

МИР УПАКОВКИ

Кадры
решают

Карьера
вверх!

В хорошей
компании

#МИРОВАЯ
КОМАНДА

#отличная работа

#карьера

Растем
вместе

я люблю
МИР

Улучшаем
качество
жизни!

Главное —
люди

#команда

Мир
замечательных
людей

#мечты

#дело

Общий успех —
дело каждого

Развивать
и развиваться

МИР
УПАКОВКИ

СОДЕРЖАНИЕ:



Праздник — это люди!

Без наших эмоций любой (даже самый весомый!) повод для праздника — останется лишь нейтральным событием. Только люди могут наполнить самый обычный день радостью. Только наши личные переживания, воспоминания, опыт могут превратить его в что-то такое, чего можно с нетерпением ждать целый год. И каждый будет предвкушать свое.



Планы собраться шумной компанией — или возможность уединиться с тем единственным человеком, кто действительно важен. Торжествовать или ностальгировать, пировать или беседовать за десертом, ценить маленькие знаки внимания или очень даже материальные ценности, подарить себе целый день или посвятить редкое свободное время заботе о других. Все это праздники. Все это люди.



Удивительно ли, что корпоративный праздник точно так же отражает дух компании? Бизнес ведь тоже создается людьми — каждый в команде оставил свой след в характере компании, повлиял на ее внутреннюю культуру, на отношение к клиентам... повлиял буквально на каждый аспект. Возможно, нет лучшего способа действительно понять компанию, чем побывать на ее корпоративе. Потому что любой праздник — это люди. Так же, как и любой бизнес. Собственно, это и есть две основных темы нашего нового номера. 🍷



4 С НОВЫМ ГОДОМ!

Поздравляет генеральный директор холдинга «Мир Упаковки», Владислав Гребенюк.

ТЕМА НОМЕРА: ЗИМНИЕ ПРАЗДНИКИ

Идеи и решения для лучших моментов зимы.

6 ИСКРЕННЕ ВАШИ: КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

Рассказываем о трендах и актуальном дресс-коде корпоративных подарков.

8 В ХОРОШЕЙ КОМПАНИИ

Как организовать роскошный корпоратив на любой площадке, а не только в ресторане (подсказка — с помощью «Мир Упаковки»).

ЭКСПЕРТИЗА

12 ПЭТ-ЗАПРЕТ

С 1 сентября 2025 года в России запрещено производство трех видов ПЭТ-упаковки — разбираемся в ситуации, предлагаем решения.

ТЕМА НОМЕРА: HR

Как найти лучших людей и сформировать «золотой» кадровый резерв — рассказываем о новейших HR-технологиях и делимся опытом.

15 МАРИНА БОРодОВСКАЯ: «МЫ РАЗВИВАЕМ КОМПАНИЮ ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА И ПРЕЕМСТВЕННОСТИ»

Поговорили с независимым директором холдинга «Мир Упаковки» о трансформации кадровой политики.

18 ВВЕРХ!

Как устроены тестирования и открытые конкурсы на руководящие должности — опыт Марины Винник, директора по маркетингу холдинга «Мир Упаковки».

21 ПО НАШЕМУ ПРОФИЛЮ: КАК «МИР УПАКОВКИ» НАХОДИТ ЛУЧШИХ ЛЮДЕЙ

Наталья Медведева, руководитель отдела по подбору и адаптации персонала — о профилях должности, механиках тестирования и инновационных подходах к кадровой политике.

КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

24 КАК ВСЕ УСТРОЕНО: ПАРК-ОТЕЛЬ «ХВОЯ»

Масштабный проект из Новосибирска — домики с «вау-эффектом», акваториальный комплекс и 50 гектаров сибирской лесной сказки.

Над номером работали:
Текст: Дыда Владимир

Верстка: Мальцева Валентина,
Жаркова Виктория, Шиманович Артур

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

Петропавловск-Камчатский
ул. Зеркальная, 49
тел. 8 (4152) 215-111
zakaz@mirupak.ru

Новосибирск
ул. Лескова, 27
тел. 8 (383) 286-87-87
zakaz@mirupak.ru

Иркутск
ул. Баррикад, 129/1,
тел. (3952) 235-000
irk@mirupakovki.ru



mirupak.ru

12+

Зима '24

Тираж: 999 экз.



Дорогие партнеры!

С наступающим Новым годом!
В этот волшебный период я хочу выразить искреннюю благодарность за ваше доверие и сотрудничество. Каждый проект, каждая идея, реализованная вместе, стали для нас важной частью пути к успеху.

2025 год обещает быть полным новых возможностей и свершений. Я уверен, что вместе сможем достичь еще больших высот и воплотить самые смелые мечты в реальность.

Пусть Новый год принесет вам радость, здоровье и вдохновение. Желаю вам и вашим близким счастья, удачи и благополучия! 🍀

*С наилучшими пожеланиями,
Владислав Гребенюк
Генеральный директор холдинга «Мир Упаковки»*

ИСКРЕННЕ ВАШИ: КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

Поднять настроение команде, отметить хорошую работу или просто ради самого ощущения праздника — рассказываем о дресс-коде корпоративных подарков.

Корпоративные подарки важны для команды и эффективны для бизнеса.

В зарубежной деловой практике существует понятие «программа признания» — расходы на небольшие знаки внимания и подарки для сотрудников, корпоративные мероприятия, совместные праздники и так далее. Авторитетные организации подтверждают, что инвестирование в такие программы очень выгодно.

Вот лишь несколько фактов. **Society for Human Resource Management:** направление на эти цели всего 1% объема годового фонда оплаты труда снижает текучесть кадров на 31%. **McKinsey & Company:** демонстрация признания со стороны руководства эффективнее денежных бонусов и повышает производительность труда на 17-20%. **Tower Watson:** наличие системной политики признания повышает удовлетворенность сотрудников на 14%. **Bersin by Deloitte:** компании с программами признания демонстрируют на 12% более высокие показатели производительности и прибыльность. **Workhuman:** 86% компаний с программами признания отмечают повышение командного духа и уровня внутреннего сотрудничества.

Дарите сотрудникам правильно — тут есть специфика.

Напомним аксиомы, очень кратко. Ценник удаляем в любом случае, но для дорогих презентов не забудьте вложить чек внутрь упаковки. Никаких стандартных пластиковых пакетов. Прикрепите к упаковке персональную записку для сотрудника; распечатать такую можно, но стоит расписаться под поздравлением от руки. Все подарки для всех сотрудников обязательно должны быть упакованы, причем абсолютно одинаково — пусть получатель сам решит, рассказывать ли ему коллегам о содержимом. Использовать «облегающую» упаковку не нужно по тем же причинам; коробка плюс внешняя «обертка» — идеальный вариант.

Довольно интересный вариант — **подарочный набор**; это стандартная коробка с несколькими мини-подарками внутри.

По науке, собирается он так:

- Назначить отдельный мини-подарок мужчинам и женщинам;
- Разбить коллектив на половозрастные группы — например, «девушки 19-25» или «мужчины 35-45»;
- Назначить каждой такой группе собственный вид мини-подарка;
- Добавить в набор собственный вид мини-подарка для каждого отдела или департамента компании;
- Добавить в набор персональный мини-подарок для конкретного человека;
- Добавить что-то милое — декоративный цветок для подарков на 8 марта, миниатюрный напиток на 23 февраля, большое печенье для новогодних подарков (только не забудьте вложить его в специальный бумажный уголок).

Уложите все в коробку с наполнителем — можно использовать стандартный бумажный или мятый пергамент. Заверните в оберточную бумагу или пленку, закрепите лентой или шпагатом. Наборы окажутся полностью индивидуальными без лишних расходов.



У подарочной упаковки есть модные тренды — сегодня это азиатский минимализм



Используйте крафтовую бумагу либо другие материалы с натуральными грубоватыми текстурами (они здорово играют на контрасте с металлизированными или глянцевыми материалами, попробуйте сочетать), «природные» детали (как насчет прикрепить к упаковке еловую веточку?), декоративные элементы из ткани или рисовой бумаги. Откажитесь от пышных бантов — лаконичный узел из однотонной ленты или обвязка из джутового шпагата будет смотреться интереснее. Нанесите на упаковку немного актуальной парфюмерии, это мощный прием для «запоминаемости» подарка. Чтобы подарок от компании выглядел современно — выбирайте упаковку изысканных и спокойных цветов.

Анна Вершинина,
директор салона «Роза-Декора»
(Хабаровск)



Подарок можно оформить цепями или берестой, камнями или живой хвоей — мы, кстати, очень любим использовать хвою. Можно сделать красивый конверт для денежного подарка, оформив его живыми цветами — сейчас в наших заказах это просто номер один. Всегда все индивидуально, конечно. Вообще... то, что внутри упаковки — всегда вдохновляет то, что снаружи. Наверное, у нас получается классно. Многие наши клиенты хранят упаковку, представляете? Любуются, вообще стараются отложить распаковку на попозже.

Что касается оформления букетов. Там все меняется постоянно, буквально за полгода может вырасти новый тренд — просто прийти из интернета и распространиться за считанные дни. Это касается и самих цветов, и упаковки. Например, сейчас популярны амариллис, илекс, нерина и необычные полосатые хризантемы — вообще, все необычное и экзотическое. В части упаковки вообще невозможно что-либо прогнозировать. Помню, много лет назад мы делали первые «букеты без упаковки». В город тогда только привезли крафт-бумагу и все от нее шарахались — мол, «бумага для заворачивания колбасы». Потом стало очень модным. Недавно была волна спроса на прозрачную пленку, опять же первое время нам говорили: «Сумасшедшие! Так не делается!» — а нет, в соцсетях раскрутилось, вошло в моду.

«Роза-Декора» уже 17 лет. Занимаемся продажей живых срезанных цветов, создаем букеты только

Например, можно ориентироваться на прогнозы Института Цвета Pantone — на них опираются ведущие дизайнеры и модельеры. Вот главные цвета 2025 года:

Pantone 19-4041
Déja Vu Blue

Pantone 17-6319
Kashmir

Pantone 14-0757
Misted Marigold

Pantone 17-1461
Orangeade

Pantone 14-1025
Cocoon

Pantone 19-1321
Rum Raisin

Pantone 13-0000
Moonbeam

Pantone 18-3933
Blue Granite



индивидуально под задачу. Широко известны оформлением мероприятий и помещений — так, делаем новогодние проекты для торговых залов «Мир Упаковки». Оформляли лучшие рестораны Хабаровска, работаем с большими заказами во Владивостоке, к нам обращаются самые серьезные VIP-клиенты. Мы создаем много обложек для журнала «Цветы», единственного профессионального издания о флористике в России — а это уровень! 🍀

В хорошей компании

КАК ОРГАНИЗОВАТЬ РОСКОШНЫЙ КОРПОРАТИВ НА ЛЮБОЙ ПЛОЩАДКЕ, КРОМЕ РЕСТОРАНА

Каким будет ваш собственный корпоративный праздник и чем здесь может помочь «Мир Упаковки» — собрали небольшое руководство по теме.

Время и место

Ресторан может показаться привлекательным вариантом, однако обдумайте и другие площадки — особенно, если не планируете арендовать заведение полностью. Скорее всего, выезд на базу отдыха окажется экономичнее, а делить помещение с другими компаниями не придется. **Даже у празднования непосредственно в офисе есть масса преимуществ.** Например, можно направить освободившийся бюджет на дополнительные детали праздника, от приглашения шоу-коллективов до лучшего стола. Присутствует и чисто психологический аспект — если обновить привычный

офисный интерьер яркими праздничными элементами, сотрудники долго будут воспринимать свои рабочие места через призму теплых воспоминаний. В связи с этим, есть и другой прием. **Постарайтесь назначить корпоратив на предпоследний рабочий день** — если у команды будет время обменяться впечатлениями, на отдых они уйдут в самом приподнятом настроении. Еще (опять же, в отличие от ресторана) в офисе сотрудники реже злоупотребляют напитками — а значит, праздник будет куда более осмысленным с точки зрения корпоративной культуры.

Авторитетное исследование **Harvard Business Review** подтвердило, что неформальное общение «без галстуков» укрепляет профессиональные связи в команде, улучшает взаимопонимание коллег, значительно снижает вероятность конфликтов и увеличивает удовлетворенность работой. **Gallup** подчеркивает важность «корпоративов» в создании эмоциональной связи между сотрудниками и компанией — это влияет на лояльность и мотивирует их вкладываться в общее дело. **APA** (Американская психологическая ассоциация) выявила, что совместные праздничные мероприятия снижают уровень стресса и помогают предотвратить выгорание.



Учитите мелочи и создайте нюансы



Зонирование особенно важно, если вы празднуете в офисе. Возможен классический банкетный формат, но стоит попробовать и фуршетный, когда все блюда и напитки размещены на отдельном ряду столов (например, на подогреваемых мармитах). Так гости будут постоянно перемещаться по территории праздника — это создает праздничную атмосферу и позволяет свободно общаться, без оглядки на должности и статусы. Выделите специальный уголок для фотозоны — с праздничной символикой, оформленный в фирменном стиле компании, украшенный цветами, шарами, гирляндами и так далее.

Освещение. Конечно, мерцающие световые гирлянды добавляют атмосферы и сами по себе. Но присмотритесь и к менее стандартным вариантам — электрические свечи с теплым светом, точечная подсветка отдельных зон (легко организуется с помощью карманных фонариков), светодиодная полоса по периметру пола.



Декор. Живые цветы, веточки хвои или искусственный снег на подоконниках — зависит от конкретного праздника. Фирменные баннеры и флаги. Не забудьте о фоновой музыке, это тоже очень важно. Классный элемент оформления — тканевая драпировка вертикальных поверхностей офисного пространства, стен и шкафов. К слову, она легко заменяется обычной стретч-пленкой — если вы уделите внимание освещению, получите эффект «инеистой» поверхности (а «Мир Упаковки» предлагает такую пленку в нескольких цветах, что позволяет выстраивать сложные и эффектные дизайны).



Сервировка. Одно из главных преимуществ праздника в ресторане — собственно, ресторанный обстановка... а во многом ее создает именно сервировка. Аренда праздничной посуды или обращение к кейтеринговым сервисам довольно затратная статья расходов, но эффекта «ресторанной атмосферы» можно добиться и куда более экономичными способами. **Конечно же, с помощью «Мир Упаковки»** — подробности на следующих страницах.



Идеальным выбором как для банкетного, так и фуршетного формата станет премиальная одноразовая посуда Sinior Banketto. Эта линейка включает в себя несколько актуальных коллекций, в которых представлены посуда и приборы различного дизайна. Объединяет их одно — товары Sinior Banketto очень трудно отличить от многоцветных аналогов. Вилки и ложки, тарелки и блюда, фужеры и бокалы выглядят и ощущаются в руках как настоящие металл, фарфор и стекло — все предметы изготавливаются из специальных сортов высококачественного, «тяжелого» и жесткого пластика. Марка существует с марта 2015 года и нарабатала за это время серьезную репутацию — посуду Sinior Banketto часто выбирают для ответственных мероприятий «на выезде». В настоящее время вы можете собрать полную ресторанную сервировку в одном из нескольких предлагаемых дизайнов — доступны различные рисунки, отделки и формы. Общие сервировочные и закусочные блюда, выдержанные в том же стиле шпажки и трубочки, «люксовые» салфетки, воздушные шары — все это тоже есть у Sinior Banketto.



SINIOR
Banketto

Party-Party

Другой праздничный вариант, который особенно заинтересует молодые команды — посуда Party-Party. Если настроение Sinior Banketto можно описать как «сдержанный шик», то в случае Party-Party о сдержанности речи даже не идет — это яркая, легкомысленная и очень веселая вечеринка. Здесь также представлены все необходимые элементы сервировки — тарелки различных диаметров, полные комплекты приборов, бокалы-фужеры-рюмки, скатерти, салфетки и так далее. Все в дерзких «неоновых» цветах, так что не забудьте пригласить ди-джея и настроить светомузыку.



ПЭТ-ЗАПРЕТ

С 1 сентября 2025 года в России запрещено производство трех типов ПЭТ-упаковки. Что изменится, как запрет скажется на рынке и что делать бизнесу — разбираемся с экспертами холдинга «Мир Упаковки».

Полиэтилентерефталат (ПЭТ) является самым массовым видом пластика. Легкий, прочный, практичный ПЭТ можно найти буквально везде — из него делают химические волокна для одежды, им армируют автомобильные шины, применяют в качестве электроизоляционного материала, используют для множества других целей (даже для изготовления тетивы спортивных луков, например). У широкой же публики он ассоциируется прежде всего с емкостями для жидкостей. Каждую секунду в мире производится около 30.000 ПЭТ-бутылок, каждую минуту продается около 1.000.000. И после использования с ними надо что-то делать.

Взятый сам по себе, ПЭТ на удивление экологичен. Производство бутылки из ПЭТ требует в 2,4 раза меньше электроэнергии, чем нужно для такой же стеклянной; объем образующихся отходов при этом ниже втрое, а выбросы парниковых газов — в четыре с лишним раза. К тому же, этот вид пластика поддается полной переработке. Например, в Германии перерабатывается 90% всех бутылок — из них делают непродовольственную тару, строительные материалы, нетканое волокно и так далее. Такие показатели вполне достижимы — нужна национальная привычка сортировки отходов, работающая система раздельного их сбора, промышленная инфраструктура переработки пластика... а также отказ производителей от упаковочных решений, исключающих переработку.

ЧТО ИЗМЕНИТСЯ?

Собственно, распоряжение Правительства РФ №2827-р (от 14.10.2024 г., вступает в силу с 01.09.2025) запрещает производство именно таких видов ПЭТ-упаковки. Всего их три.

Полупрозрачные **ПЭТ-бутылки любых цветов** (маркировка PET/PETE 01), кроме голубого, зеленого и коричневого; допускаются белые непрозрачные бутылки — для молочной продукции, где непрозрачность функциональна; бесцветные прозрачные под запрет тоже не попали. Общий принцип тут — если необычный цвет нужен только для маркетинга, то он не нужен; вообще, любая окраска бутылки усложняет переработку материала.

ПЭТ-упаковка с этикетками из ПВХ (маркировка PVC/V 03 + PET/PETE 01). Дело в том, что ПВХ сложно отделить от ПЭТ-упаковки — затраты на сортировку и очистку увеличиваются, переработка становится нерентабельной. Благодаря усилиям представителей отрасли, исключение сделали для термоусадочной этикетки; действительно, без нее современную упаковку сложно себе представить.

Наконец, под запретом оказались многослойные ПЭТ-бутылки (маркировка Other 07). Они состоят из нескольких различных материалов, разделить которые практически невозможно — поэтому утилизировать их не получится.

Список будут обновлять ежегодно — до 2030 года в него войдут другие многокомпонентные и сложные для переработки упаковочные решения (в т.ч. Bag-in-Box, дой-пак, флоу-пак, многослойные тубы для зубной пасты, пластиковые контейнеры с привальцованными металлическими крышками, саше-пакеты, сетки для овощей, пакеты-кувшины и так далее). Прямо сейчас решается важнейший вопрос — останется ли в числе разрешенных пищевая упаковка из вспененного полистирола; будем держать вас в курсе. 🇷🇺



В 2023 г в России
произведено
~7,7 МЛН ТОНН
полимеров

ежегодно в стране
образуется
~3 МЛН ТОНН
пластиковых
отходов

на переработку
отправляется
до 350 тыс тонн
— не более 12%

потенциальная емкость
рынка вторичного ПЭТ
~80 млрд руб
сейчас
~40 млрд руб

рециклинг тонны полимеров
требует лишь 10% затрат
на первичное производство

в 2023 г в России действовало
10580 предприятий
по переработке пластика



РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ БИЗНЕСА

Заблаговременно рассмотрите возможность замены тех упаковочных решений, которые потенциально могут попасть под запрет в будущем. Например, вспененный полистирол можно заменить на упаковку из сотового картона — он биоразлагаем, обладает хорошими прочностными характеристиками, защитными и теплоизоляционными свойствами. Обратитесь к экспертам «Мир Упаковки», чтобы подобрать наиболее эффективное решение.

Некоторые виды продукции, обозначенной к запрету до 2023 года, заменить невозможно — например, ПЭТ-сетки для овощей. Их придется заменить на другое решение с тем же функционалом — например, на перфорированные пакеты из бесцветного полиэтилена. Рекомендуем провести ревизию применяемых в вашем бизнесе упаковочных решений.



В фокусе: новые лидеры

*Как найти лучших людей / Создаем «золотой» кадровый резерв /
Преемственность корпоративной культуры / Новейшие технологии в HR /
Опыт из первых рук*

Успех компании всегда построен силами выдающейся команды — профессиональных, мотивированных и увлеченных своим делом людей, умеющих работать вместе ради единой цели. Создать такую команду непросто... но нам удалось. В рамках темы этого номера делимся опытом «Мир Упаковки» — компания прошла через масштабные изменения HR-политики, внедрила современные цифровые технологии работы с кадрами и научилась системно выявлять самых перспективных руководителей, способных вести за собой команду даже в самые сложные моменты «эпохи перемен».



Марина Бороговская

«Мы развиваем компанию через создание системы кадрового резерва и преемственности».

Независимый директор Совета Директоров Холдинга Мир упаковки — о трансформации кадровой политики, системе конкурсов для руководителей всех уровней и индивидуальных планах развития сотрудников.

ИСТОРИЯ ВОПРОСА

До 2022 года в «Мир Упаковки» было три обособленных дивизиона — Хабаровский, Приморский и Сахалинский. Безусловно, их объединяли ключевые вещи — миссия компании, ценности, видение дальнейшего развития, корпоративная культура. Но в остальном они работали практически автономно. В конце 2021 года собственник компании принял решение о создании холдинга «Мир Упаковки», в который вошли бы ранее независимые дивизионы. В декабре того же года был образован новый орган управления объединенной компании — Совет директоров. В феврале 2022 года Совет согласовал решение о создании холдинга. Уже на этом этапе были досконально продуманы генеральные цели, намечены необходимые шаги для преобразования компании. Одна из важнейших тем, которая стояла и стоит в фокусе СД — тема развития сотрудников компании.

НЕПРОСТАЯ ЗАДАЧА

Любое объединение компаний в одну структуру — это долгосрочный и всегда очень сложный проект. Чтобы он прошел для компании максимально безболезненно, требуется четкое понимание стратегических целей и тщательное планирование всех этапов реализации этого проекта. В нашем случае задача была действительно непростой.

Представьте себе три автономных дивизиона. В каждом — свой генеральный директор, исполнительный/коммерческий директор, финансовый директор, HR-директор, директор по логистике, IT-директор и так далее. Каждый директор считает, что он лучше коллег из других дивизионов, а объединенной компании большинство этих людей необходимо и расставаться с ними не хотелось бы.

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО?

Мы приняли решение, что назначения на позиции будут проводиться не личным решением собственника, не коллегиальным решением Совета дирек-

торов, а решением аттестационной комиссии по результатам проведения конкурса. Участвовать в таких конкурсах может любой сотрудник. Достаточно заполнить заявку, прислать резюме сотруднику HR и получить рекомендацию от непосредственного руководителя и директора/менеджера HR-департамента.

Для участников конкурсов внедрили систему тестирования — тесты на числовые и вербальные способности, опросники «Импульс» и «Навигатор» (разработка компании Talent Q, одной из ведущих в России в области бизнес-психологии, оценки и развития персонала). Помимо тестирования, участники должны были подготовить презентацию на определенную тему, которую получали за неделю до даты конкурса (например, «Что я могу улучшить в работе департамента компании?» или «Как я вижу дальнейшее развитие бизнеса такого-то подразделения?»). Основные компетенции, которые мы оцениваем на конкурсах — соответствие корпоративным ценностям, уровень управленческих компетенций, уровень профессиональных компетенций. Результаты рассматривает конкурсная комиссия. Например, для позиций уровня вплоть до ГД2 (то есть, для руководителей двумя уровнями ниже уровня генерального директора) в нее обязательно входят все члены Совета директоров.

На начальном этапе старались не приглашать на конкурс внешних кандидатов, так как была задача продвинуть и удержать как можно больше сотрудников в компании. Была уверенность, что у нас достаточно квалифицированных профессионалов, способных развивать бизнес и помогать компании двигаться к поставленным целям. И, конечно, для нас также было принципиально важно сохранить корпоративную культуру и ценности компании. Внешних кандидатов стали привлекать к конкурсам позже, с осени 2022 года. К тому моменту в холдинге, во-первых, увеличилось общее количество открытых позиций, а во-вторых, часть сотрудников покинули компанию, потому что не смогли встроиться в новую структуру, приспособиться к новым требованиям и новым бизнес-процессам.

С КАКИМИ ТРУДНОСТЯМИ МЫ СТОЛКНУЛИСЬ?

Существовал серьезный барьер: если ранее дивизионы соревновались между собой, то теперь их сотрудникам предстояло войти в одну команду. Преодолеть это было тяжело. Около года можно было наблюдать привычное деление на «своих» и «чужих». Благодаря планомерной работе, к середине 2023 года от дивизионной разобщенности удалось отойти. Помогли общие цели и лояльность команды к компании. Безусловно, сыграли свою роль и корпоративные ценности «Мир Упаковки», всегда выступавшие в качестве важного объединяющего фактора.

Другой сложный момент заключался в том, что обучение топ-менеджеров чтению тестов и опросников по компетенциям проходило уже после проведения основных конкурсов. Поэтому было очень непросто объяснить тем, кто не выиграл конкурс, почему это произошло и каких именно компетенций им не хватило. Каждый из участвующих уже занимал подобную позицию в своем дивизионе, обладая набором соответствующих умений и навыков. Иногда разрешить такую ситуацию помогал разговор о компетенциях, в некоторых случаях личная лояльность сотрудника к собственнику, руководителю и компании. Иногда приходилось расставаться с людьми, но мы были готовы к этому. Вероятность наступления таких случаев была прописана в «карте рисков», которую обсуждали при создании холдинга на Совете директоров.

Отчасти, запуску в компании конкурсов на управленческие позиции помогло неожиданное, но очень характерное для корпоративной культуры «Мир Упаковки» решение: первым проведенным конкурсом был конкурс на позицию Генерального директора холдинга. Сегодня все претенденты на руководящую должность знают, что генеральный директор тоже прошел через конкурс, тестирование и подготовку презентации.

СОВРЕМЕННАЯ СИТУАЦИЯ

Система проведения конкурсов сформировалась и вошла в жизнь холдинга. Это позволило эффективно развивать кадровый резерв компании. Отмечу, что работы в данном направлении еще много, но стратегический вектор задан. Сегодня у нас закрыто 80% вакансий уровня ГД—ГД2, причем подавляющее большинство закрыто именно из кадрового резерва компании «Мир Упаковки».

Кроме того, были созданы индивидуальные планы развития (ИПР) сотрудников. Это документ, в котором описываются персональные цели конкретного сотрудника в области развития определенных компетенций или навыков — своего рода алгоритм достижения бизнес-целей, через развитие собственных компетенций для достижения карьерных целей, которые сотрудник перед собой ставит. Руководители раз в полгода обсуждают динамику выполнения ИПР сотрудников.

Дважды в год мы проводим в компании опросы вовлеченности (NPS). Они показывают уровень лояльности и вовлеченности сотрудников, а также подсвечивают направления, на которых менеджменту надо сфокусировать свое внимание для дальнейшего развития сотрудников и компании. На январь 2025 года запланирован очередной опрос «360°», который помогает каждому сотруднику получить комплексную и объективную обратную связь от подчиненных, коллег и руководителей для улучшения взаимодействия в команде и в межфункциональном общении. 🍷



Развивая сотрудников, «Мир Упаковки» развивается как компания. Люди, действительно, являются главным богатством холдинга. Именно благодаря сотрудникам, которые поддерживают ценности компании и обеспечивают преемственность основанной на них корпоративной культуры, мы продолжаем успешно двигаться вперед.

50

СОТРУДНИКОВ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ В КОМПАНИИ ОТ 4 ДО 26 ЛЕТ

За это время они выросли с позиций специалистов до руководителей





Опыт тестирования и участия в конкурсах «из первых рук»: рассказывает Марина Винник, директор по маркетингу «Мир Упаковки»



Марина Винник пришла в «Мир Упаковки» в 2004 году, еще в студенчестве; сама она говорит, что хотела просто подработать — устроилась фасовщицом, когда не такой большой еще компании потребовались дополнительные рабочие руки в преддверии Нового года. Шаг за шагом поднималась по карьерной лестнице. Двадцать лет спустя, она — директор по маркетингу холдинга с десятками тысяч клиентов по всему Дальнему Востоку и Восточной Сибири. Совсем другой масштаб, принципиально иная организация бизнес-процессов требовала и серьезных изменений в части подбора и дальнейшего развития руководителей. Что изменилось за это время? Рассказывает Марина Винник.



— Традиционные схемы карьерного роста работают только для небольших компаний. Собственник там постоянно рядом, он четко понимает твои возможности и потенциал. А, к примеру, сегодня в «Мир Упаковки» 1100+ сотрудников. Физически невозможно узнать каждого потенциального кандидата на должном уровне. Нужна более объективная схема оценки, которая позволила бы повысить прозрачность карьерных назначений и сделать их логичными.

Для холдинга «Мир Упаковки» таким решением стала система открытых конкурсов на руководящие должности. Реализованы они на базе специальной платформы TalentQ, помогающей компании точнее оценить потенциал каждого кандидата. Выглядит это так.

— Чтобы стать руководителем, претенденты проходят тестирование — неважно, работает ли кандидат в компании или пришел извне, стандарты одни. Оценка всесторонняя, проверяются и личностные, и профессиональные аспекты — от умения работать с текстом и цифрами до навыков планирования, выставления приоритетов, стрессоустойчивости и так далее. Получается... своего рода констатация факта — вот такой человек, такой набор компетенций. Все четко и понятно, выражено конкретными баллами, итог наглядно представлен в виде диаграмм. Дальше компания смотрит, насколько результат претендента соответствует профилю должности — они составляются заранее, в них указаны необходимые баллы по каждой компетенции.

Систему внедрили два года назад, на фоне объединения региональных филиалов в единый холдинг. Легко догадаться — «эпоха перемен» стала комфортной далеко не для всех сотрудников. Я, говорит Марина Винник, в то время и сама серьезно раздумывала о своем будущем в компании.

— Представьте. Ты — управленец высокого уровня на собственной территории, подчиняешься лишь генеральному директору. Помню, в момент образования холдинга был конкурс на должность коммерческого директора. Жесткий, шесть-семь человек на место — и из Хабаровска, и из Владивостока. Я заявила. И не прошла. Что? Надо мной будет не гендир, а еще кто-то? Воспринималось понижением. Это многих коснулось. Случалось, проигравший уходил со всей командой; топ-менеджеры — люди амбициозные по определению, а тут такой удар по самолюбию. Признаюсь, что на чистых эмоциях уже участвовала чуть не во всех конкурсах на должности уровня ГД1 (руководители первой ступени после генерального). А ведь тестированием конкурс не ограничивается. Пишешь мотивационное письмо из серии «Что я могу дать компании, работая на этой должности», презентуешь свое видение развития направления и так далее. Масса работы, которая требует времени. Я же заявила на много конкурсов. При том, что была директором по развитию, отвечала в том

числе за запуск новых территорий и направлений. И да, из-за моих эмоций, амбиций страдала эффективность работы. Каждое «нет» очередного конкурса пропускала через себя. «Нет» — это было все: конец жизни, конец планов, конец работы в компании.

Хотела покинуть «Мир Упаковки». Но — совершенно парадоксальным образом — вновь вмешались эмоции и амбиции.

— Дело в том, что я много лет работала с торговыми сетями. И была мечта — заключить контракт с федеральными ритейлерами. Тогда на рынок Дальнего Востока выходила группа Х5 — «Пятерочка». Я за ними по всей России ездила. Их представители в открытую говорили: «Зачем вы нам? У нас единый поставщик!». Договор с федералами считался чем-то на грань фантастики — конкурировать с мегапроизводителями, с крупнейшими игроками... что тут могло светить? А мы выясняли болевые точки, анализировали недоработки текущих поставщиков, находили мельчайшие незакрытые возможности: «Смотрите, даже в Сибири — разве у вас на 100% все работает? Так на ДВ будет сложнее!». Заинтересовать смогли, но сделать предстояло еще многое. Поэтому принципиально решила, что доведу начатое до логического завершения.

Эмоции подбивали уйти. Эмоции заставили остаться. Со временем это решение превратилось в абсолютно рациональный выбор. Потому что стало ясно — с расширением компании стали шире и перспективы.

— Меня видели на должности руководителя по работе с каналом ключевого ритейла, поручили выстроить работу по этому направлению. И если раньше я отвечала за отдельные территории, то с объединением холдинга передо мной открывалась вся Россия. Какой уж тут «уровень ниже»? Предстояло создать общие стандарты работы, наладить управление, выстроить команду. И вдруг оказалось, что тестирование нужно не только, чтобы облегчить руководству назначения людей на должности. Оно было полезно прежде всего для меня.

По итогам тестирования кандидат в любом случае получает развернутую обратную связь. Даже если пройти на должность не удалось, он точно узнает, почему не получилось, какие аспекты стоит «прокачать», какие компетенции нарастить. Еще нужно написать свой ИПР, индивидуальный план развития — с этим помогают HR-специалисты холдинга или непосредственный руководитель.

— Что такое ИПР? Изучаешь данные тестирования. Смотришь, реально ли еще усилить свои наивысшие показатели. Работаете с низкими и решаете, как быть с ними: что читать, какие тренинги пройти, на что обратить внимание. Тут есть мини-лайфхак. Иногда правильно выбрать не прямо «провисающую» компетенцию, а проработать другую, которая с ней связана — так получится подтянуть и то,



и другое. Но важно понимать, что сразу все минусы в плюсы не превратить. Выставляйте приоритеты. Человек не может быть асом сразу в десяти специализациях. Но в рамках компании такое и не нужно! Лучше сконцентрироваться на конкретике, чем-то особенно необходимым в работе. Дальше человек попадет в команду с классными специалистами в других областях — и уже там ребята друг от друга переопылятся знаниями и экспертизой, эффективность команды вырастет соответственно.

Не стоит рассматривать ИПР как ничего не значащую отписку, предостерегает Марина Винник.

— Знаете, как бывает? Мне нравятся результаты теста — да, это про меня! Не нравятся — ерунда какая, тесты глупые. Я вот была поражена результатами первого тестирования. Ну не оценивала я себя так низко по некоторым компетенциям. Поэтому и первый ИПР делала по принципу: «Хотите бумажку? Ладно, сейчас напишу». А надо было принять итоги тестирования, как данность. Остановиться. Посмотреть, что с этим делать. Например, мне рекомендовали сменить стиль работы с командой. Искренне считала, что с этим-то навыком у меня все ок: «Слушаются же? Делают же так, как сказала?». Да, такой авторитарный стиль работал для моей команды из пяти человек — только вот после объединения холдинга она разрослась до сорока. Поехала на территории знакомиться

и поняла, что большинство меня не знают, как эксперта пока не воспринимают, следовать жестким директивам не готовы. В этот момент я и обратилась к данным тестирования. Где ясно обозначались показатели, с которыми я стала целенаправленно работать. Училась договариваться, проявляла дипломатию, делилась накопленными знаниями — в целом, начала движение в сторону демократического подхода. Это сработало. Меня приняли как руководителя, команда состоялась, бизнес-процессы стали эффективнее, скорость реакции увеличилась.

С выявленными проблемами можно и нужно работать, чтобы добиться поставленной цели. Недавно Марина Винник участвовала в новом конкурсе на должность директора по маркетингу холдинга «Мир Упаковки». Как вы понимаете, успешно.

— Я помню один из первых конкурсов. Если сравнить с последним — изменилось немного, разве что процедуры чуть настроили. А вот я сама стала другой. Смотрю на итоги моего первого тестирования, сравниваю с сегодняшними и вижу, что прогресс очевиден. Тестирования дают вам ценнейшую информацию. Помогают лучше разобраться в себе. Если реально заинтересован в дальнейшем развитии, то надо просто брать свои данные и работать с ними. И чем быстрее начнешь, тем быстрее добьешься результата. 🍀



ПО НАШЕМУ ПРОФИЛЮ: КАК «МИР УПАКОВКИ» НАХОДИТ ЛУЧШИХ ЛЮДЕЙ

Портрет идеального сотрудника, тестирование на профессиональные компетенции и особенности личности, обязательный конкурс на руководящие должности — попросили Наталью Медведеву (руководителя отдела по подбору и адаптации персонала «Мир Упаковки») рассказать об инновационном подходе компании к кадровой политике и разъяснить некоторые его аспекты.

Что такое профиль должности?

Это «профессиональный портрет» сотрудника, идеально подходящего заданной должности. С этим идеалом можно сравнивать реальных кандидатов и отбирать максимально ему соответствующих.

Изначально, профиль должности формируется совместно с внутренним «заказчиком» — руководителем подразделения холдинга, которому нужно закрыть ту или иную вакансию. Сейчас у нас уже есть база готовых профилей, но иногда возникает необходимость составить новый. Безусловно, профиль описывает массу функциональных требований к сотруднику — профессиональные знания и навыки, опыт, образование, основные цели и задачи должности. В принципе, определить соответствие кандидата этим критериям способны

стандартные инструменты HR-специалиста, те же резюме и собеседования. Но профиль позволяет компании «оцифровать» и более абстрактные вещи — такие как особенности личности, мотивацию, персональные приоритеты сотрудника.

Тестирование, которое проходят кандидаты на должности — дает нам такие же оцифрованные данные по конкретному кандидату. Это четкая шкала оценки, в которой присутствуют даже те критерии, формализовать которые ранее было очень непросто. То есть, можно сравнить цифровые портреты реального человека и идеального сотрудника, описанного в профиле должности. Отмечу, что это не означает отказа от собеседований. Личная встреча с кандидатом все еще незаменима, многое о человеке можно считать только так. Тесты и пресловутый цифровой портрет лишь помогают HR принять верное решение.

Как устроено тестирование?

Тестирование кандидата на соответствие профилю должности — это одновременно и функциональный, и психологический тест. В холдинге «Мир Упаковки» тестирование является обязательной процедурой для участия в конкурсе на руководящие должности (средний менеджмент и выше). Хотя на Дальнем Востоке такой подход пока не очень распространен, я считаю его выигрышной системой подбора кадров — в частности, значительно вырастает вероятность найти эффективного кандидата с первого раза. Единственный возможный минус... не знаю, разве что некоторая потеря оперативности за счет многоэтапности процесса. Но руководители к такому готовы, они скорее воспринимают наши процедуры как показатель уровня компании.

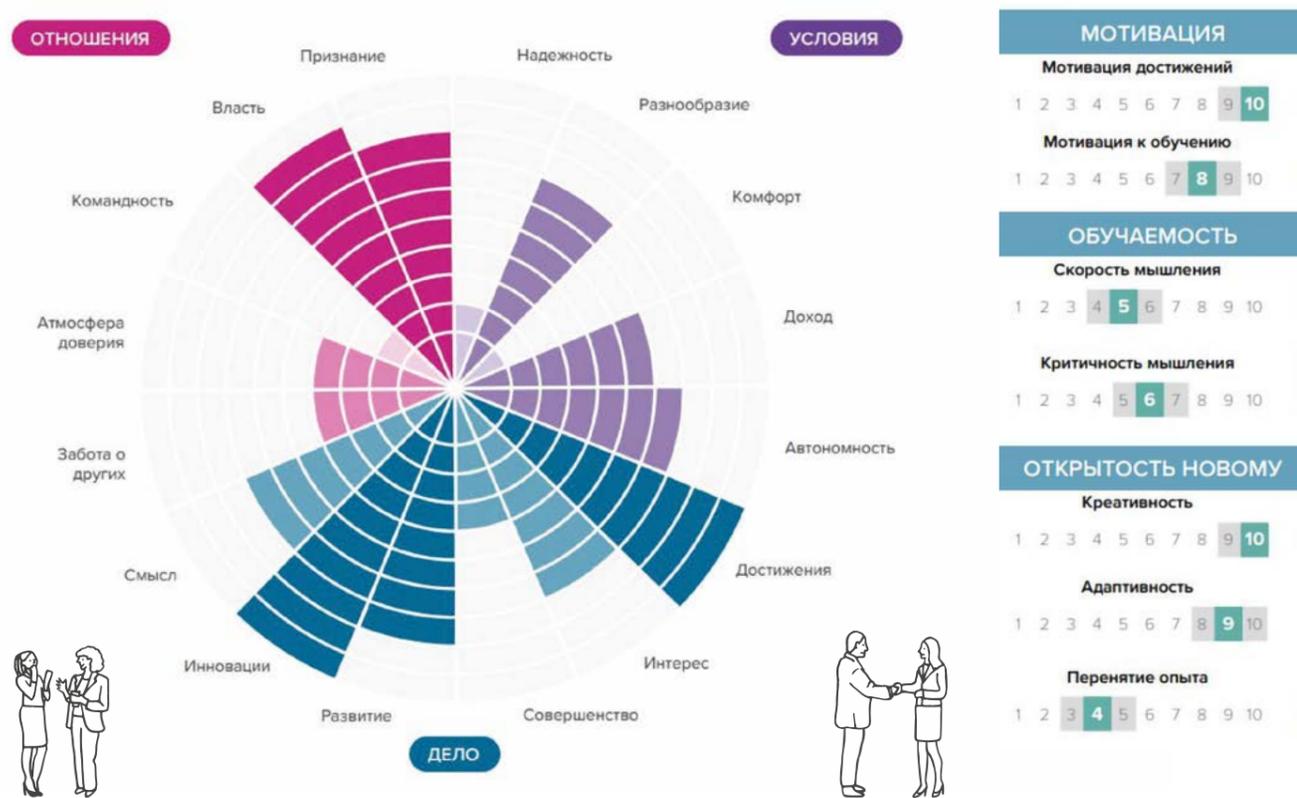
Основной цикл тестирования включает три блока — проверка способностей планирования, работы с числовой и вербальной информацией, мотивационный профиль и профиль компетенций.

В первом блоке кандидат получает задание и ограниченное время на выбор ответа. Если ответ невер-

рен, следующий вопрос будет проще; если верен — наоборот, сложнее. По итогу тестирования получаем объективный уровень кандидата.

В оценке «мотивационного профиля» и «профиля компетенций» для кандидата есть специальные вопросы, ответы на которые подсвечивают те или иные аспекты. Вам предлагают ситуацию и два варианта решения на выбор — нужно показать, к какому варианту вы склоняетесь; условно, оценить его по 10-балльной шкале. Вопросов много, поэтому в итоге получается довольно точный психологический и профессиональный портрет.

Визуально, два последних профиля представлены круговой диаграммой и шкалами из нескольких секторов, каждый из которых отражает важность того или иного фактора для данного человека и выраженность проявленных профкомпетенций. Важно понимать, что тут нет «хороших» и «плохих» секторов. Какая-то должность требует максимальных параметров в одной оценивающей категории, а для других позиций аналогичные показатели могут не иметь такой степени важности.



Например, кандидат демонстрирует высокие показатели в секторах «Интерес», «Власть», «Признание», «Разнообразие» и «Автономность»; при этом получает низкие оценки по критериям «Забота о других» и «Командность». Мы понимаем — такой человек будет эффективен только на тех задачах, которые ему интересны. Он ценит самостоятельность, хочет лично управлять процессом. Ему важно, чтобы его заслуги были замечены. Такой портрет выглядит оптимально соответствующим профилю менеджера проекта. Особенно, если кандидат будет там единственным игроком — учитывая специфику личности, он вполне может вытянуть его на себе.

Как устроен конкурс?

Это примерно часовая встреча — претендент на руководящую должность представляет свою кандидатуру конкурсной комиссии, состав которой зависит от уровня должности. Как правило, в конкурсе участвует от двух человек. Но даже если кандидат один или, к примеру, мы уже присмотрели конкретного человека — конкурс все равно состоится, для поста руководителя это обязательно.

Кандидаты могут быть как внешние, так и внутренние. Если кандидат раньше в компании не работал, он рассказывает немного о себе; внутреннему кандидату это может и не потребоваться. Выступающий готовит короткую презентацию по заданной теме — нужно кратко и емко изложить основные моменты, показать умение оформить свои мысли визуально и уложиться при этом в тайминг. Основная задача презентации — представить свое видение развития определенного направления работы компании. Понятно, что уже работающий в компании человек получает некоторое преимущество. Он может глубоко проанализировать поставленную задачу, оперировать цифрами, фактами и прочей внутренней информацией компании. Внешнему кандидату рекомендую сосредоточиться на презентации собственного уникального опыта, потенциала, перспективах и том, как он видит свою реализацию в рамках холдинга — в частности, способности привнести новые подходы.

Надо сказать, что мы всегда стараемся приглашать внешних кандидатов. Просто потому, что ключевая обязанность HR-службы заключается в поиске и привлечении лучших из лучших. К счастью, репутация компании эту задачу облегчает. С ходу вспомню массу примеров, когда нужные нам люди сами выходят на связь — вплоть до заблаговременного звонка с уточнением информации по актуальности вакансии. У нас хотят работать. Мы воспринимаемся надежным работодателем, который предлагает интересные задачи и хорошие перспективы. Плюс многочисленные бенефиты, конечно — ДМС, компенсация занятий спортом, бонусы за обучение и так далее, вплоть до призового путешествия за 10 лет работы. В ходе «хантинга» ценных специалистов извне, «продать» возможность работы в «Мир Упаковки» становится очень интересно.

В ходе встречи конкурсная комиссия задает вопросы — они могут касаться профессиональной деятельности, стратегии, видения работы с командой, управления изменениями и так далее. Затем кандидат покидает встречу и руководители взвешивают «за» и «против», оценивают, что компания приобретет в его лице. 🍀



Наталья Медведева

« Я работаю в холдинге уже два года. Каждый день иду на работу с удовольствием, говорю абсолютно честно. Во-первых, просто люблю понимать людей — и черпать от них что-то новое, что могу взять в свою жизнь. Во-вторых, недавно стала руководителем (через конкурс и тестирование, конечно) и открыла для себя новые горизонты — приносить компании пользу силами своей команды, достигая с ее помощью общих целей. Наконец, я максимально ценю возможность участвовать в формировании топ-команды «Мир Упаковки». Так, около года назад мы приняли в команду внешнего кандидата, успешно прошедшего конкурс на позицию директора филиала в Благовещенске (Амурская область). За год он зарекомендовал себя и в октябре 2024 года (вновь пройдя конкурс) был назначен директором макрорегиона. Теперь отвечает за Хабаровский край, Амурскую область, ЕАО. Невероятно же.

ХВОЯ

ПАРК - ОТЕЛЬ



Мария Ваганова
заместитель директора по сервису
Парк-отель «Хвоя», Новосибирск



В 2024 году «Хвоя» принимает ~400 гостей ежедневно.

— Много. Но сами гости говорят, что на территории почти ни с кем не встречаются. Потому что все спланировано и зонировано специально для этого — исключениями можно назвать ресторан во время завтрака и всегда многолюдный термальный комплекс.

Сегодня новосибирский проект превратился в настоящую сеть.

— Например, парк-отели «Хвоя Карелия» и «Хвоя Бестужево» близ подмосковного Можайска. Тот же подход — атмосфера спокойствия, интересные варианты проживания, сферы для мероприятий.

Парк-отель «Хвоя» — молодой проект. Само название появилось в конце 2022 года, а раньше это был пансионат «Былина». Строили его в 90-х, принадлежал Новосибирскому заводу химконцентратов. Пять корпусов и ресторан, территория в несколько раз меньше современной. В 2021 году пансионат выкупили, директором стал Олег Ермишкин — а это **человек с новаторскими идеями и большим опытом их оперативного воплощения в жизнь.** Думаю, «Хвоя» тому отличное доказательство.

Начали, конечно, с реставрации имеющихся корпусов — но одновременно запустили строительство домиков-сфер. Красивых и необычных, с видом на берег или вообще непосредственно на береговой полосе. Там же построили две большие сферы для мероприятий — свадеб, корпоративных праздников и так далее. **Хотели добиться вау-эффекта. И получилось.** Сферы почти всегда заполнены на 100%. А ведь мы постоянно обновляемся, гости удивляются — мол, приезжаем постоянно, а от раза к разу все меняется и становится еще лучше.

Сейчас «Хвоя» занимает 50 гектаров — и **обслуживать такой объект гораздо сложнее, чем обычную гостиницу или базу отдыха.** Поэтому на террито-

рии размещены специальные хозблоки, где хранятся средства для уборки, инвентарь, белье и вообще все, что могут попросить гости. Задания для каждой горничной формируются так, чтобы все «ее» дома находились поближе друг к другу. Уборка территории проводится с помощью специальной техники, а сами дворники перемещаются на электрических трициклах — выбирали экологически чистый транспорт, чтобы не нарушать нашу лесную атмосферу. Заказы из нашего ресторана «Лес» тоже доставляются гостям на автомобиле, с такими площадями иначе никак.

У нас не только выросла территория. Пришло другое поколение гостей, заинтересованных в новых и еще более интересных вариантах проживания. Из тех же «вау-соображений» мы построили два уникальных «зеркальных» дома — зеркальное панорамное остекление позволяет им как бы растворяться в природе, это очень эффектно. Еще есть пять «ДомДомов», тоже удивительные, с панорамной стеной. Это **особенное жилье, которое требует соответствующего отношения.** Например, хоть зеркальные дома и рассчитаны всего на пару человек — но уход за ними очень трудозатратен. На эффектной внешней зеркальной поверхности

видны любые загрязнения, даже капли воды. Их моют даже чаще, чем наши белоснежные сферы. Панорамным окнам домиков и шале тоже нужна постоянная мойка — люди должны любоваться природой так, чтобы им ничего не мешало.

Что еще? Открыли медицинский центр, предлагаем инновационные оздоровительные и лечебные процедуры. SPA-центр популярен — релакс с огромными окнами и видом на лес, банный чан с подогревом. Красиво и современно. Есть пляж и подогреваемый бассейн прямо на берегу залива; он, правда, не круглогодичный. А главное, **в 2023 запустили аквадермальный комплекс — единственный в Сибири проект такого масштаба** (в России, впрочем, их тоже немного). Это жемчужина нашего парк-отеля.

В проект этот верили не все. Сложно технически, трудно в реализации — строительство заканчивали с небольшой задержкой, уже в холода. Фактически, это комплекс бань с большим (350м²) подогреваемым бассейном на свежем воздухе. Специально построили для этого газовую котельную, вложили массу сил и ресурсов. Но дело того стоило. **Вокруг сибирская зимняя сказка — а вы**

купаетесь, а водичка до 42°C. Эмоции, конечно, непередаваемые. Что еще? Три русские парные. Устроены они в уникальной круглой бане из соломы — благодаря материалу, тепло там как бы «бархатное», а пар особенно мягкий. Проводим там коллективные ароматерапии, индивидуальные сеансы, есть авторские программы. Релакс-зона с шезлонгами, купели на улице, отдельный детский бассейн с игровой зоной, горкой и водными аттракционами.

Посещение комплекса входит в стоимость проживания, три часа в день для каждого гостя. Наш формат отдыха — единение с природой. **Учитывая современный темп жизни, часто хочется просто замедлиться.** Тишину прочувствовать, пение птиц услышать, увидеть зайчиков, которые у самого дома вдруг бегают. Домики удалены друг от друга, никто никому не мешает. Пошел в парную, в бассейне искупался. Атмосфера непередаваемая. Поэтому к нам приезжают семьи — за спокойствием, приезжают новаторы — за впечатлениями, приезжают отметить день рождения — праздники ведь бывают разными. Шумный и громкий отдых мы не приветствуем.

В 2022 году отель принял ~26 000 гостей

— В целом, глубина бронирования составляла около двух недель, но уже тогда дома-сферы пользовались хорошим спросом и занимать их нужно было очень заблаговременно — вне зависимости от сезона или дня недели.

В 2023 году открылся термальный комплекс, активно рос номерной фонд, добавлялись новые шале — как следствие, годовой показатель достиг 50 000+ гостей и вырос до 60 000 гостей годом позже.

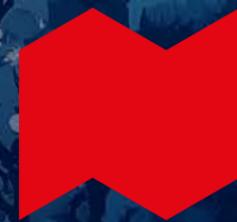
— Сейчас показатель загрузки номерного фонда достиг 70% — это в среднем, включая февраль, весну-осень и прочий «несезон».



Нам — команде холдинга «Мир Упаковки» — искренне приятно быть партнерами такого знакового для Сибири проекта, как парк-отель «Хвоя». Это удивительно красивое место, популярность которого основана еще и на самом внимательном отношении к каждой детали. Впечатляющие масштабы территории, необычные дома, ресторан и SPA, аквадермальный комплекс... с точки зрения бизнеса, эксплуатация столь разнообразного хозяйства требует крайне ответственного подхода, точного планирования поставок необходимых материалов, повышенного внимания к качеству решений — и, разумеется, должного уровня сервиса.

«Мир Упаковки» поставляет «Хвое» 163 наименования товаров, каждый из которых важен для эффективной работы парк-отеля. Профессиональные решения для клининга DecProf помогают поддерживать чистоту на кухнях ресторана «Лес», в номерах и шале — а еще позволяют зеркальным домам оставаться действительно зеркальными (с помощью салфеток из микрофибры Impracto Home). Дезинфицирующие средства «Ника» обеспечивают безопасность гостей. Стиральные и чистящие порошки Rain, мыло в картриджах Tork, профессиональные средства для мытья посуды, антибактериальные таблетки, средства для удаления засоров... «Мир Упаковки» делает все, чтобы «Хвое» легко работалось. 🍷

Счастливых
зимних
праздников!





Карьера
вверх!

Улучшаем
качество
жизни!

Лучшие люди
работают **здесь**

За нами
будущее

Все
начинается
с тебя

#пробуй

#исследуй



#делай

Мы
крутая
команда

Сегодня
твой день

То самое время
То самое место