

Весна '19

МИРУПАКОВКИ

ХАБАРОВСК

ВЫСТАВКА
EXHONORESA
2019

ИСТОРИЯ УСПЕХА —
КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ



Уважаемые партнеры, коллеги!

Вы держите в руках новый весенний выпуск нашего журнала.

Мы постарались наполнить его контентом, который принесёт пользу вашему бизнесу.

В феврале **мы побывали на выставке EXPOHORECA 2019**. Узнали, какие тренды в этой области присутствуют в западной части России, и рассказываем об этом на страницах журнала.

Показываем новую линейку перчаток. Impacto PRO — марка товаров для профессионального использования. В неё входят фасовочные пакеты, мешки для мусора большого литража, а сейчас — и перчатки. Главная новинка этого сегмента — **перчатки из синтетического винила**, которые сочетают в себе качество нитрила и демократичную стоимость винила.

Цветная посуда из кукурузы — это новый уровень прочности в одноразовой посуде! Тарелки не сгибаются под тяжестью блюда, столовые приборы подходят для продуктов любой плотности. Яркие цветочные решения делают **посуду BIO** интересной для покупателей в магазинах и для кафе, которые пользуются одноразовой посудой. Мы растём и развиваем наши собственные марки.

Этот журнал для нас особенный. Мы решили рассказать о том, как начинался наш бизнес.

Андрей Викторович Гаврилов — учредитель нашей компании рассказывает о том, как ещё в 1994 году начал заниматься упаковочными материалами. Это рассказ о настоящей истории успеха, сложностях и трудностях принятия решений и философии нашего бизнеса.

Мы ждём ваши пожелания и предложения, которые помогут сделать наш журнал полезным для вас. Будем благодарны за вашу обратную связь. Адрес электронной почты: Marketing@mirupakovki.ru

С уважением к вам и вашему делу, «Мир Упаковки».

Чтобы вам легко работалось!

СОДЕРЖАНИЕ

- 4 ТОРК — 20 ЛЕТ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ, КОТОРОЙ МОЖНО ГОРДИТЬСЯ
- 6 ЛАЙФХАКИ СО СКОТЧЕМ
- 8 5 ПРИЧИН ДЛЯ РАБОТЫ С БИОПОСУДОЙ ИЗ КУКУРУЗНОГО КРАХМАЛА
- 10 ЛАБОРАТОРИЯ БРЕНДА — ВАШ БРЕНД УНИКАЛЕН
- 12 ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ КОМПАНИИ «МИР УПАКОВКИ»
- 14 НОВАЯ ЛИНЕЙКА ПЕРЧАТОК ОТ ТМ IMPACTO PRO
- 16 ВЫСТАВКА EXPOHORECA 2019
- 18 УПАКОВКА ДЛЯ ДЕТСКИХ ПРАЗДНИКОВ
- 20 ИСТОРИЯ УСПЕХА. ИНТЕРВЬЮ ГАВРИЛОВА А. В.
- 30 ONE TIME ВЛАЖНЫЕ САЛФЕТКИ — НОВИНКА НА РЫНКЕ
- 31 ВЕСЕННИЕ ПОДАРКИ С «БОНУС КЛУБОМ»!



mirupak.ru

Хабаровск,
пер. Промышленный, 8а,
(4212) 794-000
info@mirupakovki.ru

Комсомольск-на-Амуре,
ул. Кирова, 54в,
тел. (4217) 20-10-35
kms@mirupakovki.ru

Благовещенск,
ул. Текстильная, 116,
тел. (4162) 494-000
blag@mirupakovki.ru

Биробиджан,
ул. Советская, 64,
тел. (42622) 94-000
bir@mirupakovki.ru

Весна 2019.
Тираж: 999 экземпляров.



ПОКУПАЙ ЛУЧШЕЕ



ЛАБОРАТОРИЯ БРЕНДА



ДЕТСКИЙ ПРАЗДНИК



20 ЛЕТ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ, КОТОРОЙ МОЖНО ГОРДИТЬСЯ



28 февраля 2019 года в честь 20-летия ТМ Тork в России состоялся съезд дистрибьюторов. Мероприятие посетили 60 компаний в составе 120 человек. Целью столь масштабной встречи стала Ежегодная конференция для дистрибьюторов Тork. Среди участников были и представители «Мир Упаковки» из Хабаровска и Владивостока. Редакция журнала «Мир упаковки» побеседовала с Максимом Барковым — коммерческим директором «Essity».



Максим Барков

— На сегодняшний день Тork в России 20 лет! Максим, в 1999 году вас было всего двое, расскажите, как всё начиналось.

— Торговая марка Тork пришла на российский рынок в период его становления, предложив современные гигиенические решения, проверенные в десятках других стран и подтвержденные собственными исследованиями в области гигиены и клининга в офисах, ресторанах, отелях, медицинских и образовательных учреждениях.

Учитывая большие перспективы российского рынка, мы приняли решение о запуске локального

производства. Первое местное производство продукции Тork было запущено в 2001 году на фабрике компании Essity в г. Светогорске Ленинградской области. В 2012 году, с приобретением подразделения Georgia-Pacific в регионе EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка), ассортимент бумажно-гигиенической продукции Тork расширился. В 2013 году была запущена вторая линия по производству продукции Тork на фабрике в городе Советске Тульской области. Производственная линия была разработана в Италии с учетом спецификаций будущих продуктов. Производственная мощность линии составляет 20 тыс. тонн в год. На сегодняшний день 15 артикулов продукции Тork производятся в России.

В 2014 и 2016 гг. торговая марка Тork была удостоена специальной премии «Товар Года» в категории «Профессиональная бумажно-гигиеническая продукция». В 2017 году Тork получила премию «Время инноваций», а в 2018 году премию «Инновационный продукт года» за одно из самых современных решений в области профессиональной бумажно-гигиенической продукции за последние годы — систему бумажных полотенец с непрерывной подачей PeakServe®.

— Сколько дистрибьюторов с каких регионов посетили съезд в феврале? Съезд это традиция или новый формат в работе?

— В ежегодной конференции приняли участие стратегические и ключевые партнеры-дистрибью-



Партнёр

Партнёр



Развлекательная часть мероприятия проходила в тематике «Вечеринка в стиле 90-х»

торы Тork со всех регионов России и СНГ. Мы проводим каждый год дистрибьюторские конференции и другие обучающие мероприятия, позволяющие нашим партнерам глубже погружаться в специфику продуктов и учиться их продавать на своих рынках.

— Сегодня потребитель озабочен экологической безопасностью. Существует ли у компании система переработки, утилизации использованной продукции?

— Да, несомненно. Мы не отстаем от мировых трендов, а даже создаем эти тренды. У нас есть прекрасный сервис в мире (в России пока на данный момент решение о запуске отсутствует) — сервис Тork Paper Circle. Это первое в мире решение по переработке бумажных полотенец для рук. Данный проект позволяет снизить на 40% выбросы CO₂ и на 20% уменьшить объем отходов (согласно исследованию «Life Cycle Assessment for Europe», проведенному Essity IVL, Swedish Environmental Research Institute Ltd, 2017 г.). В рамках этого проекта отходы становятся ресурсом: использованные бумажные полотенца перерабатываются в сырье, которое направляется для производства туалетной бумаги. Реализованная концепция устанавливает новый стандарт циклического управления отходами.

Но не стоит забывать, что наши продукты также снижают использование бумаги и следовательно объем отходов. Например, диспенсеры системы Тork Reflex™ позволяют снизить расходы протирочных материалов на 37%, а диспенсеры Тork Xpressnap и Тork SmartOne на 25–40% соответственно.

То есть мы стараемся идти в ногу с современными эко-трендами и особенно уделять большое внимание устойчивому развитию в нашей компании.

— Что для дистрибьютора означает фокусировка на конечном клиенте?

— Мы в первую очередь считаем, что это хорошая и оперативная логистика и сервис, предложение комплексного и полноценного решения для клиента, и несомненно — лучшее качество предлагаемой продукции для конечного клиента.

— Ваша оценка сотрудничества с нашей компанией, что можно улучшить, на чем сфокусировать усилия, какие задачи решать в первую очередь?

— «Мир Упаковки» — надежный, проверенный годами совместного сотрудничества партнер, с огромным потенциалом. Хочу отметить лидирующие позиции на рынке Дальнего Востока, благодаря отлаженным бизнес процессам и желанию развиваться, улучшать сервис и качество жизни людей. Основные особенности в работе — это долгая логистика, продукция на склад дистрибьютора через 30–40 дней, и только точное планирование может обеспечить бесперебойное наличие товаров, ведь зачастую клиенты не готовы долго ждать, продукция нужна здесь и сейчас. Поэтому совместно с «Мир Упаковки» мы стремимся улучшить наше предложение и услуги в регионе. Сфокусировать усилия в 2019 году нужно на развитии дистрибуции продукции Тork на Дальнем Востоке, расширении ассортимента и продвижении новинок.



СКОТЧИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ

» ПРОЧНЫЙ

благодаря плотной основе из полипропилена.

» НАДЕЖНЫЙ

особый состав акрилового клея надёжно крепит к поверхности.

» ВСЕГДА ПОД РУКОЙ

в наличии на складе по доступной цене.

» РАБОТАЕТ ДЛЯ ВАС

24 часа в сутки, 7 дней в неделю.

- Высокая адгезия
- Работают при отрицательной температуре
- Высокая прочность
- Соответствие цена/качество
- Точность намотки
- Широкая цветовая гамма



**Выбираешь скотч?
ПОКУПАЙ ЛУЧШЕЕ!**

12 ЛАЙФХАКОВ ПРО НЕСТАНДАРТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКОТЧА

Из скотча делают скульптуры, пляжные тапочки и кошельки. Но это идеи для развлечений. А вот полезные способы нетривиального использования липкой ленты.



1. Почистите клавиатуру

Раздражают мерзкие крошки под клавишами, которые ничем не вытащить? Вам поможет скотч. Сложите липкую ленту клейкой стороной наружу и проведите по тонким щелям между клавишами и корпусом клавиатуры. Мусор прилипнет, клавиатура станет чистой.



2. Почистите одежду

Липкие ролики для чистки одежды заканчиваются в самый неподходящий момент. Но ведь есть широкий скотч, который ничем не хуже.

3. Соберите разбитое стекло

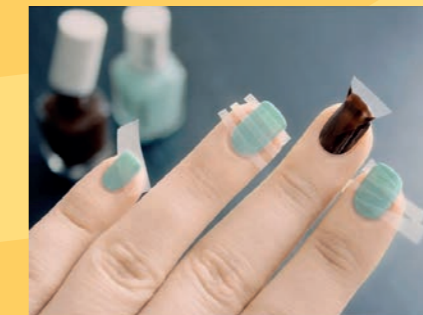
Если случайно (или специально) разобьёте тарелку или стакан, на полу или на столе останутся мелкие осколки. Соберите их скотчем, тогда они не навредят вашим пяткам.

4. Нарисуйте стрелки

Сколько придумано хитростей, чтобы нарисовать ровные стрелки, начиная от применения ложки и заканчивая специальными трафаретами. Будьте проще. Наклейте скотч на веко и спокойно заполняйте подводкой пространство от края века до скотча. Потом удалите ленту. У вас получатся стрелки с идеально ровными краями.

5. Соберите ртуть

Когда разбивается ртутный термометр, ртуть разбегается по полу сотней крошечных шариков-капелек. И все их надо аккуратно собрать для утилизации, чтобы не дышать ядовитыми парами. Скотч хорошо справляется с этой задачей.



6. Сделайте узор на ногтях

Скотч-трафарет можно использовать не только на веках, но и на ногтях, чтобы создавать узоры разной сложности.



7. Защитите пластиковую карту

Если у вас карта с магнитной лентой, а вы её часто используете, то есть риск повредить эту самую ленту. Аккуратно заклейте её скотчем, чтобы не было пузырьков и складок. Лента будет под защитой, а устройства будут её считывать.

8. Наведите порядок в проводах

Сложите в один пучок провода, которые тянутся от вашего стола к розетке, и обмотайте их скотчем. Теперь вместо десятка путающихся шнуров у вас будет один.

9. Используйте скотч вместо бинта

При травмах скотч послужит временной заменой бинта, особенно если надо наложить шину и примотать руку или ногу к палке.

10. Удалите следы клея

Вы сняли наклейку с предмета, а клей остался. Возьмите скотч, прижмите его липкой поверхностью к клею и резко оторвите. Клей пристанет к скотчу.



11. Заклейте мозоли

Временная мера, которая спасёт ноги в новой обуви, если под рукой нет пластыря, зато есть скотч. Просто защитите им участки, которые натирает обувь.



12. Оберните шнурки

Если шнурки растрепались на концах или от них отвалились фиксаторы, оберните их скотчем. Так шнурки будут выглядеть аккуратнее, а ещё их будет легче шнуровать.

5 ПРИЧИН ДЛЯ РАБОТЫ С БИОПОСУДОЙ ИЗ КУКУРУЗНОГО КРАХМАЛА

Свойства материала: **полная биоразлагаемость, безопасность для окружающей среды**, отсутствие токсинов, устойчивость к очень низким и высоким температурам, жиро- и водонепроницаемость.

В такой посуде **пища может храниться более длительное время** по сравнению с аналогами из обычного пластика.

Еще она **гармонична, интересные цвета и приятная текстура** позволят со вкусом сервировать стол.

Диапазон температур, которые выдерживает посуда из кукурузного крахмала, составляет до 60 градусов по Цельсию. А это означает, что **пищевые продукты в посуде из кукурузного крахмала можно хранить в холодильнике, разогревать в микроволновой печи**, а также подавать в горячем виде на стол.

Утилизация посуды из кукурузного крахмала не требует особых усилий. В природе **посуда разлагается в течение нескольких месяцев, не загрязняя воду и почву**. При сжигании в атмосфере вредных летучих соединений тоже не попадает. Очень удобно для пикников на природе!



Экопродукт Экопродукт

Скоро в продаже!
Серия для Retail
Фасовка по 10 шт.



Праздничные летние цвета посуды:
• белый
• черный
• желтый
• зеленый

СУПЕРПРОЧНАЯ ПОСУДА, позволяет подавать любые блюда по их весу. Столовые приборы подходят для продуктов любой плотности.

СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ ЦВЕТНОЙ ПОСУДЫ ИЗ КУКУРУЗНОГО СЫРЬЯ:

- кейтеринг
- пикники
- предприятия розничной торговли
- рестораны, бары, кафе
- на точках быстрого питания и для частного использования



Салатник 600 мл

Тарелка десертная 18 см

Тарелка закусочная 23 см

Столовые приборы

- В составе только пищевые красители!
- Выдерживает температуру от -20 до +60 °С.
- Данную посуду можно замораживать, разогревать в микроволновке.
- Срок разложения в природе — 6 месяцев.
- 60% — кукурузный крахмал; 30% — полипропилен; 10% — вспомогательные связующие вещества.

ВАШ БРЕНД УНИКАЛЕН

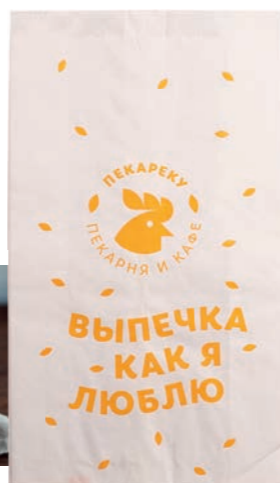
Самый доступный способ привлечь внимание своего покупателя в условиях растущей конкуренции — обратиться к нему с помощью упаковки. Мы с радостью рассказываем вам об итогах работы нашей лаборатории бренда за 2018 год. И всегда поможем создать вашему продукту индивидуальный, хорошо узнаваемый и продающий образ.



Один из самых ярких проектов года — мы начали делать **бумажные пакеты с внутренней ламинацией**. Удобные, прочные, с яркой печатью, такие пакеты — не просто тара для транспортировки, а еще и отличный рекламодатель и доступный способ привлечь внимание своего покупателя. Пакеты с внутренней ламинацией отлично защищают от протекания и легко могут использоваться для завертонов, шаурмы с большим количеством соуса.

- Упаковка продукта — это способ перенести стиль, идею вашей компании на носитель, который продлит радость клиента от использования продукта.
- Красивый стильный пакет, в который упакована еда на вынос, переносит ощущение пребывания в ресторане на домашнюю трапезу.
- Покупки из магазина, упакованные в пакет с логотипом любимого бренда, приносят дополнительную ценность покупке.
- Покупатели ассоциируют себя с теми компаниями, услугами которых пользуются. Брендирование упаковки — хороший способ усилить эту связь.

Пакет бумажный под ремесленный хлеб и выпечку от пекарни «Пекарю» одновременно защищает и рекламирует вкусную сдобу на натуральной закваске.



Пакеты бумажно-ламинированные с веревочными ручками. Благодаря плотности мелованного картона, пакеты имеют высокую прочность и могут использоваться для различных товаров. А еще такие пакеты — отличные помощники для проведения выставок, семинаров, конференций и в качестве фирменной упаковки корпоративных подарков.



Изготовлены **пакеты «майка» ПВД** с логотипом заказчика. С таким пакетом любой покупатель, идущий с покупкой домой, становится «ходячей рекламой» магазина. На складе пакет занимает минимум места, при этом выдерживает вес в 10–15 кг в зависимости от плотности.

За год мы разработали и изготовили множество столь популярных **пакетов из ПВД** с прорубной ручкой для наших заказчиков: «Мастерская панды», «Добрый Хабаровск», «Наша клиника», «Укушу», «Ремарка», «Глобус». Такие пакеты выглядят презентабельно, сохраняют свою форму во время эксплуатации и не искажают нанесенного на них рисунка.



К преимуществам **бумажных пакетов** с кручеными или плоскими ручками можно отнести экологичность, привлекательный внешний вид и значительную экономичность. Простота, лаконичность и натуральность в оформлении — это актуальные тенденции в современном мире упаковки.



Теперь в ассортименте брендированных продуктов — **ПОРЦИОННЫЙ САХАР** для пекарни и сыроварни «Ракуса». Этот бренд с особенной любовью относится к каждой детали в упаковке своих продуктов. Порционный сахар с логотипом как инструмент продвижения бренда и уровень заботы о клиенте можно использовать в любой сфере, не только в заведениях сегмента HoReCa, но и в индустрии красоты, предлагая посетителям чашечку кофе с брендированным сахаром, при проведении мероприятий во время кофе-брейка.



И, конечно, воплощение мирового тренда на экологию и долгосрочная работа с сетью «Амбар» — **нетканая сумка с логотипом**. Качественный инновационный материал отличается высокой прочностью и стойкостью к износу. Практически невесомая сумка, в зависимости от размера выдерживает значительный вес. Сумки долговечны и подходят для многократного использования.

ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ компании «Мир Упаковки»

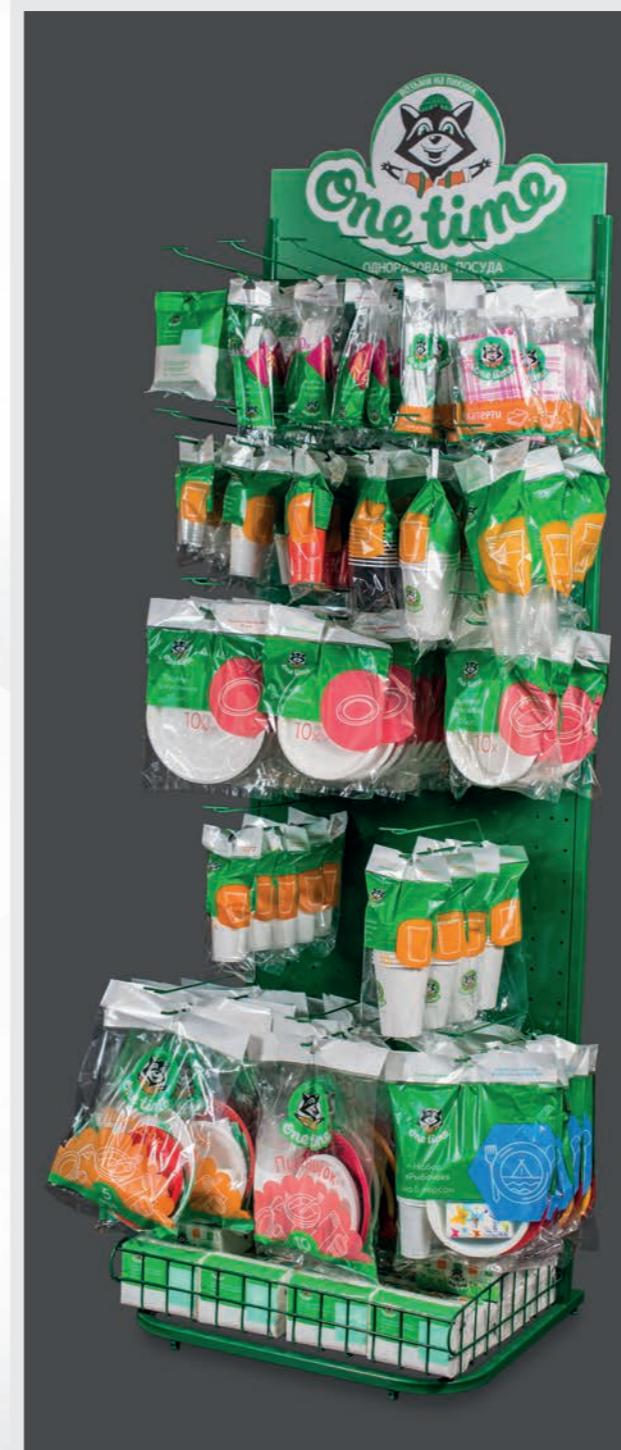
ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ — УДОБНЫЙ СПОСОБ ВЫКЛАДКИ
ОДНОРАЗОВОЙ ПОСУДА.



Торговое оборудование, которое используется для выкладки, хранения и продажи товаров — важный элемент оформления современного магазина.

Удобные эргономичные стойки обеспечивают эффективность торговли от выбора товара до самой покупки.

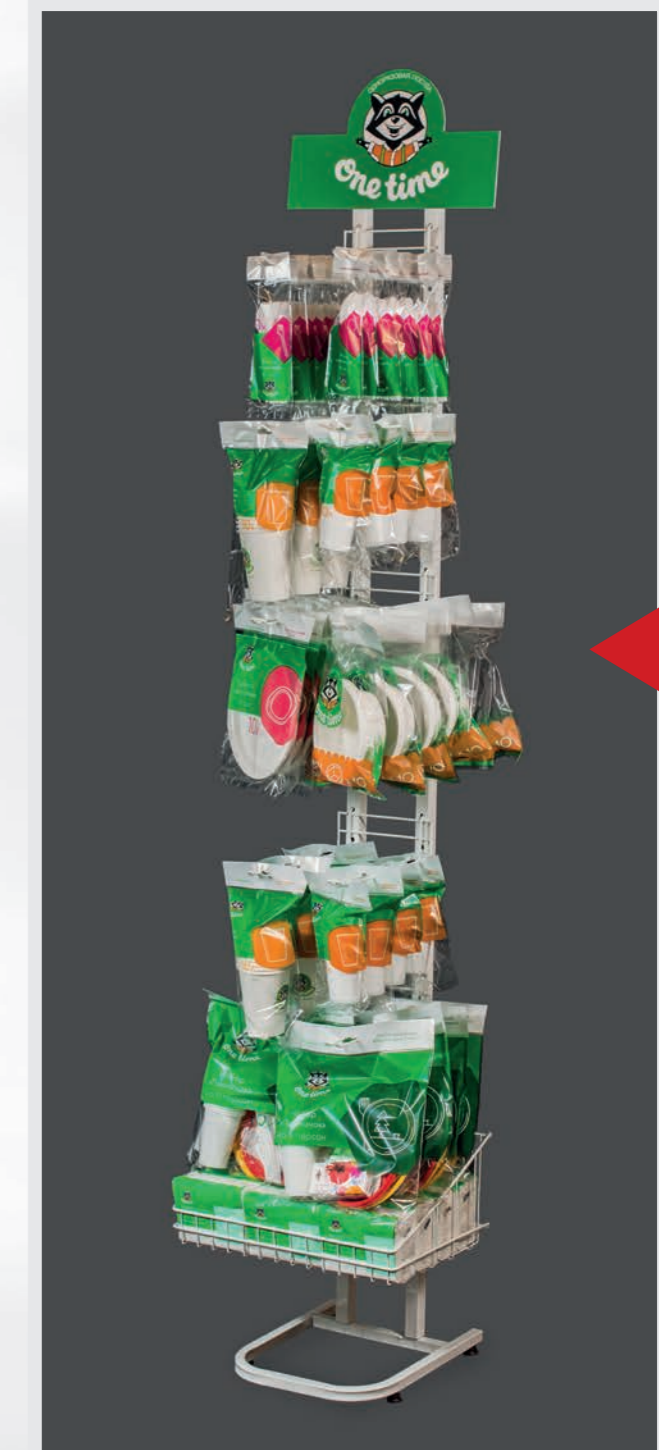
Правильно выбранное торговое оборудование — это половина успеха любого магазина. Оно выгодно демонстрирует товар, стимулирует клиентов на покупки и упрощая работу продавцов. Кроме того, оригинальное и многофункциональное оборудование вполне может стать визитной карточкой, как небольшого магазина, так и большого супермаркета.



Основной особенностью торгового оборудования компании «Мир Упаковки» является эффективность использования торгового пространства. Когда каждый сантиметр торговой площади работает на вас с максимальной отдачей.

СФЕРА ПОТРЕБЛЕНИЯ:

- Торговые предприятия;
- HoReCa.



НОВАЯ ЛИНЕЙКА ПЕРЧАТОК ОТ ТМ IMPACTO PRO

Impacto PRO — собственная торговая марка компании «Мир Упаковки» по производству продукции для профессионального использования

Мы расширили ассортимент продуктов широким выбором перчаток из винила и нитрила.

Перчатки — это незаменимый расходный материал практически во всех отраслях бизнеса: медицина, косметология, приготовление еды, наука, агросектор.

Перчатки в больших упаковках могут стать популярным товаром в непродовольственном ритейле — хозяйственных и строительных магазинах, в товарах для сада и огорода.

ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ МАТЕРИАЛЫ, И ЧТО ЭТО ДАЕТ? РАССКАЗЫВАЕМ ПО ПОРЯДКУ

НИТРИЛ по сравнению с винилом более тонкий, более эластичный, менее подвержен разрывам и проколам, барьерные свойства тоже выше, но и стоимость в 1,5–2 раза выше, чем у винила. Состав — нитрильный латекс (каучук), другими словами, это искусственный (синтетический) каучук (резина).



70% реализации перчаток приходится на использование в пищевом производстве с высоким содержанием жиров.



Перчатки нитрил ImpactoPro без талька черные, размер S, 100 шт., 3,5 г



Перчатки нитрил ImpactoPro без талька черные, размер M, 100 шт., 3,5 г



Нитрил гипоаллергенен, в отличие от натурального латекса (каучука), который может вызывать аллергические реакции.



Перчатки нитрил ImpactoPro без талька голубые, размер S, 200 шт., 3 г



Перчатки нитрил ImpactoPro без талька голубые, размер M, 200 шт., 3 г



Перчатки нитрил ImpactoPro без талька голубые, размер L, 200 шт., 3 г



Перчатки нитрил ImpactoPro без талька голубые, размер XL, 200 шт., 3 г



Перчатки винил ImpactoPro прозрачные, размер S, 100 шт., 4 г



Перчатки винил ImpactoPro прозрачные, размер M, 100 шт., 4 г



Перчатки винил ImpactoPro прозрачные, размер L, 100 шт., 4 г



Перчатки винил ImpactoPro прозрачные, размер XL, 100 шт., 4 г



Перчатки синтетический винил ImpactoPro без талька голубые, размер S, 200 шт., 5 г



Перчатки синтетический винил ImpactoPro без талька голубые, размер M, 200 шт., 5 г



- Измерительная линейка на коробке позволяет выбрать точный размер.
- Цвет пачки совпадает с цветом перчаток внутри, что помогает быстро сориентироваться при использовании.

ВИНИЛ (ПВХ) — имеет преимущество перед нитрилом по стоимости, устойчив к воздействию кислот, щелочей и спирта.

СИНТЕТИЧЕСКИЙ ВИНИЛ — новый материал, трудноотличимый взглядом обывателя от нитрила, по факту — тот же ПВХ, но с улучшенным составом — поливинилхлорид, пластификаторы, эластомер, которые придают ему эластичности.

Если сравнивать по прочностным характеристикам, то это что-то среднее между нитрилом и винилом, и экономичнее по стоимости, чем нитрил. Перчатки водонепроницаемые, устойчивые к воздействию кислот и щелочей, безопасные, нетоксичные.

НОВИНКА!
Уникальные преимущества

СРЕДСТВО ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ —

наши перчатки смогут обеспечить эффективную защиту работников от самых разнообразных рисков на рабочем месте — от механических повреждений, от контакта с агрессивными средами, позволяя организовать безопасную работу в разных условиях или при выполнении специальных работ, в том числе от химикатов и микроорганизмов.

СФЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ:

Предназначены для универсального использования, в том числе:

- предприятия общественного питания;
- производство продуктов питания;
- ритейл, кулинария, фасовка;
- хозяйственная деятельность, уборка, химчистка;
- косметология, индустрия красоты;
- гостиничный бизнес;
- лаборатории;
- творческие студии, цветочные салоны.

Выставка ExpoHoreca 2019

ExpoHoreca — ведущая выставка индустрии гостеприимства на Северо-западе России — место встречи специалистов гостиничного и ресторанного бизнеса с производителями и поставщиками оборудования, оснащения, продуктов и услуг для гостиниц, малых отелей, ресторанов, кафе, баров, клубов. Компания «Мир упаковки», активно работая с клиентами в сегменте Horeca, не могла пропустить это яркое событие.

Время проведения: с 26 по 28 февраля 2019 г.
Место проведения: КВЦ Экспофорум, Санкт-Петербург, Петербургское шоссе, д. 64/1

В этом году представители всех трех дивизионов компании «Мир упаковки»: **Ресненко Наталья** — руководитель отдела закупок «Мир Упаковки» г. Хабаровск, **Тосенко Инга** — руководитель коммерческого отдела «Мир Упаковки» г. Владивосток, **Синакина Тамара** — руководитель отдела закупок «Мир Упаковки» г. Южно-Сахалинск посетили выставку и поделились своими впечатлениями.



Ресненко Наталья,
начальник отдела закупок



Рынок сегмента Horeca — один из самых динамично развивающихся. Основной целью посещения выставки для нас было понять, чем сейчас живут клиенты в этом сегменте рынка, какие требования они предъявляют к своим поставщикам, с какими проблемами сталкиваются и где мы, как сервисная компания можем помочь нашим клиентам быть более эффективными и успешными.



В упаковке по-прежнему сохраняется тренд на **ЭКОЛОГИЧНОСТЬ**. Упаковка из дерева, крафт бумаги, картона и биоматериалов по-прежнему востребована рынком Horeca и предлагается поставщиками как комплексное решение для бизнеса.

Ведущие спикеры рассказали о современных техниках привлечения новых посетителей, цифровых технологиях, эффективных механизмах развития бизнеса. В рамках деловой программы выставки спикеры делились своим опытом и наработками и отвечали на вопросы:

- как добиться максимальной мощности на минимальном пространстве;
- как увеличить прибыль бизнеса в соответствии с тенденциями, которые диктует рынок;
- о современных техниках привлечения новых посетителей;
- цифровых технологиях в ресторанном и гостиничном бизнесе.

Очень интересным для нас было выступление шеф-повара Станислава Песоцкого «**Как выжать максимум из местного продукта?**». Известный шеф-повар рассказал, что одним из основных современных трендов рынка Horeca в целом и современной кухни в частности является ПРОСТОТА и ЛАКОНИЧНОСТЬ. Многие компании стали ориентироваться на местные, сезонные продукты, из которых можно приготовить **эффектные блюда с невысокой себестоимостью**, высоким качеством и простым, знакомым потребителю с детства вкусом. Таким образом ресторанный бизнес успешно развивается в непростых экономических условиях, ведь такой подход обеспечивает до 80% прибыли (в общей стоимости конечного блюда его себестоимость может быть уменьшена до 20%). На наш вопрос: «Что для Вас важно при выборе поставщика?» шеф-повар ответил: «Для меня важно, чтобы поставляемый продукт был дешевый, высокого качества, очень важны удобная механика работы поставщика, партнерские отношения и соблюдение договоренностей».

ИДЕЯ!!!
Можно добавлять наборы банкетной посуды к контейнерам с едой на вынос.

Это может быть дополнительной услугой или включенной опцией. Для предприятий, кафе и ресторанов, предлагающих еду на вынос — отличное решение для улучшения дополнительного сервиса. Предлагаем новый продукт — посуда для сервировки стола. Легкая, красивая, элегантная, очень похожа на фарфоровые тарелки и приборы из металла.



ОШИБКИ, которые в сегменте Horeca допускают клиенты при выборе упаковки:



Универсальное решение под все продукты

Попытка найти универсальную упаковку под все виды предлагаемых продуктов часто приводит к лишним затратам, отсутствию сохранности продукта или порче упаковки при доставке.



Неправильно подобран материал

Упаковка должна соответствовать условиям использования, если продукт горячий, лучше всего подойдет полипропилен. Если продукт с большим содержанием влаги, но вы хотите картонную упаковку, то лучше выбрать ламинированный картон и т. д.



Ошибки в правилах использования упаковки

Это, например, касается того факта, что ряд материалов нельзя использовать для разогрева в микроволновой печи (ПЭТ, полистирол).



Основные тренды рынка Horeca — это **ПРОСТОТА, ДОСТУПНОСТЬ, ЭКОЛОГИЧНОСТЬ**, и мы в свою очередь должны следовать этим трендам и делать наш ассортимент соответствующим требованиям рынка.



УПАКОВКА ДЛЯ ДЕТСКИХ ПРАЗДНИКОВ

Хотите найти идеальный вариант украшения для праздника ребенка? Планируете веселую и яркую тематическую вечеринку с друзьями? «Мир Упаковки» поможет подобрать и купить красивую и качественную атрибутику для различных детских мероприятий.

Ассортимент праздничного декора:

- колпачки для праздника, стаканчики, наборы детской тематической посуды, скатерти детские;
- оберточная бумага-подарочные коробочки;
- настольная игра «Космическое приключение»;
- воздушные шары;
- язычки-гудки;
- салфетки;
- детская одноразовая посуда;
- свечи детские, для тортов (циферки);
- гирлянды;
- ленты голографические;
- пакеты картонные с детской символикой;
- трубочки для коктейлей, шпажки для канапе.



5 СОВЕТОВ для подготовки яркого праздника

1. Чтобы создать праздничное настроение себе и маленьким гостям, надо обязательно **украсить квартиру или кафе к детскому дню рождения**. Конечно же, не обойтись без воздушных шаров. Замечательно, если у вас будет возможность надуть их гелием.
2. Важен не только сам подарок, но также и подарочная упаковка. **Большой выбор коробочек на любой вкус вы найдете у нас.**
3. Времена меняются, мода на форматы проведения детских праздников — тоже, но одно остается неизменным — **ребенок ждет выноса торта со свечками**, будь ему 3 или 13 лет! Купите свечи, подходящие для торта, заранее, не нужно ждать их от ресторана или детского клуба, в котором вы отмечаете праздник.
4. Праздничную атмосферу поможет создать яркое и красочное украшение гостиной комнаты или комнаты именинника. При помощи красок, гуаши и цветной бумаги **сделайте вместе с вашим ребенком праздничные гирлянды!** Развесьте воздушные шары. Спросите ребенка, как бы ему хотелось украсить помещение к празднику?
5. **Запаситесь одноразовой посудой с детским дизайном.** Во-первых, безопасно, во-вторых, уж очень она празднично выглядит и избавит от забот по мытью. А еще вместе с детьми из нее можно сделать оригинальные поделки.

ИСТОРИЯ УСПЕХА «МИР УПАКОВКИ» СЛОВАМИ СОБСТВЕННИКА

В журнале BOSS собственник нашей компании Гаврилов А. В. рассказал о своей истории успеха, сложностях и трудностях принятия решений и философии нашего бизнеса. Мы хотим поделиться с вами этой статьей и поведать, как всё начиналось в далёком 1994 году.

— Всегда начинаем с этого вопроса — представьте. Расскажите, с чего все началось?

— Андрей Гаврилов. Родился в Магадане, первый раз приехал в Хабаровск на олимпиаду по электротехнике. После Магадана город казался, конечно, шикарным: у нас еще снег лежит, а здесь зеленые высокие деревья. После службы в армии в 1989 году я переехал в Хабаровск и поступил в политехнический институт. В то время первая жена училась в академии экономики и права.

В армии один из молодых рассказал мне, что такое фарцовка и как с ее помощью можно зарабатывать себе на жизнь. Одноклассник, поступивший в Рижское авиационное училище прислал мне бандеролью косметические наборы, и мы, студенты, на вещевой барахолке продавали их. Потом мы начали в Прибалтику возить телевизоры GoldStar, а оттуда привозить компьютеры Atari.

После рождения первого ребенка, я понял, что если ходить учиться, то диплом мне дадут, а знания — нет. Но надо же семью кормить! Перевелся сначала на вечерний, потом бросил институт. Начал искать варианты. В то время в аэропортах были задержки рейсов большие, а компьютеры игровые были в диковинку. У нас были Atari, 64 килобайта оперативная память, можно было в него загрузить игру с кассеты, подключить к советскому телевизору с декодером и играть. С точки зрения прибыли — хорошая была тема: 15 копеек минута, 9 рублей — час. За смену можно было 500 рублей собрать, и, хотя большую половину из них забирала молодежная организация, под которой мы трудились, все равно зарабатывали неплохо! В то время за пять рублей с аэропорта до центра можно было доехать!

— А что это было больше — бизнес-знания, интуиция, кто-то подсказал из старших товарищей или Вы просто шли по наитию?

Слов мы таких тогда не знали. О том, что существует «безнал» я узнал впервые, когда пошел на лекцию Артема Тарасова учиться на брокера. Еще была смешная история, на Дикопольцева был кооператив: переводы, машинописные работы, консультации. Прихожу, говорю, научите, как кооператив открыть! Они говорят, это лично к директору.

Захожу, вальяжный такой, с печаткой бриллиантовой... Говорит, консультация 10 рублей час, я по карманам порылся, говорю есть только 4! Да? Ну заходи, на 4 расскажу! И в то время зарабатывать было легко, ведь не было ничего. Если кто-то не пил, не забывал деньги в автобусе, то они были обречены на успех. Одна оговорка, если хватало уверенности в себе.

Помню, только родившаяся компания «ДальЖАСО» (я уже младшим брокером в ДВЖД работал), дала мне кредит на 2 млн. рублей, на них я купил 2 тонны чеснока. Кредит был под «гуманные» 15 % в месяц, то есть 180 % годовых. Математика была хорошая: я покупал 1 кг чеснока за 1 рублю, а в магазин на реализацию его можно отдать уже за 6. Только он подмороженный был, я решил не проблема, отсортируем. Товарищ так загадочно говорит, знаю место. Ну поехали! КамАЗ разгрузили в ленинской комнате общежития в политене! Командант сначала кричала, что за вонь! Но потом, вышла с мешочком со словами — «ну а что, болеть меньше будут». Правда, потом оказалось, что этот чеснок перебрать невозможно в принципе. Я продал 300 кг из 2 тонн. Возил в Магадан, менял на жвачку. Что я с ним только ни делал. «ДальЖасо» сказали, что я единственный, кто вернул деньги. Так сказать — с чеснока по-чесноку. Когда брокерское движение иссякло, я нашел магазин на «Казачке», брал у них на реализацию излишки продуктов. Они говорят, «Продукты кончились! Но... Тут у нас за дверью мешки с пакетами валяются...». Друзьям говорил — «ребята, есть тема, пакеты!», они мне — «ты больной, какие пакеты? Мы в Кукан водку возим, маргарин». А я уперся в эти пакеты.

— Это были 80-90-е годы. Были пересечения с бандитами?

— Да, конечно, были. Например, на Курском вокзале, грузили только с одобрения этих самых товарищей. Трудновато было, иногда страшно. Но я сержант-пограничник, а это очень сильно помогло. В армии прошел через школу сержантского состава. Полгода — стрельба огневая, жесткий режим. Вот там было непросто. Там я примерно представил, насколько невыносимо моим друзьям, которые попали в Афганистан.

**Андрей
Викторович
Гаврилов,**
учредитель
ООО «Мир Упаковки»



ЕЩЁ СЛУЧАЙ В 1998 ГОДУ. У НАС БЫЛИ НЕТКАНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ПАКЕТЫ ПАРАЛЛЕЛЬНО. МЫ ПРИДУМАЛИ ПРИГЛАСИТЬ ДИЗАЙНЕРА АННУ ЧИЖЕВСКУЮ, КОТОРАЯ ЗА КОСМИЧЕСКИЕ ДЕНЬГИ — 2 ТЫСЯЧИ ДОЛЛАРОВ, СДЕЛАЕТ КОЛЛЕКЦИЮ ИЗ 10 ПЛАТЬЕВ. МЫ ПОКАЖЕМ ИХ НА ВЫСТАВКЕ, ПОТОМ ИСПОЛЬЗУЕМ КАК ИНФОПОВОД, СДЕЛАЕМ КАЛЕНДАРИ, ЗАПУСТИМ ВЕЗДЕ. И РОДИЛИСЬ ТАКИЕ ПЛАТЬЯ — ИЗ ТРУБОЧЕК, ИЗ РОЗОВЫХ САЛФЕТОК, ИЗ СКОТЧА, ПЛАТЬЕ НЕВЕСТЫ ИЗ ВИЛОК И ЛОЖЕЧЕК! ЭТО БЫЛА БОМБА!

Когда сняли офис на Шеронова, возникла идея купить грузовик и амбициозно написать на нем «более 20 видов пакетов». И встал вопрос — покупать грузовик или нет, давать рекламу или нет. Потому что сразу рэкет прибежит. И приходили, спрашивали «под кем сидишь, под кем работаешь», одни пришли — «Мы ассоциация бывших налоговых инспекторов, собираем деньги на панкратион», я им говорю — «а мы не дадим», они — «Как это?? Никто еще не отказывал!!!». Я говорю — «ветераны, инвалиды, детский лагерь есть? нет. Как будет, приходите». Конечно, они говорили что-то в духе — «А офигел ли ты?». Но уходили. Спортсмены вот как-то вернулись с запросом на посуду одноразовую на летний лагерь для подростков. У нас это правило, кстати, и сейчас действует, отрабатываем в неделю по три-четыре запроса на спонсорскую помощь.

— Боялись?

— Конечно, боялись. А сейчас не боимся, что ли? Ничего не изменилось. Вот платим мы сейчас много миллионов рублей в месяц налогов, и что? В любой момент могут сказать, что я должен еще миллиард и предложить «присесть». Я родился в СССР, с детства курсант военного клуба, пограничник, воспитан в духе патриотизма к своей родине. На базе «Мир Упаковки» в Хабаровске на красиво оформленной вышке развевается флаг России, под которым написано «Гордимся компанией, верим в страну!». Вся стратегия, которую мы называем «опережающим развитием», построена на позитивном сценарии развития страны. Но каждый раз, когда выходит очередная пачка «улучшающих» законов или очередной «Золотов» демонстрирует, как устроена наша страна, меня охватывают серьезные сомнения в своей адекватности. Не переходит ли мой оптимизм в кренизм? Для кого я влезаю в кредиты и вкладываюсь в будущее? Решения, которые позволяют компании развиваться и создавать конкурентные преимущества, всё дороже и дороже! В этом году мы зашли в ТОСЭР в Хабаровске, строим терминал логистический 8000 м² класса А. Это большой задел на будущее и огромные кредиты. И да, я верю в страну, но мечтаю быть уверенным...

— Тему с пакетами подхватили. А как пришли к мысли, что нужно это направление развивать?

— Не сразу. В 1994-2004 годах потренировались на немецком нетканом материале для садоводов «Лутрасил». Я был на семинаре «Эффективная реклама-95» с приглашенными американцами, помните появление «Вестернфемели» в Хабаровске? После него перевернулись в голове некоторые моменты. Они говорили, что «Если специалист по рекламе нарисует таракана, который мне глубоко отвратителен, но он продает, то я скажу, что это хорошая реклама!». Тогда в 1995 году по «Лутрасилу» начали работать с рекламным агентством «Рapid» по науке. Они провели фокус-группы, выявили, что принимают решения женщины 30-45 лет (тогда дача была способом выжить). Выяснили, ка-

кие доводы для них важны. Листовку разработали, приклеили к ним образцы и цены прямо там написали, хотя они пугали людей, 35 рублей за 10 метров квадратных! Я сам себе удостоверение от немцев выписал и заламинировал. Москвичи были в шоке! «А что, так оказывается можно было!?!». Тогда и поняли, что деньги в рекламу вкладывать выгодно. В офис (с керосиновыми лампами местами) на Павловича, 13 приходили со словами — «Как вы уже задолбали своей рекламой! Ну давайте уже ваш «Лутрасил»!!!».

— А как Вам приходили эти рекламные идеи? Это сейчас уже ничем не удивить, а тогда — это прорывные идеи...

— Все просто, профессионализм специалиста и доверие заказчика. И горящие глаза у обоих! Мы долго работали с Эдуардом Сабирзяновым. Он нам много придумал интересного. Яркий пример. Была выставка в Манеже, участвовали с «Лутрасилом». Есть такая технология «Честная игра», на наклейке стираешь 4 окошка из 8, нужно было найти буквы П, Р, И, З. Покупали люди наш нетканый материал, а на нем была такая наклейка. Соответственно, все, кто стер правильно, участвовали в розыгрыше призов. Но нужен главный, прям звезда! Он мне звонит практически ночью, говорит — «Мы придумали! Мы придумали главный приз — это бригада землекопов, на участке у победителя будут работать». Так они прямо с лопатами в спецовках и ходили строем по выставке. Это было круто.

Ещё случай в 1998 году. У нас были нетканые материалы и пакеты параллельно. Он же придумал пригласить дизайнера Анну Чижевскую, которая за космические деньги — 2 тысячи долларов, делает коллекцию из 10 платьев. Мы покажем их на выставке, потом используем как инфоповод, сделаем календари, запустим везде. И родились такие платья — из трубочек, из розовых салфеток, из скотча, платье невесты из вилок и ложечек! Это была бомба! Потом в 2000 мы это во Владивостоке повторили.

И я не говорю, что то, что мы делаем — единственно правильно. У нас сработало. И еще я придумал принцип — «Убытки должны быть максимальными». Пример. Организовывали напротив центрального рынка в 2004 году большой супермаркет на три недели. Московская компания дала нам четыре 40-тонника товаров со «Снежной сказкой» — елки, гирлянды, глиняные фигурки, абсолютно все. Витрину переделали полностью, Дед Мороз живой сидел, дети приносили ему открытки, он их садил на колесо, дарил призы, аукционы наборов елок были, мультфильмы крутились внутри, реклама на площади, при покупке на определенную сумму выдавали снежинку, за которую тут же бармен кофе или шампанское наливал, и еще много всего.. Но не выгорело и убытки были большими. Москвичи потом рассуждали, что «Возможно действительно нереально было раскрутить за три недели новую торговую марку и новое место продажи».



Но зато я точно знаю, что если есть убытки, то не от того, что мы что-то недоделали, а потому что сама идея была нереализуема. Нужно быть тщательным в мелочах.

— То есть, если вы занимаетесь каким-то делом, то делать его нужно с максимальными вложениями, чтобы оно максимально стрельнуло?

— Был в Америке в качестве скаут мастера с военным клубом из Магадана, и принимающие американцы как-то обронили, что постоянные издержки не имеют значения. Мы заспорили, мол, как это? Как не имеет значения, сколько обошлось открытие ресторана — 100 тысяч долларов или миллион? И они настаивали, что главное это переменные затраты, или по-другому итоговая ежедневная чистая прибыль. Которую ты каждый день несешь в банк и гасишь кредит на ресторан. «Всего десять лет, и ресторан уже только твой, а не банка!» И я думаю в этом есть смысл. Они мне это часа два с картинками рассказывали! Кончилось всё, правда, смешно. Я минут за пять рассказал



СОЗДАЙ МИССИЮ И ЦЕННОСТИ СВОЕЙ КОМПАНИИ, ВОВЛЕКИ ЛЮДЕЙ В НИХ! ПОЙМИ, КАКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА ТРЕБУЮТСЯ ОТ ДИРЕКТОРА НА ЭТОМ ЭТАПЕ ЖИЗНИ ТВОЕЙ КОМПАНИИ И КАКИЕ У НЕГО ЕСТЬ, СОЗДАЙ ТАКУЮ СИСТЕМУ, ЧТОБЫ ЕМУ БЫЛО ВЫГОДНО ДОСТИГАТЬ ПОСТАВЛЕННЫХ ТОБОЙ ЦЕЛЕЙ, ДОВЕРЯЙ ЕМУ И БУДЬ УВЕРЕН!



о наших реалиях, наценках и ставках. И задал вопрос, согласны ли они, что если один и тот же человек, с одинаковым упорством, поставит задачу заработать с нуля миллион долларов за десять лет, то в Америке вероятность этого, допустим, 5 процентов, а в России скорее 50? Они погрузнели, сказали, что уже поздно и пора по домам...

Вот, например, мы «зажали» деньги на исследования или рекламу, или витрины, или удобное рабочее место для сотрудников. И каждое слабое звено сделает цепь непрочной. Но если я твердо уверен в конечном результате и верю в него, то я должен вложиться до конца. Если идея правильная, то она просто окупится на полгода позже. Нет такой задачи — просто выкидывать деньги на ветер, но опасно создавать в цепи слабое звено! Другое дело, как его увидеть? Приведу пример, в Хабаровске, на красной линии, стоит магазин. Продает продукцию Apple. Все внутри сияет, все по стандартам, продавцы на уровне, товар в наличии, супер!!! Но дверь на улицу не прозрачная, из металла, а витрины большой на улицу нет, не повезло. Я им говорю, парни, у вас вход негостеприимный, дверь должна быть прозрачная, с большой ручкой, и лучше «Шуко»! Они: «Мы в аренде, а владелец помещения не хочет ставить». Немая сцена... Мои предположения такие, Apple

большую наценку сделать не даст, а они, если уж сняли помещение там, где есть поток людей, то доля спонтанных покупок их товара велика, и если эта дверь уменьшает им трафик всего на 20 %, то их чистая прибыль может упасть на 50 %!!!

— Когда появился бренд «Мир Упаковки»?

— Его придумал тот же Эдуард, агентство Сверхновая. В 1998 году у нас на календаре появилась фотография девушки Маши с пакетами, а слова «Мир Упаковки» были написаны, скорее, попутно. Он настоял на развитии этой марки, кстати, также он настаивал еще два раза на изменении ее написания. Ребрендинг стоил дорого, одни грузовики сколько стоит переклеить! Но мы привыкли доверять людям, которых считаем профессионалами.

— Откуда появляются идеи?

— У родителей был бобинный магнитофон, и там я как-то слушал запись живого концерта Высоцкого. И у него спрашивают — «Скажите, а вы жили в Магадане, воевали, занимаетесь боксом?». Он говорит — «Нет, просто мне интересны люди, которые попали в трудную жизненную ситуацию и как они себя проявляют». Я много читал серьезной фантастики, там люди или нелюди попадают в крайне неожиданные ситуации. В коротких рас-

сказах Роберта Шекли три раза все переворачивается. Мы привыкли, что это так, а это так. А кто это сказал? Да, у многих людей способность искать варианты не развита, но они не только отказываются учиться это делать, но и категорически против напрягать свой мозг.

Вот пример необычного решения. Мы думали, как увеличить продажи, дело было в 1996 году. И придумали, при покупке пакетов на миллион (еще неденоминированный) дарить 1/25 телевизора «Сони»! Взяли в банке несколько тысяч новых купюр по 1000 рублей, добавили цветную наклейку, заламинировали, получились бонусы, которые невозможно подделать! И хочешь, копи на ТВ, хочешь, на чайник. Только через десять лет мы узнали, что первую в мире бонусную систему создала компания «Американ Аэрлайнс» в 1994 году, начисляя мили за полеты. А мы сами придумали, и она, кстати, до сих пор работает, только на карты с магнитной полосой переехала.

— Как идет процесс придумывания новых идей? Ходите на курсы, что-то читаете?

— Раньше я думал, что я техник-электрик. А для того, чтобы управлять бизнесом, надо нанять длинноволосого парня, понимающего в маркетинге. И такие ребята приходили, сидели по году-два

и уходили. Пришлось учиться самостоятельно. Люди находятся в иллюзиях, что надо учиться на врача, на строителя, а управлять бизнесом учиться не надо. Помню массу случаев, как после обучения как будто глаза открывались. У меня управлял бизнесом коммерческий директор, и я не понимал, почему он простил водителя, который пытался сесть нетрезвый за руль, но не берет обратно водителя, который уволился, но через три дня прибежал обратно. Или спрашивает, а почему ему не положена доплата полторы тысячи за использование личного автомобиля. На семинаре «Семь радикалов» я понял, что он эпилептоид, и понял мотивы его поступков. Или книгу Адизеса прочитал, прямо легче жить стало! И понял, почему я не могу делать то, что делают директора, а они не могут без меня. Что они интеграторы и мотиваторы, и им нужен в команде предприниматель.

— Какие семинары больше запомнили?

— Нет смысла ходить на все подряд, надо ходить по запросу. Например, надо разобраться с финансами. И нужные семинары, и книги начинают попадаться. Конечно, не всегда обходится посещением одного семинара. Бывает и так, что на четвертом семинаре понимаешь наконец-то, о чем говорили на первом.

Стояла задача понять, чем тактика отличается от стратегии, а миссия от видения. Все, вперед! На стратегический класс к Доктору Юдину три месяца летал. На два часа в субботу... Кстати, Гандпас отличный семинар по стратегии проводил. Он сообщил, что миссия в переводе с английского, это всего навсего «назначение компании, способ, которым она зарабатывает деньги», и наступила ясность. В 2007 мы сформулировали миссию своей компании, а в 2009 открыли благодаря этому дивизион Сахалин.

Самые результативные тренинги начались для меня в 2008 году — тренинги личностного роста «Открытого Мира». На них не было никакой метафизики, все конкретно. К примеру, популярный на них вопрос — «то, что ты сейчас делаешь, ведет к достижению сформулированной тобой цели или не ведет?». Я очень много оттуда взял концепций — лидерство, вовлечение, доверие, поддержка, выиграть-выиграть и т.д. Это настолько простые слова, что люди их не понимают. Ко мне иногда обращаются учредители с вопросом, как отойти от рутины и заняться важным, как нанять директора и договориться с ним? Я очень стараюсь передать работающие у нас решения, но они понимают меня так, как если б я говорил на китайском языке!



Формула звучит просто. Создай миссию и ценности своей компании, вовлечи людей в них! Пойми, какие компетенции и личностные качества требуются от директора на этом этапе жизни твоей компании и какие у него есть, создай такую систему, чтобы ему было выгодно достигать поставленных тобой целей, доверяй ему и будь уверен!

И пару раз я слышал в ответ «Короче, сколько ты ему платишь?»

На этих тренингах вместо рассказов про лягушку нам «давали» ее, холодную, скользкую в руки! И каждый получал ответы именно на свои вопросы!

Начальник «Подвига» Владислав Сергеевич обладал огромной энергией. Например, в 2000-х он, используя свое депутатство, предложил помочь с финансированием быта моряков атомной подводной лодке, стоящей на приколе в Вилючинске, если они назовут ее «Магадан». Потом просил перевести на нее капитаном курсанта клуба в про-

шлом, а сейчас капраса с Севастополя. И все для того, чтобы привезти 200 пацанов, курсантов клуба от 10 до 17 лет во Владивосток, предъявить настоящего капитана атомной подводной лодки и добиться, чтобы каждый курсант прыгнул по два раза с парашютом!

И меня мучали вопросы! Как получить такую энергию, что нужно для этого съесть? И сколько бы он заработал, если б занялся бизнесом? И я был потрясен, поняв, что нисколько б не заработал, а энергию дает охваченность идеей, и то что он «не для себя», он не может отступить, на него надеются 200 пацанов!

Понял, наконец, почему люди не ходят учиться. Они боятся. Боятся рисковать деньгами, временем, боятся «оценки» со стороны, боятся узнать, что их «картина мира» неточна и надо меняться.

— А какой-то сценарий, видение себе представляли?

— Я практически ничем не отличаюсь от других. Просто я умею создавать видение и достигать его. Первое видение я создал, когда я еще учился в политеме. Заходя в супермаркет, я мог купить только чипсы, больше ничего. И оно звучало, что «моя жена заходит в супермаркет с карточкой и, не глядя на цены, покупает всё, что хочет». Это я реализовал давно.

Потом было видение, что я человек мира. Для этого нужны четыре составляющие — деньги, язык, знание местных обычаев и не быть рабом своего бизнеса. Как-то друзья собрались, поехали нырять в Папуа — Новую Гвинею, сказали, что выезжать через три дня. Я согласился. В тот момент понял, что я достиг этого.

Сейчас работаю над другим видением. Когда я родился, не было телефонов сотовых, компьютеров, интернета и т.д. Крайне интересно, что будет через 50, 100 лет. Знаю точно, что в 2030 году технологии продления жизни выйдут на реальный уровень, возможно, они будут стоить каких-то денег. И у меня задача простейшая — до 2030 года тело додержать в нормальном состоянии. Вроде бы бред, а с другой стороны, что я теряю? Вот что мне делать вечером — пойти пиво пить или на фитнес? И начинаешь уже по-другому действовать. Даже если и не будет в 2030 году такой технологии, ну и что? Моим младшим сыновьям — три года одному и 10 месяцев другому. Мне нужно быть бодрым, чтобы детям было со мной интересно! И внукам, которые уже появляются.

— Можно ли вычислить ген предпринимательства?

— Когда мы говорим, про это, то у каждого в голове своя картинка. Видеть возможности и брать на себя ответственность это врожденные свойства мозга и воспитанные личностные качества. Пример этого, Стив Джобс. И именно эти люди развивают страну, а не госслужащие. И моя мечта, почувствовать, как это, быть китайцем или японцем, или американцем в чужой стране! Чтобы оглянуться и вокруг увидеть российские автомо-

били, российские телефоны (или что там будет в будущем?), российские технологии!

Мне стыдно, что это не так. И не удивительно, ведь 70 % людей в России работает в гос. предприятиях.

В голове же рядовых граждан, предприниматель и «торгаш» — это синонимы. И в чем-то так и есть. И идеальный для России бизнес я наблюдал в конце 2000-х, смуглые ребята продавали сигареты. Ездили они на лексусах, в офисе сидели на табуретках, а товар у них был быстровывозимый. Но разве не к такому ведению дел нас и сейчас толкает государство, разве законы поощряют долгосрочное планирование, заботу о сотрудниках, во-круг удобная для развития среда?

Вот у нас, на переулке Промышленном, за забором проходит газовая магистраль, труба ТЭЦ, а на территории базы есть своя электроподстанция. Вопрос, чем отапливаются офисы и склады? Конечно, керосином! Хотя... Наметились изменения... Переходим на уголь. Знаете же, что правительство запретило цены поднимать производителям топлива? И теперь они наливают не больше тонны, иди к посредникам. Соседи вокруг давно на угле. Это просто дикость. Таких историй у каждого предпринимателя сотни. Получается, в России к итак редко встречаемому набору качеств, для предпринимателя необходимы еще авантюризм и мазохизм. Не знаю, как такой набор вычислять — к психиатру водить?

Да, и граждане многие уверены, и не без оснований, что ген этот есть у всех, просто он спящий! Просыпается, когда твой родственник становится чиновником.

— У Вас есть мощные знания, не было желания самому проводить семинары и рассказать «как надо делать»?

— Самое главное, для этого нужно иметь нужный психотип, истероидность («Семь радикалов»), другую энергетику. Я смог бы, наверное, но буду уставать сильно, не мое. И у меня нет системных знаний и я не знаю, как «надо на самом деле». Я могу только поделиться своей «картиной мира», не утверждая, что она единственно правильна. Судя по «результату», именно на ДВ, и именно в это время она была эффективна, не более того. Даже цель, для меня, этого интервью, разобраться «почему!?!», чтобы действовать дальше более осмысленно. Знаете, анекдот про преподавателя, который жалуется на туповатых студентов? «Ну тупые! Я сам уже понял! А они никак...».

— Что такое деньги по-Вашему?

— Деньги — это не самоцель. Это энергия. На эту сентенцию многие согласно кивают. Но мало кто способен воспринимать по-разному деньги в своем кармане и деньги, как фишки в бизнесе. Например — мы купили трубы, которые надо закопать в землю, а потом отменили строительство. И трубы на 5 млн рублей валяются, и продать мы их не можем. Но не вешаться же из-за этого! Или мне доказывают, что кредиты брать нельзя, и когда я

сообщаю, сколько должен, смотрят с подозрением. Думаю, что много людей не способны к такому подходу, это сожжет их, а предприниматели ничего, спят нормально. У меня вообще есть представление, что эти деньги не мои, они даны мне в управление, чтобы с их помощью создать разницу в мире. И действительно, еще никто из тех, кто умер, не забрал деньги с собой...

— Помощь человеку в сложной ситуации — это благо или злая услуга? Как Вы считаете?

— Тут опять привет с тренингов «Открытие», там, правда, есть специальные слова, которые могут быть непривычны. У меня есть друг, у которого все «сыпется» (на мой взгляд конечно), и семья, и бизнес, и здоровье, и я пытался ему помочь, но ничего не получалось. Разгадка для меня была, что есть разница между Помощью и Поддержкой. Помочь, это сделать за кого-то — это злая услуга, ничего не получится. А если человек приходит, делится идеей, говорит, что нужна помощь. Он просит уже не Помощь, а Поддержку. И тут есть шанс на изменения. И ты можешь даже его в эту идею Вовлечь, но это должно быть его решение. А если не смог Вовлечь, то надо отнестись с уважением к его Выбору поступать, как он считает нужным. И по возможности быть рядом.

— Распространенное мнение, что «Мир Упаковки» — это производственная компания, на самом деле вы сервисная компания.

— Относительно нас много предположений. Кто-то считает, что мы московская компания, кто то, что производитель. В чем-то это так. У нас много своих торговых марок. Мы давно делаем наборы для пикника, раздуваем бутылку, во Владивостоке запустили линию по производству бумажных стаканов. У нас тысячи наименований, но невозможно все это производить. Проблема в том, что пока то оборудование, которое позволяет делать качественно, слишком высоко производително. Например, мы раньше закупали стаканы на все лето зимой, никто не хотел возиться с нашим фирменным оформлением в сезон. И вот, мы заказали 20 млн стаканов в Москве, в компании «Поларкап», на весь Дальний Восток — это 20 контейнеров. Это «огромный» объем для них, они делали это целых 2 недели. Объемы потребления ДВ пока очень небольшие, чтобы ставить здесь производство.

— Есть рейтинг таких компаний в вашем сегменте? Если нет, то какое бы занимали место?

— Сейчас мы лидеры на рынке ДВ. И это не случайный, а созданный статус. Мы прописали это в Ценности компании — «Мир упаковки» — лидер рынка, привержен экологичному ведению бизнеса, мы улучшаем качество жизни людей на Дальнем Востоке». И делаем это через расходные материалы. И для того, чтобы восприниматься лидером бизнесу нужно делать конкретные действия: — работать только с качественным товаром, вводить новинки, обучать рынки, создавать тренды и т. д. И это не только потому, чтобы быть красивым и



нравиться учредителю, занять место лидера выгодно и экономически! Так что рейтинг у нас высокий, конкурентов у нас много, но мы на три шага впереди всех.

— В «Мире Упаковки» постоянно расширяется ассортимент? Или рынок уже насыщен ассортиментом?

— Думаю, что если мы зайдем в торговый зал, мы сможем найти много товаров, которые вас удивят. Японские салфетки, пропитанные гиалуроновой кислотой, одноразовые датские мангалы из картона, яркие перчатки из нитрила. Производитель будет удивляться совсем другому: шипам в дне тортниц, качеству термоэтикетки, малой партии упаковки со своим лого. Упаковка облегчает потребление товара, и в идеале ее вообще не должно быть заметно, как не заметна она в мороженом в вафельном стаканчике. Так что ассортимент будет всегда меняться, пока рынок в развитии.

— Как происходит поиск новых продуктов?

— Мы заявили, что мы лидер. Значит, у нас есть обязанность соответствовать. Мы создали целый отдел, который занимается поиском новинок и продвижением их на рынок. Ездим по выставкам, путешествуем. Все смотрят вокруг, отмечают самое интересное, прогрессивное.

— Сколько сейчас наименований продукции?

— Около 2-3 тысяч. У многих есть представление, что мы продаем в основном посуду одноразовую. Но это давно не так, в топах у нас брендированная упаковка, пленки, химия, бумажная продукция. В рамках стратегии «обволакивания» клиента мы обсуждаем, как взять на себя снабжение кофе-зоны. Сахар и жвачка с лого клиента давно в нашем ассортименте.

— Изюминкой «Мира Упаковки» является структура управления, вы действительно как будто создали свой мир, расскажите о ней?

— Моя мечта создать в рамках нашей компании «территорию здравого смысла». У людей, из которых состоит «Мир Упаковки», главное не работа, а своя семья, а у нас они само реализуются, чувствуют себя частью чего-то большего. Придерживаемся принципа «выиграть-выиграть». Схема заработка такая, что зарплата зависит от усилий сотрудников. Для людей создаем комфортные условия работы, хорошая столовая, в которой все по себестоимости, мебель корейскую используем вплоть до раздевалок работников склада, сушилки. Оплачиваем фитнес, если человек не курит. Сотрудник может деньги свои разместить в компании под хороший процент. И так далее. От людей ожидаем к компании того же отношения. Можете не верить, но ожидания оправдываются. У нас сейчас более 70 человек работают в компании более 10 лет. Мы это специально отслеживаем, потому что вручаем сотруднику специальный значок и оплачиваем поездку на всю семью, в Европу, например. И да, у нас правильная структура управления продажами и логистикой, которую создали директора компании, у которых я в соответствии со «здравым смыслом» не должен путаться под ногами. У нас разделение, они занимаются оперативной работой, я перспективой и развитием.

— «Мир Упаковки» выпускает свой журнал, что это за издание?

— Мы заявили, что мы эксперты. Способ, при помощи которого компания зарабатывает деньги (миссия), звучит так: «Компания «Мир упаковки» — эксперт в расходных материалах, надежно и эффективно поставляет на территории Дальнего Востока». Но сказать мало, надо доказать. Журнал выходит четыре раза в год (поквартирно). Задача, чтобы реакция человека, который пролистает его, была такая — «Как хорошо, что мне этот журнал попался!» В нем мы говорим от лица категории, то есть, например, какие стрейч-пленки бывают и как их подобрать под свою задачу. Рассказываем о новинках, прошедших и ожидаемых

клиентских мероприятиях и т. д. Журнал — доказательство нашей экспертности и лидерства. Задача, чтобы он был реально полезным для нашего партнера.

— Есть ли у вас еще бизнес-интересы помимо «Мира Упаковки»?

— У нас количество идей для «Мира Упаковки» намного опережает количество денег в наличии. И если сами строим склады или офисы, то это вынужденно, потому что таких никто не строит и в аренду не сдает. Только если строительство и сдача в аренду помещений для «Мира Упаковки». Должен быть синергетический эффект.

— У вас большая семья, 5 детей. Достаточно ли времени вы им уделяете, учитывая наличие бизнеса?

— Я же особо не занят оперативной работой. Недавно с детьми ездили на Окиनावу. На днях поеду в Москву, у меня там дети старшие живут, как раз концерт у ребенка, несколько дней до дня рождения. Но все равно, наверное, недостаточно. Кто может сказать, что он достаточно уделяет внимания детям? Нас учат умные люди, что важно не количество, а качество общения. И люди меняются. Когда мне было, например, 30 лет, мне, может, и не до ребенка было. А сейчас мне действительно интересно, как мои дети растут, их достижения, хочется повозиться с ними.

— Вам 50 лет и вы в прекрасной физической форме, в чем ваш секрет?

— Не сказал бы, что в прекрасной. В моем возрасте это уже обязанность идти и заниматься спортом. Я создал такое видение, что оно так влияет на мои действия.

— Как расслабляетесь?

— Уже 20 лет мы с друзьями ходим в одну и ту же сауну, многие из них с Магадана, как и я. Проводим турниры по теннису, шахматам. На сноуборд стал, на лыжах не страшно.

— Много путешествуете?

— Достаточно много. Особенно, когда увлекался дайвингом. Австралия, Папуа — Новая Гвинея, Коста-Рика, Галапагос, Перу, много где были. Сейчас маленькие дети, поездки вместе с ними, это по-другому, но мне нравится!

— Отправились бы в туристическую поездку на Луну?

— Если будет такая возможность — конечно. Но допустим, она будет стоить миллион долларов. А что можно за эти деньги сделать вокруг? Может, это не этично?

— Вас приглашают в советы по развитию предпринимательства или это пустая трата времени? Или могли бы пойти на госслужбу?

— Я долго был в совете по предпринимательству при главе Центрального округа города Хабаровска. Хотя этот совет был больше для галочки. И в депутаты предлагали выдвигаться. Но думаю, это не для меня. Люди, которые идут во власть, у них другие установки, другой психотип. Я к ним с уважением отношусь, но у меня нет таких данных. У меня есть несколько знакомых, которые продвигаются во власть, и боюсь, у них меняются идеалы, цели. Например, от одного из них я услышал такую смысловую конструкцию «не подвести семью» по отношению к ЕР. Но не слышал идеи «не подвести тех, кто меня избрал». Мне иногда кажется, что у нас законы принимаются исходя из ненависти к здравому смыслу. Но понимаю, что рассуждаю слишком примитивно, злого умысла нет, просто нет приоритета создавать благосостояние большого количества граждан и сейчас.

— На сколько лет ставите планы? Можно ли в России ставить долгосрочные планы?

— Стараемся не ставить, но по факту у нас есть проекты с горизонтом планирования восемь, десять лет.

За предоставленный материал благодарим журнал BOSS (mmboss.ru)

НОВИНКИ!

One time

ВЛАЖНЫЕ САЛФЕТКИ,

КОТОРЫМИ МОЖНО ПРОТИРАТЬ ОВОЩИ И ФРУКТЫ

ОТДЫХ НА ПРИРОДЕ — это событие, которое часто омрачается тем, что отдыхающим не хватает возможности помыть руки или привезённые с собой овощи и фрукты.

Мы расходует питьевую воду, на свой страх моем продукты и руки в водоёмах.

«Мир Упаковки» знает, как решить эту проблему!

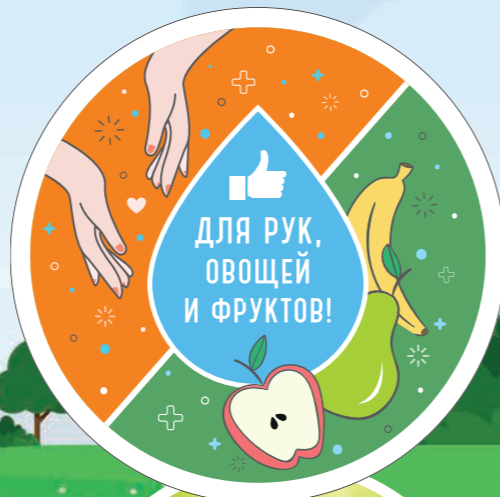
Главная новинка нашего пикникового сезона — салфетки One Time с повышенной влажностью и плотностью.

Салфетки не содержат отдушки, абсолютно гипоаллергенны, полностью безопасны для использования с продуктами питания.

ИДЕЯ ДЛЯ ГОРОДА!

Отличным помощником влажные салфетки станут и для городских жителей — быстрые перекусы на бегу теперь можно разнообразить фруктами и овощами и быть уверенными в их чистоте.

Влажные салфетки
ONE TIME, 25 шт.



Супер-салфетки не требующие смывания, без вкуса и запаха.



Натуральное средство для очищения овощей, фруктов и рук на пикнике и в дороге.

БОНУС КЛУБ

20 МАРТА

состоялся розыгрыш для клиентов программы «Бонус Клуб»

Следующий розыгрыш состоится в июне

Весенние подарки с Бонус Клубом!

Главный приз

Сертификат в магазин бытовой техники на 15 000 руб.

РОЗЫГРЫШ «БОНУС КЛУБА»
Участвуйте в розыгрыше «Бонус Клуба»!

Копите баллы и получайте подарки!



Ежеквартально мы проводим розыгрыш подарков «Бонус Клуба»!

Для участия нужно иметь на балансе 1000 и более бонусов! Чем больше баллов — тем больше шанс получить приз!

Методом случайной генерации мы выбираем победителей из числа держателей бонусных карт.

Выигрывайте с «Бонус Клубом»!



Сертификат на 5 000 руб. в магазин бытовой техники



Сертификат на 3 000 руб. в магазин активного отдыха и спорта



Сертификат на 2 000 руб. в магазин товаров для дома



Сертификат «Мир Упаковки на 1000 руб» + набор для пикника

Все подробности о результатах розыгрыша по телефону 8 (4212) 794-000 или в офисах продаж компании «Мир Упаковки»

МИР УПАКОВКИ

bonus.mirupak.ru

МИР
УПАКОВКИ

СЕЗОН ПИКНИКОВ С CASUSGRILL



  mirupak.ru