

Осень '20

МИРУПАКОВКИ



**РЕНЕССАНС
МАЛОГО БИЗНЕСА**



От посиделок у костра



One Time — это готовое решение для отдыха на природе. Одноразовая посуда, пищевые контейнеры, салфетки, скатерти и мешки для мусора помогают отдыхать и наслаждаться общением с друзьями.



До вечеринки с друзьями



Sinior Banketto — это банкетная одноразовая посуда, которая имеет стильную форму и дизайн. Посуда премиум класса поможет создать изысканную атмосферу для вашего события.

МИР УПАКОВКИ
ВСЕГДА РЯДОМ

Эпоха Возрождения,

восстановления бизнеса, пережившего шок пандемии — вот что каждый может видеть сегодня. В рамках подготовки номера нам довелось переговорить с десятками предпринимателей со всего Дальнего Востока — просили поделиться опытом работы в период ограничений и выводами, к которым пришли. Честно говоря, были поражены тональностью высказываний. Энергия в каждом слове, ворох планов и отчетливое, яркое, мощное желание не просто удержаться на плаву — нет, речь о качественном скачке в эффективности бизнес-процессов, разворачивающемся на наших глазах онлайн-переходе, диверсификации и существенному масштабированию существующего бизнеса. Нам говорят, что пора затянуть пояса и начать экономить, рассказывают о действительно болезненных переживаниях: «Пришлось попрощаться с частью команды», «Оставили один офис». И тут же озвучивают реализующиеся прямо вот сейчас идеи: «А вот строим центр раздельного сбора мусора», «Собираем по 300 человек в онлайн-формате», «Кардинально улучшили качество». Разве это — о выживании? Или все же о больших, впечатляющих прямо-таки планах на будущее?

Что тут скажешь.
Вы — лучшие.

СОДЕРЖАНИЕ

6

[ПОЧТИ] БЕЗ КОММЕНТАРИЕВ

Новости в картинках и паре слов

8

ПАУЗА НА ПОДУМАТЬ

Что малый бизнес региона вынес из пандемии

12

ВСЕ СВОЁ

В чем носить обед с собой? Плюсы и минусы различных материалов

14

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ СЛЕД: КОГДА ПЛАСТИК «ЗЕЛЕНЕЕ» БУМАГИ

Разбираемся в понятиях, погружаемся в суть и ставим эксперименты

18

РАЗДЕЛЯЙ И РАДУЙ

Поддерживаем перспективный проект Центра раздельного сбора мусора

22

ЗА КУЛИСАМИ СТРИТ-ФУД

Что «Мир Упаковки» предложит фуд-тракам и фаст-фуд киоскам

24

ИЗ ПУНКТА А

Делимся опытом эксплуатации корпоративного автопарка

26

СЛОВО ЭКСПЕРТУ

Пять правил кризисных действий Аркадия Цукера

30

ДЕЛАЕМ ВЕЩИ

Почему стаканы серии «Город» принимают художественные галереи



mirupak.ru

Владивосток,

ул. Енисейская, 23д, корп. 1,

тел. 8 (423) 220-05-82

office@mirupak.ru

Хабаровск,

пер. Промышленный, 8а,

тел. 8 (4212) 794-000

info@mirupakovki.ru

Южно-Сахалинск,

Проспект Мира, 56/2,

тел. 8 (4242) 55-60-20

sakhalin@mirupak.ru

12+

Осень 2020.

Тираж: 999 экз.

ИЮНЬ



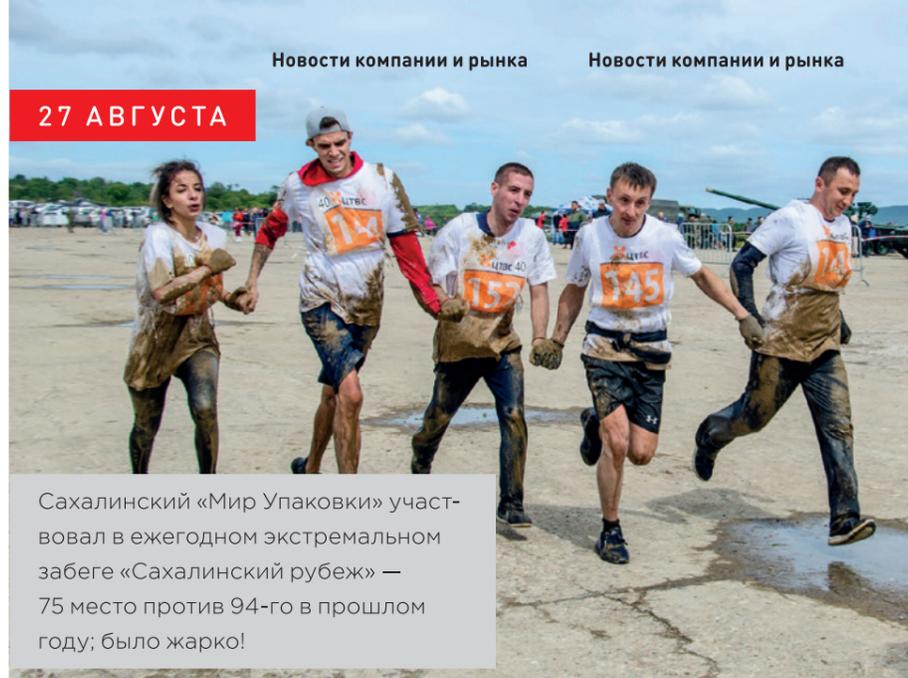
Запустили направление канцтоваров в тестовом режиме — для Хабаровска, Благовещенска, Биробиджана, Комсомольска-на-Амуре.

[ПОЧТИ] БЕЗ КОММЕНТАРИЕВ НОВОСТИ В КАРТИНКАХ И ПАРЕ СЛОВ

Новости компании и рынка

Новости компании и рынка

27 АВГУСТА



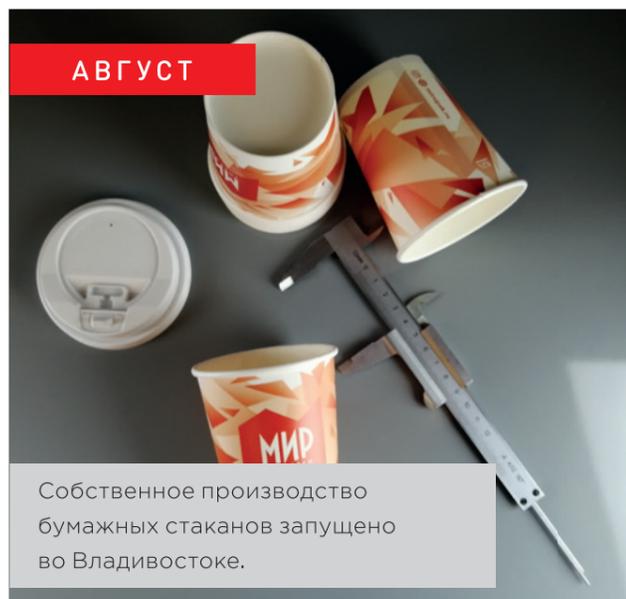
Сахалинский «Мир Упаковки» участвовал в ежегодном экстремальном забеге «Сахалинский рубеж» — 75 место против 94-го в прошлом году; было жарко!

ИЮЛЬ-АВГУСТ



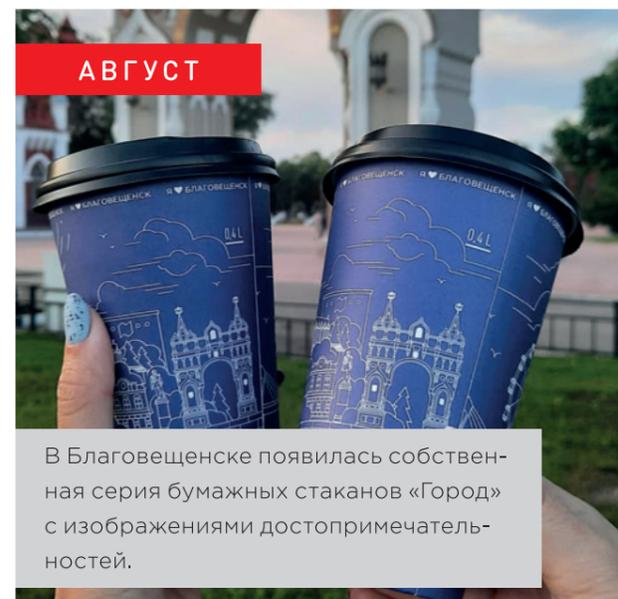
Поздравляем Дальний Восток с возвращением ко вкусной и культурной жизни — открытием кинотеатров, баров, ресторанов и торговых центров!

АВГУСТ



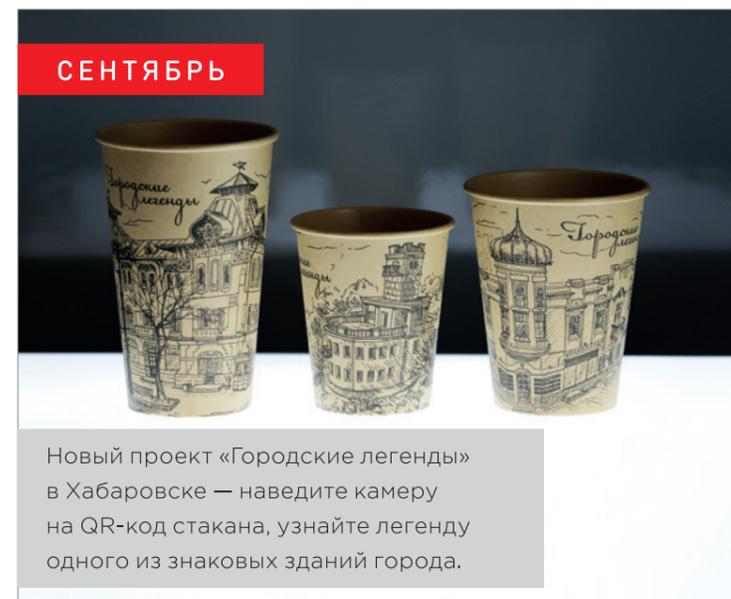
Собственное производство бумажных стаканов запущено во Владивостоке.

АВГУСТ



В Благовещенске появилась собственная серия бумажных стаканов «Город» с изображениями достопримечательностей.

СЕНТЯБРЬ



Новый проект «Городские легенды» в Хабаровске — наведите камеру на QR-код стакана, узнайте легенду одного из знаковых зданий города.

ИЮНЬ



Открыли новый торговый зал в Хабаровске, на Ворошилова, 33.

ОКТАБРЬ



На Сахалине готовится к открытию филиал «Мир Упаковки» в Холмске.

АВГУСТ



Салфетки NuvoLa теперь доступны в двух новых дизайнах: «Ромб» и «Спорт».

Пауза на подумать: как малый бизнес Дальнего Востока имел дело с пандемией

Поговорили с представителями предпринимательского сообщества трех регионов — интересовались двумя главными вопросами. Как пережили пандемию? И — чему научил этот опыт? Делимся полученными знаниями с читателями «Мир Упаковки».



Спортклуб 777 — представитель фитнес-индустрии, одной из наиболее пострадавших от запретительных мер. Что тут скажешь? К сожалению, согласно распоряжению губернатора пришлось приостановить деятельность — от нас тут мало что зависело. К закрытию клиенты отнеслись с пониманием, к открытию — конечно, с радостью. Каких-то особенных идей по снижению ущерба от вынужденной паузы у нас не родилось — тут все напрямую зависит от законодательства. Очень надеюсь, что больше таких ограничений не будет.

Анжелика Максимова,
директор ООО «Спортивный Клуб «777», г. Владивосток



Мы — общественное питание. Автокафе **Zazacafe**, рестораны **Brothers bar & grill** и **Central Cafe**, первая в стране крабестерия «**Oh, my Crab**», **Meduza Sushi** — все это проекты нашей компании. Конечно, пандемия сказалась. Заведения с залами пришлось закрыть — по каким-то проектам деятельность остановили полностью, другие переориентировали на доставку еды. В то же время выросли изначально заточенные под доставку проекты (которые «торговля без зала»). Собственно, за счет увеличения выручки работающих проектов — сформировали финансовую подушку для поддержки закрытых проектов, выплатили 100% зарплат, оплатили долги поставщикам и так далее.

Откровенно говоря, кризис — очень хорошее время; отдавали работе над собой гораздо больше времени, чем в режиме текучки. Поработали над оптимизацией всех процессов (многие давно того требовали). Пересмотрели меню закрытых заведений. Провели необходимый ремонт. Пересмотрели состав команды — с кем-то пришлось попрощаться, но благодаря кризису удалось и подобрать ценные кадры.

Татьяна Басюк,
заместитель ген. директора ГК Prime Meal, г. Владивосток



У меня **продуктовый магазин**, так что ограничения деятельности нас не коснулись, слава богу. В период пандемии ничего серьезно не меняли, разве что сделали основной упор на продукцию первой необходимости, на «скоропорт»; остатки же непродовольственных товаров, соответственно, распродала. Помню много недовольства со стороны клиентов по поводу масочного режима. Принимать серьезные решения, подводить итоги, делать выводы можно будет только после того, как все закончится.

Анастасия Кучкина,
предприниматель, г. Владивосток



Розничная торговля продуктами и промтоварами — наша область — входит в перечень товаров первой необходимости, поэтому прекращать работу не пришлось, работали в штатном режиме, перебоев с поставками не наблюдалось. Клиенты часто бывали недовольны «масочными» требованиями — наши кассиры не отпускали товар клиентам без масок, это не нравилось. При том, что магазин находится рядом с ВКБ №2, которая во Владивостоке известна как «1000-коечная» — значительную часть посетителей и без того составляли медработники, ну а из-за пандемии... сами понимаете. Тем не менее, в целом клиентов стало заметно меньше. Немного понизил цены в магазине, чтобы хоть как-то привлечь людей.

Исмаил Рамиз-оглы Гасанов,
предприниматель, г. Владивосток



Занимаемся **обучением коучингу** — по России и в Китае; проводим корпоративные программы для руководителей крупнейших компаний и организаций (от «Сбербанка» до Leroy Merlin); делаем открытые мероприятия для обучения руководителей из различных областей.

Корпоративный сегмент немного просел, рассчитываем нагнать осенью — заявки уже поступают. От массовых мероприятий отказались — пока перенесли на сентябрь, но посмотрим по ситуации. Перевели часть деятельности в онлайн-форматы, получилось хорошо. Руководству пришлось напрячься, чтобы подтянуть филиалы.

Нащупали несколько ценных идей, делимся. Если в вашем бизнесе нет регулярного менеджмента по всем отделам — стоит ввести. Ритмы рынка меняются, регулярные планерки и личные встречи с сотрудниками необходимы. Так, у нас по вторникам теперь День директора; посвящаем его планированию. И... знаете, не носите вы все яйца в одной корзине. Подумайте о разных направлениях бизнеса.

Катерина Костюкова,
директор International Coach Centre ISTOK, г. Хабаровск



До, во время, после пандемии — работаем в обычном режиме. В первый месяц наблюдался спад визитов в торговые залы и одновременно рост доставки — сейчас все стабилизировалось.

Для комфорта и безопасности наших покупателей мы увеличили скорость обслуживания, сделали разметку социальной дистанции в торговых залах **«Березка-Маркет»**, поместили все антисептические средства в свободный и бесплатный доступ, бесплатно выдавали одноразовые маски. Антисептические средства и «медицинские» маски можно было и купить — по самой низкой цене в городе.

Скажу, что рынок меняется всегда — независимо от пандемий. Так что главное — идти в ногу со временем и делать то, о чем просят клиенты. Сейчас многие остались без заработка, потеряли часть доходов — для них наступает эпоха «Экономить». Мы это учитываем.

Яна Звонарева,

директор по развитию ГК «Березка-Маркет», г. Хабаровск



Наша компания занимается ресторанным бизнесом — Владивостоку хорошо известен проект **Sicilian pizzeria & bottega**. Кроме того, у нас есть магазин продуктов от сицилийских производителей — например, работаем по прямым контрактам с фабриками Alberto Poiatti (мука, паста, томаты), Ortoledda (овощная консервация) и семейным производством оливкового масла Frantoio Ruta.

Как повлияла пандемия? Ну, останавливать бизнес не пришлось; у пиццерии есть возможность работать на доставку. А вообще могу сказать так. Если не ограничиваться доставкой, если есть залы для приема гостей — в принципе, для выравнивания ситуации просто нужна спокойная, безопасная обстановка в стране.

Елена Турганова,

директор ООО «Изумрудная атмосфера», г. Владивосток



В апреле **барбершоп Chop-Chop** остановился. На месяц. Наши клиенты обрастали. Наши клиенты искали подпольные парикмахерские. А мы просто ждали, когда разрешат работать. Юристам, бухгалтерам и прочим, способным работать удаленно — повезло, что тут сказать. На удаленке людям виски не сделать, да? Мы смотрели обучающие видео и вебинары, чтобы не тратить время зря.

Валерия Шатэвич,

барбершоп Chop-Chop, г. Южно-Сахалинск



Наш холдинг продает книги для взрослых и детей, собирает коробочки Редмибокс, проводит литературные вечера, организывает лекции по литературе, истории и искусству. Еще мы привозим писателей в Хабаровск для выступлений и знакомства с читателями.

Многие наши проекты заморозились, публичные мероприятия с гостями буквально накрылись медным тазом — был шок, **«Ремарка»** целый месяц приходила в себя. Но быстро сделали интернет-магазин и наладили онлайн-продажи. С обычным режимом не сравнить, но помогло. Подали заявку на госсубсидию, чтобы платить аренду и зарплаты. Постепенно ситуация улучшилась.

Тем не менее, пришлось отказаться от амбициозных планов — в этом году мы не закроем кредиты, не откроем новые большие магазины, не начнем продавать франшизы. Перенесли на октябрь (пока что) концерт Александра Цыпкина и Ингеборги Дапкунайте. Наши потрясающие клиенты поддерживали нас максимально — все репостили новость об открытии интернет-магазина, покупали книги из дома по 5-6 раз, радовались открытию пункта выдачи...

Сейчас всем стало ясно — нужно работать честно и вбелую. Например, все субсидии выдавались только согласно официально трудоустроенным сотрудникам — а у нас каждая книжная фея трудоустроена, мы получили полную субсидию. Думаю, стоит воспринимать кризис как возможность. Не опускать руки, меняться, адаптироваться. Учитывая прогнозы новых болезней, быть готовым к онлайн. Научиться быстро принимать решения, продолжать любить свое дело — и, конечно же, никогда не сдаваться.

Анастасия Трендберг,

ген. директор холдинга «Ремарка», г. Хабаровск



У нас умный бизнес — буквально. **Интеллект-бар «Чердак»**, место для мероприятий и лаунж-бар; тут проводятся интеллектуальные игры, тренинги, мастер-классы, кружки и так далее. Около 60% мероприятий Южно-Сахалинска сосредоточены на этой площадке.

Когда пришлось остановиться на 3 месяца... ну, если бы арендодатель не пошел навстречу, мы бы закрылись. Клиенты очень расстроились, наш Instagram просто переполнился жалобами, сожалениями, пожеланиями, словами поддержки.

Удалось воспользоваться тремя программами, которые предлагало правительство. Снизил расходы. Ввели интеллектуальные игры онлайн — на онлайн-квизы собиралось по 200-300 постоянных клиентов.

Любую деятельность нужно разделять и со своей аудиторией. Всегда держите с ней контакт. Мы сохранили связь с клиентами — и когда все вновь запустилось, их стало только больше. Я считаю, мы пережили ситуацию успешно. О, есть еще вот такой лайфхак — мы заранее дали объявления о поиске сотрудников. Это дало нам базу людей, которые готовы выйти на новую работу в любой момент.

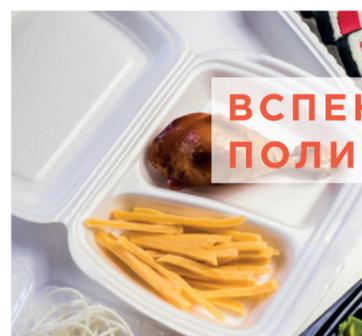
Артем Непомнящий,

основатель и учредитель интеллект-бара «Чердак», г. Южно-Сахалинск

ВСЕ СВОЁ: В ЧЕМ НОСИТЬ ОБЕД С СОБОЙ?

«БЕНТО» В ЯПОНИИ, «ДАББА» В ИНДИИ, ЛАНЧ-БОКС В СТРАНАХ ЗАПАДА — РАССКАЗЫВАЕМ О КОНТЕЙНЕРАХ ДЛЯ ОБЕДА

Взять обед на работу — решение старое, как мир; известно, что коробочки с домашней или приобретенной у уличных торговцев едой приносили, например, на стройплощадки египетских пирамид. Для кого-то это вопрос экономии, другим не по вкусу предлагаемое в магазинах или корпоративной столовой, третьи хотят проверенного качества или считают калории в приемах пищи. Пакуете ли вы «обед с собой» дома, заказываете доставку или покупаете по пути — многое зависит от упаковки. Какой контейнер выбрать?



ВСПЕННЫЙ ПОЛИСТИРОЛ

Жесткие контейнеры с характерным перламутровым отливом.

Превосходно сохраняют тепло (или холод; подойдет для стаканов с летними лимонадами). Часто используется совместно с упаковочной ПВХ-пленкой, что позволяет и дольше поддерживать нужную температуру, и дополнительно защитит расфасованные продукты от внешних воздействий.

Плохо поддаются переработке. Становятся хрупкими при отрицательных температурах. Существует распространенное мнение о том, что при нагреве пенополистирол выделяет ядовитые вещества — но это касается нагрева до 110 °C и выше. Недорогое решение.



ПОЛИСТИРОЛ

Прозрачный родственник вспененного полистирола, из которого обычно делают контейнеры-ракушки и контейнеры со съемной крышкой. Те же преимущества, те же недостатки — разве что чуть хуже держат температуру.



ПОЛИПРОПИЛЕН

Один из самых популярных пластиков в мире — упаковка из него получается прочная, стойкая к высокой/низкой температуре, прозрачная (есть и черные версии). Неплохо перерабатывается. В отличие от полистиролов может использоваться повторно и допускает герметичные, «под запайку» формы упаковки. Брендирование обычно наклейками (на нем можно печатать, но это куда дороже).



КАРТОН

В этом номере отдельно обсудили упаковку из бумаги. Стоит помнить, что помимо целлюлозы в ней присутствует слой ламинации для влаго- и жиростойкости, а такой материал для переработки не годится. Цена изделий выше пластиковых аналогов, зато выглядят красиво и годятся для разогрева и заморозки. Допускается любого рода печать и брендирование. Применяют для салатов и вторых блюд.

В этом номере отдельно обсудили упаковку из бумаги. Стоит помнить, что помимо целлюлозы в ней присутствует слой ламинации для влаго- и жиростойкости, а такой материал для переработки не годится. Цена изделий выше пластиковых аналогов, зато выглядят красиво и годятся для разогрева и заморозки. Допускается любого рода печать и брендирование. Применяют для салатов и вторых блюд.



КУКУРУЗНЫЙ КРАХМАЛ

Жесткий, непрозрачный, доступен во множестве цветов — выглядит как нечто среднее между пластиком и картоном. На 80% крахмал, на 20% пластик; то есть довольно экологичный материал. Часто используется для бургеров — можно и в микроволновку, и замораживать, и использовать повторно. Для брендирования опять-таки рекомендуем наклейки.

Жесткий, непрозрачный, доступен во множестве цветов — выглядит как нечто среднее между пластиком и картоном. На 80% крахмал, на 20% пластик; то есть довольно экологичный материал. Часто используется для бургеров — можно и в микроволновку, и замораживать, и использовать повторно. Для брендирования опять-таки рекомендуем наклейки.



БАГАССА

Материал из отходов сахарного тростника, самый экологичный из массовых продуктов. Напоминает картон. Стоит использовать только единожды, так как из-за пористой поверхности впитывает жир и влагу. Помыть не получится, так как начнет размокать. Годится для микроволновки, брендирование как картон. Как правило, из него делают лоточки и подложки.

Материал из отходов сахарного тростника, самый экологичный из массовых продуктов. Напоминает картон. Стоит использовать только единожды, так как из-за пористой поверхности впитывает жир и влагу. Помыть не получится, так как начнет размокать. Годится для микроволновки, брендирование как картон. Как правило, из него делают лоточки и подложки.



ФОЛЬГА

Блюда продаются в тех же формах, в которых были приготовлены — добавляются только специальные крышки. Для микроволновки не годятся, заморозку переносят отлично, легко мнутся и довольно непросто рвутся. Повторно использовать не получится.

Блюда продаются в тех же формах, в которых были приготовлены — добавляются только специальные крышки. Для микроволновки не годятся, заморозку переносят отлично, легко мнутся и довольно непросто рвутся. Повторно использовать не получится.



Экологический след: когда пластик «зеленее» бумаги?

Пандемия коронавируса изменила взгляды на многое — работа ушла на удаленку, выстрелили проекты электронной коммерции, дистанционное обучение, фитнес в онлайн, рестораны живут доставкой. За революционными потрясениями мало кто заметил, как резко сменился тон высказываний в отношении одноразовых предметов. Совсем недавно это был символ излишнего потребления — но сегодня на первый план выходит гигиеничность, практичность и безопасность. Несомненно, «расходники» в этом плане почти идеальны... но что с экологичностью? Не станет ли новый всплеск популярности одноразового — новым ударом по экосистемам? Что ж, «Мир Упаковки» попробует разобраться.



Если коротко, все одноразовые предметы сначала появлялись гигиены ради — прочие же плюсы этого изобретения (от возросшей скорости обслуживания до «ура, не придется мыть посуду») человечество открыло уже после. Минусы, конечно, обнаружились тоже. Лет 30 назад на острие повестки дня оказался вопрос экологии — и на глаза общественности первым делом попался, разумеется, одноразовый пластик. Разлагается долго, перерабатывать еще не умели, сжигать не рекомендуется. Запретить! Осудить! Заменить на «биоразлагаемые аналоги» и многоразовые вещи!

Прошло время. Выяснилось, что...
...не все так однозначно.

Насколько экологичен конкретный вид упаковки — определяется «экологическим следом», оставляемым используемыми материалами и процессами. След составляют пять факторов.

- Расход природных ресурсов.
- Расход воды.
- Уровень выбросов в атмосферу.
- Уровень загрязнения воды и почвы.
- Радиационное загрязнение.

Учет ведется на всех этапах, от производства и транспортировки до реализации и переработки отходов. Простой пример для понимания — сами по себе электромобили могут быть сколь угодно чистыми, но если энергия для них получается от угольных электростанций, то в части экологичности двигатель внутреннего сгорания выигрывает у них вчистую.

Агентство по охране окружающей среды Великобритании еще в 2011 году опубликовало результаты исследования «Оценка жизненного цикла пакетов из супермаркета», согласно которым наименьшее влияние на окружающую среду оказывает обычный ПНД-пакет.

Производство 1 кг бумаги требует почти **в 10 раз больше энергии** и **в 20 раз больше воды**, чем 1 кг пластика. Воздух при этом загрязняется **на 80% больше**, а **вода — на 50%**. Часто используется первичная, а не переработанная древесина. Конечно, бумажный пакет почти идеально разлагается — но разница на этапе производства так велика, что даже это не выравняет ситуацию.

Предположим, вы используете ПНД-пакет всего один раз и тут же выбросите. **Чтобы сравниться с ним по экологичности, бумажный пакет придется использовать минимум трижды.** А что другие материалы? Что ж — **сумку из нетканого полипропилена потребуется взять в магазин не меньше 11 раз, а хлопчатобумажную 131 раз.** Тканевые сумки нужно еще и стирать. Это вода, электричество, химикаты. Стоит использовать пластиковый пакет повторно — и **его экологический след сократится вдвое,** соответственно увеличив разрыв.

Существуют **многообещающие материалы на биологической основе,** изделия из которых уже сегодня предлагают клиентам ведущие компании отрасли — включая, конечно, и «Мир Упаковки». Они по-прежнему требуют значительно большего количества ресурсов, нежели обычные пластиковые пакеты — но, как правило, **являются частью цикла безотходного производства.** Например, популярная багасса делается из отработанного жмыха сахарного тростника; для других вариантов используется кукурузный крахмал, пшеничное волокно, целлюлоза и так далее. Если человек все равно нуждается в том же сахаре, так почему бы не превратить ненужные отходы в быстро разлагаемую упаковку?



Вложили в этот номер несколько образцов таких материалов для несложного и увлекательного опыта — попробуйте предложить его детям (возможно, даже зачтется в какой-нибудь школьной дисциплине).

У любого материала есть плюсы, которые нужно усиливать — и минусы, которые нужно нейтрализовать. Покупая бумажные изделия, ищите значок вторсырья или хотя бы «дерево с галочкой», значок FSC — подтверждение ответственной заготовки леса. Используйте холщовый шоппер — позаботьтесь, чтобы он прослужил хотя бы пару лет. Выбирайте упаковку из новых биоматериалов, которые буквально сделаны из ненужных отходов. И помните, что пластик — это скорее хорошо. Главное — использовать его неоднократно, сортировать мусор и правильно утилизировать его. Ведь экологичность заключается скорее в вашей голове, чем в каком-то определенном материале.

1. ВЫБЕРИТЕ МЕСТО ДЛЯ НАБЛЮДЕНИЯ.

Дачный участок или газон у дома — главное, не в помещении.

2. ВКОПАЙТЕ В ЗЕМЛЮ ОБРАЗЦЫ.

И не забудьте оставить на поверхности верх ярлычка.

3. УСТАНОВИТЕ КРАСНЫЙ ФЛАЖОК.

Так легче будет найти ваш испытательный полигон.

Для чистоты эксперимента образцы должны провести в земле не менее шести месяцев — желательно, в межсезонье. Не забудьте извлечь и утилизировать образцы после завершения опыта.



Как ведут себя отходы с точки зрения науки?

Когда мусор становится мусором, он проживает 4 главных этапа своей новой жизни.

O₂ АЭРОБНОЕ РАЗЛОЖЕНИЕ. Мусором начинают заниматься аэробные бактерии — пока в мусоре есть кислород, они едят всю органику (картон, дерево, крахмал, багасса и так далее), вырабатывая CO₂ и азот. **Чем глубже похоронен мусор и чем сильнее он спрессован, тем меньше в нем кислорода и тем хуже они работают.**

Целлюлоза разлагается в почве до 3 месяцев (лучше сдать ее на макулатуру, конечно), багасса — до 9, а посуда на основе кукурузного крахмала — около года.

CO₂ АНАЭРОБНОЕ РАЗЛОЖЕНИЕ. Этим бактериям O₂ не нужен. Они берут остатки первого этапа и производят спирты и массу кислот. Внутри свалки среда становится очень кислотной, кислоты смешиваются с влагой, делают азот и фосфор доступными для бактерий,

вырабатывающих опять же CO₂ и водород. На этом этапе начинают потихоньку разлагаться пластиковые отходы, быстро перегнивает дерево.

Кислотность почвы очень сильно влияет на скорость распада мусора.

Образец из дерева будет разлагаться в почве до 3 лет.

АЦЕТАТНАЯ ФАЗА. Некоторые разновидности бактерий начинают перерабатывать кислоты в ацетаты, среда становится не такой кислой, начинается процветание вырабатывающих метан бактерий. Длинные и очень прочные цепочки полимеров начинают активнее терять молекулы углерода и водорода, становясь короче и легче распадаясь на меньшие фрагменты. **Если искусственно компостировать мусор, он будет разпасться быстрее.**

Редакция журнала проведет такой же опыт, результаты которого мы покажем через полгода в весеннем выпуске 2021 года.

Спанбонд на открытом воздухе живет до года — и это очень наглядный пример распада на короткие фрагменты.

☀ СТАБИЛЬНАЯ ФАЗА. Вся «легкоусвояемая пища» бактерий освоена. Время от времени к мусору проникает кислород, вновь запуская цикл с первой фазы. Полимерные цепочки продолжают укорачиваться, это очень длительный

процесс — свалки выделяют газ даже через 50 лет после того, как на нее перестали привозить мусор. **Поступление кислорода, солнечный свет, осадки влияют на скорость разложения всех видов отходов.**

Полипропилен живет в почве около 500 лет — постарайтесь не выкидывать его в общий мусор, а сортировать и сдавать на переработку.

РАЗДЕЛЯЙ И РАДУЙ: «МИР УПАКОВКИ» ПОДДЕРЖАЛ ПРОЕКТ ЦЕНТРА РАЗДЕЛЬНОГО СБОРА МУСОРА

ЦЕНТР РАЗДЕЛЬНОГО СБОРА «ПОЛЯНА»
ПОЯВИЛСЯ У ТЦ «ЭКОДОМ»
В ХАБАРОВСКЕ — «МИР УПАКОВКИ»
ПОДКЛЮЧИЛСЯ К ИНИЦИАТИВЕ
ЭКО-АКТИВИСТА ВЛАДИМИРА СИДОРОВА

Компания поддерживает многие проекты Всероссийского общества охраны природы, председателем краевого отделения которого является Владимир Сидоров. Скажем, только в 2016 году перчатками и мешками «Мир Упаковки» пользовались более 5000 участников 200 акций по очистке береговых зон и природных территорий Хабаровского края — это более 100 км берега, сотни гектар территорий, 25000 мешков собранного мусора.



Весной прошлого года Владимир вместе с единомышленниками запустили нашумевший «Экогараж», рассчитанный на популяризацию осознанного потребления и раздельного сбора отходов. Это действительно гараж, хоть и расписанный яркими рисунками — заметный ориентир для желающих «по уму» избавиться от мусора.

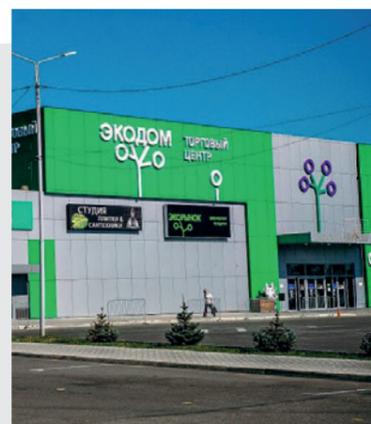
Сегодня инициативу раздельного сбора мусора поддерживают более 10 000 хабаровчан, которые собирают 15 различных видов отходов. **Лом электроприборов** разбирают на компоненты. Пластик перерабатывается в Хабаровске, вскоре здесь ожидается открытие и завода по переработке **бумаги** (пока она едет в Приморье, в Уссурийск); местные промышленники также принимают **металл**. **Стекло** сортирует «Балтика», после чего оно уходит на запад страны. **Батарейки** — экологически сложный мусор — приходится отправлять в Челябинск.



«Мир Упаковки» — партнер проекта. Осознанное отношение к потреблению, поддержка раздельного сбора мусора, политика разумного природопользования, акцент на экологичность — все это составляет важную часть корпоративной философии. Мы поддерживаем подобные проекты во всех городах присутствия и открыты к предложениям активистов.



Такие проекты поддерживаются администрацией города, помогают также средства партнеров и пожертвования неравнодушных. К счастью (и «Мир Упаковки» с радостью подтверждает это личным примером), такие есть. Торговый центр «Экодом» выделил место для установки большой станции раздельного сбора мусора на постоянной основе; шаг вперед по сравнению с периодическими акциями в «Экогадже».



Станция будет работать **6 дней в неделю** и принимать **3 вида пластика, алюминий и железо, стекло, электрический лом, батарейки и макулатуру**. Оформлено ярко, с неказистыми мусорными баками нет буквально ничего общего — красивый фасад, понятные информационные стенды и, к слову, газон на крыше. Станция украшена логотипами партнеров проекта. Для компании «Мир Упаковки» — честь оказаться среди них.



ИЗ ПУНКТА А

АВТОПАРК «МИР УПАКОВКИ» — ВПОЛНЕ САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ГЕРОЙ КОРПОРАТИВНОЙ ИСТОРИИ, ЧТО ПИШЕТСЯ ВОТ УЖЕ 20 ЛЕТ. НАШИ АВТОМОБИЛИ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ В ЛЮБОМ УГОЛКЕ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА, ОТ САХАЛИНА ДО ЯКУТИИ. ОНИ МЧАТСЯ В ПОТОКЕ СКОРОСТНЫХ ТРАСС И ТРЯСУТСЯ НА ГЛУХИХ ПРОСЕЛКАХ, ПРОДИРАЮТСЯ СКВОЗЬ НАБИТЫЕ БУРАНОМ СУГРОБЫ И УКРАШАЮТ ПРАЗДНИЧНЫЕ КОЛОННЫ ДНЕЙ ГОРОДОВ. «МИР УПАКОВКИ» БЕЗ КРАСНО-БЕЛЫХ АВТО? НЕВОЗМОЖНО.

Вообще, автопарк «Мир Упаковки» заточен под специфику товара — легкого и недорогого, но объемного (если работаете с таким, опыт компании вам точно пригодится). Его можно разделить на 4 условных группы:



Служебный транспорт сотрудников —

аккуратные легковые автомобили для выезда на переговоры «с образцами». Забавно, что KIA Soul или Toyota Funcargo были выбраны отчасти за напоминающий коробку экстерьер — а это, согласитесь, неплохо подходит названию «Мир Упаковки».

Легковые: Toyota Prius, Suzuki Splash, Toyota Vitz, KIA Soul, Toyota Funcargo, Suzuki Jimny.

Транспорт торговых представителей —

важен вместительный кузов, удобный для быстрой разгрузки и, конечно, комфорт для долгих поездок. Можете представить, скажем, Сахалинский филиал — еженедельно машины торговых представителей пробегают — 1800 км, а самая дальняя точка почти в 900 км от склада.

Легковые: Toyota Prius, Suzuki Splash, Toyota Vitz, KIA Soul, Toyota Funcargo, Suzuki Jimny.

Микрогрузовики: KIA Bongo.

Микроавтобусы: Peugeot Boxer.



Грузовой транспорт мелкой логистики —

для доставки по городу и региону мы используем и автомобили категории В, с объемом кузова до 19 м³ — можно без ограничений передвигаться по городу. Разгрузка высокая, под склады с рампой. Большие борта используются как рекламная поверхность.

Микрогрузовики: KIA Bongo.

Микроавтобусы: Peugeot Boxer.

Грузовики: Hino 300, Ford Transit.

Грузовой транспорт крупной логистики —

«короли дальних маршрутов», вплоть до межрегиональных. Грузовики, категория С, с большим объемом кузова. Опять же брендируем борта — марку «Мир Упаковки» должны знать по всему пути следования.

Грузовики: Hino 300, Hino 500, Hino 700, Volvo FM, Volvo 400, Volvo FH.



В целом, мы отдаем предпочтение японским и корейским авто, доказавшим свою надежность на российских дорогах. Машины подбираются под специфику региона — например, для владивостокских гололедов приобрели переднеприводные и 4WD-авто. Постепенно, мы приводим некогда разномастный транспорт к единому стандарту — унификация делает обслуживание проще и подчеркивает лидерский статус марки. Все без исключения автомобили «Мир Упаковки» экономичны (как в плане топлива, так и что касается запчастей и техобслуживания) и соответствуют имиджу компании — то есть достойно выглядят и брендированы. Плановое техобслуживание — обязательно. Для поддержания чистоты кузова — собственная автомойка на территории базы.



Аркадий Цукер «Пять правил кризисных действий»

ИЛЛЮСТРИРУЕМ ЗАПОВЕДИ
ИЗВЕСТНОГО БИЗНЕС-ТРЕНЕРА
РЕАЛЬНЫМИ КЕЙСАМИ
КОМПАНИЙ ХАБАРОВСКА



ГОТОВЬТЕ БИЗНЕС К МАКСИМАЛЬНОМУ КОЛИЧЕСТВУ ВАРИАНТОВ развития событий. Стоит дифференцировать направления, совершенствовать работу как онлайн, так и офлайн — в целом, быть готовым к параллельной работе в обоих этих режимах.

” Мы проводим интеллектуальные игры «КвизПлиз» в барах Хабаровска — когда люди весело проводят время, отвечают на вопросы и получают призы (если ответили верно). Через пару недель с начала карантина мы уже построили домашнюю студию, вышли в онлайн и начали проводить стримы — все желающие теперь играют «на удаленке». Бывает, что кому-то формат не удобен — но появились и новые команды. Конечно, все ждут открытия баров. Играть в реале веселее, бесспорно.

Антикризисные меры, полагаю, стандартные: отказались от зарплат себе, всю выручку направили тем, кто обеспечивал онлайн. Появилось свободное время для личных проектов. Да и опыт качественной упаковки нашего продукта в онлайн-формат пригодится точно — в Москве, скажем, такие игры собирали по 500–600 команд! В общем, не надо отчаиваться. Половцев, печенегов победили — и заразу эту коронавирусную одолеем.

Дмитрий Зыков,
Интеллектуально-развлекательные битвы
«КвизПлиз» в г. Хабаровск

ДЕРЖИТЕ СВОЮ ЦЕЛЬ — НО ПОДНИМИТЕ ЕЕ ДО УРОВНЯ МИССИИ. В условиях высокой неопределенности слишком конкретные, слишком «приземленные» цели могут легко сломаться. Важно решить, за что вы будете биться и к чему стремиться независимо от условий — такими приоритетами могут стать сохранение команды, развитие бренда, поддержание вашего уровня качества и так далее.

” Букетная мастерская Vetki перешла в режим работы интернет-магазина — заказы принимаем только дистанционно, делаем доставку

или выдаем на точке. Мы и до вируса доставляли 80% букетов, работали по всей России и в других странах — мы начинали именно с онлайн-формата и знаем эту специфику на уровне профи. Поэтому никакого дискомфорта наши клиенты не ощутили.

На время карантина работы прибавилось — постоянное обновление онлайн-витрин, увеличение числа готовых букетов (отдельная категория клиентов просто не хочет ждать), работа над особенно важным в такое время контентом. Отказались от курьерской службы. Сделали бесплатную доставку, я сама возила букеты — очень полезный, к слову, опыт для директора.

В любой ситуации можно найти возможности для роста. Мы — прокачали и довели до совершенства сервис, самое главное в продажах товаров и услуг. Хочется посоветовать каждому предпринимателю работать в первую очередь над этим. Да, клиент не всегда прав — но он всегда должен уходить от нас счастливым. Именно за время карантина мы поняли, как важно клиенту ощущать приятное послевкусие от работы с нами.

Ирина Шестакова,
Букетная мастерская Vetki





НЕ ЖДИТЕ. Тратить время не стоит — быстро начинайте адаптироваться к изменившимся условиям, ищите новые возможности. И убивайте в себе любые мысли про «все образуется». Затаиться, спрятаться и дожидаться возврата к прежнему — не получится.

” Вручную шьем из кожи аксессуары, одежду и обувь — и продолжали делать это во время пандемии (дни рождения и праздники никто не отменял). А вот другое направление — ремонт и продажа запчастей для чемоданов и сумок — пока прикрыли (неизвестно, откуда этот чемодан прибыл).

Клиенты **La Lepre** продолжали размещать заказы, хоть объемы немного и просели. Мы стали больше работать, нагонять прибыль. Взяли кредит в банке, купили материалов больше обычного, открыли 2 новых направления. Поэтому кризис сыграл даже на руку. Выводы просты. Нельзя сосредотачиваться на одном направлении — если с ним что-то случится, другие помогут выровнять прибыль. И нужен сайт, конечно. Потому что продажи хотя бы частично стоит уводить в онлайн.

Анна Ильчук,
Мастерская кожаных изделий La Lepre

ЦЕНИТЕ КАЖДОГО КЛИЕНТА. Понимаю, очевидно — но именно в кризисные периоды становится особенно важным строить с клиентами партнерские отношения. Сегодня мы чаще всего выходим из обычных ролей «покупатель» и «продавец», переходя к сотрудничеству и помогая друг другу.

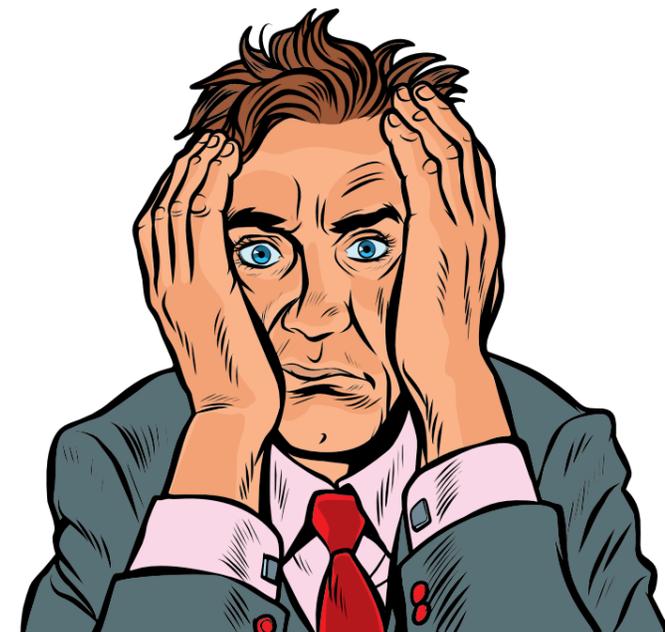
” Клиенты с пониманием и поддержкой отнеслись к вынужденному закрытию торгового зала моего **кафе-кондитерской, «Ле Нуаж».** Запустили доставку. Работали так, как того требовал спрос. Выводы? Несмотря ни на что — делайте свой продукт качественно, делайте на все 100%. Сокращайте объем, пересматривайте расходы, но качество — не трогайте. Это главное. Экономю на нем тут же заметят — а в кризисные времена это точно сыграет не в вашу пользу.

Ксения Бояркина,
Шеф-кондитер, предприниматель,
владелец кафе-кондитерской «Ле Нуаж»

И ПОМОГАЙТЕ. Понимаете, не только мы оказались в новой, непривычной ситуации — наши клиенты, вполне возможно, столкнулись с ней в первую очередь. Помогите клиентам сориентироваться и адаптироваться. Это может стать одним из главных источников дальнейшего развития вашего бизнеса.

” Первые две недели карантина мы не работали, парикмахерские вновь открылись 10 апреля — по разрешению правительства. Если честно, это был стресс для клиентов. Да, красота — наверное, не жизненно важная составляющая. Но волосы, ногти, красота в целом... требуют постоянной поддержки. Особенно, когда ты приучил себя к этому. Наши клиенты с нетерпением ждали возможности вернуться в салон.

Что мы делали? Придумали антикризисные предложения с доставкой — минимальные наборы косметических средств для клиентов, чтобы они могли поддержать состояние волос в наше отсутствие. Отказались от двух филиалов, остались единственными в своем роде, сменили локацию. Вынужденно снизили зарплаты — команда мастеров не оценила, в открытие вошли с новой командой. Сменили концепцию. Быть «бьюти-баром для девушек» стало теснова-



то, так что теперь **«Лунатека» — городская парикмахерская Girls & Boys.**

Резюмирую. Перемены требовали наши сердца. Перемены пришли. Так вот — все кризисы в нашей голове, нельзя бояться и не обязательно подстраиваться, лучше управлять ситуацией и пользоваться ею в своих интересах. Выживут только влюбленные в свое дело — и в людей, ради которых так хочется делать крутые проекты.

Мария Кулинец,
Управляющая городской парикмахерской «Лунатека»



Бумажные стаканы серии «Город» — уникальный в своем роде проект

«Мир Упаковки» работает по всему Дальнему Востоку. Огромная, невероятно красивая, очень разнообразная территория. Каждый регион присутствия компании — отдельный маленький мир, с собственной историей, легендами, особенными местами. Когда-то давно мы придумали переносить такие знаковые достопримечательности на свою продукцию, в виде авторских иллюстраций — и сделали бумажные стаканы «Город». Приезжающие туристы любят потягивать кофе из аутентичного стакана, местным же... да попросту приятно. Красиво, интересно и помогает продавать — в общем, что называется win-win.



Владивостокский «Город» представят на художественной выставке

С 11 сентября по 4 октября, в Приморской картинной галерее пройдет выставка «Нарисованный Владивосток», посвященная 160-летию города — более 200 работ, десятки художников, все возможные стили. Учитывая стилистику иллюстраций для коллекции «Город», а также высочайший профессиональный уровень создавшей их художницы Натальи Черниковой — не участвовать в таком проекте мы просто не могли. Работы с изображением центральной площади Владивостока, маяка на Токаревской кошке, одного из двух фуникулеров в России представлены в формате 1:100. Рассмотреть как следует можно во Владивостоке, на Партизанском проспекте, 12. Сами стаканы можно будет подержать в руках и взять с собой уже в конце октября — в вашей любимой кофейне, конечно.

Новая серия стаканов «Острова» для Сахалина

Возможно, самая узнаваемая достопримечательность острова — маяк на мысе Анива, с 1939 года украшающий скалу Сивучью. Конечно же, мы не обошли его стороной; знаменитый маяк изображен на 300 мл стакане. Тем не менее, есть множество любимых Сахалином мест, которые далеко не так известны — так что, в обновлении решили уделить им больше заслуженного внимания. На 150 мл стакане — мыс Птичий с его высеченными ветром арками, официально «Памятник природы» с 1990 года. На 200 мл стакане — маяк мыса Жонкьер и скалы «Три сестры». На большом 400 мл стакане — построенное во времена Карафуты и выдержанное в традиционном японском стиле здание краеведческого музея, единственное здание такого рода в России.





Хотите поделиться опытом своей компании?

С удовольствием расскажем
о вас всему бизнесу региона —
просто напишите нам на
news@mirupakovki.ru