию. Такое огромное количество разноплановых задач не позволяло работать эффективно и использовать

## ДРУЖБА НАРОДОВ

Работа нашей компании в Китае началась еще в 90-х, а в 2001 году было открыто полноценное представительство в Шанхае. Изначально оно создавалось для поддержания контрактов с поставщиками и контроля качества отгружаемой продукции. Однако с годами функционал значительно расширился и усложнился, а менеджеры китайского офиса стали вести проекты по разработке новых продуктов, осуществлять аудит производств, заниматься поиском новых производителей, вести и сопровождать многочисленные производственные процессы. Но обо всем по порядку!

Из всех наших представительств китайское встречает новый день первым — сказывается разница во времени. Из-за этого же утро зачастую начинается с большого количества писем, накопившихся со вчерашнего московского рабочего дня — маркетинг, R&D, ДУЦП — взаимодействовать приходится со всеми. Современные технологии, впрочем, очень упрощают взаимодействие, стирая границы и расстояния. Нередки

и личные встречи, когда наши московские коллеги отправляются в Китай. Ребята из представительства всегда сопровождают их в таких производственных поездках. «Это значительно облегчает не только работу, — делится с нами Любовь Полупан, руководитель отдела контрактного производства и закупок, — но и снимает мелкие житейские вопросы. Например, что заказать на ужин, чтобы это было съедобно на наш, российский вкус».



## Личное

**Евгений Рудь**

В 2010 году Евгений женился на красивой китайской девушке Сыминь из города Суйчжоу, который является побратимом российской Рязани. А в феврале 2013 года у них родились двойняшки Амелина и Денис, которым сейчас уделяется все свободное время.

**Петя Чжу**

Петя родом из Харбина, столицы северной провинции Хэйлуцзян. Это китайское название реки Амур, которая на Дальнем Востоке является границей между Россией и Китаем. А настоящее имя Пети — Чжу Юйнин. Китайцы, изучающие европейские языки, обычно берут себе псевдонимы, чтобы к ним было проще обращаться.

**Вэй Ян**

Китайское имя Володи — Вэй, с 1999 по 2006 год он изучал в Белоруссии международную экономику и торговлю, окончил аспирантуру. Лучший отдых для Володи — это время, проведенное с семьей. Играя с ребенком на свежем воздухе, он заряжается энергией для работы и новых дел.

**Екатерина Калганова**

Екатерина по образованию переводчик-лингвист, поэтому выбор страны для проживания неслучаен — еще с первого курса университета она хотела жить именно в Шанхае. В выходные Екатерина исследует новые места любимого города в компании друзей, по воскресеньям играет в сквош, а в дождливую погоду, которая случается здесь часто, проводит время за хорошей книгой.



Рабочие будни Володи и Жана

потенциал сотрудников в полном объеме, так что разделение сфер ответственности позволило сделать существенный рывок вперед.

Работу с производителями осуществляет **Петя Чжу**, который присоединился к UPECO шесть лет назад вместе с запуском брендов Deliss и Breesal. С тех пор он ведет три направления — ароматизаторы и освежители, инсектициды и репелленты: размещает принятые от Москвы заказы у производителей,



Гао за работой

контролирует сроки производства, координирует подготовку отправки и инспекцию готового товара. Конек Пети заключается в умении правильно выстраивать отношения с поставщиками и добиваться соблюдения всех требований даже при заключении самых сложных контрактов.

То же самое, но для торговой марки Salton делает **Володя Ян**. Поставщиков у него значительно меньше, поэтому он также курирует отpravку всех товаров в Россию. Договоры с китайскими перевозчиками заключает московский отдел логистики, а Володя контролирует все технические детали на месте: подает заявки на контейнеры, согласовывает даты их подачи на погрузку, уточняет даты выхода судов, проверяет данные сопровождающих документов. Путь предстоит неблизкий, поэтому необходимо учитывать не только особенности отправляемого груза, но и все нюансы, которые могут произойти с ним по дороге.

Разработкой новых продуктов занимаются R&D-менеджеры **Евгений Мальцев** и **Екатерина Калганова**. Их функционал также разделен по брендам: Deliss, Breesal, «Паптор»

## Советы тем, кто отправляется в командировку в Китай

- Одевайтесь теплее, если ваша командировка выпадает на зимний период. В это время здесь очень холодно, а отопление в помещениях не предусмотрено.
- Уточните дату китайского Нового года (она изменяется от года к году и может отмечаться между 17 января и 19 февраля), потому что все китайские производства не работают во время празднования.

и Gardex находятся под контролем Евгения, а Екатерина осуществляет взаимодействие с бренд-группой Salton. Ребятам приходится часто ездить в командировки по разным уголкам страны, поскольку в Китае одна личная встреча порой заменяет

многодневные переписки и общение по телефону.

Ежедневно в тесном контакте с московским офисом ведется неустанный поиск инноваций и необычных решений. Так, например, в прошлом году все рекорды продаж побил детский браслет Gardex от комаров. «При разработке этого продукта произошла забавная история — при переводе дизайнов в требуемый формат потерялся носик от птчки Gardex, что первым заметил производитель», — рассказывает нам Евгений.

За печатную упаковку отвечает **Жан Цзян**, настоящий ветеран представительства. За восемь лет работы он достиг совершенства во всем, что касается полиграфии. Большую часть своего времени Жан проводит в типографиях, задавая стандарты производства и контролируя все этапы процесса. Мелочей в таком деле не бывает, ведь «встречают по одежке». В работе ему помогают тонкий худо-



Жан изучает возможности типографии

жественный вкус (по образованию Жан декоратор сцены) и постоянное желание учиться всему новому.

Контроль качества — это еще одно важное направление работы китай-



Московский офис в производственной командировке в Гуанчжоу

## Личное

**Евгений Мальцев**

Свободное от работы время Евгений посвящает путешествиям, катанию на мопеде, плаванию, изучению английского языка и своей любимой жене, с которой познакомился в Китае.

**Жан Цзян**

Китайское имя Жана — Фэньшен, что означает «жизнь в борьбе». И действительно, он с легкостью крушит проблемы любой сложности, но как настоящий художник делает это красиво и изящно. Вторым его призванием после работы является фотография и рисование маслом, а некоторые из его работ украсили дома наших коллег.

**Гао Хайбин**

У Гао и его семьи своя фруктовая плантация, на которой они выращивают персики почти в промышленных масштабах, так что в сезон он балует свежими фруктами своих коллег.

ского офиса, которое курирует **Гао Хайбин**. В офис он тоже попадает редко, а его рабочий кабинет — это склады на заводах поставщиков, куда поступает готовый для проверки товар. Инспектор по качеству получает от R&D-менеджеров эталонные образцы и согласованную карту продукта. Проверить нужно все: количество, маркировку, визуальное соответствие, размеры, вес, объем заливки и многие другие параметры. А от результатов этого осмотра зависит дальнейшая судьба товара — отправится ли он в Москву или будет отбракован.

Как видите, большинство китайских сотрудников работают «в полях», неустанно контролируя все этапы многочисленных производственных процессов. Однако в офисе их тоже можно встретить в полном составе, например в одну из пятниц, когда проводятся итоговые собрания, или же на совместном обучении. Впервые традиционные тренинги UPECO были проведены для китайских сотрудников в октябре прошлого года. Адаптационные программы по корпоративной культуре и знакомство с новой моделью компетенций

DRIVE помогли, по отзывам участников, лучше понять дух и цели компании, ощутить сопричастность к единому целому. В обучение также вошли блоки по тайм-менеджменту и практике управления проектами. Эти темы очень близки к деятельности представительства, поэтому вызвали много энтузиазма у наших китайских коллег, которые были готовы сразу пробовать и внедрять все инструменты. На следующем этапе обучения в марте была освещена еще одна актуальная тема «Тактика кросс-культурных переговоров», которая проводилась для двуязычной аудитории с параллельным синхронным переводом. Многие приемы стали открытием даже для наших самых опытных коллег!

И все же самым знаменательным событием этого года стало прохождение нашими коллегами процедуры ПДР, причем для не говорящих по-русски форма была переведена на китайский. Адаптация процедур Performance Management в китайском представительстве стала еще одним важным шагом на пути к созданию общей корпоративной культуры, единому пониманию стандартов



Тренинг «Тактика кросс-культурных переговоров», март 2014 года



Ужин с китайскими партнерами

## Трапеза в Поднебесной

Важной составляющей культуры и общения в Китае является еда. До сих пор пожилые люди в качестве приветствия используют фразу: «Ни чафаньла ма?» — «Вы уже поели?». А про потерявшего работу человека говорят: «Он разбил свою чашку с рисом». Китайская кухня, пожалуй, одна из самых разнообразных в мире: здесь едят все, что растет и движется, используя самые разнообразные способы приготовления и множество специй. Практически в каждом из многочисленных городов этой страны есть свои секреты приготовления практически любого блюда. При всем разнообразии одна общая черта есть — это смелое сочетание, казалось бы, совершенно несочетаемых продуктов, что многих европейцев порой ставит в тупик. А наиболее известные блюда китайской кухни — утка по-пекински, жареный рис, димсамы (различные легкие закуски, подаваемые в небольших блюдах), столетнее яйцо, которое перед употреблением выдерживается несколько месяцев в специальной смеси без доступа воздуха.

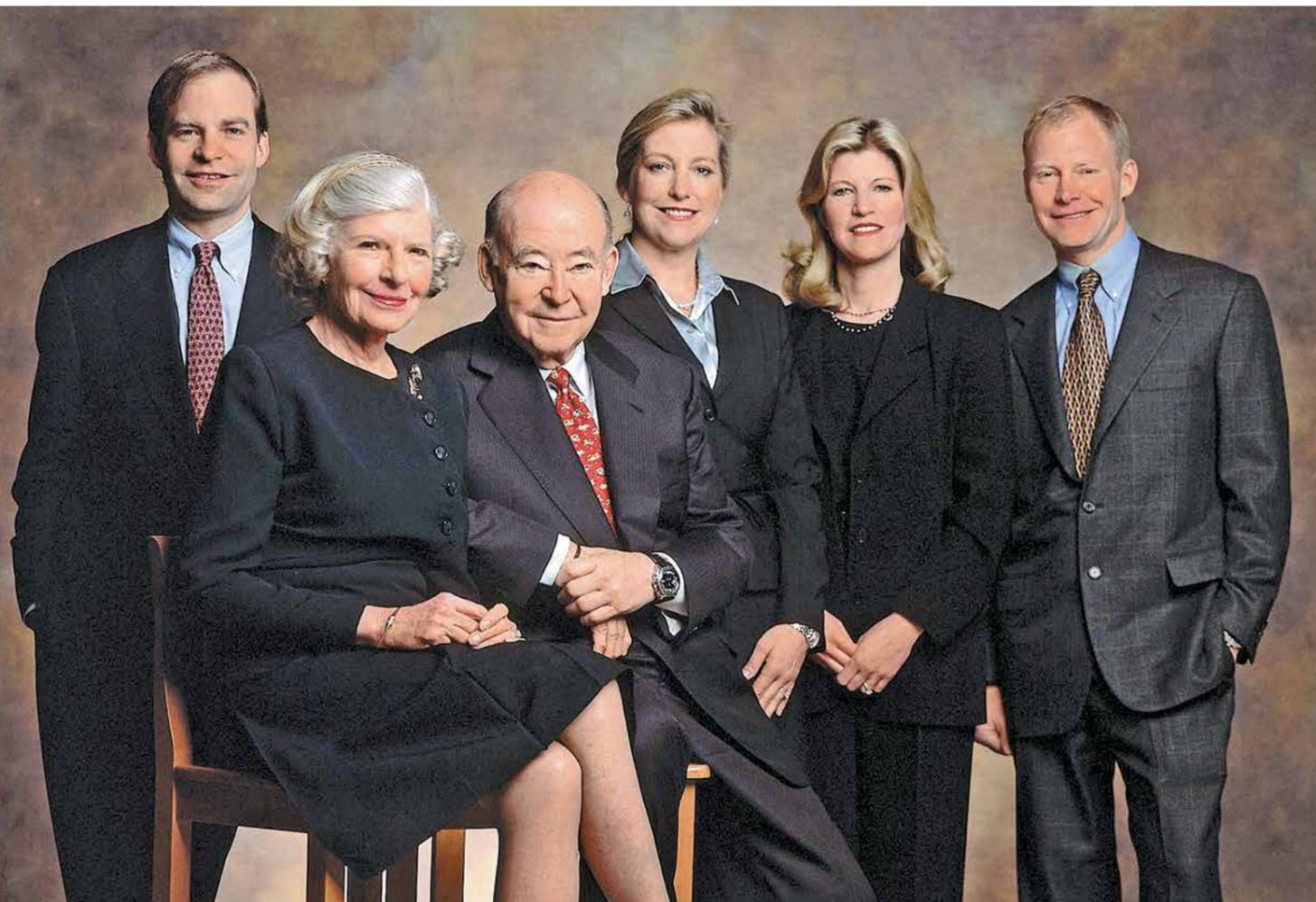
и укреплению взаимопонимания между сотрудниками.

Таково настоящее нашего китайского представительства — каждый сотрудник занимается своим делом, которое позволяет не только применять все знания и умения, но и постоянно их обогащать. Методы и способы достижения поставленных целей каждый выбирает сам — компания дает свободу действий, главное, чтобы результат был хорошим, и он зачастую даже превосходит ожидания!

Что касается будущего, то оно тоже видится в ярких тонах. За несколько последних десятилетий Китай продемонстрировал невероятные темпы экономического роста, став мировой индустриальной сверхдержавой № 1 по объемам промышленного производства. Сегодня Поднебесная занимает первое место по экспорту и не собирается на этом останавливаться, ставя для себя планы дораста до ВВП США. Как следствие происходят значительные изменения на китайском рынке — уходят в прошлое низкокачественные производители,

а им на смену приходят высокотехнологичные, способные конкурировать с другими странами не только ценой, но и качеством. И это означает, что мы сможем производить в Китае все более и более сложные продукты.

В планах и расширение деятельности представительства на другие регионы Юго-Восточной Азии. В 2013 году уже были совершены разведывательные экспедиции в Гонконг, Малайзию, Индию, и работа по поиску альтернативных поставщиков продолжается.



# АВАНТЮРИЗМ, ЖЕЛАНИЕ СДЕЛАТЬ МИР ЛУЧШЕ



И ДРУГИЕ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ,  
ПЕРЕДАВАЕМЫЕ ПО НАСЛЕДСТВУ

Много ли вы знаете компаний, которым удается не только оставаться на плаву, но и удерживать лидерские позиции на протяжении нескольких десятков, а то и сотен лет? Согласны, их на самом деле достаточно. А вот компании, которые в течение столь длительного времени управлялись и продолжают успешно управляться представителями одной династии, еще стоит поискать!

## ПРОИЗВОДСТВО В ВАННЕ

Путь Самуэля Кертиса Джонсона к успеху был долог и тернист. Ему было 49 лет, когда он вместе с семьей переехал в небольшой городок Расин в штате Висконсин, чтобы в очередной раз начать все сначала. За его плечами были несложившиеся попытки начать свой бизнес, из-за которых он несколько раз терял все свои сбережения и больше половины жизни.

Любой другой на его месте давно бы сдался, но Самуэля Джонсона неудачи лишь вдохновляли на дальнейшие поиски. В Расине он устроился в компанию по производству паркетных полов, где вновь принялся за работу с присущим ему энтузиазмом, и спустя четыре года наконец-то смог исполнить свою заветную мечту, выкупив бизнес целиком и дав ему свое имя. После этого Самуэль Джонсон стал трудиться еще энергичнее, выполняя обязанности и руководителя, и бухгалтера, и продавца. В 1886 году в ответ на постоянные вопросы своих покупателей о том, как ухаживать за

паркетными полами, он разработал и стал продавать готовую восковую мастику Johnson. Очень скоро объем ее продаж превзошел продажи самого покрытия. А Самуэлю Джонсону порой приходилось смешивать ингредиенты даже в собственной ванне, чтобы удовлетворить высокий спрос потребителей. Так, упорство и нестандартные идеи стали приносить свои дивиденды, а компания SC Johnson начала свой победоносный путь к сердцам потребителей.



## ВМЕСТО ТЫСЯЧИ СЛОВ

В 1906 году партнером бизнеса становится Герберт Фиск Джонсон. Так же, как и отец, он искренне верил в то, что продукты, создаваемые его семьей, достойны находиться на полках магазинов по всему миру, и начал искать новые рынки. Его энтузиазм, природное обаяние и нестандартные подходы позво-



**SC Johnson в цифрах:**

- 11,75** млрд долларов — годовая оборот компании;
- 13** тысяч человек работают в SC Johnson;
- 110** стран, где продаются ее бренды;
- 72** страны, в которых открыты представительства SC Johnson.

ляли брать любые крепости «без шума и пыли». Например, во время поездки в Англию в 1912 году Герберт Джонсон предлагал смелый эксперимент для проверки качества продукции: испытать чистоту натертого мастикой покрытия при помощи его белых брюк и, не дожидаясь ответа, усаживался на отполированный пол. Никаких сомнений после такого у владельцев магазинов не оставалось, и они с удовольствием брали новый продукт в реализацию. Так, уже в 1914 году было создано первое международное представительство компании SC Johnson в Англии, а вслед за ним последовало открытие офисов в Австралии и Канаде.



**ОСТАЛЬНОЕ — ЛИШЬ ТЕНЬ**

В 1919 году Герберт Джонсон становится президентом, и с этого момента ведет отсчет традиция семейного управления. Под его руководством компания продолжила расширять ассортимент своей продукции и одной из первых на рынке стала

создавать рекламные программы, обучающие покупателей пользоваться ею. За девять лет правления Герберта Джонсона ежегодные продажи достигли показателя в 5 млн долларов, а сама фирма выросла до 500 человек. В этот же период была заложена ключевая мысль, которая до сих пор лежит в основе SC Johnson. «Добрая воля людей — единственная движущая сила в любом деле. Она является сущностью всего. Остальное — лишь тень», — и эти слова из вдохновляющей речи Герберта Джонсона перед сотрудниками в канун Рождества 1927 года до сих пор имеют определяющее значение для всей компании.

**ДУХ ПРИКЛЮЧЕНИЙ**

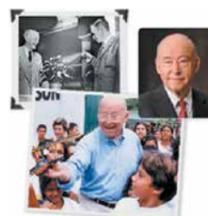
В 1928 году, после смерти отца, руководство принимает 28-летний Герберт Джонсон — младший, сумевший не только сохранить, но и приумножить семейное наследие. Даже в период Великой депрессии, когда продажи упали на 40%, он не уволил ни одного сотрудника. Особое внимание Джонсон-младший уделял исследовательской работе, поскольку планировал расширение компании путем непрерывной разработки новых продуктов, имеющих осязаемое преимущество. Обладая семейным авантурным характером, инновации он искал везде, где только мог, и в 1935 году даже отправился в эк-



педицию в бразильские джунгли для изучения карнаубской пальмы и получаемого из ее листьев воска. Итогом этого рискованного путешествия стала налаженная система бесперебойных поставок столь важного для продукции SC Johnson ингредиента, а также открытие представительства компании в Бразилии.

**ВЫХОД ИЗ ЗОНЫ КОМФОРТА**

В 1954 году к семейному бизнесу присоединяется Сэм Джонсон. Он возглавил отдел создания новых продуктов и рьяно бросился в бой, уже через пару месяцев представив отцу средство от насекомых в виде аэрозоля. Новинка скорее удивила, чем впечатлила, ведь до этого в ассортименте компании не было продуктов, не содержащих воска. На



недоуменный вопрос отца Сэм заметил: «Воск-то мы добавит можем, но вряд ли он будет убивать клопов лучше». Шутки шутками, но с этого момента компания начала активно разрабатывать новые направления. Идей у Сэма было достаточно, и в 1956 году на рынке появилось средство от насекомых Raid house & Garden Bug Killer, а вслед за ним — освежители воздуха Glade и репелленты Off!

Выход из зоны комфорта способствовал активному завоеванию новых рынков: в следующие десять лет SC Johnson обособовалась в Италии, Чили, Швейцарии, Швеции, Южной Африке, Бельгии, Японии, Нидерландах, Норвегии, Австрии, Испании, Гане, Дании, Восточной Африке, Греции, Гонконге, Сингапуре и Таиланде.

**BEE ALIVE!**

Представьте себе мир в начале 60-х годов прошлого века. Пессимизм и страх охватили весь мир: угроза ядерной войны, убийство президента США, возведение гигантской стены в Берлине... И на этом фоне Герберт Джонсон — младший решил создать фильм о мире, взаимопонимании и радости быть живым. Совет директоров не сразу одобрил эту идею, поскольку проект был очень дорогим и рискованным. Ответом на все приведенные ими доводы стала фраза, впоследствии ставшая крылатой: «Джентльмены, некоторые решения предназначены только для храбрых». После показа фильма Bee Alive!, состоявшегося на Всемирной выставке в 1964 году, критики и зрители осыпали его похвалами, а президент США Дуайт Эйзенхауэр отметил, что этот «интересный, оригинальный и красиво сделанный фильм показывает мир глазами детей, которым чужды предрассудки и высокомерие». После

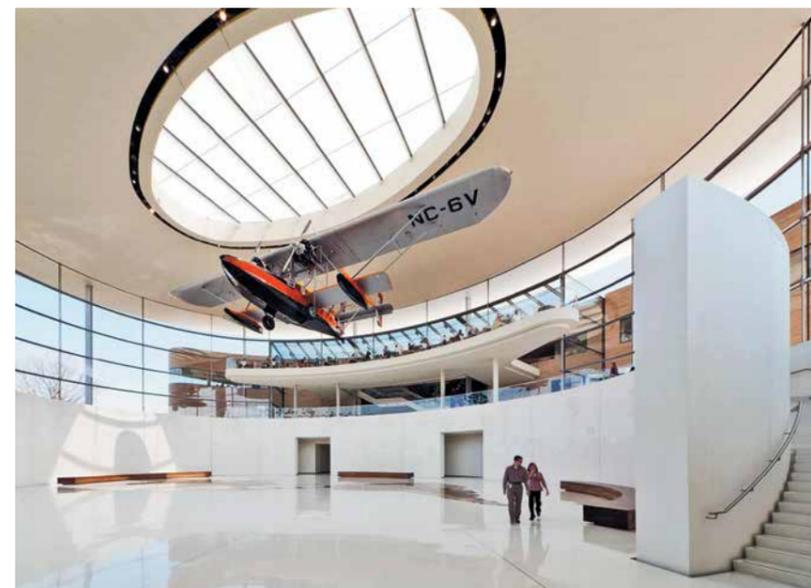
**Семейный бизнес в мире**

Лидером по количеству семейных корпораций является Япония. 99% экономики этой страны представляет семейный бизнес. Вторую строчку в рейтинге занимает Финляндия, где 93% собственников считают свое дело семейным. В Северной Америке таких компаний 78%, в Азии — 71%, в Евросоюзе — 69%.

этого компания SC Johnson приобрела еще большую значимость в жизни американского общества и страны.

**ЛУЧШЕ МЕНЬШЕ, ДА ЛУЧШЕ**

В 1975 году Сэм Джонсон принял еще одно решение, определившее дальнейшее развитие компании. Он отказался от использования хлорфторуглерода в аэрозольной продукции из-за того, что он мог привести к повреждению озонового слоя Земли. Сэма не остановило даже то, что в некоторых странах им пришлось приостановить производство из-за отсутствия подходящей для замены формулы. Спустя три года запрет на использование ХФУ был введен в США и Канаде на государственном уровне, а компания SC Johnson заработала репутацию экологически и социально ответственного бизнеса.





**360° OF GREEN CHOICE**

Свою экологическую и социальную стратегию компания SC Johnson корректирует и обновляет каждые пять лет. В 2011 году стартовала программа 360° of Green Choice. Ее визуальным выражением стал символический компас, указывающий на четыре ключевых вектора:

- непрерывное улучшение и совершенствование продуктов;

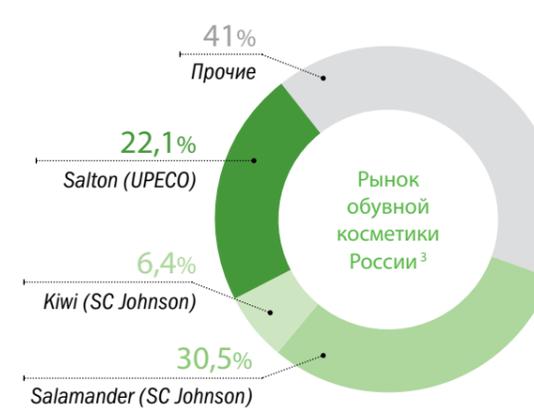
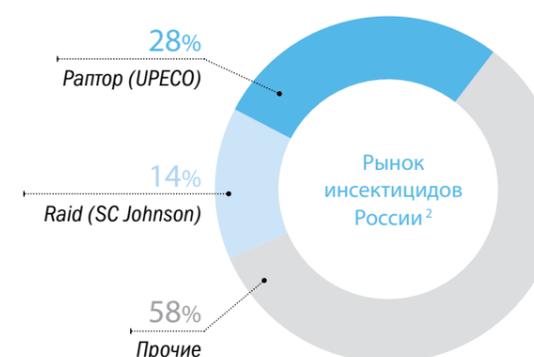
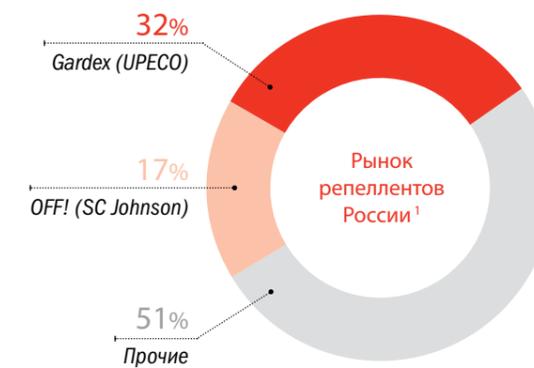
- уменьшение количества отходов;
- снижение воздействия на окружающую среду;
- улучшение жизни людей по всему миру.

Центральное место на компасе занимает и вовлеченность потребителей. «Будучи семейной компанией, мы знаем, что перемены начинаются в наших домах, — говорит Келли М. Семрау, старший вице-президент по

глобальной корпоративной деятельности, коммуникациям и экологии. — Решение о том, чтобы начать переработку вещей, может прийти за семейным ужином, и так начинается прогресс. Давая семьям простые советы и инструменты для понимания их воздействия на землю, мы надеемся помочь им внести простые, но важные перемены в их каждодневную жизнь».

**ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ...**

Сегодня у руля стоит уже пятое поколение Джонсонов, а компания является одним из мировых лидеров по производству и продаже продуктов бытовой химии. Но сколь бы внушительным ни был рост компании, в ее основе все равно продолжают находиться семейные ценности. В конце 2009 года был снят рекламный ролик под названием «Душа». В ней президент и CEO компании Фиск Джонсон говорит: «Мы вдохновляемся различными семьями, живущими по всему миру. Мы движимы тем, что хотим сделать все правильно. Нас к этому зовет не бизнес-необходимость, это семейное обязательство».



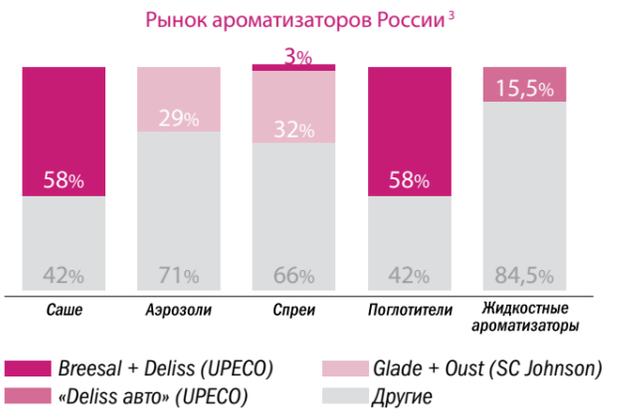
**Конкуренты SC Johnson**

В мире — Henkel, Reckitt Benckiser, Clorox, Procter and Gamble, Unilever, Colgate-Palmolive.

В России SC Johnson конкурирует в четырех категориях с компанией UPECO. На рынке инсектицидов и репеллентов уверенное лидерство сохраняют «Раптор» и Gardex, успешно противостоящие маркам Raid и Off!. Однако многолетняя профессиональная экспертиза SC Johnson в вопросах уничтожения насекомых заставляет постоянно двигаться вперед и искать новые решения для удержания позиций.

В категории ароматизаторов воздуха пальма первенства в аэрозолях и спреях принадлежит брендам Glade и Oust, а молодые марки Breesal и «Deliss авто» показывают стремительные темпы роста, завоевывая ниши.

Совершенно другая ситуация сложилась с обувной косметикой, относительно новой компетенцией для SC Johnson. На эту terra incognita они вступили несколько лет назад с покупкой торговых марок Kiwi и Salamander, став в этой категории компанией № 1 с максимальной совокупной долей. Однако успешная история и потенциал бренда Salton свидетельствуют о том, что основная борьба еще впереди!



<sup>1, 2</sup> Источник: Nielsen, май — август 2013 года, 24 города.  
<sup>3</sup> Источник: Nielsen, 2013–2014 годы.  
<sup>4</sup> Источник: Nielsen, 2013–2014 годы, 11 городов.

# ПЕРЕГОВОРЫ В ПОДНЕБЕСНОЙ, ИЛИ В ЧУЖОЙ МОНАСТЫРЬ СО СВОИМ УСТАВОМ НЕ ХОДЯТ

Современный мир утрачивает границы, и если мобильность в передвижении уже не является проблемой, то гибкость в понимании и принятии иной культуры остается задачей с двумя звездочками. Для UPECO ее успешное решение является особенно важным: мы активно взаимодействуем с другими странами, и если межкультурные различия, например, с Казахстаном или Польшей незначительны, то в случае с Китаем аспект взаимоотношений выходит на первый план.



Текст:  
**АЛЛА ЗАХАРОВА**,  
руководитель отдела  
корпоративного обучения

## 3

За последние несколько десятилетий Китай сделал несколько гигантских шагов вперед, став великой державой и второй экономикой в мире. Но это не означает, что он принял западные условия игры. Да, появились китайские руководители с прозападным стилем поведения, которые отлично говорят по-английски, ценят свое и чужое время, стремятся выполнить принятые на себя обязательства. Но отличия между нашими культурами все еще остаются существенными и их нельзя не учитывать при проведении переговоров. Этой нетривиальной теме



был посвящен тренинг «Культурные особенности китайцев», который прошел в Шанхае в апреле этого года с привлечением китайского тренера. Аналогичная программа скоро будет организована и в Москве, но с самыми существенными отличиями вы можете познакомиться уже сейчас.

### ОТЛИЧИЕ № 1. КИТАЙЦЫ НИКОГДА НЕ ГОВОРЯТ НАПРЯМУЮ

Они используют косвенную речь, уклончивую и витиеватую. И на это не стоит злиться, подозревая партнера в хитрости. Нужно лучше слушать, чтобы понять, что осталось между строк, так как речь китайцев высококонтекстуальна. «К чему все эти сложности? — удивитесь вы, — ведь вопросы можно решить быстрее, если не «играть в игры» и говорить прямо!» Но китайский бизнесмен думает иначе и всегда подозревает, что партнер имеет «двойное дно» и что-то

**ЕВГЕНИЙ РУДЬ**,  
руководитель  
представительства  
в Шанхае:



— Должен предостеречь от полного копирования «китайских приемов», иногда они наоборот могут ослабить наши позиции. Например, необязательно обсуждать деловые вопросы сразу же за обеденным столом, подчас переговорной среды для достижения результата будет достаточно. Но если договориться о чем-то не удалось, то обсуждение стоит продолжить, но необходимость вдаваться в детали и вести записи уже не будет. Стоит пробовать более глобально подойти к вопросу обсуждения, проанализировать с других сторон, а иногда бывает полезно повторить уже сказанные аргументы (у китайцев масло масляное в языке — это норма).





Рабочие моменты представительства UPECO в Китае

**ПЕТР ЧЖУ,**  
бизнес-менеджер  
представительства  
UPECO в Китае:



— Китайцы очень берегут личные взаимоотношения, поэтому в ходе переговоров уместно будет побеседовать с ними не только о бизнесе, но и о дружбе, семье, детях. Такие личностные отступления существенно повысят ваши шансы на уступки от китайских партнеров.

утаивает. Доверие вы сможете заслужить, но на это потребуется много времени, даже если вы придерживаетесь абсолютно честной политики. Китаец также не сможет сказать вам что-либо прямо, поскольку не уверен, что эта информация не будет использована против него. Такая осторожность приводит к тому, что даже если вы просите о выполнении нереалистичных обязательств, то не услышите в ответ «не могу» или «нет». Поэтому не радуйтесь рано, услышав на переговорах заветное «да». Со стороны китайцев это, скорее, дань

вежливости и желание сохранить гармонию отношений, нежели настоящее согласие. Еще одна особенность — это слово «чабудо», китайское «почти», которое они используют в любых ситуациях, где ваши точки зрения могут не совпадать. Если вы скажете китайскому портному, что костюм вам мал, то он вам ответит: «Чабудо» — все отлично; если вы скажете, что этот цвет не такой, какой нужно, то он вам ответит: «Чабудо» — почти такой, он же зеленый, как вы и хотели». И это тоже способ сохранить гармонию отношений.

#### ОТЛИЧИЕ № 2. GUANXI

Guanxi (что в переводе означает «отношения») — система установления и поддержания отношений, связи. Со стороны может показаться, что это понятие устарело и изжило себя: многие китайские экспортеры уже привыкли к европейской модели бизнеса «товар — деньги — товар», лишенной всяких церемоний. Но внутри страны связи по-прежнему очень важны: бизнес Китая носит клановый характер, и люди даже могут жертвовать прибылью, чтобы вести дела только со «своими».

#### КАК СТРОИТЬ GUANXI ПО-КИТАЙСКИ?

Вот несколько советов. Знакомство с новыми партнерами в некоторых случаях можно осуществлять через контактных лиц. На самих переговорах нужно уделять больше внимания неформальному общению, например, в ходе совместных трапез. Ведь прием пищи в Китае — часть бизнес-процесса, а отказ от угощения может быть воспринят как обида или оскорбление. В Китае все — ритуал! И здесь все имеет значение: как мы принимаем визитные карточки, где мы садимся, кто первый заговаривает. И соблюдение или несоблюдение «правил» может повлиять на исход сделки.

#### ОТЛИЧИЕ № 3. ТОРОПИТЬСЯ НЕ НАДО

Время в Китае не означает деньги. Поэтому нужно запастись терпением и быть готовым к тому, что в Китае ничего быстро не решается. Ваш партнер может несколько раз возвращаться к обсуждению,

казалось бы, уже решенных вопросов, уходить на внутренние обсуждения, запрашивать дополнительную информацию. Причина кроется в комплексном мышлении и субъективном восприятии времени. Поверьте, по сравнению с 5000-летней историей один день для китайца — это мгновение! Например, компании «Фольксваген» понадобилось девять лет, чтобы подписать соглашение на строительство автозавода в Шанхае.

#### ОТЛИЧИЕ № 4. ВОСТОК — ДЕЛО ТОНКОЕ

Еще одна часть специфики работы с китайскими производителями — несоблюдение с их стороны условий договора. Проблема заключается еще и в том, что в суде вам вряд ли удастся что-то оспорить или доказать. Для нас это явление парадоксальное: мы к договору относимся как к документу, но для китайцев он собой силы не имеет. Для них самым эффективным методом решения проблем являются ПЕРЕГОВОРЫ, а знание некоторых тонкостей помо-

#### История из истории

Всем известно шутивное выражение «Последнее китайское предупреждение», означающее угрозы, которые не могут быть исполнены. А появилась эта шутка в 1950–1960-х годах, когда США, не признавая коммунистический режим, осуществляли разведполеты над территориальными водами Китая. На каждое нарушение воздушного режима правительство Китая передавало «предупреждение» американской стороне, но реально препятствовать таким действиям не могло. Только представьте: к концу 1964 года США получили более 9000 таких посланий! И каждое из них было ПОСЛЕДНИМ...

жет избежать многих неочевидных сложностей. Начнем с даты вашего отъезда. Китайцы могут использовать ее в качестве козыря с целью получения уступок, на которые вы будете вынуждены пойти, опасаясь не успеть подписать договор. Что делать? Можно зарезервировать несколько обратных билетов, чтобы оставаться дольше запланированного в случае реальных шансов на успех. Можно схитрить и сообщить более ранний день отбытия, чем на самом деле. А для ускорения процесса принятия решений можно сообщить китайским партнерам, что вы вынуждены уехать

завтра, а не послезавтра, как планировалось ранее. Смейтесь! Для китайца это способ сгладить неудобство и собственную растерянность. Поэтому не обижайтесь на звонкий смех, если вы упали или приключилась еще какая-либо оказия. А вот с другими проявлениями чувства юмора стоит быть осторожнее. Перед тем как пошутить, лучше проконсультироваться с переводчиком. И самое главное! Вне зависимости от бизнес-результатов переговоров в конце должна остаться гармония, ведь сохранение отношений для китайцев является приоритетным на ценностном уровне!



# ИНСТРУМЕНТЫ

## КАК МОТИВИРОВАТЬ И РАЗВИВАТЬ СВОИХ СОТРУДНИКОВ?



На мотивацию и развитие сотрудников у многих руководителей зачастую не остается ни времени, ни сил. Тем временем эти функции менеджмента являются одним из важнейших способов улучшения эффективности и производительности компании.



**НАТАЛЬЯ РАФЕЙЧИК,**  
консультант по обучению и развитию

# В

В UPECO большая часть руководителей уже прошли обучение по теме «Наставничество и коучинг» как составляющей модульной программы STEP UP Executive. Мы убеждены, что для того чтобы постоянно развивать своих сотрудников, поддерживать высокий уровень мотивации и быть уверенным в том,

что команда достигнет планируемых показателей, руководитель должен регулярно и осознанно пользоваться такими инструментами, как обратная связь, наставничество и коучинг. В этой статье я расскажу вам о подходах и техниках, которые вы сможете начать использовать уже сегодня.

# РУКОВОДИТЕЛЯ:

### ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Это информация, которая дается в настоящем, о событии, произошедшем в прошлом с целью изменить или закрепить будущее поведение сотрудника. Обратная связь может выполнять мотивирующую и развивающую функцию, если руководитель дает ее регулярно в соответствии с основными принципами: «бутерброда» (+\ — \ +), только о поведении, в форме диалога, конкретики (цифры и факты), своевременности. Наиболее простыми и легкими в использовании являются техники STAR и STAR/AR.

**Технология STAR**

- ST** — Situation or Task (ситуация или задание);
- A** — Action (действие);
- R** — Result (результат).

**Пример мотивирующей обратной связи по технологии STAR**

Катя, вчера я получила от тебя отчет о проведенном мероприятии, ты включила в него расшифровку статьи «Расходы» и выделила пункты, на которых мы смогли сэкономить, в результате я смогла на сегодняшнем собрании полно и корректно ответить на все вопросы руководства и коллег. Спасибо за проявленную инициативу, я очень ценю в тебе это качество.

**Технология STAR/AR**

- ST** — Situation or Task (ситуация или задание);
- A** — Action (действие);
- R** — Result (результат);
- A** — Alternative (s) (варианты действий);
- R** — Result (желаемый результат).

**Пример развивающей обратной связи по технологии STAR/AR**

Катя, вчера я получила от тебя отчет о проведенном мероприятии, ты включила в него расшифровку статьи «Расходы» и выделила пункты, на которых мы смогли сэкономить, спасибо за проявленную инициативу. Вместе с тем общая сумма расходов не соответствовала расшифровке, мне пришлось затратить время, чтобы найти ошибку. Прошу тебя перепроверять данные перед высылкой отчета, я рассчитываю на корректность информации, полученной от тебя.



**НАСТАВНИЧЕСТВО**

Метод развития, когда один человек передает свои знания и опыт другому. Наиболее часто встречается пятишаговая техника наставничества.

Наставничество как инструмент **стоит применять**:

- в обучении новых сотрудников;
- при передаче абсолютно нового навыка опытному специалисту;
- когда надо добиться единого подхода, выполнения стандарта в определенной деятельности.

**Не стоит использовать** данный инструмент:

- если вы сами неуверенно владеете навыком;
- в передаче сходных по роду деятельности навыков опытным сотрудникам;
- если отсутствуют четкое представление о формате результата и стандарты в выполнении работы.



Модуль «Наставничество и коучинг» программы STEP UP Executive



**КОУЧИНГ**

Методы раскрытия потенциала человека с целью максимального повышения его эффективности. В рабочей среде коучинг — это способ общения руководителя с сотрудником, когда руководитель не дает готовых решений, советов и оценок, а с помощью задавания открытых вопросов помогает сотруднику самому сформулировать образ конечного результата, план действий на пути к нему, просчитать и минимизировать риски. Применяя этот инструмент, вы можете рассчитывать на следующие положительные эффекты:

- повышение эффективности сотрудников за счет повышения степени их осознанности действий и ответственности за результат;
  - сотрудники начинают видеть то, где они находятся и куда им важно прийти;
  - сотрудники начинают создавать самые оптимальные планы действий и находить нестандартные решения, чтобы прийти, куда они запланировали.
- Коучинг как инструмент **стоит применять**, если:
- ваш сотрудник сам хочет расти и развиваться;
  - у сотрудника есть опыт, который он может анализировать и на его основании генерировать новые идеи;
  - нет единственно правильного варианта решения данной ситуации.

Для тех, кто только начинает использовать данный метод развития сотрудников, рекомендуем начать с уже известной вам техники STAR/AR

- ST** — Situation or Task (ситуация, задание или проблема);
- A** — Action (действие);
- R** — Result (результат);
- A** — Alternative (s) (варианты действий);
- R** — Result (желаемый результат).

**Пример коучингового подхода по технике STAR/AR**

**ST** В чем состоит ситуация (проблема)? Как продвигается задание (...)? Каково положение дел в проекте (...)?

**A** Что ты уже сделал для решения? Каков твой план действий?

**R** Каковы результаты на сегодняшний день? Что уже удалось? Что еще не сделано?

**A** Что собираешься сделать следующим шагом? Что еще можно сделать для решения вопроса? А еще? Когда ты намереваешься это сделать?

**R** Опиши, как выглядит идеальный результат. Как ты поймешь, что достиг цели? Какая поддержка тебе нужна?

**Откажитесь** от применения коучинга, если:

- ситуация критическая, типовая и требует быстрого реагирования, вы знаете, как действовать;
  - сотрудник не стремится к достижению наилучшего результата и развитию как таковому;
  - сотрудник не имеет никакого опыта в выполнении подобного рода задач.
- А завершить статью я хочу цитатами двух известных вам людей:

**Успехов в развитии!**

«...НАСТАВНИЧЕСТВО — ПИЛЮЛЯ ОТ НЕУДАЧ, КОУЧИНГ — ВИТАМИН ДЛЯ РОСТА»

ЕВГЕНИЙ ДОЦЕНКО  
(консультант ИТ АРБ-ПРО)

«И ПИЛЮЛЯ, И ВИТАМИН — МЕДИКАМЕНТЫ, ГЛАВНОЕ, ЧТОБ НЕ БЫЛО ПЕРЕДОЗИРОВКИ...»

АРТЕМ БУДИЛОВ  
(сотрудник UPECO на тренинге по наставничеству)





Текст:  
**СВЕТЛАНА ДРОЗДОВА**,  
тренер отдела  
корпоративного  
обучения

Для описания сегодняшней действительности лучше всего подходит термин VUCA World\*, наглядно характеризующий состояние хаотичности, которые мы наблюдаем практически во всех сферах. Достигать высоких результатов в таком изменчивом мире могут лишь те, кто способен оперативно реагировать на все вызовы окружающей среды и быстро приспосабливаться к новым условиям.

# БУДУЩЕЕ ЗА E-LEARNING,

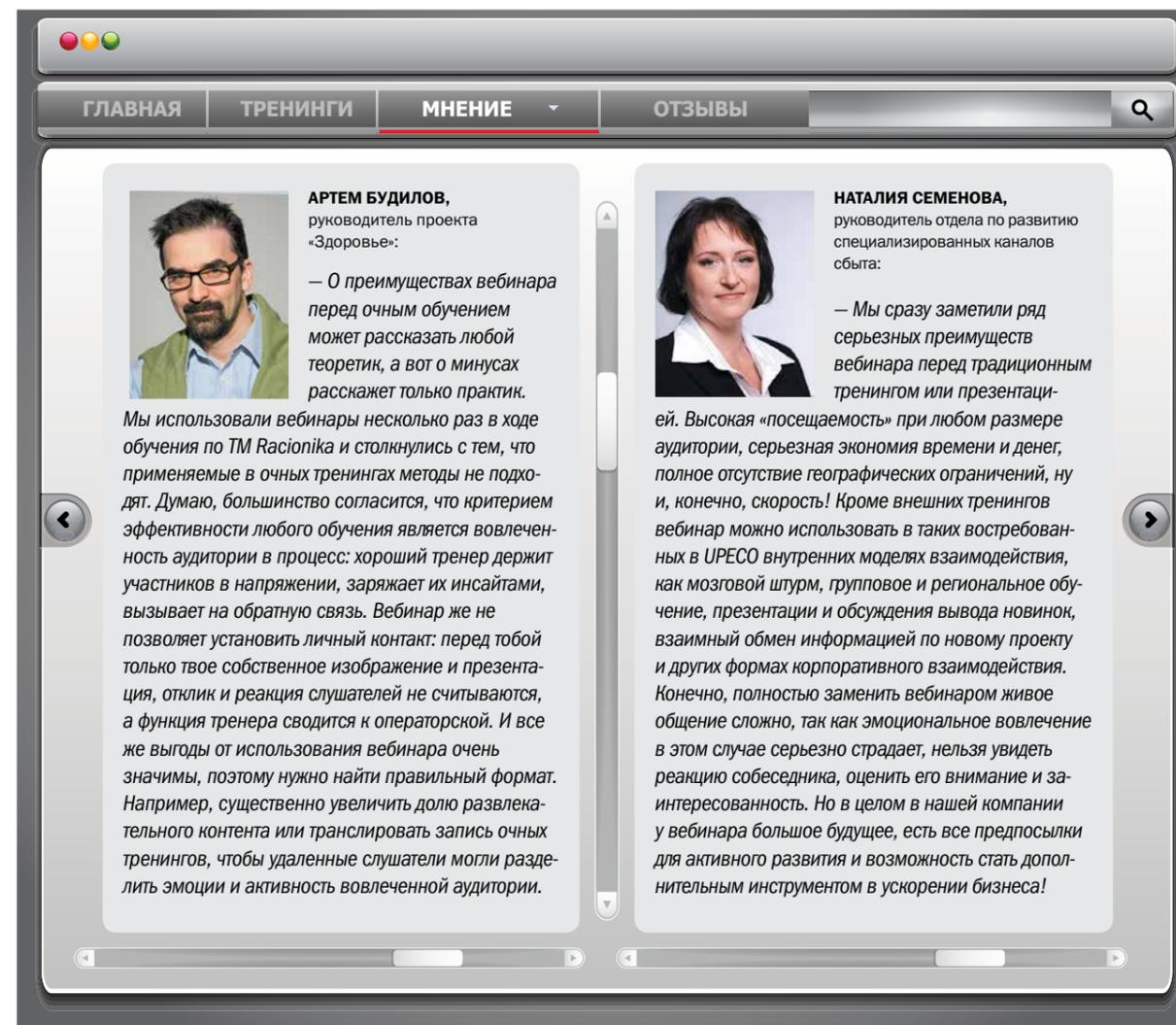
## ИЛИ ПОЧЕМУ ТРАДИЦИОННЫЕ ТРЕНИНГИ ОСТАЮТСЯ «НА СКАМЕЙКЕ ЗАПАСНЫХ»?

\* Volatility (изменчивость, нестабильность, неустойчивость), Uncertainty (неопределенность), Complexity (сложность), Ambiguity (неясность, двусмысленность, неопределенность).

# Б

Быть всегда в курсе последних новостей и обеспечить себе постоянный приток актуальной информации — задача не из простых. На помощь приходит дистанционное обучение. Этот инновационный способ передачи знаний появился сравнительно недавно, но уже успел произвести настоящую революцию. Неудивительно, что все больше компаний начинают его активно использовать для решения самых разнообразных задач. UPECO исключением не стала, ведь одним из ключевых требований к развитию существующей у нас системы обучения является ее доступность каждому сотруднику вне зависимости от времени и расстояния.

Первой ласточкой на пути к построению системы дистанционного обучения в нашей компании стал вебинар, проведенный Артемом Будиловым и Ксенией Найденской по ТМ Racionika для наших партнеров — сетей «ДМС Омск» и «ДМС Барнаул». Следующим серьезным шагом стала серия вебинаров, организованная для сотрудников нашего представительства в Казахстане. В связи со сменой дистрибутора и последовавшими за ней существенными кадровыми изменениями в торговых командах остро встал вопрос по обучению большого числа территориально распределенных сотрудников. Традиционные тренинги не позволяли провести



его оперативно, с минимальными затратами и максимальным комфортом для участников. Идеальным решением в сложившейся ситуации стало онлайн-обучение, проведенное по торговым маркам «РАПТОР», Gardex, Gardex Naturin, Expel, Forester для городов Шымкент, Караганда, Уральск, Кокшетау, Астана, Атырау, Актау, Кызылорда, Тараз, Семей, Усть-Каменогорск, Костанай, а также Петропавловск, Уральск, Павлодар. И уже в первый месяц после старта проекта без отрыва от производства удалось обучить более 200 человек.

**ВЕБИНАР (АНГЛ. WEBINAR, ВЕБ-КОНФЕРЕНЦИЯ, ОНЛАЙН-СЕМИНАР) — РАЗНОВИДНОСТЬ ВЕБ-КОНФЕРЕНЦИИ, ПРОВЕДЕНИЕ ОНЛАЙН-ВСТРЕЧ ИЛИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ. ВО ВРЕМЯ ВЕБИНАРА КАЖДЫЙ ИЗ УЧАСТНИКОВ НАХОДИТСЯ У СВОЕГО КОМПЬЮТЕРА, А СВЯЗЬ МЕЖДУ НИМИ ПОДДЕРЖИВАЕТСЯ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ.**

**ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ — ЭТО НЕ ТОЛЬКО СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПРОЦЕССА, НО И:**

- **доступность** (независимость от географического и временного положения обучающегося в формате 24/365 дома, на работе, в командировке, в отпуске и в пути — везде, где есть доступ к Интернету);
- **технологичность** (многочисленные интерактивные возможности для организации и контроля обучения и приобретенных навыков);
- **широкий охват** (количество участников практически не ограничено);
- **творчество** (комфортные условия, индивидуализированный подход, высокий уровень самоорганизации);
- **подготовка и переподготовка без отрыва от производства;**
- **привлечение лучших специалистов и преподавателей;**
- **создание единой образовательной среды.**

**АЛЛА ГОРЕТАЯ**, тренер отдела поддержки продаж UPECO:  
— Онлайн-тренинги по продукту прекрасно дополняют очное обучение, а в сезон помогают ускорить процесс, добавить в него динамики без ущерба качеству.

**НАРГИЗА МУСАЕВА**, трейд-маркетолог представительства UPECO в Казахстане:  
— Онлайн-способы обучения являются очень эффективными в информационном плане — чувствуется присутствие тренера, есть возможность сразу задавать актуальные вопросы и получать на них своевременные ответы.



**ДВОЙНАЯ ЗАЩИТА ОТ МОЛИ И ЛИЧИНОК!**

# КНИГИ ЖИЗНИ



**ТАМАРА КУЗНЕЦОВА,**  
специалист  
по рекламе:

— Обилие существующих сегодня рекламных инструментов постепенно превращается у вас в голову в кашу? Для наведения порядка позвоните Джею Левинсону и его книгу «Партизанский маркетинг». Левинсон — эксперт в маркетинге и эффективном управлении рекламным бюджетом — спроектирует в вашей голове надежные полки, на которые впоследствии точно лягут особенности каждого рекламного инструмента. Увенчайте эту информацию инсайтами о самом эффективном и бюджетном варианте

## «ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ» ДЖЕЙ КОНРАД ЛЕВИНСОН



использования каждого, Левинсон откроет перед вами карт-бланш в продвижении вашего имени, бренда, товара или услуги. Благодаря удивительному сочетанию теории и практики, в голове как будто сами собой вырисовываются мыслительные дорожки на рекламные вопросы, так долго заботящие наш разум. Апогей мысли книги — «Дорогой маркетинг — это тот, который не действует, а недорогой — это тот, который действует вне зависимости от расходов на него» — в итоге еще раз убеждает

в сакральной необходимости измерения, измерения и еще раз измерения всего, что мы делаем, беспощадной оценке, жестком отсеивании и трепетном отборе в честь создания самых эффективных и действенных рекламных кампаний наших брендов.



**МЕШКО ОЛЬШЕВСКИ,**  
младший бренд-менеджер  
представительства  
UPECO в Польше:

— Задумывались ли вы над тем, что лежит у источника успеха таких гигантов, как Skype, Google или LEGO Factory? Как можно было бы описать их инновационную стратегию и построение, которые принесли им особое место на рынке? В современных экономических условиях именно инновационная бизнес-модель становится источником конкурентного преимущества. Теория моделей воспринимает рынок не только через призму предложений, каналов продаж и клиентских сегментов. Она вводит

## «ТВОЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ: СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ КАРЬЕРЫ» ТИМ КЛАРК, АЛЕКСАНДР ОСТЕРВАЛЬДЕР И ИВ ПИНЬЕ



в теорию бизнеса важную ключевую ценность — целостный подход к его структуре, процессам и системе. Книга «Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры» Тима Кларка, Александра Остервальдера и Ивы Пинье (и группы из 470 специалистов-практиков из 45 стран) является увлекательным чтением и в то же время выделяется очень практическим подходом к теории предмета. Читая эту книгу, можно получить не только ответы на вопросы, которые я задавал в самом начале, но и выучить язык,

который используется в современных компаниях, и узнать о самых популярных моделях, таких как Freemium, или о «многосторонних платформах». На мой взгляд, эту книгу стоит прочитать не только тем, кто участвует в создании стартапов, но и состоявшимся руководителям компаний и предпринимателям.

# КНИГИ ЖИЗНИ



**КОНСТАНТИН ПЕТРОВ,**  
старший бренд-менеджер ТМ «Раптор»:

— Автор книги убежден, что креативность — это не что-то уникальное, чему нельзя научиться. Она есть в каждом из нас, и каждый может разбудить в себе способность придумывать что-то новое. И в этом настольном практическом пособии вы найдете 55 техник креативности с алгоритмами и примерами, которые позволят находить и воплощать в жизнь свежие идеи. Это издание пригодится не только для личного развития, в нем вы

## «ТЕХНИКИ КРЕАТИВНОСТИ» ЙИРИ ШЕРЕП

найдете и множество отличных инструментов для работы в команде. Описанные техники позволят научиться применять на практике методы фасилитации, помогающие снять барьеры на пути к раскрытию креативного потенциала группы и способствующие достижению максимальных результатов. Книга написана понятным простым языком, так что даже начинающие смогут легко воспользоваться ее



советами. А людям, обладающим глубокими знаниями и опытом, книга поможет превратить теорию в практику и/или знания в деньги.



**АЛЛА ГОРЕТА,**  
тренер отдела  
продаж:

— Существует невероятно простой и вместе с тем гениальный способ изменить мотивацию, а также внутреннее отношение ко всему, что нас окружает. Для этого необходимо воспитывать и развивать в себе личную ответственность. Конечно, это не новомодный и не сегодня проявившийся актуальный навык — он вечен. Ответственные люди всегда ищут решение вопроса, а не того, на кого можно переложить неудачу. Более того, они даже не винят себя, а направляют энергию на поиск решений. Как же сделать личную ответственность привычкой? Ответ вы найдете в этой книге, которая учит... задавать вопросы. Этот метод называется QbQ — Question by Question (вопрос

## «ПРОАКТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ, ИЛИ КАК ПРОСТЫЕ ВОПРОСЫ МОГУТ КРУТО ИЗМЕНИТЬ ВАШУ РАБОТУ И ЖИЗНЬ» ДЖОН МИЛЛЕР

за вопросом). Самое интересное и важное в нем то, что правильные вопросы уже содержат в себе оптимальные ответы, которые позволяют найти выход из самых сложных, трудных, необычных ситуаций и идти дальше к своим целям. Книга станет прекрасным выбором для всех тех, хочет развиваться и быть более эффективным по жизни, развивать в себе проактивность, изменить положение вещей, например перестать пребывать в негативном настроении, а также для тех, кто хочет изменить мир к лучшему. Начиная с себя, естественно. Мне также очень понравилось, как автор переделал молитву о душевном спокойствии. Оригинал звучит так:



«Боже, дай мне разум и душевный покой принять то, что я не в силах изменить, мужество изменить то, что я могу, и мудрость отличить одно от другого». А вот интерпретация Джона Миллера: «Боже, дай мне разум и душевный покой принять людей, которых я не в силах изменить, мужество изменить человека, которого могу, и мудрость понять, что этот человек — я!». Есть над чем задуматься!

# ОТ КАЛИНИНГРАДА ДО ВЛАДИВОСТОКА ЗА ПОЛЧАСА!

Считаете, что это невозможно? Сейчас вы убедитесь в обратном! Сотрудники UPECO продолжают делиться рассказами о своих городах, и в этом номере мы совершим захватывающее путешествие через всю Россию.



**СЕРГЕЙ БУРЛАКОВ,**  
территориальный менеджер  
по Золотому кольцу

## КАЛИНИНГРАД

Этот город до 1945 года принадлежал Восточной Пруссии и назывался Кенигсберг. Но после окончания войны был присоединен к Советскому Союзу и сменил название на привычное нам. После распада СССР Калининградская область оказалась отрезанной от всей территории России и ныне не граничит ни с одним ее регионом. Так что если вы отправитесь сюда поездом, вам потребуется загранпаспорт и шенгенская виза.

### ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

Следы европейской истории здесь можно встретить повсюду. В центре города, например, возвышается Кафедральный собор, место коронации прусских королей. За свою долгую историю он претерпел множество изменений не только в архитектуре, но и в назначении, успев побывать



Кафедральный собор

даже конюшней. Собор находится на острове, где также расположена профессорская усыпальница, а в ней могила немецкого философа Иммануила Канта. Прославила Кенигсберг и его система фортификационных укреплений. Во время Великой Отечественной войны они значительно усложнили штурм города, поэтому за взятие Кенигсберга награждали отдельной медалью. Некоторые фрагменты этих укреплений сохранились до наших дней: башни, форты и семь из десяти красивейших городских ворот. Недалеко от Калининграда есть и настоящие произведения искусства, созданные самой природой. К одному из таких относится Национальный парк «Куршская коса». Эта узкая песчаная полоса протяженностью 98 километров отделяет залив от Балтийского моря. Ее красивейшие дюнные ландшафты вы могли видеть и в кино. Здесь снимались фильмы «Белое солнце пустыни», «Остров сокровищ» и др. Встретите вы здесь и необычное природное явление — «Танцующий лес», все деревья будто двигаются в ритме морского бриза.



Танцующий лес



Памятник Мюнхгаузену

### ЭТОГО ВЫ НЕ УВИДИТЕ В ДРУГОМ ГОРОДЕ

В Калининграде целых два памятника, посвященных Барону Мюнхгаузену. Это реально существовавший человек, чьи веселые похождения

легли в основу всем известной книги. Конечно, памятников у этого яркого литературного персонажа по всему миру немало, но только в Калининграде сам Мюнхгаузен на них отсутствует, и вы можете его успешно заменить!

### ГДЕ ЖИТЬ

В гостевом доме «Ниссельберг» вы сможете окунуться в неповторимую атмосферу Средневековья и даже поучаствовать в конно-рыцарском турнире, после которого будет особенно приятно подкрепиться едой, приготовленной на огне в соответствии со старинными рецептами.

### КАК СЕБЯ ВЕСТИ

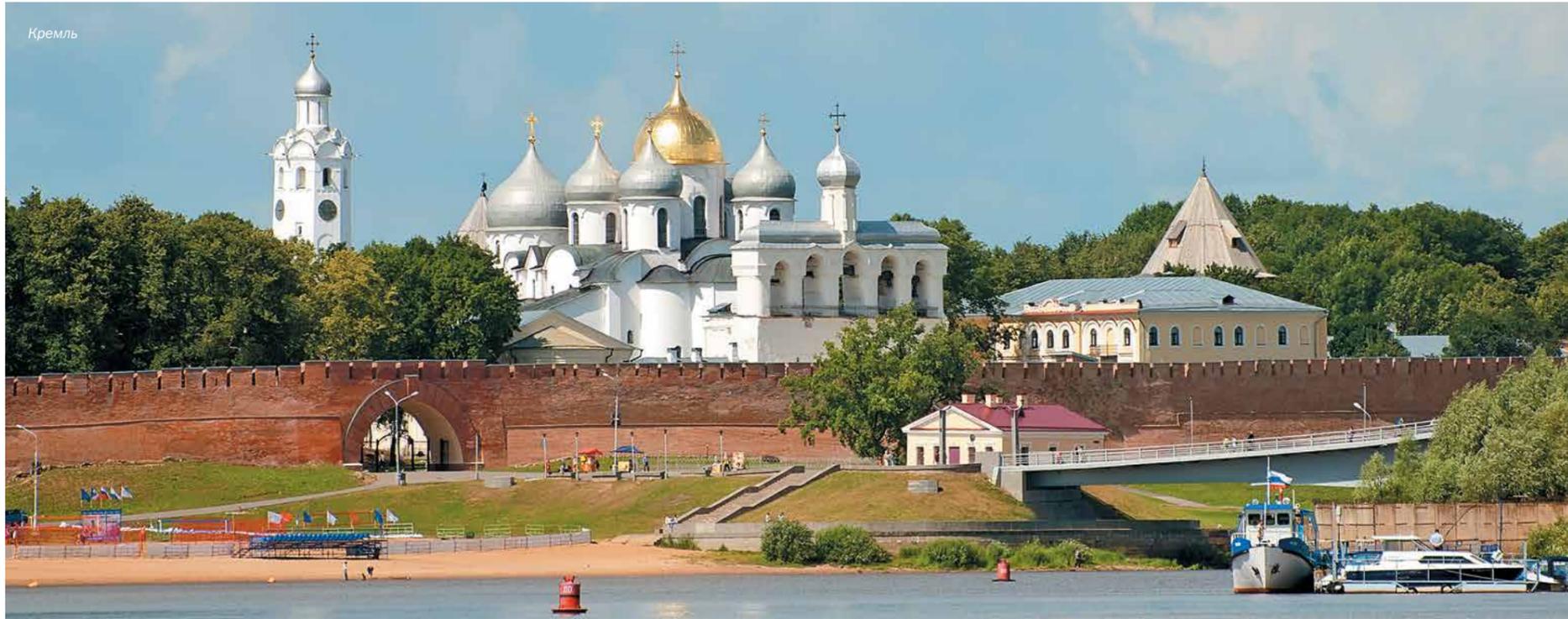
Открыто и с душой!

### КАКИЕ СЛОВА НЕОБХОДИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ, ЧТОБЫ СОЙТИ «ЗА СВОЕГО»?

Называть Калининград — Кёниг. Это сокращение от исторического названия города Кенигсберг.



Фортификационные укрепления



**ИВЕТТА НИКИТИНА,**  
территориальный менеджер по  
Новгородской и Псковской областям

зеленый, неторопливый и, я бы сказала, камерный. Он разделен на торговую сторону и Западный район величавой рекой Волхов. Название она получила из-за своей причудливой, волшебной сути — возможности менять свое течение. Случается такое крайне редко, однако случаи эти были документально зафиксированы. Обе стороны города соединяет древний Горбатый мост. С него была скинута статуя языческого Перуна

при насаждении христианства. Проплывая под Горбатым мостом, он закинул на него палицы и прокричал слова проклятия. С тех пор вода под мостом не замерзает. Озеро Ильмень, из которого вытекает Волхов, кормило рыбой всю ближайшую округу. В древности на Руси считалось, если моряк не бывал в шторм на Ильмене, значит, он и шторма не видел. Особенность озера в том, что волны могут достигать

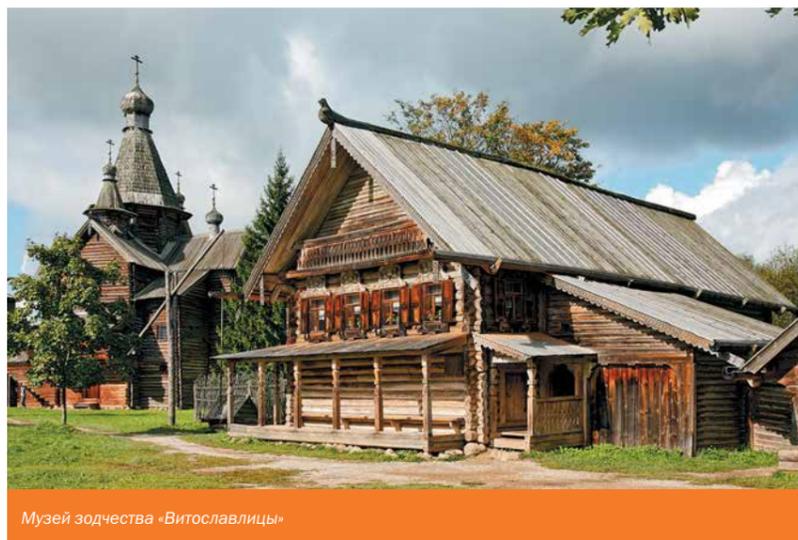
невиданных размеров. На подъезде к нему расположен музей деревянного зодчества — Витославлицы. В этом музей свозятся избы, мельницы, церкви — все уцелевшее наследие древней деревянной Руси. В Витославлицах проходят регулярные праздники с особым народным колоритом. Это и Масленица с катанием на тройках, и Троица с ее обрядами, и многие другие. Самая главная достопримечательность города — Детинец (Кремль). В центре Кремля находится Софий-

## ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД

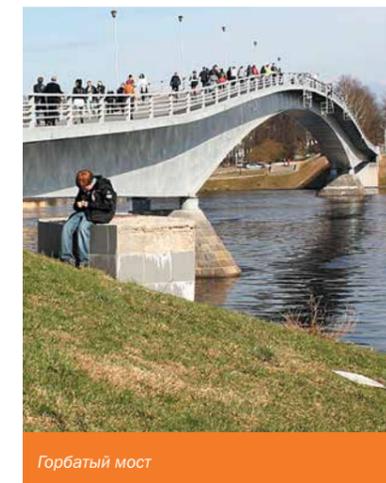
В России существуют два Новгорода — Великий и Нижний. Я расскажу вам о том, который стоит на реке Волхов, о городе, являющемся сердцем и родиной России. Долгое время он был столицей Северо-Западной Руси и крупнейшим культурным центром. Ни один город России не сохранил такого количества прекрасных памятников зодчества и монументальной живописи. Великий Новгород не случайно называют городом-музеем Древней Руси.

### ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

В наше время Великий Новгород — провинциальный маленький город,



Музей зодчества «Витославлицы»



Горбатый мост



Памятник «Тысячелетие России»

ский собор, один из древнейших и самых выдающихся памятников древнерусского зодчества. Он всего лишь на несколько лет моложе собора Софии в Киеве и на целое столетие старше собора Парижской Богоматери. Храм являлся символом города. Новгородцы перед сражением с врагом клялись «постоять и умереть за святую Софию». На главном куполе сидит голубь, с которым связано поверье: когда он падет, тогда и город падет. Новгород обязательно нужно посетить, если вы любите историю. Здесь вы сможете поучаствовать в действующем Троицком раскопе и, возможно, найти настоящую берестяную грамоту или монету. А гуляя по набережной, вы попадете на настоящие торговые древние ряды — Ярославов дворце.

### ЭТОГО ВЫ НЕ УВИДИТЕ В ДРУГОМ ГОРОДЕ

В Кремле находится знаменитый памятник тысячелетию России, на котором собраны все персонажи, творившие историю России. Идея его установки принадлежала Александру II, он же утвердил список из 109 государственных деятелей, военных и героев, деятелей культуры, просветителей. Однако в него не вошел один из самых известных представителей династии Рюриковичей — Иван Грозный,

откинувший Новгород в развитии на много лет назад.

### ОСОБЕННОСТИ КУХНИ

Визитной карточкой города является фирменный напиток медовуха. Традиции медоварения в Великом Новгороде сформировались еще в XVIII веке и до сих пор не утратили своей популярности.

### ГДЕ ПОПРОБОВАТЬ

В древнерусском городе не принято просто есть, здесь надо трапезничать. Например, в ресторане купеческой кухни «Дом Берга» или ресторане при отеле «Юрьевское подворье». Любителям красивых видов придется по душе комплекс на Волхове «Фрегат Флагман».

### КАКИЕ СЛОВА НЕОБХОДИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ, ЧТОБЫ СОЙТИ «ЗА СВОЕГО»

О-о-очень своим (из самой глубинки) вы будете, если в конце глаголов прибавляете окончание -вши или -дце. Например, ушеввши, пришеддце, захаввши. Еще можно использовать выражения «та» и «эта» сторона, блеснуть знанием слова «вече» и правильно ставить ударение в названии озера Ильмень. И ни в коем случае не путайте Великий с Нижним.



**ЕВГЕНИЙ КОВЕРОВ,**  
территориальный менеджер  
по Золотому кольцу

## ТУЛА

Это родина знаменитых на весь мир умельцев, одному из которых удалось подковать даже блоху. Это щит и арсенал России, достойно защищающий южные границы, от славной победы в Куликовской битве 1380 года до героической обороны в 1941-м. Это один из древнейших городов Руси, сохраняющий свои богатые культурные традиции и по наши дни.

### ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

Визитной карточкой Тулы является кремль. Само по себе явление



Кремль

не уникальное, которым могут похвастаться многие русские города. Однако Тульский кремль имеет ряд особенностей, отличающих его от других древнерусских крепостей. Начнем с архитектуры, в которой смешаны разные стили. Например, зубцы на стенах напоминают ласточкин хвост, что более характерно для итальянских дворцовых

комплексов, а в Никитской башне есть сферический купольный потолок, чуждый древнерусской архитектуре. Уникальным является и местоположение кремля — не на возвышенности, а в низине. Другой старейшей достопримечательностью города является музей оружия, основанный еще Петром I, который велел «...старинные пушки

и фузеи не переливать и не портить, а сдавать как курьезы в цейгаузы на хранение». В наше время уникальная коллекция оружия известна на весь мир, а многие экспонаты не имеют аналогов в других музеях. Еще один знаменитый уголок тульской земли — Ясная Поляна, где родился Лев Николаевич Толстой. В его молодости был эпизод, когда он чуть не лишился имения, проиграв его в карты, но ситуацию удалось решить. А писатель прожил в Ясной Поляне большую часть своей жизни, написал там свои самые значительные произведения и похоронен на одной из аллей.



Пряник



Ясная Поляна

### ЭТОГО ВЫ НЕ УВИДИТЕ В ДРУГОМ ГОРОДЕ

На одной из главных улиц города, около экзотариума, стоит скульптура, которая в народе получила гордое название «Памятник теще». В праздничные дни динозавриху заботливо наряжают в различные костюмы. Например, к 1 сентября повязывают белый фартук и бантики, а к 8 Марта приносят цветы — теща все-таки.

### ОСОБЕННОСТИ КУХНИ

Один из символов русской национальной кухни — тульский пряник. В начале своей истории он был предметом интриг, достойных французских королей. Десяток пекарных домов, знаменитых своим мастерством, держали рецепты в строжайшей тайне. Зачастую повара даже использовали гири без цифр, чтобы никто не узнал

количество ингредиентов для того или иного рецепта.

### ГДЕ ПОПРОБОВАТЬ

В Туле достаточно разнообразная кухня, и каждый сможет найти что-то на свой вкус. Любителям старинного колорита придется по душе ресторанный комплекс «Берендей». Там можно не только отведать блюда русской кухни, но и посетить старорусскую деревню с домиками, в которых находятся восстановленные вещи, принадлежащие людям разных профессий (портного, мельника, охотника и других).

### КАКИЕ СЛОВА НЕОБХОДИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ, ЧТОБЫ СОЙТИ «ЗА СВОЕГО»

Слова «морква», «чапельник», местоимения «мене», «тебе», «себе».



Музей оружия



Скульптура динозаврихи



**АЛЕКСАНДР МАКАРОВ,**  
территориальный менеджер  
по Татарстану, Чувашии, Марий  
Эл, Кировской области

## КАЗАНЬ

К сожалению, в короткой статье невозможно объять необъятное и рассказать даже о тех местах, которые обязательны для посещения, что уж говорить о деталях и мелочах, придающих особый шарм этому уникальному городу. Одно хочу сказать точно: Казань влюбляет в себя с первого взгляда и для каждого открывается со своей особенной стороны.



Башня Сююмбике

### ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

Название города произошло от слова «казан», что на татарском языке означает «котел». И действительно, в Казани на протяжении тысячи лет, как в котле, «кипят» различные национальные культуры, религии, эпохи, времена. Сердцем города является уникальный кремль, на территории которого встретились восточ-

ная и западная цивилизации. Где же еще встретить такое, чтобы за одной стеной стояли православный Благовещенский собор и мусульманская мечеть Кул-Шариф, живя в мире, согласии и уважении? Так, по обоюдной договоренности в соборе не звонят колокола, а муэдзин из мечети не созывает громогласно прихожан на утреннюю молитву. Здесь, в кремле, расположен и «наш ответ» знаменитой Пизанской башне — падающая башня Сююмбике, чей шпиль отклоняется от вертикали почти на два метра. Проникнуться духом истории можно в Старо-Татарской слободе, одном из самых живописных уголков Казани. К сожалению, история ее возникновения печальна: до середины XVIII века татарам было разрешено селиться только здесь. Указ отменила Екатерина II, которая также распорядилась о строительстве ныне старейшей в городе мечети Марджани. Гуляя по Казани, можно за одну секунду оказаться... в Петербурге. Ну, конечно, чудесным образом перенестись с Волги на Неву не получится, но сходство Петербургской улицы,



Храм Ильи Муромца

построенной в узнаваемом стиле с мостиками и узором оград, такие эмоции навеивает. Приехали с детьми? Они, как, впрочем, и вы, останутся в восторге от театра кукол «Экия», который снаружи напоминает волшебный дворец с колоннами, башенками и сказочными героями, или аквапарка «Ривьера», считающегося самым крупным в России. В окрестностях Казани тоже много интересного, например, остров-град Свияжск и Раифский Богородицкий мужской монастырь. Но поездкам в эти места лучше посвятить отдельный день.

### ЭТОГО ВЫ НЕ УВИДИТЕ В ДРУГОМ ГОРОДЕ

Вселенский храм Ильдара Ханова, или Храм всех религий, в котором соседствуют православная церковь, мусульманская мечеть, иудейская синагога, буддийская пагода. Однако это не предел, под одной крышей планируется разместить 16 религий.

### ОСОБЕННОСТИ КУХНИ

Шулпа, тутырма, кыстыбый, перемеч, губадия — эти слова сами по себе звучат многообещающе, аппетитно и вкусно. Соответствующие им блюда, поверьте, вас также не разочаруют, ведь татарская националь-

ная кухня сочетает в себе лучшие гастрономические традиции разных народов Поволжья, Урала, Сибири и Средней Азии. Но настоящим символом Казани являются эчпочмаки, или треугольники, традиционные пирожки с мясом, которые рекомендуются запивать кумысом — кислым напитком из лошадиного молока.

### ГДЕ ПОПРОБОВАТЬ

Татарские яства вы без труда найдете в любом ресторане или кафе, например, на туристической пеше-

ходной улице Баумана. А для полного погружения в национальный антураж и колорит отправляйтесь в Дом татарской кулинарии, сеть ресторанов «Биляр», Дом чая.

### КАК СЕБЯ ВЕСТИ

Не забывайте, что вы находитесь в мусульманской столице России, и для посещения основных достопримечательностей не стоит надевать короткие юбки или шорты.

### КАКИЕ СЛОВА НЕОБХОДИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ, ЧТОБЫ СОЙТИ «ЗА СВОЕГО»

В Республике Татарстан два государственных языка: русский и татарский. На первом разговаривают практически все, и проблем с взаимопониманием у вас не возникнет. Однако если вы хотите сойти «за своего», то вам пригодится наш небольшой лингвистический урок — «исанмесез» (здравствуйте), «сау булыгыз» (до свидания), «рахмат» (спасибо). Кроме того, из татарского языка пришли в русский и активно используются жителями Казани в повседневной речи слова «айда» (пойдем), «бабай» (дедушка), «арақы» (водка), «биш грамм» (пять грамм), «акча» (деньги), «балык» (рыба), «шулай шул» (именно так), «бик яхшы» (очень хорошо), «Байрам» (праздник), «башка» (голова).



Казанский дракон



Кремль



Мост через Золотой рог



**ДЕНИС КОРОТКОВ,**  
территориальный менеджер  
по Приморскому краю

## ВЛАДИВОСТОК

Если вы решите добраться сюда поездом из Москвы, то у вас уйдет на это около шести дней. Дорога сама по себе станет отдельным путешествием через самые красивые места Евразии, а в конце пути вас ждет неповторимо атмосферный Владивосток, пронизанный духом ветра, моря и свободы.



Владивостокская крепость

### ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

Начать прогулку стоит с центральной набережной — Спортивной гавани. Она красива и днем, а ночью просто завораживает — зажигаются огни, включается подсветка огромного фонтана, а из моря на отдыхающих смотрит двухметровая статуя русалки.

Во Владивостоке вообще все или связано с морем, или существует на его фоне. Морской заповедник, музейная подводная лодка С-56, мемориальный корабль «Красный вымпел» и море голубей на главной площади, украшенной монументальными фигурами подзабытых борцов за советскую власть. А самым посещаемым музеем города является океанариум, в котором можно познакомиться с подводным миром и природой Тихого океана.

Здесь находится одна из мощнейших приморских крепостей мира,



Мост на остров Русский

последняя из построенных и ныне единственная в своем роде. Одна из ее частей, форт № 7, признана настоящим произведением инженерного искусства. А на острове Русский расположена Ворошиловская батарея, которая и вовсе не имеет аналогов. Подбашенные помещения, снарядные и зарядные погреба находятся на глубине 25 м. Снаряды весом в 0,5 т могли поражать цель на расстоянии 35 км. Из «молодых» символов города особенно выделяются самые большие российские вантовые мосты — на остров Русский и через бухту Золотой рог. Они были построены к проведению саммита АТЭС в 2012 году

и уже успели стать важнейшей частью транспортной системы Дальнего Востока.

### ЭТОГО ВЫ НЕ УВИДИТЕ В ДРУГОМ ГОРОДЕ

Существует устойчивый стереотип, что в Сибири по улицам ходят медведи, а на Дальнем Востоке — тигры. Жители Владивостока этот миф с удовольствием поддерживают и каждый год проводят ежегодный карнавал в защиту дикой природы, в котором участвуют несколько тысяч взрослых и детей в полосатых

костюмах и масках. Впрочем, тигров на улицах вы можете увидеть и в любое другое время, ведь во Владивостоке более десяти различных памятников этим животным.

### ОСОБЕННОСТИ КУХНИ

Кухня Приморского края — это сочетание морепродуктов с привкусами кисло-сладких китайских и острых корейских блюд. Обязательно советуем попробовать скобянку из кукумари (морское беспозвоночное животное, похожее на небольшой слоновый хобот с шевелящимся

цветком-ртом), дальневосточный суп из свежей морской капусты и варенье из китайского лимонника, чьи ягоды тонизируют, повышают рефлекторную деятельность и усиливают остроту зрения.

### ГДЕ ПОПРОБОВАТЬ

Во Владивостоке множество кафе и ресторанчиков с кухней на любой вкус: сингапурская в «Дамплинг Републик», пан-азиатская в Zuma, корейская в «Ханури», японская в Токуо.

### КАКИЕ СЛОВА НЕОБХОДИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ, ЧТОБЫ СОЙТИ «ЗА СВОЕГО»

Называть районы города следующим образом: Первак (Первая речка), Вторяк (Вторая речка), Зеленка (авторынок «Зеленый угол»).



С высоты птичьего полета



Морской торговый порт

# ВЕДЬ ТАК НЕ БЫВАЕТ НА СВЕТЕ, ЧТОБ БЫЛИ ПОТЕРЯНЫ ДЕТИ!

Как вы думаете, сколько в России детей-сирот? Сухая статистика называет ужасающее число — 106 000 на 1 января 2014 года. Из них почти половину составляют дети, у которых на самом деле есть родители, вот только в их судьбе они не принимают никакого участия. Кого-то лишили родительских прав, кто-то сам устранился от воспитания — суть от этого не меняется. Важнее другой вопрос: что дальше? И ответ на него неутешителен. Чаще всего дети-сироты попадают в приюты и детские дома, где и настоящее неприглядно, да и будущее не вызывает оптимизма. Но есть и счастливые исключения...



# Д

Детский пансион «Павлин» в селе Мышкино сложно назвать типичным детским домом. Это, скорее, большая семья, в которой живут 20 детей от 2 до 17 лет. Наравне со взрослыми они ведут хозяйство, готовят еду и моют посуду, убирают в доме и работают на приусадебном участке. Дети постарше учатся в соседней сельской школе, помогают ухаживать за малышами. Воспитанники часто ездят на экскурсии в музеи и памятные места, посещают театры и концерты, а во время каникул даже выезжают на море или археологические раскопки. Еще в доме есть большая библиотека и компьютеры, спортив-

ный зал и комната для сценических постановок. Не менее важной в жизни детского дома является и связь с православной церковью, ведь его учредителем является храм Успения Пресвятой Богородицы. Но отметим, что хотя дети растут и воспитываются в христианской вере, каждый сам принимает решения, в том числе духовного плана. Ведь основная идея этого детского дома — не только воспитать ребят в православном духе и довести до совершеннолетия, но и обеспечить им все условия для будущей жизни: привить навыки к труду, подготовить к дальнейшей учебе или работе, научить жить

в семье и обществе. Такой подход приносит свои плоды: уже несколько воспитанников выпустились во взрослую жизнь, начали получать высшее образование или работать, а кто-то сделал шаг к созданию своей семьи. За успехами выпускников продолжают внимательно следить люди, которые сделали все для того, чтобы жизненный путь каждого мышкинца был ярким и светлым! Это Татьяна Алексеевна Рогова, Мама с большой буквы и по



совместительству директор пансиона, а также все его сотрудники. Вы удивитесь, но детский дом живет только благодаря их неравнодушию и частным пожертвованиям. Государство, к сожалению, никаких средств не выделяет и в жизни пансиона не участвует. Каким же образом дети попадают сюда? Все просто: молва об этом удивительном месте давно разнеслась не только по ближайшим окрестностям, но и далеко за их пределами. Так что если первые

воспитанники оказались здесь случайно, то в последние годы их привозят именно в Мышкино, зная, что теперь за судьбу маленьких сердец можно не волноваться! Давайте же тоже не оставаться в стороне! Ведь что может быть важнее детского счастья? Вместе мы уже сделали немало, но можем и еще больше! Участвуйте в традиционных подарочных акциях к Рождеству и Пасхе, «Мастерских детства» или просто приезжайте пообщаться, зарядиться энергией от чистых детских душ! Поверьте, вас всегда очень ждут и будут вам очень рады!





# ХРОНИКА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «ТВОРИ ДОБРО»

## 2007

Знакомство с воспитанниками детского дома в селе Мышкино и старт большого проекта по его поддержке. Помимо ежемесячной финансовой помощи компания UPECO помогла организовать комнату психологической разгрузки с сухим бассейном и логопедическим тренажером, а на Пасху и Рождество приготовила подарки. Эти праздники особо важны для детей, воспитывающихся в православных традициях. И в преддверии Нового года сотрудники компании выступили в роли Деда Мороза, исполнив желания, о которых ребята рассказали в своих письмах.

## 2008

По случаю Пасхи детскому дому презентовали мотокультиватор и бензопилу (воспитанники самостоятельно ведут свое хозяйство и искренне радуются таким подаркам), а также синтезатор для проведения музыкальных вечеров. До этого года вся поддержка оказывалась только компанией, а перед Рождеством впервые сотрудники собрали деньги на подарки сами. На них были куплены сладости, новый компьютер, тренажер для снятия напряжения позвоночника и выправления осанки, а также столярные, точильные и фрезерные станки для мастерской, в которой работают мальчики.

## 2009

Кризисный год не сломил желания помогать. Несмотря на возникшие трудности, наша компания продолжает оказывать ежемесячную поддержку, а сотрудники — участвовать в благотворительных акциях. Для мышкинцев UPECO осталась одним из немногих благотворителей.

## 2010

Проведена благотворительная выставка «Мир глазами детей», которая по инициативе сотрудников и договоренности с руководством детского дома была переориентирована в ярмарку. Картины и поделки ребят были приобретены сотрудниками и партнерами компании, а вырученные средства разделены между воспитанниками для покупки чего-то очень желанного. В этом же году стартует новый проект «Мастерская детства». Его основная цель — живое общение, которого так не хватает воспитанникам детских домов. Сотрудники и привлеченные волонтеры проводят мастер-классы и тренинги, передавая новые знания. Осенью была организована вторая поездка, во время которой сотрудники департамента продаж покрасили забор длиной в 540 метров.

## 2011

К благотворительному проекту подключаются сотрудники из регионов России и Украины. Наряду с традиционными праздничными подарками и двумя «Мастерскими детства» были организованы поездки в дельфинарий, «Ква-Ква-парк» и экскурсия в Санкт-Петербург.

## 2012

Поездка в аквапарк произвела на детей неизгладимое впечатление, поэтому в начале года было принято решение ее повторить. Традиционные «Мастерская детства — 5» и «Мастерская детства — 6» прошли на ура. При выборе развивающих занятий мы опирались на желания самих ребят. В итоге они смогли изучить основы современного уличного искусства граффити и обучиться основам танца electro-dance. А в Новый год опять сбылись мечты: у малышей

появились первые развивающие компьютеры, у взрослых мальчишек — электробритвы, любителям почитать вручили компактные электронные книги и много других интересных подарков.

## 2013

Мы продолжаем исполнять заветные желания ребят в рамках благотворительных акций и «Мастерских детства». Наконец-то на территории детского дома открывается спортивный зал. Финансовая помощь на его строительство оказывала команда UPECO, так и другие компании, поддерживающие детский дом.

## 2014

Весной была организована поездка ребят на завод Coca-Cola, целью которой стало не только знакомство с всемирно известным брендом, но и профориентирование. К Пасхе сотрудники компании традиционно собрали немало денег, часть из них пошла на покупку одежды и обуви, а также подарков. Остаток средств предназначен для строительства площадки для воркаута. А в июне состоялась уже девятая по счету «Мастерская детства».



# МАСТЕРСКАЯ ДЕТСТВА — 9



# САМЫЕ ВДОХНОВЛЯЮЩИЕ ПЕСНИ UPECO

# Б

Большинство людей слушают музыку каждый день: она поднимает настроение, задает ритм и зачастую помогает делать работу быстрее. У многих из нас есть и свои особенные песни, после прослушивания которых хочется свернуть горы и покорить самые высокие вершины. Мы решили узнать источники музыкального вдохновения сотрудников UPECO и провели в начале весны опрос, в котором приняли участие сотрудники всех наших

представительств. Ответы были очень разными, ведь на музыкальные предпочтения оказывают влияние темперамент, характер, возраст и даже степень открытости новому опыту. Например, экстраверты чаще отдают предпочтение «социальной» музыке (поп, хип-хоп, электро), а пожилые люди редко выбирают для прослушивания метал или панк. Но среди предпочтений наших сотрудников мы обнаружили много общего.

## МУЗЫКАЛЬНАЯ ГЕОГРАФИЯ

«Юпековцы» предпочитают слушать музыку, сделанную в России: отечественных исполнителей сочла вдохновляющими почти половина респондентов. Второе место ожидаемо заняла западная музыка, преимущественно американского и английского производства. В опросе принимали активное участие и наши коллеги из Киева — результатом стали шесть ответов в пользу одной из самых популярных украинских групп. Не отстал и Казахстан, который проявил музыкальное единодушие и всем офисом проголосовал за одну песню.



**«Веселые бабури»** — так характеризует свой музыкальный стиль Петр Налич. Это гремучая смесь беззаботного веселья, задора и радости, зрители с головой окунаются в сказочный мир звуков музыки, этнических балканских мотивов, проникновенного вокала. Концертные программы богаты танцевальными ритмами, душевными цыганскими романсами и оперными ариями.



## ЖАНРОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

В рейтинг вошли исполнители самых разных музыкальных направлений, и многие наверняка станут открытием даже для меломанов со стажем, например Spoken Word или «Веселые бабури». Но мы решили не углубляться в стиливые дебри и определили лидеров согласно традиционным жанрам. Призовую тройку возглавил отечественный и зарубежный рок, которым вдохновляется 41% опрошенных. На втором месте (27%) разместились поп-музыка. И третью строчку поделили такие направления, как электро и фолк (по 13%).

**Spoken Word** (художественная декламация) — литературные чтения, социальные и политические комментарии, поток сознания, доклады, нередко сопровождающиеся музыкой для усиления эмоционального эффекта. Наиболее яркими представителями этого жанра в России являются Евгений Гришковец и группа «Бигуди».

## САМЫЕ ВДОХНОВЛЯЮЩИЕ ПЕСНИ UPECO

Финальный плей-лист оказался очень разноплановым — по географии, жанрам, стилю, настроению. Одно можно сказать точно: каждый найдет для себя ту самую особенную песню или даже несколько. Рейтинг наших исполнителей возглавили рок-группы «Кино», «Сплин», «Би-2», «Океан Эльзы», а лидерами зарубежной музыки стали Depeche Mode, Queen, Metallica, Muse, Black Eyed Pease. В итоговый рейтинг мы также включили и ярких представителей самых популярных среди наших сотрудников направлений.

А теперь пора перейти от чтения к прослушиванию: в экстремале вы найдете плей-лист с самыми воодушевляющими песнями UPECO! Уверены, каждая из них может стать мощным энергетическим зарядом и источником вдохновения не только для работы, но и для многих других приятных вещей!

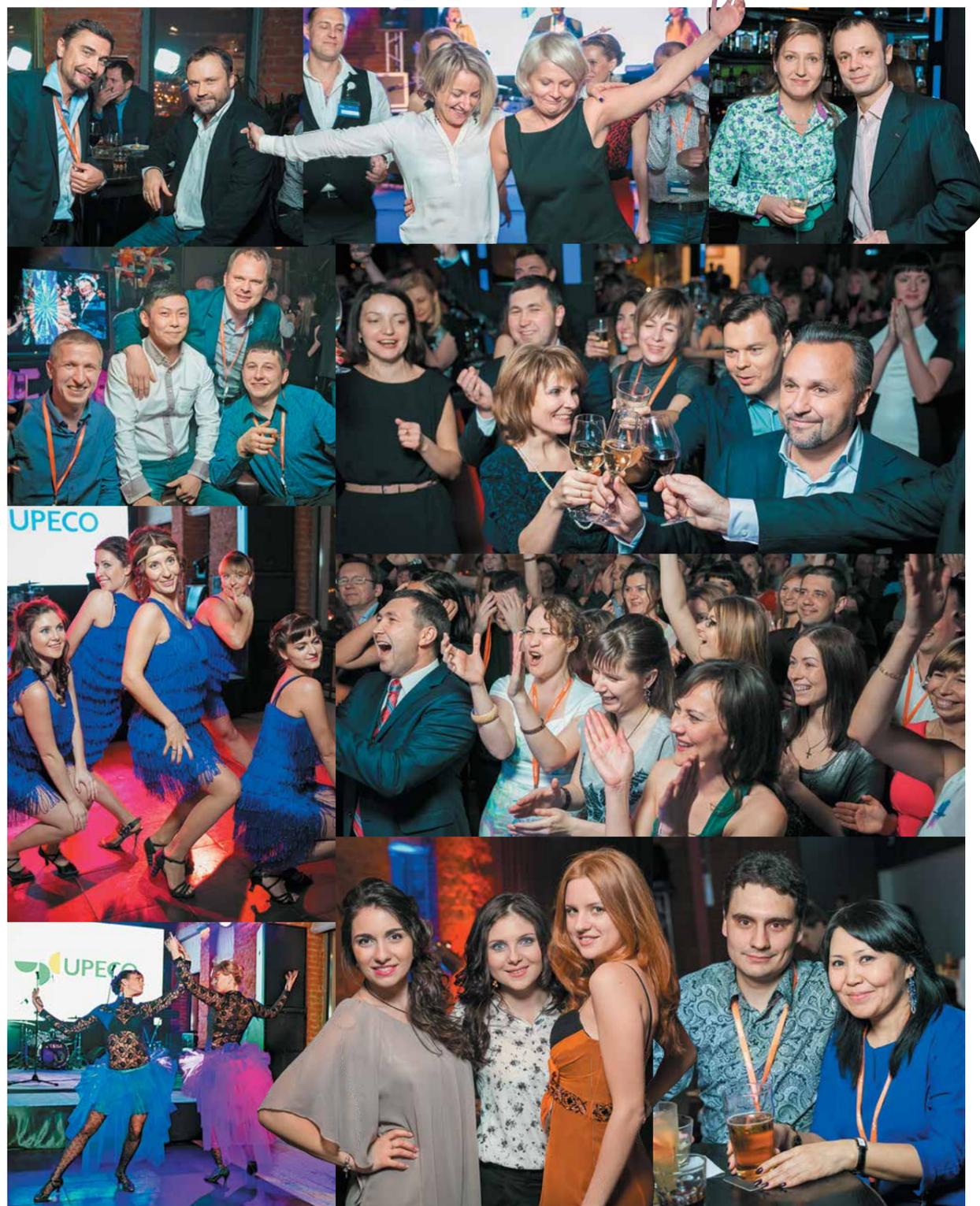
- Queen «We are the Champions»
- Кино «Перемен»
- Би-2 «Большие города»
- Black Eyed Pease «I Gotta Feeling»
- IOWA «Улыбайся»
- Серик Мусалимов «Мой Казахстан»
- Ricky Martin «The Best Thing About Me Is You / Lo Mejor de Mi Vida eres T»
- Океан Эльзы «Сосны»
- Paul Mauriat «Love is Blue»
- Владимир Высоцкий «Я не люблю»
- Depeche Mode «Enjoy the Silence»
- Metallica «Nothing Else Matters»
- Сплин «Романс»
- Muse «Starlight»
- U2 «One»
- Richard Durand «Always the Sun»



# UPECO SUMMIT



# НОВЫЙ ГОД РОССИЯ



# / УКРАИНА



# / ДЕТСКИЙ НГ



# UPESCO LIFE





ДЕТИ

СВАДЬБЫ



**МАРИНА И КИРИЛЛ ЛАРИНЫ,**  
Марина — специалист по контрактному производству и закупкам инсектицидов ТМ «Раптор», г. Москва, 20 июня 2014 года



**МАТВЕЙ,**  
сын Светланы Ряховской, менеджера по подбору и адаптации персонала, г. Москва, 31 января, 2014 года

**НАСТЯ,**  
дочь Антона Гашина, руководителя отдела планирования и прогнозирования, г. Москва, 19 марта 2014 года



**ЕВГЕНИЙ,**  
сын Владимира Галкина, менеджера по продукту ТМ Forester, г. Коломна, 9 января 2014 года



**ГЛЕБ,**  
сын Антона Виноградова, руководителя группы по сертификации и стандартизации, г. Москва, 19 марта 2014 года



**ТИМОФЕЙ,**  
сын Алексея Рассолова, координатора группы складской логистики, г. Москва, 27 апреля 2014 года

**ЕВГЕНИЙ И ТАТЬЯНА СЕННИКОВЫ,**  
Евгений — территориальный менеджер по Вологодской, Архангельской областям и Республике Коми, г. Вологда, 14 июня 2014 года



**СЫНОВЬЯ-БЛИЗНЕЦЫ АРТУРА СОКУЛЬСКОГО,**  
менеджера по трейд-маркетингу польского представительства UPECO, г. Варшава, 9 июня 2014 года



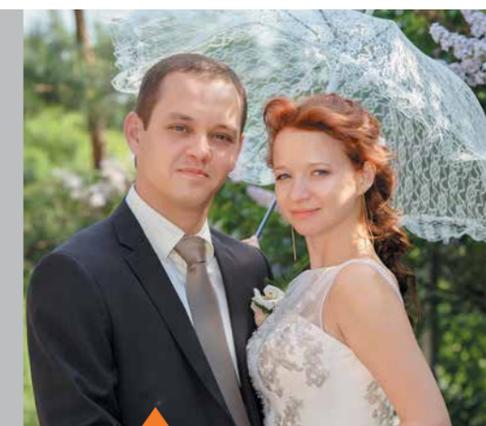
**АЛЕНА,**  
дочь Ольги Спириевой, территориального менеджера по Тюмени, г. Тюмень, 22 декабря 2013 года



**АНАСТАСИЯ,**  
дочь Зорьяны Рабан, территориального менеджера по Волынской и Ровенской областям, г. Луцк, 31 января 2014 года



**ВЕРА,**  
дочь Андрея Ветюгова, дизайнера-верстальщика ТМ Forester, г. Лыткарино, 31 октября 2013 года



**ДЕНИС И ТАТЬЯНА СВЕТЛИЦКИЕ,**  
Денис — менеджер по работе с ключевыми клиентами отдела специализированного сбыта, Татьяна — менеджер проекта ТМ Gardex Naturin, г. Москва, 23 мая 2014 года

**МАРТА И ЛУКАШ ГОЛЬБА,**  
Марта — специалист отдела клиентского сервиса и логистики польского представительства UPECO, местность Сломчин недалеко от города Константин — Езёрна, под Варшавой, 14 июня 2014 года



**ДАНИЭЛЬ,**  
сын Вана Люциня, менеджера по продукту ТМ Forester, 19 сентября 2014 года



**ДАНИИЛ,**  
сын Игоря Гривы, координатора отдела ВЭД, г. Москва, 5 января 2014 года



**ДАРЬЯ,**  
дочь Ивана Даниленко, территориального менеджера по Волгограду, г. Волгоград, 2 октября 2013 года



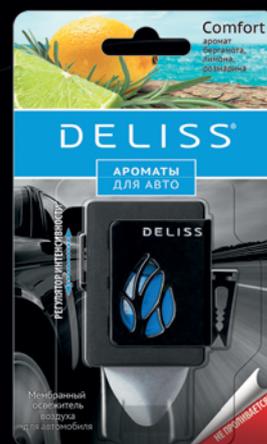
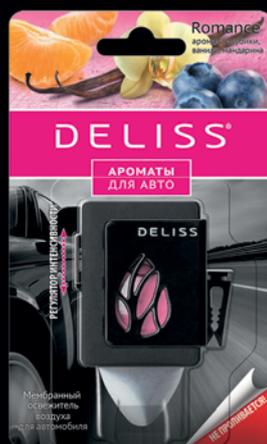
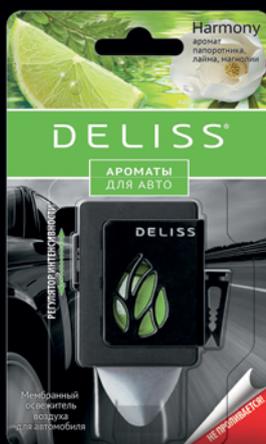
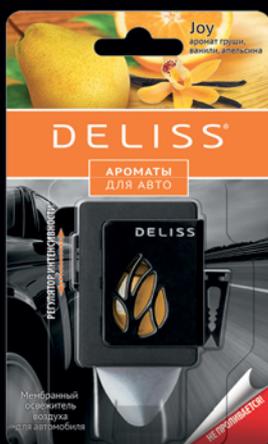
**КОНСТАНТИН,**  
сын Андрея Онущенко, регионального менеджера по Южному региону, г. Одесса, 20 ноября 2013 года

# НОВЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ ПАРФЮМ



УПРАВЛЯЙ НАСТРОЕНИЕМ!

- ✓ Изысканные парфюмерные ароматы
- ✓ Европейское качество
- ✓ Защита от проливания\*
- ✓ Регулятор интенсивности



\*ИННОВАЦИОННАЯ МЕМБРАННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ГАРАНТИРУЕТ БЕЗОПАСНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АРОМАТИЗАТОРА. ПЛЕНКА-МЕМБРАНА ПРОПУСКАЕТ ТОЛЬКО МОЛЕКУЛЫ АРОМАТА В ГАЗООБРАЗНОМ ВИДЕ И НЕ ПРОПУСКАЕТ МОЛЕКУЛЫ АРОМАТИЧЕСКОЙ ЖИДКОСТИ.

WWW.DELISS.RU – УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ