

ВІСНИК

корпорації **ОБОЛОНЬ**



24 «ОБОЛОНЬ» —
ЦЕ КОМПАНІЯ,
В ЯКІЙ
ПОДОБАЄТЬСЯ
ПРАЦЮВАТИ

4 Оболонь отримала
«Золотого Меркурія»

5 Лімітована партія
пива для справжніх
гурманів

17 Нестримні
враження
з новим RIO

16 Новий погляд
на старі хіти

ПРОЗОРА®

ТУРБОТА ПРИРОДИ ДЛЯ ВСІЄЇ РОДИНИ!



ЗМІСТ

№ 21 липень/жовтень 2013



2 прями мови

Дорогі «оболонці»!

Свою продукцію ми експортуємо на всі континенти. Пиво «Оболонь» з-поміж усього українського пива є найвідомішим у світі.

4 корпоративні новини

«Золотий Меркурій» за успіхи в експорті

5 корпоративні новини

«Перший врожай»

6 новини

Міжнародні експерти високо оцінили напої корпорації «Оболонь»

8 агровиробництво

Солод — всьому голова



10 фотофакт

«...У своїх агропідприємствах на Хмельниччині»

12 новини брендів

Z-Games 2013 відбулись разом з hike

13 «Десант» міцний духом!

ТМ «Прозора» та ТМ «Живчик» підтримали масштабні всеукраїнські змагання з триатлону — «Континентальна триатлонна ліга»



15 новини брендів

На «острів скарбів» з «Живчиком»

Приємно, коли мрії здійснюються. А коли здійснюються дитячі мрії — це вдвічі приємніше.

16 новини брендів

Вінтажні коктейлі від «Оболоні»

17 BeerMix Gin Rio Red — нові емоції динамічного літа

18 Сімейне свято разом з «Живчиком»

20 кращий працівник

Червня • липня • серпня

23 інфографіка

Індекс доступності пива

24 моя робота

Тиран Георгій Олександрович

26 дослідження

«Оболонь» очима споживачів

28 документ

«Московський фестиваль пива»

30 інновації

Мода на інновації — слідувати або вдосконалюватися?

32 Етичний кодекс

Як працюватиме Етичний кодекс

34 КСВ

«Оболонь» демонструє прогрес у сталому розвитку

36 Instagram

Obolon в Instagram

37 новини

«Жигулівське Експортне»

38 ретроспектива

«Вісник» слідує за «оболонськими» новинами вже 17 років

40 книжкова полиця

Інноваційна книжкова полиця

42 фітнес

Активний відпочинок у фітнес центрі «Оболонь»



43 спорт

«Оболонь-Бровар»: на початку довгого шляху

44 поради

6 причин відмовитися від перфекціонізму

46 хоббі

«Вишиванка» — для коханого, а для себе — маки з бісеру»

48 цитати

Засновник
ПАТ «Оболонь»

Редактор
Максим КУШНІР

Над випуском працювали
Оксана ПИРОЖОК
Марія ЯРОШЕНКО
Микола КІЗІЛОВ

Фото «Укрфот»,
Генадій ГЛАВАЦЬКИЙ

Відділ корпоративних
комунікацій
ПАТ «Оболонь»
Вул. Богатирська, 1, Київ, 04655
тел: +38 044 201-47-81
e-mail: pr@kiev.obolon.ua.

Видавець
«lv Design»

Випускаючий редактор
Іван СУХАРЕНКО

Дизайн та верстка
Наталія РЕПЛЯНЧУК

Літредактор
Інна ПАВЛЕНКО

Фотокорекція
Наталія РЕПЛЯНЧУК

Адреса видавця (редакції)
вул. Єреванська, 3, офіс 4,
Київ, 03087

Друк
ТОВ «Мануфактур В 12», пл. Солом'янська, 1,
Київ, 03035
Наклад 3000 примірників.
Виключні права на матеріали, надруковані в
корпоративному виданні «Вісник корпорації
Оболонь», належать ПАТ «Оболонь». За умови
передрукування і використання матеріалів
посилання на видання обов'язкове.
Розповсюджується безкоштовно.



Дорогі «оболонці»!

Як ви знаєте, «Оболонь» є найбільшим експортером українського пива та безалкогольних напоїв. Наше безперечне лідерство виражається величиною в 77% від всього українського експорту пива за 9 місяців 2013 року. Свою продукцію ми експортуємо на всі континенти. Пиво «Оболонь» з-поміж усього українського пива є найвідомішим у світі.

Необхідно зазначити, що основні наші зовнішні ринки, а це – країни СНД, характеризуються нестабільністю умов ведення бізнесу. Так, наприклад, у 2010-12 роках Білорусь ввела протекціоністські заходи з вимогою підняти відпускні ціни більше, ніж у 1,5 рази, і нам стало дуже важко конкурувати на цьому ринку. Після відміни індикативних цін у червні 2012 року ми потихеньку почали відвойовувати втрачені позиції і це знову стурбувало уряд цієї країни. У серпні 2013 року на декаду зупинився експорт до Росії. Зараз ми не знаємо, що буде після підписання у листопаді договору про асоціацію України з ЄС.

Зрозуміло, що нам потрібно значно більше уваги приділити іншим зовнішнім ринкам. Нещодавно я мав можливість зустрітись на форумі імпортерів з багатьма нашими партнерами з Європи та Азії. Ми прийшли до висновку, що спільна якісна робота допоможе нам досягти хороших результатів. І це вселяє оптимізм. Ми обов'язково посилимо свої позиції в Східній Азії, на Близькому Сході, в Австралії, на Балканах.

Україна зараз переживає нелегкі часи і нам з вами доводиться працювати у важких макроекономічних умовах, але і в таких умовах ми повинні добиватись успіхів на ринках пива та напоїв. Найбільш вірогідний шлях – продовжити розвивати інновації. Втрата інновацій – це втрата ринків, сповільнення темпів зростання. «Оболонь» у всі часи випереджувала конкурентів за рахунок новаторства та нестандартних рішень. Сьогодні ми знову повинні йти цим шляхом.

Архіважливе питання – це продажі. Ми чекаємо потужної підтримки і нестандартних рішень від служб продажів та маркетингу. Ми віримо в успіх наших торгових команд. Ми всі повинні зайнятися продажами та просуванням нашої продукції, незалежно, від того, де хто працює.

Ми щодня буваємо в магазинах та супермаркетах, бачимо, як викладена наша продукція, як представлені наші бренди. Якщо ви помітили невідповідність або відсутність окремих позицій, телефонуйте на нашу «гарячу лінію», не будьте байдужими.

Ми повинні постійно тримати руку на пульсі й пам'ятати, що успіх компанії – це робота кожного з нас. Сподіваюсь, ці складні часи ми переживемо разом і без відчутних втрат, а для цього усі маємо злагоджено працювати: від директора до робітника.

Олександр Слободян

«МЕРКУРІЙ» ЗА УСПІХИ В ЕКСПОРТІ

У 2013 році «Оболонь» відкрила нові ринки збуту. Зокрема, корпорація розпочала освоєння перспективного африканського ринку, здійснивши перші поставки до Єгипту та Кот-д'Івуару.

«Золотий Меркурій» – це головна національна бізнес-премія України в області підприємницької діяльності, міжнародний проект Асамблеї ділових кіл з утвердження європейського престижу національного виробника, вітчизняного підприємства, самої держави. Проект реалізується спільно з Союзом фахівців-експертів з якості (м. Київ, Україна), EMRC (м. Брюссель, Бельгія), EBA (м. Оксфорд, Великобританія), МКПП (м. Москва, Росія).

СЕРГІЙ КРАВЕЦЬ

директор з зовнішньоекономічних відносин

«Африка є привабливим регіоном, оскільки тут присутні одразу кілька факторів, які визначають подальший ріст споживання пива. З одного боку, це густонаселеність регіону, країни якого демонструють ріст ВВП. З іншого, – в Африці досить низьке споживання пива на душу населення і діє невелика кількість пивоварних компаній».

Африка займає 12-те місце в списку 25 економічних систем світу, які демонструють найвищі темпи розвитку. На континенті знаходиться 25 міст з населенням понад 1 млн. осіб. Африканські споживачі пива – це, як правило, люди у віці 18–35 років. 60% населення регіону молодше 25 років, тобто перспективи зростання споживання пива значні. Споживання пива в Африці дуже низьке – близько 8–9 л в рік на душу населення (середній показник у світі складає 27,5 л).

Напередодні Дня підприємця, який відзначається у першу неділю вересня, Торгово-промислова палата України і Український союз промисловців і підприємців провели спільне засідання за участю парламентарів, представників міністерств та ділової громадськості.

В ході засідання відбулася урочиста церемонія вручення державних нагород кращим підприємцям України. Почесну нагороду ТПП України «Золотий Меркурій» за успіхи у продажах на зовнішніх ринках отримала корпорація «Оболонь».



«Перший врожай»

На початку осені корпорація «Оболонь» випустила лімітовану партію пива, особливістю якої є використання найсвіжішого солоду з нового урожаю ячменю.

Найбільше значення для якості пива має солод. Він є головною сировиною в пивоварінні, яка визначає основні характеристики напою: колір, смак і запах. При дотриманні певних умов солод може зберігатися понад два роки. При цьому пиво, отримане з такої сировини, відповідає нормативам за показниками якості і безпечності. Проте, оболонські пивовари вирішили зробити справжній подарунок для всіх гурманів і зварили пиво з відбірного солоду, створеного з нового урожаю ячменю.

Робота над створенням пива «Перший врожай» розпочалась ще восени 2012 року, коли на землях агропідприємства ТОВ «Оболонь-Агро» посіяли озимий ячмінь особливого сорту. Він зберігає свої унікальні властивості протягом нетривалого періоду, тому пивом, звареним з такого солоду, можна буде насолоджуватися лише восени.

В липні врожай ячменю був дбайливо зібраний, а вже в серпні місяці розпочалось виробництво лімітованої партії, яка буде доступна у продажі протягом осені. Для цього сорту пивоварами була спеціально розроблена рецептура. Налив першої і єдиної партії пива відбувся в середині вересня на київській пивоварні «Оболонь».

Так відбулося народження унікального світлого солодового пива, яке отримало промовисту назву – «Перший врожай».

Ідею пива «Перший врожай» підказала сама природа. Зерно – початок нового життя. Ячмінні зерна зароджуються у життєдайній землі і ми дбайливо збираємо їх, щоб створити найкращий солод. З такого ячменю пивовари «Оболонь» зварили «Перший врожай» – пиво для справжніх гурманів.

Пиво «Перший врожай» – світле пастеризоване пиво з вмістом сухих речовин 12% та алкоголю не менше 5,2%. Новий сорт має солом'яний колір та насичений солодовий смак, який забезпечив йому солод з ячменю першого врожаю. Додавання ароматичних сортів хмелю надало пиву приємної перехідної гіркоти.



МІЖНАРОДНІ ЕКСПЕРТИ ВИСОКО ОЦІНИЛИ НАПОЇ КОРПОРАЦІЇ «ОБОЛОНЬ»



Корпорацію на «Святі пива» представляє команда технологів на чолі з генеральним директором Олександром Пучком та директором з якості Валентиною Микусевиц. Підприємства корпорації – «Пивоварня Зібєрта», ДП «Красилівське» і Охтирський пивзавод представлені власними делегаціями. Слід зауважити, що наше представництво є найчисельнішим і найзгуртованішим.

У останні дні літа пивовари у двадцять зібралися, щоб разом відзначити вже традиційне «Свято пива». До виставкового центру у столичному Пушкінському парку приїхали представники підприємств пивобезалкогольної галузі з усієї України. В ході заходу технологи мали можливість поспілкуватися з колегами, обмінятися думками, отримати нову інформацію. Але, напевно, найприємніше у цьому – нагородження відзнаками за високу якість продукції, у яку кожен з пивоварів вкладає і досвід, і душу.



ГРАН-ПРІ, ЗОЛОТІ МЕДАЛІ, КУБОК

«Оболонь» щороку привозить із «Свята пива» великий комплект нагород. Цьогорічний ювілейний захід не став винятком. Напої корпорації здобули на Міжнародному органолептичному конкурсі пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод 28 нагород в різних номінаціях.

Продегустувавши 120 зразків пива та напоїв, професійні експерти з Чехії, Росії, Білорусі, Литви та України високо оцінили продукцію найбільшого виробника напоїв корпорації «Оболонь».



В рамках «Свята пива-2013» почесні нагороди за найвищу якість отримали:

ГРАН-ПРІ:

пиво «Оболонь Міцне», «Оболонь Пшеничне»,
пиво спеціальне «Бірімкс Лимон», «Бірімкс Карамболь»
безалкогольний напій «Живчик з соком яблука»
(газований)
мінеральна вода «Прозора» (сильногазована)
та «Оболонська»

ЗОЛОТІ МЕДАЛІ:

пиво «Оболонь Світле», «Оболонь Преміум»,
«Оболонь Розливне», «Оболонь Біле»,
«Оболонь Оксамитове», «Оболонь Безалкогольне»,
Zibert Світле, Zibert Баварське, Zibert Бочкове, Zlata Praha

Carling, Carling Royal, «Жигулівське», «Охтирське Світле»
пиво спеціальне «Бірімкс Джин Ріо Ред»
квас «Богатирський»
мінеральна вода «Прозора» (негазована)
безалкогольний напій «Живчик з соком яблука»
(негазований)

СРІБНА МЕДАЛЬ

пиво «Охтирське Козацьке»

ПОЧЕСНИМ КУБКОМ

за кращий дизайн зовнішнього оформлення
нагороджені безалкогольний напій
«Живчик з соком яблука» (негазований)
та мінеральна вода «Оболонська»



директор з якості корпорації «Оболонь»

ВАЛЕНТИНА МИКУСЕВИЧ

«Нам приємно, що авторитетне експертне журі високо оцінило нашу продукцію. Зокрема, схвальні відгуки отримали цьогорічні новинки – пиво «Оболонь Розливне» та Zibert Бочкове, а також бірімкси «Карамболь» і «Джин Ріо Ред». Наша команда продовжує працювати над розробкою нових сортів пива та напоїв, які цікаві споживачам. При цьому ключовим критерієм для нас залишається натуральність і корисність продукту».

СОЛОД — ВСЬОМУ ГОЛОВА

Виробництво високоякісного солоду є одним із стратегічних пріоритетів корпорації «Оболонь»

Аграрні структури корпорації «Оболонь» (ТОВ «Оболонь-Агро») щороку висівають 50-60 сортів пивоварних ячменів української та іноземної селекції. Основними сортами, з якими працює «Оболонь», є Мальтз, Себастьян, Гладіс, Дача. Ці сорти репродукує елітно-насінницьке господарство «Оболонь-Агро», яке має власний насінневий завод і щорічно виробляє 5-10 тон насіння першої репродукції для реалізації партнерським господарствам. Селекційна робота проводиться у співпраці з Подільським аграрним університетом та іншими науковими установами.

Поки корпорація «Оболонь» не має сорту власної селекції, проте робота над його виведенням триває. Натомість використовуються сорти миронівської, харківської, одеської селекції. На випробовуваннях перебувають кращі сорти іноземної селекції. «Оболонь» використовує апробовані, досліджені сорти, які пройшли берлінську програму випробувань, інституту пива в Чехії, у Брно і мають високу урожайність та відповідають як вимогам пивоварів корпорації, так і вимогам партнерів сільгоспвиробників.

«Агроцентр» організований у партнерстві компаніями «Оболонь» та одним з провідних світових виробників засобів захисту рослин – компанією Syngenta, у смт. Чемерівці Хмельницької області. Ключовою культурою на «Агроцентрі» став пивоварний ячмінь. Аграрії мали змогу отримати інформацію про передові технології ведення аграрного бізнесу в рослинництві, ознайомитися з дослідженнями різних сільськогосподарських культур.

МИХАЙЛО ЗАГОРОДНИЙ

директор з аграрних питань
корпорації «Оболонь», директор солодового заводу

«Забезпечення виробництва власною високоякісною сировиною є одним із стратегічних пріоритетів корпорації. Ми проводимо наукову роботу, досліджуємо нові сорти, приносимо в Україну новітні технології агровиробництва та захисту рослин. Разом з партнерами працюємо над тим, щоб підвищити урожайність пивоварних ячменів. Таким чином, ми не лише забезпечуємо власні потреби, а й стимулюємо розвиток внутрішнього сільськогосподарського виробництва. Вирощений ячмінь корпорація переробляє на власному солодовому заводі, таким чином повністю забезпечуючи потреби виробництва у якісній сировині».



Селекція, насінництво, вирощування та переробка ячменю – корпорація володіє повним циклом створення солоду, оскільки лише таким чином можна контролювати якість на всіх етапах виробництва і гарантувати безпечність кінцевого продукту – пива.

Для сівозміни агропідприємства «Оболоні» вирощують кукурудзу, соняшник, сою, озиму і яру пшеницю, інші господарські культури, в тому числі овочеві.

Оболонська солодівня є надсучасним підприємством, на якому встановлене обладнання 15 кращих світових виробників та використано кілька десятків інноваційних рішень. Безперечним плюсом є те, що сировина – ячмінь – вирощується на багатих українських чорноземах Південно-Західного Поділля – кращої агрокліматичної зони для вирощування пивоварних ячменів.



МИХАЙЛО ЗАГОРОДНИЙ

директор з аграрних питань
корпорації «Оболонь», директор солодового заводу

«Той формат заходів, який ми практикуємо на «Агроцентрі», є дуже зручним, оскільки дозволяє концентровано отримати необхідну інформацію і для наших партнерів, і для тих сільгоспвиробників, які лише планують співпрацювати з нами. Після презентаційної частини ми демонструємо наші дослідні поля, де висіянні ті сорти ячменю, з якими працює «Оболонь». Також ми організовуємо розширену екскурсію на солодовий завод для наших партнерів і всіх бажаючих».



«Оболонь» успішно збрала врожай свого ячменю

цього року
засіяно
1300 га
озимого
пивоварного
ячменю

Агропідприємства корпорації на Поділлі зібрали врожай пивоварного ячменю. Цього року озимий ячмінь був засіяний на 1300 га, ярий – на 4000 га. Крім ячменю агROPідприємства корпорації зібрали озиму пшеницю, озиме жито, озимий ріпак, кукурудзу та сою. Валовий збір зернових склав 22000 тон.

Для збору урожаю на агROPідприємствах використовується техніка німецького виробника комбайнів Claas (Mega, Tisano, Lexion). На полях працювало 23 зернозбиральних комбайнів і 120 одиниць вантажного автомобільного транспорту.

та
4000 га
ярого
пивоварного
ячменю

Валовий збір
зернових
склав

22 000 тон



Z-Games 2013 відбулись разом з hike

З 14 по 19 серпня цього року на узбережжі Криму пройшов найбільший в східній Європі спортивно-музичний фестиваль Z-Games.



Вибух емоцій, екстрим, запальна музика, молодість та жага до яскравого життя – все це та багато іншого відбувалось на теренах нашої країни. Z-Games-2013 став найбільш масштабним заходом за 4 роки існування проекту.

Проект Z-Games об'єднує в собі активні види спорту і драйвову музику. Цього року фестиваль відвідали близько 7000 осіб, які приїхали з різних куточків України, Росії, інших країн СНД, а також з Європи і Латинської Америки.

В цьому році програма була особливо насиченою, на любителів адреналінового драйву чекали: престижна міжнародна серія змагань у дисципліні дерт-джампінг – FMB World Tour, міні-рампа для скейт-бордингу, клаймбінг, паркур, слеклайн, вейкбордінг, батутний парк – тут можна було знайти вид активного спорту на будь-який смак.

Родзинкою Z-Games-2013 стало фрістайл мото-крос шоу за участю кращих спортсменів Росії – Олексія Колеснікова та Олексія Айсина. Бренд hike був незмінним супутником на кожній площадці драйвового фестивалю.

Щовечора на великій сцені прямо на мальовничому пляжі виступали трендові молодіжні групи та DJ з різних стилів, починаючи з фанку і закінчуючи серф-роком.

Великою несподіванкою для гостей фестивалю став приїзд Ляпіса Трубецького, мега-популярних виконавців Макса Коржа з Білорусі та українського гурту The Hardkiss.

Для тих, хто приїхав на фестиваль не лише, щоб отримати неймовірні емоції, а й поніжитися під теплим серпневим сонечком, на території Z-Games були розташовані лаунж-зони на будь-який смак і колір.

Головним кольором фестивалю цього спекотного літа був помаранчевий, – колір драйву, емоцій та молодості, колір молодіжного напою – hike!



Корпорація «Оболонь» в рамках розвитку ТМ «Десант» представила оновлений дизайн саббренда «Десант Міцне». На підтримку нової комунікації з 20 серпня в ефірі національних телеканалів розпочалася трансляція рекламного ролика.

«Десант» міцний духом!

ТМ «Десант» представлена у доступному ціновому сегменті і позиціюється як пиво для справжніх чоловіків. До лінійки бренду входять сорти «Світле» та «Міцне».

В новій комунікації фокус зроблений на таких простих, перевірених часом цінностях як мужність, гордість, повага та взаємопідтримка. Всі ці якості належать аж ніяк не супергероям, а простим людям, які, пройшовши кризу вогонь і воду, навчилися відрізнити головне від другорядного. Ці люди знають смак справжнього життя і відтворюють його в пиві «Десант», без надмірностей, напівтонів і компромісів.

«Міцно сказано – міцно зроблено». Оновлений «Десант» став пивом для людей, чиї слова завжди знаходять практичне підтвердження завдяки рішучому настрою і ніщо не в змозі заставити їх відмовитися від своїх слів, чи звернути з обраного шляху.

ОЛЕГ ВИННИК
бренд-менеджер ТМ «Десант»

«Міцне» – пиво для чоловіків з характером, які цінують справжній смак і вміють відрізнити головне від другорядного. Для них на першому місці стоїть якість та міцність, вони не бачать сенсу переплачувати за імідж. Тож ми створили для них міцне пиво за помірною ціною, зварене без компромісів за традиційною рецептурою.

Дизайнерське рішення для оформлення пляшки «Десант Міцне» розробила креативна агенція Young & Rubicam Kiev. Він став більш преміальним та менш мілітаристським. Металізована етикетка, виконана у червоно-чорних кольорах, є по-чоловічому лаконічною і фокусує на головному – пиві».



Марки «Прозора» та «Живчик» підтримали масштабні всеукраїнські змагання з триатлону – «Континентальна триатлонна ліга»

«Прозора»: додай в своє життя краплю спорту!



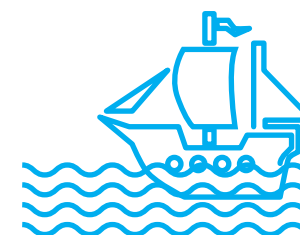
- 1 Змагання проходили у Вишгороді, Житомирі та Дніпропетровську.
- 2 У змаганнях брали участь близько 500 спортсменів з України, Білорусії та Росії.
- 3 Довжина спринтерської дистанції – 750 м, плавання – 20 км, велогонки – 5 км.
- 4 В Житомирі в змаганнях були представлені різні вікові категорії, в тому числі і молодші групи у «Дитячій триатлонній лізі». Також були проведені змагання серед спортсменів з обмеженими можливостями.

5 Вперше у Вишгороді змагання пройшли з використанням новітньої чіпкової системи, завдяки якій кожен учасник точно знав свій час кожного сегменту дистанції та отримав протокол змагань відразу ж після того, як фінішував останній спортсмен.

6 За підсумками внутрішньої першості було сформовано склад збірної України для участі в чемпіонаті Європи. Переможці також представлятимуть Україну на чемпіонаті світу в Німеччині.



На «острів скарбів» — З ЖИВЧИКОМ



Приємно, коли мрії здійснюються. А коли здійснюються дитячі мрії – це вдвічі приємніше. Перетворити на реальність мрії двох маленьких хлопчиків допоміг «Живчик». Мешканка міста Новоград-Волинський, що на Житомирщині, Анна Адамчук, стала переможницею всеукраїнської акції «острів скарбів» з «Живчиком» і отримала головний приз – поїздку на відпочинок для своєї родини.



ЄВГЕНІЯ ГРЕЧКО бренд менеджер ТМ «Живчик»

«ТМ «Живчик» щороку проводить національні промо-акції з великим подарунковим фондом. Ми зацікавлені, щоб наші споживачі не лише насолоджувалися улюбленим напоєм, а ще й мали можливість розважитися і втілити свої мрії разом з ТМ «Живчик». Цього літа дітей та їхніх батьків чекало море чудових подарунків, головним з яких стала можливість потрапити на «острів скарбів» для захоплюючого родинного відпочинку».

За підсумками I півріччя 2013 року «Оболонь» є найбільшим виробником безалкогольних напоїв в Україні. Головним брендом безалкогольного портфелю корпорації є ТМ «Живчик», яка наступного року святкуватиме 15-річчя. «Живчик» є брендом №1 за лояльністю в Україні та №2 за знанням та споживанням.

Урочисте нагородження переможниці відбулося наприкінці серпня. До центрального офісу корпорації «Оболонь» Анна приїхала разом з родиною – чоловіком і синами: шестирічним Євгеном та трирічним Артемком – прихильниками «Живчика». Для хлоп'ят справжньою несподіванкою стало знайомство із самим «Живчиком», який не лише вручив щасливій мамі сертифікат на право здійснення мандрівки, а й розважив і подарував ексклюзивні рюкзаки з сувенірами.

А щоб доповнити враження, щаслива родина відправилася на екскурсію у цех розливу №2, де начальник цеху Наталя Половинчук показала і розповіла, як виготовляється улюблений напій українських родин.

Проте, «Живчик» здійснив не лише мрію родини Адамчуків. В акції взяла участь близько 600 тис. унікальних учасників, тисяча з яких стали власниками конструкторів, ігрових приставок і планшетних комп'ютерів. Ті, кому пощастило менше, без подарунків теж не залишилися: були розіграні численні заохочення у вигляді поповнення мобільних телефонів, брелоки, м'які іграшки, футболки, годинники.

ВІНТАЖНІ КОКТЕЙЛІ ВІД «ОБОЛОНІ»

Вперше українці спробували низькоградусні алкогольні коктейлі на початку 90-х. Але тоді ця розкіш була доступна одиницям. Тому, коли «Оболонь» у 1994 році випустила «Джин Тонік», цей напій одразу став хітом. Згодом, серія САН, яку назвали класичною, поповнилася смаками – «Ром Колою» та «Бренді Колою» і цьогорічною новинкою «Віскі Вишня». Протягом майже 20 років ці коктейлі користуються незмінною популярністю серед споживачів.

Напередодні осіннього сезону корпорація зробила несподіваний подарунок усім шанувальникам слабоалкогольної класики. З 20 серпня у торгових точках розпочався продаж нової лімітованої партії класичних САН у стильних вінтажних банках.

Концепція дизайну полягає у відтворенні історії популярних коктейлів. На банках лімітованої серії зображені впізнавані елементи країн, що є батьківщиною брендів, віскі, джини та рому. Це лягло в основу колористики банок, розробки графічних рішень, створення авторських зображень відомих міст світу. Кожна країна має свій традиційний напій, який відображає її характер. Саме ці яскраві та неповторні образи зібрані у лімітованій партії класичної слабоалкогольної серії напоїв ТМ «Оболонь».

Особливістю лімітованої партії є те, що її об'єм складає лише 9 тис. дал, які будуть доступні у продажу до кінця осені. Стильні вінтажні банки для слабоалкогольних коктейлів є втіленням вічно актуальної класики, у якій завжди є віддани шанувальники.

Зовнішнє оформлення лімітованої серії стало результатом креативного рішення рекламної агенції «Поляріс». Якщо скласти напої в ряд у такій послідовності: «Віскі Вишня», «Бренді Кола», «Ром Кола», «Джин Тонік», то спостерігається плавно спадаюча динаміка кольорів, що підкреслює смакові властивості самих коктейлів. Перехід від насичено-яскравої гами «Віскі Вишні» до майже прозорого і полегшеного дизайну банки «Джин Тоніка» є настільки органічним, що кожен напій сприймається як невід'ємна частина серії.

ІГОР РЕКЕДА,

бренд-менеджер категорії слабоалкогольних напоїв корпорації «Оболонь»

«Наступного року нашій класичній серії слабоалкогольних коктейлів виповнюється 20 років. Лімітована партія є подарунком для всіх споживачів, які були разом з нами весь цей час. Ми створили колекційну вінтажну банку, щоб підкреслити трендовість та актуальність класики, у чому б вона не проявлялася – в напоях чи у зовнішньому оформленні. Для нас важливо, щоб наші споживачі отримували насолоду не лише від улюблених класичних смаків джину, рому, бренді та віскі, а й естетичне задоволення від стильної упаковки».

BeerMix Gin Rio Red – нові емоції динамічного літа

Літо принесло цікаві новинки в лінійці бірміксів. Слідом за екзотичним «Карамболом» марка поповнилася незвичним смаком – Beermix Gin Rio Red.

BeerMix Gin Rio Red випускається у жерстяній банці об'ємом 0,5 л. Напій має підвищений вміст алкоголю (6,0%), який досягається за рахунок використання міцного пива з вмістом сухих речовин в початковому суслі 15,4%. Рекомендована ціна у роздріб становить 5,17 грн.

ТМ «Оболонь BeerMix» динамічно розвивається і постійно оновлюється новими напоями. Особливістю цьогорічного сезону є акцент на екзотичні смаки, незвичні і цікаві для українських споживачів. Хвилю свіжості, яскравого настрою та нестримної енергії підхоплює новий напій Beermix Gin Rio Red.

Beermix Gin Rio Red має приємний свіжий аромат та пишну густу піну. З першого ковтка відчувається ненав'язливий присмак джину та легкі грейпфрутові нотки, які тонізують і освіжають. Завершальним акордом є перехідна хмелева гіркота пива, яке є основою напою. Випущений у розпалі сезону, Beermix Gin Rio Red є смачним препатіміксом, що дарує свіжість та налаштовує на позитивні емоції спекотного літнього дня.

Динамічний дизайн банки, створеної у блакитно-стальній кольоровій гамі, бадьорить вже з першого погляду. Вибухова прохолода зовні як найкраще підкреслює освіжаючі й тонізуючі властивості самого напою.

Rio у новому форматі

Сучасна молодь живе без застережень, повним життям, щомиті насолоджуючись новими нестримними враженнями. Її девіз – не сиди на місці, відкривай світ, пробуй нове. Преміальна лінійка Rio є квінтесенцією цього стилю, оскільки поєднує екзотичні смаки, яскравий дизайн, трендові коктейлі. Щоб зробити її ще більш доступною, корпорація «Оболонь» розпочала випуск напоїв ТМ Rio у зручній жерстяній банці об'ємом 0,5 л.

Лінійка Rio включає слабоградусні коктейлі «Піна Колада», «Маргарита», «Мохіто». Напої вже з першого погляду привертають увагу яскравим і неординарним дизайном.



СІМЕЙНЕ СВЯТО РАЗОМ З «ЖИВЧИКОМ»

Усіх, хто цього дня був на головній площі помітили, що «Живчик» підготував справжнє свято для малечі та їх сімей: атракціон з батутом, веселі змагання всією родиною, веселі старты на роликах, виступи дитячих колективів. Кожен отримав фірмові кульки та міг сфотографуватися з улюбленим героєм на пам'ять.

24 серпня 2013 року Україна відзначала 22 річницю Дня Незалежності країни. В цей день головна площа країни виглядала немов справжній національний прапор.

Для маленьких любителів екстриму проходив III-й Київський спортивний фестиваль «Живчик» — Веселі старты на роликах». В рамках фестивалю кожен мав можливість взяти участь у майстер-класі з катання на роликах.

У веселих стартах для всієї родини – «Тато, мама, я – спортивна сім'я» взяло участь 12 команд з різних регіонів України. Переможці були відзначені спеціальними призами від «Живчика».

В перервах між змаганнями на учасників та глядачів чекали показові виступи дитячих шкіл гімнастики олімпійського резерву.

В рамках програми-святкування «Живчика» всім бажаючим надавалась можливість взяти участь в створенні колажу – «Україна очима дитини». В створенні шедевру прийняли участь більше 100 сімей з дітьми.

Біля сцени «Живчика» проведено виставку електромобілів, які повернулися з всеукраїнського автопробігу. Виставка викликала велику зацікавленість як у малечі, так і дорослих.

На сцені «Живчик» нагороджував переможців всеукраїнської ліги дворового футболу – «Відчуйте себе зірками футболу».

В другій половині дня позитивний настрій та дух свята підтримали виступи кращих дитячих колективів міста Києва.

В'ячеслав Недобор

вантажник (приймальник сировини) центрального складу



Уважний, акуратний, відповідальний. Він справляє враження людини, якій можна довірити будь-яку роботу і завжди та у всьому на неї покластися. «Скромний» – так характеризують В'ячеслава його колеги по цеху. Праця на «Оболоні» для В'ячеслава – це можливість поєднувати гарну роботу, хобі та спілкування з прекрасними людьми.

З чого почалась ваша трудова діяльність у корпорації «Оболонь»?
— Прийшов у корпорацію ще у далекому 2002 році на позицію вантажника-приймальника сировини на центральний склад, так і працюю до сьогоднішнього дня тут. Роботою дуже задоволений, вона стабільна, хочу щоб і далі так було.

Чи було для Вас несподіванкою, що Ви стали «кращим працівником червня»?

— Несподівано — це слабо сказано. Я був дуже здивований, адже старанність та відповідальність у роботі вважаю своїм обов'язком, а не відмінністю.

Що на Вашу думку треба робити, щоб досягти успіху?

— Для того щоб досягнути успіху необхідно просто працювати, ставитися до своєї роботи серйозно, зрештою, просто любити ту справу, яку ти робиш і тоді тебе обов'язково помітять.

Ваші колеги за Вас раді, вони на 100% впевнені, що Ви заслуговуєте цього визнання. Отже, з колегами по цеху вам пощастило?

— Авжеж. У нас дуже дружний та згуртований колектив, завжди тепла та сприятлива атмосфера. В такому колективі працюється легко. Коли люди з задоволенням приходять на роботу і відповідально до неї ставляться, то і робота проходить злагоджено.

«Я щасливий, адже справа, яку я роблю, приносить не тільки дохід, але і задоволення»

В'ячеславе, у Вашому житті є все, що потрібно – улюблена робота та любляча родина. Як проводите вільний час? Де набираєтесь необхідної енергії для плідної праці?

— Полюбляю активний відпочинок. З коханою дружиною Юлією виїжджаю на природу, катаємося на велосипедах. У вільний час відвідую заводський тренувальний зал. Багато читаю, роблю це з великим задоволенням, особливо полюбляю літературу у стилі фентезі. Коли береш до рук книгу і починаєш читати, то ніби переносишся у іншу реальність. Це відволікає і допомагає розслабитися.

заводський тренувальний зал. Багато читаю, роблю це з великим задоволенням, особливо полюбляю літературу у стилі фентезі. Коли береш до рук книгу і починаєш читати, то ніби переносишся у іншу реальність. Це відволікає і допомагає розслабитися.

Традиційно цікавимося Вашими уподобання в продуктовому портфелі корпорації...

— Наше пиво ніколи не набридає, а приносить тільки задоволення, особливо у дружньому колі. Дуже полюбляю «Живе». А перед обідом і взагалі, перед вживанням їжі, дуже корисно випити склянку «Оболонської».

Які у Вас плани на майбутнє?

— Плани на майбутнє... Жити, працювати в своє задоволення. Мені подобається моя робота, посада, яку я обіймаю. Хотілося б і надалі продовжувати працювати в такому ж темпі, не знижуючи його. Вважаю, що стабільна робота, яка приносить не тільки дохід, а ще і задоволення, – це завжди добре.

Олександр Коновалов

майстер цеху розливу №6



«Цілі є, і є сили, щоб їх досягти»

Розкажіть про Вашу кар'єру на «Оболоні». Як все починалось?

— На «Оболонь» я прийшов у 2002 році на позицію машиніста ЦР №2. Моє кар'єрне зростання не можна назвати стрімким, крок

за кроком, я йшов до своєї мети і продовжую рухатися по наміченому плану. Згодом мене перевели на посаду приймальник-здавальник, потім я був оператором-налагоджувальником, бригадиром та майстром. У серпні цього року я обійняв посаду старшого майстра у ЦР №6.

Як це – бути найкращим, працюючи на такому великому підприємстві?

— Дуже приємно! І, звісно, несподівано отримати звання «Кращий працівник місяця». Ніколи над цим не задумувався, звання – не самоціль, а стимул краще працювати, виконувати свою роботу відповідальніше, збільшувати результативність.

Що, на Вашу думку треба робити, щоб крок за кроком просуватися кар'єрними сходами?

— По-перше, потрібно старанно працювати, по-друге виконувати свою роботу на відмінно, щоб не було нарікань ні з боку колег, ні від керівництва. Дуже важливо працювати разом, у команді, відчувати підтримку колег.

Ваша родина пишається вашими досягненнями?

— Авжеж. Моя дружина не тільки пишається моїми досягненнями, але ще і сама бачить як я працюю, адже

У кожної людини в житті повинна бути мета, до якої вона впевнено крокуватиме. Майже все, що ми робимо, спрямоване на досягнення певної мети. В житті Олександра Коновалова така ціль – це ніби маяк, до якого треба дістатися. Він людина твердих принципів і серйозних поглядів, яка ставить перед собою цілі та обов'язково їх досягає відданою працею та відповідальним ставленням до своїх обов'язків.

вона теж працює на «Оболоні», вона мікробіолог. Я зустрів свою дружину Вікторію саме тут, на пивоварні. Все склалося як найкраще – улюблена справа привнесла в моє життя не тільки професійний розвиток, а ще люблячу дружину.

Робота – роботою, а відпочивати треба, навіть найкращому працівнику. Як відпочиваєте Ви?

— Я ціную кожну хвилину відпочинку, адже цей час я можу провести зі своєю родиною. Перш за все, зі своїми двома маленькими доньками – Ганною та Катериною (8 і 3 роки). Вони – все для мене.

Які Ваші уподобання серед напоїв?

— Напій на кожен день – мінеральна вода «Оболонська». А у колі друзів, в хорошій компанії полюбляю посмакувати пивом Carling, а ще сподобалася новинка «Оболонь Розливне».

Як людина серйозна і цілеспрямована Ви, напевно, ще маєте «в запасі» далекоглядні цілі на майбутнє?

— Я думаю, що не треба зупинятися до досягнутому. Тому буду далі працювати в такому ж темпі, виконувати все від мене залежне та сподіватися на подальший розвиток у компанії.

Лук'яненко Тетяна

Контрольний майстер відділу технічного контролю

Більшість свого часу людина проводить на роботі. Тому логічно, що для багатьох з нас реалізуватися у своїй професії дуже важливо. Безперечно, що запорука успішної кар'єри – це, перш за все, великі зусилля і любов до своєї справи. Саме завдяки наполегливій праці Тетяна Лук'яненко стала найкращим працівником серпня.

З чого розпочалась Ваша трудова діяльність на «Оболоні»?
— Моя робота на «Оболоні» розпочалась у 2004 році з позиції експедитора в цеху мінеральної води. Згодом я працювала контролером з якості у цеху №7. Потім зайняла позицію контрольного майстра у відділі технічного контролю.

Що для Вас значить робота на «Оболоні»?
— Це місце, куди я щоранку з задоволенням приходу та намагаюсь працювати на всі 100%. Тут свого часу я зустріла мого чоловіка, який зараз працює у баночному цеху. Тому «Оболонь» не лише улюблена робота. Це важлива частина мого життя, з якою також пов'язана моя сім'я.

Кращий працівник – це звучить гордо, а що це означає для Вас?
— Стати кращим працівником на підприємстві, де працюють кілька тисяч людей, – це дуже почесно, на мій погляд. Для мене це було ще й дуже не очікувано. В мене не було такої мети, я просто працювала і намагалася виконувати свою роботу на високому рівні. Більшість моїх колег гідні цього звання, бо виконують свою роботу на совість, професійно та з високим рівнем відповідальності. Не треба заціклюватися на досягненні цілі будь-якою ціною, треба виконувати свою роботу так, щоб керівництво тебе цінувало, а колеги поважали.

«Розвиток і
вдосконалення –
мої пріоритети»

Тетяно, як Ви проводите вільний від роботи час?
— Вільний час завжди намагаємось провести по-різному. В більшості випадків наші плани на вихідні залежать від настрою та погоди (сміється). Вільний час треба проводити добре, не обов'язково його планувати заздалегідь. Треба просто відпочивати та отримувати задоволення і заряд бадьорості на наступний тиждень

Чи є Ви прихильницею напоїв, які випускає «Оболонь»?
— Авжеж, асортимент напоїв, який виробляє «Оболонь» дуже великий і може задовольнити навіть найвибагливішого споживача. Ми з чоловіком полюбаємо, як пиво та і мінеральні та безалкогольні напої.

Як людина спокійна та цілеспрямована, Ви маєте на меті якісь далекоглядні цілі?
— В житті кожної людини є цілі та мрії, які поступово досягаються чи справджуються. В мене багато цілей у всіх сферах мого життя. Що стосується роботи, то планую працювати, щоб добувати досвід, зростати кар'єрно, здобувати нові навички. Одним словом, мій пріоритет – постійний розвиток та вдосконалення.

ІНДЕКС ДОСТУПНОСТІ ПИВА

В абсолютних цінах, якщо порівнювати з іншими країнами, в Україні пиво дешеве. Однак, по відношенню до середньої зарплати по країні, в Україні вже зараз, до підвищення акцизів, найдорожче пиво у Європі.

СЕРЕДНЯ ЦІНА
на полиці 1 л пива (в Євро)

ІНДЕКС ДОСТУПНОСТІ
пива (хвилин) *

Норвегія	11.8	8	Данія
Швейцарія	9.8	8	Німеччина
Ірландія	8.4	10	Нідерланди
Греція	8.2	13	Бельгія
Велика Британія	7.1	13	Австрія
Фінляндія	7.0	13	Швейцарія
Данія	6.3	14	Польща
Італія	6.1	15	Норвегія
Бельгія	6.0	15	Швеція
Швеція	5.7	16	Італія
Португалія	5.3	17	Фінляндія
Іспанія	5.2	17	Франція
Австрія	5.0	17	Іспанія
Словенія	4.9	18	Ірландія
Франція	4.8	18	Чеська Республіка
Нідерланди	4.6	20	Литва
Німеччина	3.8	20	Словаччина
Хорватія	3.7	20	Латвія
Росія	2.8	21	Велика Британія
Естонія	2.5	22	Естонія
Угорщина	2.4	23	Румунія
Чеська Республіка	2.2	24	Угорщина
Словаччина	2.0	25	Словенія
Україна	1.8	28	Білорусь
Латвія	1.8	29	Хорватія
Болгарія	1.6	32	Росія
Литва	1.6	34	Болгарія
Польща	1.5	37	Португалія
Румунія	1.3	37	Греція
Білорусь	1.2	48	Україна

джерело: Euromonitor 2012

* Скільки хвилин треба працювати людині з середньою заробітною платою для того, щоб заробити на 1 літр пива (враховувалася середня зарплата по країні)

ТИРАН

Георгій Олександрович

На пивоварні працює кілька тисяч людей і робота кожного з них є важливою для стабільного функціонування усього виробничого організму. «Вісник» пропонує більш детально познайомитися з вкладом кожного з оболонців у спільну справу. Екскурс у робочий день розпочинаємо з посади «оператор-налагоджувальник».

ПЕРЕД ТИМ, ЯК ПРИЙТИ НА «ОБОЛОНЬ», працював на солодівні, яка знаходилась у Києві по вулиці Фрунзе.

Я ПРАЦЮЮ НА ПОСАДІ НАЛАГОДЖУВАЛЬНИКА — оператора харчової промисловості.

ПОЧИНАВ ПРАЦЮВАТИ налагоджувальником на лінії розливу в склопляшки, а з часом перейшов на лінію з розливу в ПЕТ пляшки.

ДО МОЇХ ОБОВ'ЯЗКІВ ВХОДИТЬ обслуговування автоматів лінії розливу під час наливу та технічного обслуговування.

РОБОЧА ЗМІНА ТРИВАЄ 12 годин. За графіком протягом місяця працюємо 15 змін.

НА ПОЧАТКУ ЗМІНИ проводжу підготовку обладнання до роботи. Уточнюю у попередньої зміни зауваження щодо роботи автоматів.

ПІД ЧАС РОБОТИ виникають різні проблемні моменти. Особливу увагу приділяємо плівці, яку використовуємо для виробництва. Плівка має статичні властивості, які впливають на роботу автомата. Найкраще використовувати плівку, яка певний час знаходилась на зберіганні.

У МОЇЙ РОБОТІ ТАКОЖ важливим є контроль за якістю продукції та недопущення зупинки автомата.

ПРО ОСОБЛИВОСТІ нічого не можу сказати, головне, щоб менше неполадок виникало. Тоді працюється надійно і спокійно.

НАЙГОЛОВНІШЕ НА ВИРОБНИЦТВІ — це дотримання вимог охорони праці. Важливі самодисципліна та культура виробництва.

ЗАЛИШАТИ БЕЗ НАГЛЯДУ обладнання НЕ МОЖНА. Якщо одна машина дала збій, то все зупиняється. До роботи треба ставитись відповідально і за всім слідкувати.

ПОСТІЙНО ТРЕБА НАВЧАТИСЬ та самоудосконалюватись. У нас є вся необхідна документація. Сядь, почитай, щоб все відклалося. Там досконало все прописано.

ЛІНІЇ НЕ ЕКСПЛУАТУЮТЬСЯ ПОСТІЙНО. Є дні, коли проводиться технічне обслуговування та санітарно-профілактичні роботи. Раз на тиждень треба все перевіряти. Це як автомобіль: не можна кататись і не дивитись. Окремі бригади займаються чисткою, миттям та дезинфекцією. А наша справа — механізми подивитись, при потребі провести заміну деталей.

БРИГАДА, ЯКА ОБСЛУГОВУЄ лінію, складається з дев'яти чоловік. Кожну бригаду очолює бригадир. Кожен слідкує за роботою своєї машини.

Я ОБСЛУГОВУЮ автомат, який упаковує продукцію в плівку. Слідкую за якісним формуванням упаковки та її транспортуванням до палетизатора.

ПІСЛЯ ЗАВЕРШЕННЯ ЗМІНИ записуємо виявлені зауваження в роботі автомата. Ведемо облік матеріалів, що використовувались. Проводимо передачу зміни.

НА РОБОТІ ДОПОМАГАЄ досвід та знання. Крім того, є бригадир та майстри, вони завжди можуть допомогти.

МИ ПОСТІЙНО СПІВПРАЦЮЄМО з працівниками електроцеху та служби КВП. Якщо виникають питання в роботі електронної частини, тоді колеги приходять на допомогу. Все робиться для того, щоб виробництво не зупинялось.

МОЛОДИМ ЗАВЖДИ КАЖУ: не треба боятись.

«ОБОЛОНЬ» ДЛЯ МЕНЕ — це завод, на якому подобається працювати. Це один з кращих заводів на Україні.

ЧИТАЮ НАШ КОРПОРАТИВНИЙ журнал. Приємно, коли бачу на його сторінках портрети колег, яких добре знаю.

Налагоджувальник —
оператор цеху
розливу №1

Вік: 50 років
Стаж роботи в ПАТ «Оболонь»: 13 років
Хоббі: Яхтинг
Сім'я: дружина Світлана і донька Марія

«ОБОЛОНЬ»

очима споживачів

Успішність компанії великою мірою залежить від ставлення до неї споживачів, особливо, якщо компанія працює на ринку товарів масового споживання. При цьому не менш важливою є лояльність співробітників, рівень корпоративної культури, задоволеність персоналу своєю роботою. Дослідивши комплексно всі ці фактори, можна виявити існуючі вузькі місця і усунути їх.

На відміну від Європи і США, практика дослідження репутації ще досить слабо поширена серед українських компаній. Подібні дослідження проводять лише одиниці вітчизняних бізнес-організацій.

«Оболонь» в 2013 році провела перше репутаційне дослідження, яке тривало протягом липня-вересня. Його метою був збір інформації про корпорацію серед споживачів, партнерів і працівників. На основі отриманих даних був проведений детальний аналіз корпоративного образу у свідомості даних цільових груп. «Вісник» пропонує витримки з результатів дослідження репутації

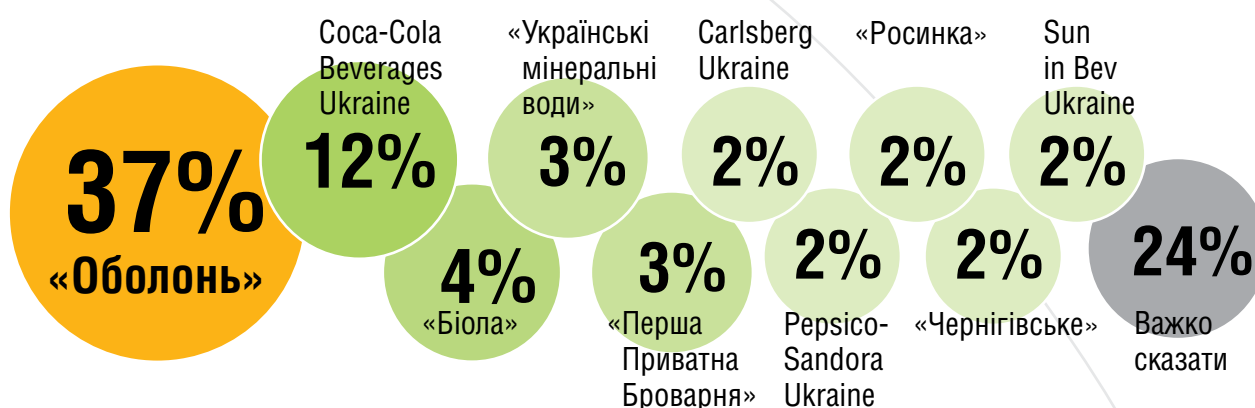
корпорації «Оболонь» серед дорослого населення України (серпень 2013 р., вибірка 907 осіб).

РЕПУТАЦІЯ ГАЛУЗІ

Ставлення до пивобезалкогольної галузі визначається як середньо-позитивне. В першу чергу споживачі високо оцінюють її рівень розвитку і значимість для суспільно-економічного розвитку: наповнення бюджету, створення робочих місць. Проте, відзначається і певна маса негативного сприйняття, пов'язана з поширенням міфів про пивний алкоголізм, відсутність регулювання споживання слабоалкогольних коктейлів.

Репутація компанії – це комплекс оціночних уявлень про компанію, сформований на основі ряду факторів, які мають значення для цільових груп (персонал, споживачі, партнери, інвестори, ЗМІ тощо). Репутація є найціннішим нематеріальним активом компанії. Правильне управління нею сприяє росту лояльності споживачів, персоналу, збільшенню продажів, посилює прагнення інших компаній співпрацювати з нею, зрештою, збільшує кількість рекомендацій її друзям і знайомим.

37% опитаних вважають «Оболонь» лідером пивобезалкогольної галузі України



Присутність корпорації «Оболонь» одразу в чотирьох категоріях ринку напоїв з сильними торговими марками в кожній з них підвищує її позиції в очах споживача, незалежно від уподобань респондента. Саме особливість асортименту і широку доступність продукції споживачі вважають основними причинами лідерства «Оболоні».

СТАВЛЕННЯ ДО КОРПОРАЦІЇ

«Оболонь» є лідером за рівнем знання і одна з найбільших компаній, лідер галузі на думку 40% опитаних. У своєму ставленні до «Оболоні» споживачі є традиційно позитивними: вони вважають її близькою, такою, що викликає довіру, відзначають широкий асортимент, доступність і хорошу якість продукції.

Уявлення респондентів про корпорацію «Оболонь»



Джерела інформації про «Оболонь»

- Джерела інформації про компанію за останні 6 місяців
- Найбільш довірчі джерела

ТВ-реклама продукції «Оболонь»	64%	30%
Відгуки друзів, та знайомих	35%	33%
Зовнішня реклама продукції «Оболонь»	26%	8%
Теле або радіо новини	16%	7%
Реклама продукції «Оболонь» у друкованих виданнях	9%	3%
Інформаційні матеріали в Інтернеті	8%	4%
Відгуки в соцмережах	6%	4%
Статті із звичайних газет і журналів	5%	2%
Нічого не чули про компанію, протягом останнього півроку	24%	

«Оболонь» — назва, відома практично кожному з опитаних, однак знання про компанію переважно поверхневі. У сприйнятті споживачів «Оболонь» — українська компанія, перш за все – виробник пива. Основним джерелом інформації про неї є телевізійна реклама продукції, при цьому відзначається високий рівень довіри до неї.

У іміджевому профілі корпорації споживачі найкраще зчитують характеристики, пов'язані з українською «природою» компанії, постійною динамікою та розвитком, впровадженням інновацій, лідерськими позиціями на ринку пива.

Незважаючи на абсолютну популярність назви «Оболонь» серед споживачів, рівень знань про компанію є невисоким. Як правило, споживачі не знають деталей діяльності корпорації, основний контекст знань стосується продукції, в першу чергу, пива, а також безалкогольних напоїв і мінеральної води.

Що цінують в корпорації «Оболонь»





З середини 90-х років «Оболонь», яка вже впевнено стояла на шляху самостійного розвитку, стала брати участь у міжнародних виставкових заходах і фестивалях, які проходили за межами України. Одним з таких заходів став «Московський фестиваль пива».

Для компанії участь у ньому була скоріше необхідністю, аніж справою престижу. Після розпаду СРСР оболонське пиво стало для російських споживачів експортним продуктом, інтерес до якого слід було постійно підтримувати. Саме тому наприкінці 90-х – початку 2000-х років. «Оболонь» щороку була учасником «Московського фестивалю пива», який, за задумом організаторів, становив аналогію фестивалям в Німеччині і Чехії.

«Московський фестиваль пива»

ІСТОРИЧНА ДОВІДКА

«Большой Московский фестиваль пива» проходив в столиці Росії з 1999 по 2011 роки і сприяв популяризації пива як народного напою. В програмі фестивалю були представлені понад 150 сортів пива з Росії, України, Білорусі, Німеччини, Чехії, Бельгії. З введенням обмежень на споживання пива на вулицях та у громадських місцях фестиваль з масштабного публічного заходу під відкритим небом перейшов на виставковій площині і поступово втратив свою популярність.

За традицією, в програмі фестивалю проходили народна і професійна дегустація пива. За словами начальника виробничої лабораторії Григорія Галака, який неодноразово представляв «Оболонь» у складі професійного журі, на етапі дегустації зразків пива на перший план виходила об'єктивність оцінок.

«До складу журі входили технологи – представники пивоварень, чия продукція була представлена в програмі фестивалю. Практично кожен з моїх колег під час сліпої дегустації міг «вгадати» своє пиво. Таким чином, потрібно було бути професіоналом високого рівня, щоб об'єктивно оцінити переваги і недоліки всіх представлених зразків. Тому я з особливою гордістю сприймав перемоги нашого пива».



«У 2001 році «Оболонь Світле» отримало нагороду у номінації «Краще пиво року» як найкраще імпортне пиво та увійшло до трійки «найнародніших сортів пива» за результатами народної дегустації. У 2002 році головний саббренд ТМ «Оболонь» здобув кубок як найкраще світле пиво. У 2003 році «Оболонь» виборола престижне звання «Кращого виробника імпортного пива» на Московському фестивалі пива, а у 2004 році одразу п'ять сортів пива ТМ «Оболонь» здобули нагороди за результатами професійної і народної дегустацій.

МОДА НА ІННОВАЦІЇ – СЛІДУВАТИ АБО ВДОСКОНАЛЮВАТИСЯ?

Бізнес-середовище стрімко розвивається, прогресує і вдосконалюється. Кожен день на ринок виходять нові продукти, створюються нові компанії та професії. Нові технології змінюють існуючі. Саме тому всім необхідні інновації. Інтеграція нововведень змінює потенціал, посилює конкурентоспроможність і професіоналізм компанії. Інноваційна діяльність – це покроковий процес змін для зміцнення зовнішньої позиції компанії в цілому, обумовлений можливістю вдосконалення і спрямований на конкретний результат – підвищення конкурентоспроможності та ефективності компаній. Завдяки інноваційним принципам і процедурам компанія може стати лідером, який задає тон гри у сфері пивоваріння, може отримати стійкі конкурентні переваги і змінити розстановку сил на ринку.

В даний час інновації стають найбільш важливим елементом економічного розвитку підприємств. Без інновацій будь-яка система досягла б стійкої рівноваги, яка буде перешкоджати подальшому розвитку галузі.

Процес впровадження інновацій є комплексним і досить складним, адже для того, щоб почати впроваджувати або вдосконалити будь-що в існуючій системі, необхідно поміняти якусь частину себе. У своєму житті я керуюся п'ятьма принципами, які допомагають мені не тільки в особистому плані, але і в професійному.

ПРИНЦИП ПЕРШИЙ. 1

Роби те, що тобі подобається, те, що ти любиш. Чи це якась домашня рутинна робота або складання бюджету на наступний рік – люби те, чим ти займаєшся. Чим би ти не займався, намагайся зробити все якнайкраще.

ПРИНЦИП ДРУГИЙ. 2

Говори «ні» тисячі речам, але кажи «так» кільком. Це не означає, що потрібно відмовитися від звичок, це означає, що потрібно відмовитися від помилкових шляхів, не брати на себе непосильну ношу у своїй справі. Зосередься на результаті і не розпорошуйся по дрібницях.

ПРИНЦИП ТРЕТІЙ. 3

Усвідомлюй, що будь-яка справа, якою ти займаєшся, – це важлива частина процесу. Почни з малого, але мрій про велике. Концентруйся на досягненні результату.

ПРИНЦИП ЧЕТВЕРТИЙ. 4

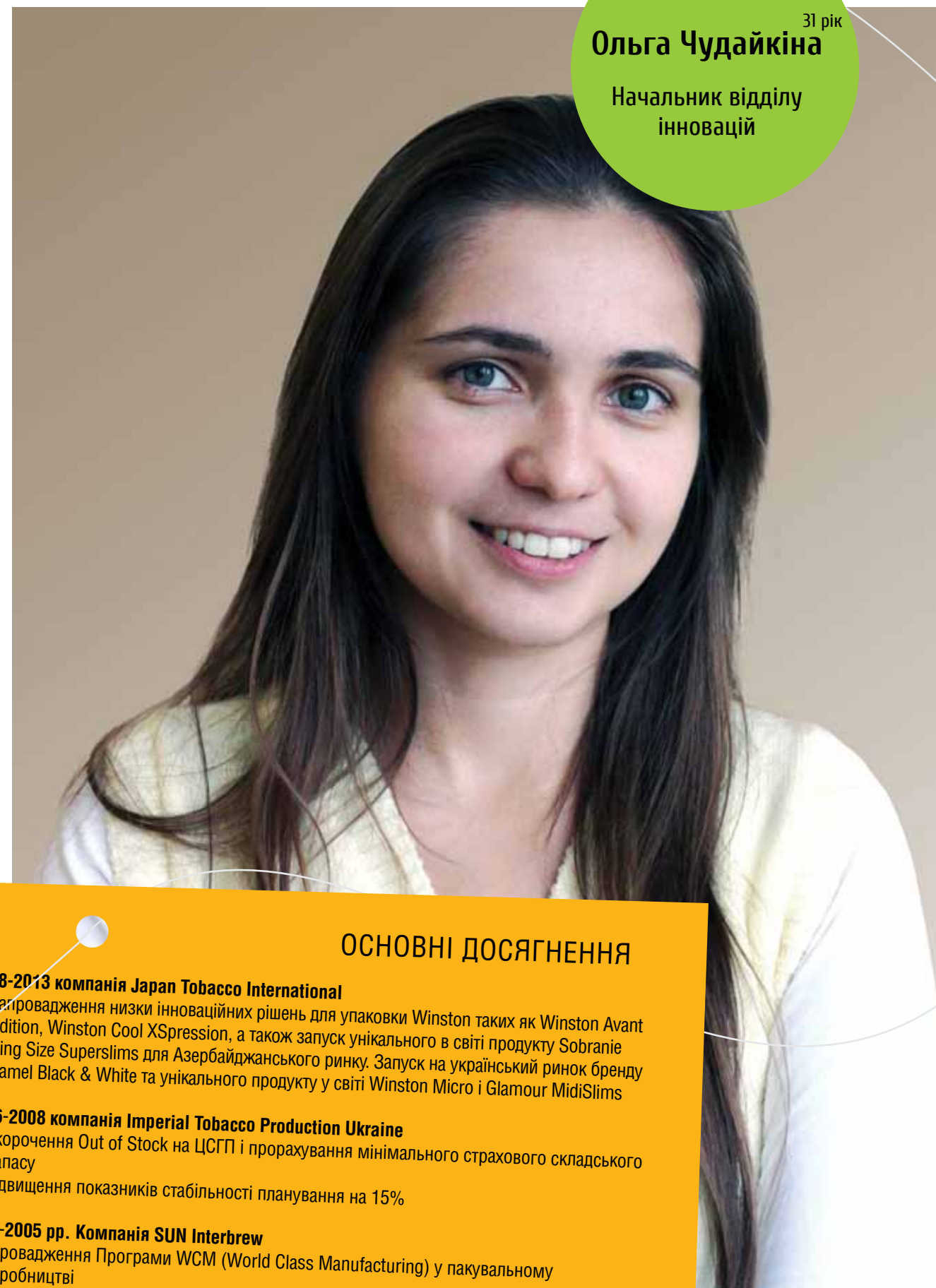
Думай нестандартно, думай по-новому, будь не такий, як усі. Використовуй творчий потенціал, здобувай досвід, ділися досвідом. Підходь до вирішення питання не по прямій звичній лінії. Використовуй потенціал свого мозку та не давай йому дрімати. Будь спроможним побачити геніальність у навіженій ідеї. Вір у себе, вір у свій потенціал і будь готовий завжди відстояти свою думку, адже самі навіжені ідеї – це ідеї, що змінюють світ. А якщо тебе спіткала невдача, вмій винести урок з невдач.

ПРИНЦИП П'ЯТИЙ. 5

Доноси свою думку ясно і зрозуміло. Ти можеш мати саму геніальну ідею в світі, але якщо ти не зможеш її донести, то неважливо наскільки ідея геніальна. Відмовляйся від догм. Щоб як слід оцінити нові принципи, спробуй вивільнитися з полону своїх колишніх уявлень.

31 рік
Ольга Чудайкіна

Начальник відділу
інновацій



ОСНОВНІ ДОСЯГНЕННЯ

2008-2013 компанія Japan Tobacco International

– Завпровадження низки інноваційних рішень для упаковки Winston таких як Winston Avant Edition, Winston Cool XSpression, а також запуск унікального в світі продукту Sobranie King Size Superslims для Азербайджанського ринку. Запуск на український ринок бренду Camel Black & White та унікального продукту у світі Winston Micro і Glamour MidiSlims

2006-2008 компанія Imperial Tobacco Production Ukraine

– Скорочення Out of Stock на ЦСГП і прорахування мінімального страхового складського запасу
– Підвищення показників стабільності планування на 15%

2003-2005 рр. Компанія SUN Interbrew

– Впровадження Програми WCM (World Class Manufacturing) у пакувальному виробництві
– Розробка комплексу заходів для оптимізації витрат пивоварних заводів SUN Interbrew Росії та України
– Впровадження програми автоматизованої звітності продуктивності ліній розливу IVAMS в Україні
– Впровадження інструментів, технологій та методів удосконалення виробництва заводів SUN

ЯК ПРАЦЮВАТИМЕ ЕТИЧНИЙ КОДЕКС

Етичні правила створюють особливі межі поведінки, їх мета — запобігти проявам неетичної поведінки в рамках колективу та у взаємодії з партнерами.

Етичний кодекс може мати будь-яка організація — як велика корпорація, так і маленька компанія.

І кожна організація розробляє свій кодекс і дає йому свою назву, наприклад: «Кодекс ділової етики» Procter and Gamble, «Кодекс принципів ділової етики» Unilever, «Зведення загальних ділових принципів компанії» Royal Dutch Shell, «Кодекс ділової поведінки» Coca Cola.

Нещодавно такий кодекс розроблено в корпорації «Оболонь».

В рамках роботи над Етичним кодексом було запрошено спеціалістів різних підрозділів: дирекція з кадрів, безпеки, якості та маркетингу. Після підготовки документ був погоджений Наглядовою Радою ПАТ «Оболонь». Однак, щоб документ мав дієвий вплив і не був декларативним, було розроблено положення про Етичну комісію. Це саме те об'єднання працівників, яке буде стояти на сторожі дотримання Етичного кодексу.

ЯКА РОЛЬ ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ

Останнім часом етичні кодекси почали розробляти і впроваджувати в життя українські компанії. Ключовими стандартами компетенцій (робочої поведінки) в них є такі: орієнтація на клієнта, мотивація на успіх, надійність, творчість, доброзичливі

стосунки керівництва з персоналом, командна робота та інше.

Корпоративні кодекси в організаціях виконують такі основні функції:

- управлінську — регламентують поведінку персоналу, пріоритети у взаємодії з клієнтами, акціонерами, партнерами, конкурентами, зовнішнім середовищем; визначають порядок прийняття рішення та неприйнятні форми поведінки
- розвитку корпоративної культури — транслюють корпоративні цінності, орієнтують працівників на єдині корпоративні цілі, тим самим підвищують корпоративну ідентичність працівників
- репутаційну — формують довіру до організації з боку зовнішнього середовища, підвищують її інвестиційну привабливість.

ЩОБ ЕТИЧНИЙ КОДЕКС ПРАЦЮВАВ, ЙОГО НЕОБХІДНО ВДОСКОНАЛЮВАТИ

Створення кодексу, природно, не обмежується тільки написанням тексту документа. Існує специфіка виконання подібних документів: змусити виконувати Етичний кодекс не можна. Тому для того, щоб він дійсно працював його необхідно постійно доповнювати та вдосконалювати. Тільки за умови прийняття кожним співробітником кодексу корпоративної етики він буде реально виконуватися.

Тільки за умови прийняття кожним співробітником кодексу корпоративної етики він буде реально виконуватися.

Етичний кодекс може постійно доповнюватись та вдосконалюватись. Варто лише запропонувати своє бачення або доповнення та подати пропозицію.

ЯК БУДЕ ПРАЦЮВАТИ ЕТИЧНИЙ КОДЕКС

Слідкувати за дотриманням Етичного кодексу повинні всі працівники. Для того, щоб його втілення проходило успішно, буде утворено Етичну комісію з числа досвідчених та авторитетних працівників.

Основні завдання Етичної комісії:

- надавати допомогу працівникам ПАТ «Оболонь» у вирішенні етичних конфліктів, скарг, претензій
- здійснювати контроль за професійною діяльністю працівників ПАТ «Оболонь» з метою недопущення фактів заподіяння шкоди репутації ПАТ «Оболонь» нечесними та недобросовісними діями працівників при здійсненні ними професійної діяльності
- здійснювати вивчення і дослідження питань з професійної етики
- розглядати письмові звернення працівників ПАТ «Оболонь» про порушення положень Етичного кодексу ПАТ «Оболонь», вживати необхідні заходи
- розробляти методичні рекомендації, що сприяють створенню умов для дотримання професійної етики працівниками ПАТ «Оболонь»
- розробляти пропозиції щодо внесення змін/доповнень в Етичний кодекс ПАТ «Оболонь» та до даного Положення.

ЯК РОЗГЛЯДАТИМУТЬСЯ ЗВЕРНЕННЯ

Будь-хто може подати до Етичної комісії звернення про порушення співробітниками ПАТ «Оболонь» Етичного кодексу. Саме звернення повинно викладатися письмово. У зверненні має бути зазначено:

- ім'я (найменування) особи, яка звертається із зверненням, її поштові реквізити, адреса електронної пошти, номер засобу зв'язку

- ім'я особи, щодо якої надходить звернення про порушення нею Етичного кодексу
- суть порушення, виклад обставин, якими обґрунтовується порушення
- перелік документів та інших матеріалів, що додаються до звернення.

На підставі даного звернення, за наявності обґрунтованої підозри про порушення співробітником Етичного кодексу, Етична комісія розпочинає розгляд. За результатами розгляду буде надано висновок щодо виявлення, підтвердження, спростування чи уточнення факту порушення.

Саме Етична комісія має повноваження прийняти рішення та кваліфікувати поведінку працівника як неетичну. Крім того, Етична комісія повинна надати рекомендації спрямовані на виправлення порушення. Також Етична комісія може виносити рекомендації керівництву ПАТ «Оболонь» про застосування відповідних дій щодо порушника.

Строк розгляду ЕК звернення про порушення Етичного Кодексу не повинен перевищувати одного місяця.

Інформація про можливі випадки порушення Етичного кодексу надсилається на електронну адресу personal@kiev.obolon.ua або подається письмово до відділу кадрів. Крім того, невдовзі можна буде заповнити спеціальну форму для звернення на сайті obolon.ua.

<http://obolon.ua/ukr/corporate-responsibility/staff/>.

ОБОЛОНЬ ДЕМОНСТРУЄ ПРОГРЕС У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ



президент корпорації
«Оболонь»

ОЛЕКСАНДР СЛОБОДЯН

«Оболонь», як представник національного бізнесу, вкотре демонструє зростання та зміцнює свої позиції і в Україні, і за її межами. Наші щорічні досягнення – це відкриття нових виробництв та ринків, створення нових продуктів, забезпечення гармонійного співіснування та взаєморозвитку в регіонах присутності. В наших планах на найближче майбутнє – продовжувати заданий рух, а також відкривати нові горизонти».

Реалізація стратегії сталого розвитку сьогодні є невід'ємним атрибутом будь-якої ефективної бізнес-організації. Сучасні споживачі висувають вимоги не лише до якості продукції, для них важливим є те, наскільки компанія є ефективною частиною соціо-економічного середовища.

«Оболонь» підготувала п'ятий Звіт зі сталого розвитку за 2012-2013 рр. Корпорація є однією з небагатьох в Україні, яка має тривалу історію звітування і демонструє не лише прозору, а й відповідальну діяльність. П'ятий, ювілейний Звіт зі сталого розвитку під назвою «На шляху до сталості» є результатом ефективної співпраці та діалогу між усіма зацікавленими сторонами.

У 2007 році «Оболонь» однією з перших в Україні приєдналася до Глобального договору ООН і розпочала надавати інформацію з корпоративної соціальної відповідальності у вигляді соціального звіту. Традиційно корпорація звітує у чотирьох областях: економічний вплив, охорона навколишнього природного середовища та комплексна екологічна культура, персонал та умови праці, соціальні інвестиції. Дані Звіту відображають ситуацію по всіх корпоративних підрозділах: віддалених виробництвах, дочірніх підприємствах та підприємствах із корпоративними правами.

Щорічний звіт пройшов аудит незалежної аудиторської компанії, що підтверджує його достовірність. З електронною версією звіту можна буде ознайомитися на корпоративному веб-сайті www.obolon.ua в розділі «Корпоративна відповідальність».

224

млн. грн.

Чистий прибуток у 2012 році

72

млн. грн.

Інвестиції у власний завод по виробництву ПЕТ-преформи в м. Олександрія (Кіровоградська обл.)

7

млн. грн.

Інвестиції у власний завод по виробництву сухариків у м. Коломия (Івано-Франківська обл.)

Наші досягнення

5 521

млн. грн.

Виручка від реалізації продукції у 2012 році

1 214

млн. грн.

Загальні відрахування (податки, акцизи, збори) корпорації «Оболонь» до бюджету у 2012 році

-7 %

Зменшення утворення відходів виробництва у 2012 році

Болгарія Гонконг
Нова Зеландія ОАЕ
Панама Сінгапур
Словаччина
Туреччина Чилі
Японія

Нові ринки збуту у 2012 році

30 %

Частка корпорації «Оболонь» у виробництві пива за підсумками 2012 року

6 027

осіб

Кількість працівників усіх корпоративних структур АТ «Оболонь»

73 %

Частка корпорації «Оболонь» в українському експорті пива

35

млн.

пластикових пляшок місткістю 1 л еквівалент пластикових відходів, що переробляються за рік на нашому заводі в м. Олександрія

1 074

тис. куб. м

Обсяг повторно використаної води на підприємствах корпорації «Оболонь» у 2012 році

-18 %

Зменшення викидів в атмосферу у 2012 році

Obolon в Instagram

INSTAGRAM —

безкоштовний додаток обміну фотографіями, що дозволяє користувачам робити фото, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і ряд інших соціальних мереж. Instagram робить фотографії в квадратній формі — як камери Kodak Instamatic і Polaroid.



Мільйони людей по всьому світу користуються Instagram. Але, незважаючи на таке широке захоплення, можна однозначно сказати, що інстаграмери — це особлива публіка. В середньому користувач проводить в Instagram 257 хвилин в місяць, а кожну секунду фото з Instagram отримують 8000 «лайків». У вересні цього року Instagram налічувала понад 150 мільйонів користувачів, що завняли близько 16 млрд. фото.

Впевнено заявляємо: Instagram — одна з наймодніших соціальних мереж. Крім шаленої популярності цей фотосервіс має ще одну особливість. Кожен користувач може додавати хештег — це слово або фраза, якій передують символ «#». Користувачі можуть об'єднувати групу повідомлень за темою з використанням хештегів — слів або фраз, які починаються з «#».

«Вісник» спробував пошукати хештег #obolon, і як виявилось, наші споживачі люблять фотографувати пиво у різних куточках планети. Instagram налічує десятки тисяч фотографій з хештегом #obolon. Фото, які нам вдалося знайти, зроблені в США, Великобританії, Росії, Польщі, Італії, Сінгапурі ...



«Жигулівське Експортне»

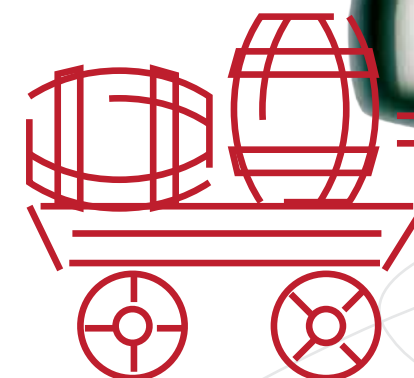
«Жигулівське» — найпопулярніший в колишньому СРСР сорт світлого пива. В далекому минулому на піку популярності його варили 735 заводів. На «Оболоні» виробництво «Жигулівського» розпочалося у 1980 році. А у 1989 році «Оболонь» першою серед радянських підприємств розпочала експорт «Жигулівського» за кордон. Перші поставки були до Великобританії. Вже у серпні цього року був випущений новий сорт — «Жигулівське Експортне».

«Жигулівське Експортне» — світле непастеризоване пиво, що містить сухих речовин 12,0% та алкоголю 4,7 %. Пиво зварене за класичним рецептом, з насиченим та виразним смаком. Дизайн виконано в класичному стилі, теплих пастельних кольорах, які найкраще передають дизайн в стилі 80-х. Зовнішній вигляд пляшки ніби ретроспектива з далекого минулого, яка виглядає сучасно, адже класика завжди в моді.

Артезіанська вода, найкращі інгредієнти зробили «Жигулівське Експортне» надзвичайно смачним. Пивовари відродили добре відомий багатьом нашим співвітчизникам смак. Тепер напій, якій відомий далеко за межами України, стане ще більш доступним. Основною рисою пива «Жигулівське Експортне» є відсутність пастеризації.

ОЛЕГ ВИННИК бренд-менеджер ТМ «Жигулівське»

«У 2013 р. на ринку пива України з'явилась велика кількість новинок в сегменті «Жигулівське». Для боротьби в даному сегменті та збільшення долі ринку, створено новий преміальний сорт Жигулівського пива — «Жигулівське Експортне».



«ВІСНИК»

слідкує за «оболонськими» новинами вже 17 років

Багато часу пройшло з тих пір, коли розпочався налив майданчика для будівництва нового пивоварного заводу, коли з цеху вийшла перша партія продукції. Серед працівників підприємства залишилося небагато очевидців того, як у 1992 році «Оболонь» отримала перший приватизаційний сертифікат Фонду державного майна.

Час йде, навколо все змінюється набагато швидше, ніж нам здається. Через кілька років ми вже погано пам'ятатимемо деталі сьогоднішніх подій. Людська пам'ять – річ ненадійна. Тому роль своєрідного хронографа «Оболоні» відводиться

«Віснику», який протягом двох десятиліть з року в рік фіксує все важливе, що відбувається в корпорації. Редакція «Вісника» пропонує проглянути найцікавіші публікації і пригадати, якою була «Оболонь» у 90-х.

1997

1 «7 серпня 1997 року вперше розлито новий слабоалкогольний напій „Сидр“». (№9 (40), вересень 1997 року)

2 «26 вересня 1997 року був вперше розлитий в 1-літрову пляшку ПЕТ новий безалкогольний напій „Оболонь оранж“. Цей напій цікавий тим, що він містить в собі добавку натурального апельсинового соку». (№10 (41), жовтень 1997 року)

3 «АТ „Оболонь“ придбало власну пресформу для видування 2-літрових пляшок ПЕТ. Переналадка лінії з 1-літрової на 2-літрову пляшку проводилась без зупинки виробництва у вихідний день. 6 жовтня 1997р. вперше була розлита мінеральна вода „Оболонська“ в 2-літрову фірмову пляшку». (№10 (41), жовтень 1997 року)

4 «25 листопада вперше було випущено в цеху розливу №2 експортне пиво, упаковане в пакети поліетиленової плівки». (№12 (43), листопад 1997 року)

1 «АТ „Оболонь“ має можливість відслідкувати тенденції на ринку за допомогою 4-х фірмових магазинів і виїзної торгівлі. Результати їх роботи є основою для визначення рейтингів оболонських напоїв.

...Великим попитом користується розливне світле пиво (багато споживачів вважають його нефільтрованим), його реалізація через фірмові магазини складає 10%. Друге місце займає „Соборне“, третє належить пиву „Преміум“. Що стосується безалкогольних напоїв в ПЕТ, найбільшим попитом користується напої так званого „ностальгічного“ напрямку:

1 місце – „Ситро“
2 місце – „Дюшес“
3 місце – „Крем-Сода“
4 місце – „Лимонад“

Треба відзначити, що зріс попит на напої з натуральним цитрусовим соком: „Оранж мандарин“ і „Оранж апельсин“...

Рейтинг слабоалкогольних напоїв є стабільним – перше місце утримує „Бренд-Кола“, потім йдуть „Джін-Тонік“, „Ром-Кола“.

(№10 (53), жовтень 1998 року)

2 «Важливий якісний крок у розвитку нашого підприємства – впровадження у життя нової програми „Євразик – європляшка“. Ідея цієї програми належить президенту АТ „Оболонь“ Слободяну О.В.

...19 листопада 1998 року о 8 годині 23 хвилини зійшла з конвеєра третьої лінії НРВ пляшка з новим дизайном етикетки пива „Оболонь Преміум“.

...Під нову пляшку розпочався випуск нового ящика, який не тільки міцний і надійний, а ще й виглядає дуже елегантно і солідно. На зеленому фоні ящика наноситься білою фарбою герб заводу і цей ящик помітно кидається у вічі і приємно виділяється серед інших ящиків...»

(№12 (55), грудень 1998 року)

1998

1999

1 «...Тому не дивно, що провідним гаслом АТ „Оболонь“ стало: „Жодного року без нового кроку“, яке існує не лише на словах. Якщо звернутися до хронології випуску заводом нової продукції, то вимальовується наступна картина. В травні 1997 року вийшли в світ такі улюблені на сьогоднішній день вітчизняним споживачам напої як „Дюшес“, „Ситро“, „Крем-Сода“; серпень відзначився випуском „Сидру“, а вересень – „Оболонь Оранж“. Цього ж року розпочато випуск баночної продукції. 1998 рік відзначився появою пива „2000“ та напою „Лимонад“.

(№10 (65), жовтень 1999 року)

2 «13 жовтня 1999 року було розлито новий напій „Живчик“. Цей напій може зробити справжню революцію смаку безалкогольних напоїв. „Живчик“ виготовлений з натурального яблучного соку і аромату з добавкою настою ехінацеї пурпурової, котра підвищує імунну систему. Все це разом відзначається гармонійним ароматом і смаком.

(№11 (66), листопад 1999 року)

3 «Цього року наше підприємство буде використовувати високоякісні гранули хмелю, тип 90, з ароматних вітчизняних сортів. Нова установка по грануляції хмелю запрацювала у місті Житомирі в кінці жовтня цього року. Новий гранулятор належить компанії „Укрхміль“ і це перший важливий крок на шляху переробки і збереження на тривалий термін якості хмелю».

(№11 (66), листопад 1999 року)

1996

1 «В грудні місяці 1995 року надійшла пропозиція на завод „Оболонь“ від партнерів солодовиробників Бельгії про те, що на півночі Франції, поблизу містечка Камбре, продається солодовий завод... В січні 1996 р. відбулись торги і був підписаний контракт на купівлю цього солодового заводу за чисто символічну ціну – 175 тис. доларів. Вже в кінці березня група технічних спеціалістів АТ „Оболонь“ виїхала на демонтаж обладнання французької солодовні. Висококваліфіковано працювали, віртуозно виконуючи демонтаж обладнання на різних висотах за допомогою елементарних інструментів і приладів».

(№10 (29), жовтень 1996 року)

2 «...За одну добу цех розливу пива у пляшки зумів використати можливості датографа і нанести на кожну етикетку пива „Оригінальне“ напис „пастеризоване“. Розбуджена творча фантазія не знає меж: на другий день, коли проводився розлив цього ж пива, але не пастеризованого, на етикетках з'явився напис „Золотий призер-96“».

(№10 (29), жовтень 1996 року)

3 «31 жовтня 1996 року в Москві проходила Друга Національна Урочиста церемонія „Лучшее пиво года-96“. Пиво „Оболонь Преміум“ визнано кращим пивом року».

(№11 (30), листопад 1996 року)

ІННОВАЦІЙНА КНИЖКОВА ПОЛИЦЯ

Сьогодні багато говорять про інновації. Особливо це стосується виробничих компаній, які ведуть діяльність на висококонкурентних ринках та постійно працюють над підвищенням власної конкурентоспроможності. Бізнесові інновації — сьогодні користуються найбільшим попитом. Саме тому, в книжковій полиці ми представили літературу, яка дає можливість заглянути у світ інновацій. В цих книгах ви знайдете відповідь на питання, яким задаються практично всі менеджери: «Як швидше впровадити інновацію, щоб забезпечити стабільний дохід на рівні вище середнього протягом десятиліть?».

НА ПІКУ МОЖЛИВОСТЕЙ. ПРАВИЛА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОФЕСІОНАЛІВ Роберт Поузен

Це перша книга про ефективність, написана практиком, а не консультантом. Автор книги входить до ради директорів чотирьох компаній та викладає в Гарвардській школі бізнесу. У книзі він розповідає, як правильно ставити цілі і ранжувати їх за пріоритетністю, які навички необхідні для успішної кар'єри і як їх отримати, як бути максимально ефективним у повсякденній роботі, у відрядженнях і на нарадах, і при цьому залишатися задоволеним своїм особистим життям.

Дотримуючись правил, про які йдеться в книзі, ви навчитеся фокусуватися на результаті і зробите все необхідне для досягнення поставлених цілей.

КОМУ ЧИТАТИ: менеджерам будь-якого рівня, широкому колу читачів.

СТРАТЕГІЯ ПРОРИВУ Сідні Фінкельштейн, Чарльз Харві, Томас Лотон

«Стратегія прориву» — це не зовсім книга, а інструмент, скориставшись яким, можна отримати можливість вивести свою компанію на домінуючі ринкові позиції.

Заснована на п'ятирічних дослідженнях і випробувана на практиці «Стратегія прориву» дає стратегічне бачення, здатне сприяти неймовірному зростанню. Саме ретельно продумана, але при цьому проста за своєю суттю і, головне, реалізована стратегія є основною підмогою у розвитку бізнесу.

Книга демонструє, як різні компанії досягали проривних результатів, у тому числі на прикладах JetBlue, Google, Harley-Davidson, Starbucks, Samsung, IKEA, Toyota. Тут також розкриваються причини, за якими колись сильні компанії зазнали поразки на полі конкурентної боротьби.

КОМУ ЧИТАТИ: маркетологам, менеджерам, керівникам

СТРІМКИ ІННОВАЦІЇ Майкл Л. Джордж, Джеймс Воркс, Кімберлі Вотсон-Хем

«Стрімкі інновації» — це процес створення нових продуктів, послуг, бізнес — моделей, засобів/методів, ринків з достатньою диференціацією та рівнем росту компанії.

У книзі «Стрімкі інновації» запропонована інфраструктура та інструменти для виходу на ринок товарів або послуг, створення високо диференційованого привабливого товару або послуги, а також набуття відповідного досвіду. Також вдало описано кроки, які дозволять значно скоротити період підготовки інновації, більш творчого підходу в тих видах інновацій, до яких ви прагнете.

КОМУ ЧИТАТИ: керівникам і менеджерам вищої ланки

90–100
грн

ПРАВИЛА ДЛЯ РЕВОЛЮЦІОНЕРІВ Гай Кавасаки

Книга Гая Кавасаки — це заклик до реалізації у світі інновацій.

Книга наповнена знахідками провідних компаній — інноваторів, таких як Amazon.com, Dell, Hallmark і Gillette, багата практичними прикладами досвіду «бійців» передової лінії. Книга «Правила для революціонерів» дасть вам можливість (підприємцю, інженеру, винахіднику, менеджеру або власнику бізнесу) перетворити мрії в реальність, реальність матеріалізувати в продукцію, а продукцію зробити магнітом для споживача.

Автор структурував свою книгу, слідуючи приказці: «Створюй як бог, керуй як король, працюй як раб». Саме це, на думку Гая Кавасаки, рецепт створення успішного бренду, культового продукту або прибуткової послуги.

КОМУ ЧИТАТИ: маркетологам, менеджерам, керівникам

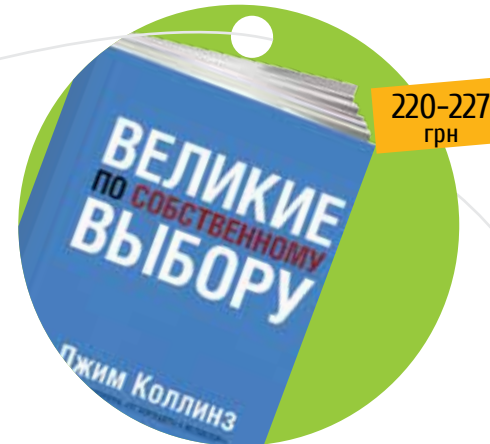
ВЕЛИКІ ЗА ВЛАСНИМ ВИБОРОМ Джим Коллінз і Мортен Хансен

На основі багаторічних досліджень Коллінз і його колеги Мортен Хансен виведено принципи створення великого та сталого підприємства.

Прочитавши цю книгу, ви дізнаєтеся, що:

- кращі лідери не відрізняються готовністю ризикувати або креативністю — вони дисципліновані, більшою мірою покладаються на досвід і параноїдально перестраховуються.
- інновація сама по собі — не козир. Набагато важливіше вміння керувати інноваціями, поєднувати творчість з самодисципліною.
- ідея про необхідність приймати «швидкі рішення» і «швидко реагувати» — серйозна помилка, через яку можна розбитися на великій швидкості.

КОМУ ЧИТАТИ: маркетологам, менеджерам, керівникам

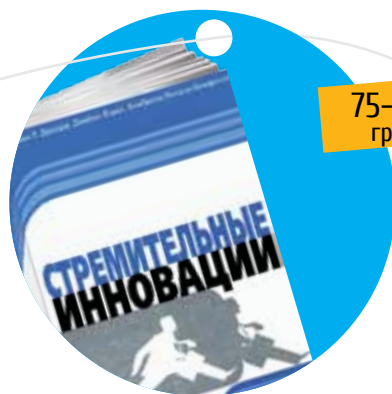
220–227
грн

ДИВНІ ІДЕЇ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ: 11 ½ ПРИЙОМІВ СТИМУЛЮВАННЯ, УПРАВЛІННЯ ТА ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙ Роберт Саттон

«Це чудова експресивна книга. Після її прочитання єдине, що буде здаватися справді страшним, так це значна частина сучасної теорії управління та існуючі прийоми управління персоналом».

Креативність, нові ідеї, інновації — ось ключі до успіху в усі часи, але в сучасній бурхливій економіці ці три елементи життєво необхідні, щоб просто утриматися на плаву. Однак, за словами Роберта Саттона, стандартні правила ділової поведінки та управління повністю протилежні якимсь, які необхідні для створення інноваційної компанії. У книзі «Дивні ідеї, які працюють», він користується результатами досліджень поведінкової психології, щоб пояснити, як можна стимулювати інновації в процесі найму, управління та мотивації персоналу, у створенні згуртованого колективу, прийнятті рішень, і взаємодії зі сторонніми організаціями і людьми.

КОМУ ЧИТАТИ: від студентів до досвідчених керівників.

135–140
грн75–85
грн

А також придбати у
найближчих книжкових
магазинах:

- Книгарня «КС», вул. Межигірська, 3/7
- Книгарня «КС», вул. Маршала Тимошенка, 13-А
- Книгарня «Є», вул. Саксаганського, 107/47
- Книжковий магазин «Читай-город»,
- ТРЦ «Дрім Таун», просп. Оболонський, 1-Б

Замовити ці книги
Ви можете з доставкою
в інтернет-магазинах:

- www.lavkababuin.com
- www.kniga.biz.ua
- www.fotomag.com.ua

Активний відпочинок у фітнес-центрі «Оболонь»

Тренд здорового способу життя набирає обертів і передбачає не лише відповідне харчування та відмову від шкідливих звичок, а й підтримку належної фізичної форми. Спорт завжди був важливою складовою корпоративної культури компанії «Оболонь» і сьогодні працівники корпорації та мешканці району отримали додаткову нагоду для активного відпочинку та вдосконалення своєї фізичної форми.



2 вересня розпочав роботу фітнес-центр на базі спортивно-оздоровчого комплексу «Оболонь-Арена». Зручне місце розташування та цілий комплекс послуг дозволяє відвідувати центр всією родиною, з друзями чи навіть самотійно. Головне, що заняття в ньому дають можливість розслабитися та відновити форму після напружених робочих буднів.

Головне місце у новому центрі відводиться тренажерній залі, у якій одночасно можуть комфортно займатися до 30 осіб. Два десятка сучасних тренажерів для всіх груп м'язів задовольняють вимоги не лише новачків, а й просунутих відвідувачів. Для зручності гостей центр пропонує сейфові шафи та роздягальні, де можна прийняти душ та привести себе до ладу після тренувань.

Жіноча аудиторія центру може також відвідати залу пілатесу та клубної латини, а для зовсім юних відвідувачів передбачені гуртки бальних танців, які незабаром почнуть свою роботу.

Усі заняття у фітнес-центрі проходять під наглядом досвідчених тренерів. Тому кожен з гостей центру перед початком тренувань може звернутися по консультації. У

тренажерній залі з відвідувачами працюють тренери Ігор Коленський, Анатолій Христиненко. Також передбачені персональні тренування. Заняття з особистим тренером, допоможуть не тільки вибудувати комплекс роботи над собою, а й значно підвищити ефективність тренувань.

Фітнес-центр створений для тих, кому важливо не тільки бути в тонусі, а й тренуватися з задоволенням. У той час, поки чоловіки качають м'язи в тренажерній залі, жінки займаються фітнесом, дітвора знайде собі заняття і друзів у дитячих танцювальних колективах.

Незабаром розпочне свою роботу фітнес-бар, куди варто зазирнути після фізичного навантаження, щоб розслабитися і випити трав'яний чай, фреш чи кисневий коктейль. Для всіх відвідувачів на першому поверсі

стадіону «Оболонь-Арена» працюють кафе та фірмовий магазин.

Фітнес-центр «Оболонь» розташований на цокольному поверсі приміщення стадіону «Оболонь-Арена» по вулиці Північна, 26. Графік роботи: щодня з 10.00 до 22.00.

Фітнес-центр
створений для тих,
кому важливо не
тільки бути в тонусі,
а й тренуватися з
задоволенням.

«Оболонь-Бровар» на початку довгого шляху



Після того, як 14 червня керівники футбольного клубу «Оболонь-Бровар» дізналися про те, що він отримав атестат учасника чемпіонату України серед команд другої ліги, почалася ретельна побудова боєздатного колективу, який би міг конкурувати з професійними вітчизняними колективами.

Звісно реалії підказували, що склад, який на той момент вже місяць виступав на аматорському рівні, не відповідав майстерності майбутнім опонентам киян. Саме тому «біло-зелені» стали найактивнішим клубом третього українського дивізіону в плані трансферної політики.

Як наслідок за досить короткий проміжок часу на Північній утворився дуже цікавий колектив. Тренери «броварів» Сергій Солдатов та Олег Мазуренко знайшли місце на полі, як 34-річному Корневу, так і 16-річним

Мар'яну Литовчаку та Олегу Слободяну. Коктейль з досвіду та молодості почав приносити результат одразу, з перших турів чемпіонату. За домашньою нічиєю з миколаївською «Енергією» була здобута гостьова перемога над грізним криворізьким «Гірником». Безпрограшна серія амбітних новачків завершилась лише у 6-му турі, коли кияни поступилися у Комсомольську місцевому «Гірник-Спорту».

Трагедії з тієї поразки ніхто не робив. Адже всі розуміють, що нині команда знаходиться на початку довгого шляху. Історія знає немало прикладів, коли клуби, на кшталт німецького «Хоффенхайму», з любителів зростали до рівня учасників елітного дивізіону. Чи по силам це «Оболонь-Бровару»? Час покаже. Президент клубу Олександр Слободян поки що утримується від прогнозів. За його словами починати збирати каміння потрібно буде взимку, коли команда завершить першу частину чемпіонату. А Сергій Солдатов вважає, що хлопцям потрібно зігратися, й результати не змусять чекати.

Давайте повіримо наставнику й будемо плекати надію на те, що колись на Північну повернеться свято Прем'єр-ліги. А поки що підтримуватимемо своїх улюбленців й будемо зростати разом з ними, адже це завжди актуально.





6 причин відмовитися від перфекціонізму

Тал Бен-Шахар, психолог, який 20 років вивчає перфекціонізм. Він виявив, що існує два його види – позитивний і негативний. Перший він назвав оптималізмом, другий – традиційним перфекціонізмом.

Перфекціоністи заперечують все, що розходиться з їх уявленнями, а потім страждають, коли не відповідають своїм нереальним стандартам. Оптималісти приймають життя таким, як воно є і отримують користь із всього, що відбувається.

ПЕРФЕКЦІОНІСТ

- Шлях як пряма лінія
- Страх перед невдачею
- Зосередженість на цілі
- Оборонна позиція в відносинах
- Шукач помилок
- Строгий
- Консервативний, статичний

ОПТИМАЛІСТ

- Шлях як спіраль
- Невдача як зворотній зв'язок
- Зосередженість на шляху і меті
- Відкритий до порад
- Шукач переваг
- Поблажливий
- Легко пристосовується, активний

1

ВИБІР ШЛЯХУ

Пряма лінія — ідеальний шлях до мети для перфекціоніста. Кожен поворот в сторону — це невдача або провал для нього. Для оптималіста невдача — неминуча частина шляху. Його шлях до мети завжди містить кілька поворотів.



2

НАВЧАННЯ НА ПОМИЛКАХ

Головна риса перфекціоністів — боязнь невдачі, вони намагаються уникнути падіння і помилок. Але помилки допомагають людям перевірити себе на міцність. Коли ми йдемо на ризик, падаємо і знову піднімаємося — ми стаємо сильнішими. На основі досвіду ми розвиваємося, і в цьому нам більше допомагають поразки, а не успіхи. Невдача не обіцяє успіху, але відсутність невдачі завжди означає і відсутність успіху.

Ті, хто розуміє, що невдача завжди пов'язана з успіхом — вчаться на своїх помилках, розвиваються і в підсумку досягають успіху.

3

НИЗЬКА САМООЦІНКА

Перфекціоніст створює собі такі умови, в яких неможливо жити з нормальною самооцінкою: він постійно критикує себе, звертає увагу тільки на свої недоліки і не цінує те, чого вже досяг. Крім того, схильність до ідеалізації змушує перфекціоністів роздувати маленькі перешкоди до розмірів катастроф. У таких умовах низька самооцінка гарантована.

Парадоксально, але психологи з'ясували, що самооцінка людини зростає, коли вона зіштовхується з невдачами, тому що усвідомлює — поразка не так жахливо, як уявлялося. Перфекціоністи уникають випробувань через страх невдач — а це все одно що вселяти собі думку про те, що ти не здатний впоратися з труднощами.

4

МАКСИМАЛЬНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ

Психологи Джон Додсон і Роберт Йеркс довели, що людина може досягти максимального результату, коли знаходиться в стані між апатією і тривожністю. Таку ступінь збудження під час роботи відчуває якраз оптималіст — завдяки прийняттю невдачі як природної частини життя з одного боку і боротьби за успіх з іншого.

5

ОТРИМАННЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ВІД ШЛЯХУ

Перфекціоніст прагне до ідеального результату. Спочатку його наміри сильні, і він працює без втоми, а в підсумку швидко отримує перевтому, якщо сам процес не приносить задоволення.

Шлях оптималіста приємніший: він отримує задоволення від своєї роботи і залишається завжди зосередженим на цілі. Його дорога до успіху не «пряма лінія», але він до цього і не прагне — він бореться, сумнівається, програє і іноді страждає, але в підсумку досягає успіху.

6

ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЧАСУ

Робота повинна бути зроблена ідеально, або її не варто робити взагалі — максималізм перфекціоністів приводить їх до неефективного використання часу. Ідеальне виконання (якщо воно взагалі досяжне) — вимагає величезних зусиль, які не завжди виправдані щодо деяких завдань.

Оскільки часнаш — найцінніший ресурс, перфекціонізм «влітає в копійчку». Тисячі годин перфекціоністи витрачають на завдання, які насправді не вимагають ідеальності.

Оптималісти підходять до цього мудріше: там, де завдання дійсно важливе, вони витрачають стільки ж часу, скільки перфекціоністи. Але частіше завдання досить виконати добре, а не ідеально.

Перетворення з перфекціоніста в оптималіста — проект довжиною у життя. Це подорож, яка вимагає багато терпіння, часу і зусиль. Той, хто його пройде, зможе змінити своє життя на краще.



«Вишиванка – для коханого, а для себе – маки з бісеру»

Традиція розшивати одяг, предмети побуту намистинами, перлами існує у багатьох народів. Згідно з археологічними даними, бісер був знайомий вже в Київській Русі. Саме тоді яскраві, багатобарвні вироби з бісеру отримали надзвичайну популярність.

Чого тільки не робили наші предки з бісеру. Вишивали картини з жанровими сценками, ікони. Це не тільки неймовірна краса, а ще і кропітка робота. Це справа до душі, яка потребує повної віддачі, терпіння, душевного тепла та таланту, і бажання своїми руками робити гарне, робити те, що буде приносити задоволення. Саме такими якостями і володіє юрисконсульт, член правління Охтирського пивзаводу Юлія Дульська. Весь вільний час Юлія проводить за своїм захопленням – вишивкою бісером.



► Юлю, розкажіть, як давно ви захоплюєтесь таким неймовірно гарним видом творчості?

— З дитинства мою увагу привертала вишиті картини, які робила моя мама – Тетяна Василівна. Але спробувати створити таку красу своїми руками спочатку не осмілювалась. Згодом, коли трохи піросла і переконалася у своїх силах, взялася за нитки. Першою роботою були рожеві айстри, вони ніби проросли на льняному полотні. Вони й зараз збереглися в колекції, як нагадування про моє починання, про перші кроки до прекрасного. А потім на світ одна за одною стали з'являтися різні роботи.

► З чого розпочалась ваша дивовижна подорож у яскравий світ бісеру?

— Бісером вишиваю вже три роки, надихнула творчість мами, яка вишиває картини стрічками (в колекції мами близько 30 картин). Так, крок за кроком і стали складатися маленькі намистинки в чудові твори. Вишивка бісером – цікаве і захоплююче заняття. Колись в Феодосії в храмі Святої Великомучениці Катерини побачила велику ікону святої, вишиту бісером, з того часу дуже захопилася вишивкою бісером саме ікон. Зараз у колекції маю більше 10 різних ікон бісером. Одну із своїх робіт – ікону Св. Великомучениці Тетяни вишила і подарувала своїй мамі в знак подяки за натхнення до вишивки.

► Чим робота з бісером відрізняється від традиційного вишивання?

Захоплює сама суть процесу вишивання. Вишивати і нитками, і бісером однаково цікаво. Але бісер мене захопив, він оживляє зображення, робить його об'ємним, яскравим, техніка самої вишивки, мені здається, більш цікава і сучасна. Я вишиваю не простими «паралельними рядками», як найчастіше поширено, а «вільним контуром» уздовж ліній малюнка, підкреслюючи напрямом шва форму предметів. Зробити їх дуже складно і потрібно багато часу. Але, якщо підійти до справи відповідально з душею та з любов'ю, все вийде. Зараз вишиваю тільки бісером і саме ікони, на радість собі та людям... Але в мене багато планів, зараз розпочала вишивати вишиванку для коханого чоловіка, згодом мрію вишити справжню українську жіночу сорочку, в кращих традиціях Слобо-

У кожную свою роботу я вкладаю всю теплоту душі. Я завжди насолоджуюсь результатом, інколи не можу навіть повірити, що це створила я.

жанщини, щоб на ній бісером засяяли різні яскраві квіти – червоні маки, голубі васильки і т.д.

► Що саме для вас означає ця творчість? Чи не замислювалися ви заробляти на цьому чи взагалі змінити професію?

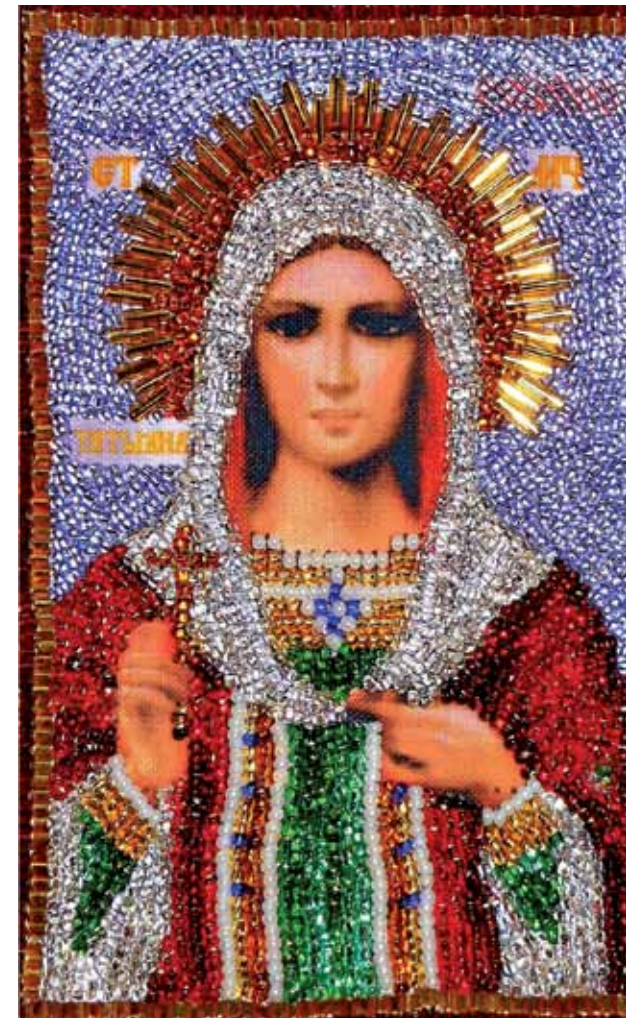
— У кожную свою роботу я вкладаю всю теплоту душі. Я завжди насолоджуюсь результатом, інколи не можу навіть повірити, що це створила я. Ніби з'являється гордість за саму себе. Праця в мене не завжди спокійна, тому приходячи до дому і беручись за вишивання я заспокоююсь, та поринаю у світ яскравих кольорів. Свої роботи я не продаю – вони ж як діти (усміхається). Хоча купити ікони пропонували не раз. Я скільки себе пам'ятаю, завжди була творчою людиною. Інколи ловлю себе на думці – чому не пішла у творчу професію? Але я люблю свою роботу і творчість також, я вважаю, що мені вдалось знайти золоту середину.

► Вишивання бісером переживає епоху відродження?

Вишивання бісером по тканині – давнє, відоме у всьому світі мистецтво, яке сьогодні переживає епоху відродження. Бісер – це невеликі або маленькі (найчастіше скляні) бусинки з наскрізними отворами, крізь які їх можна нанизувати на дріт, нитку або волосін. Використовуючи бісер, можна створювати всілякі прикраси, кольє і намисти, браслети і колечка, амулети, предмети домашнього вжитку; ним розшивають головні убори та одяг (включаючи царську і верховного духовництва), роблять іграшки та сувеніри, викладають картини та ікони. У всі часи люди високо цінували видатні

зовнішні якості бісеру, його красу, міцність, те, що він не псується від часу, не занадто чутливий до світла, тобто не вигорає так сильно, як папір, тканина або фарба, і не ламається.

Скляні намисти набагато більш пізніх століть були знайдені вченими в гробницях стародавніх єгиптян часів 18-ої династії (1580 до н.е.). На думку археологів, єгиптяни вміли робити скляні намисти вже в часи 12-ої династії (2000 рік до н.е.). На наступному щаблі розвитку складного майстерності в Єгипті з'явилися вже не просто намистини, а бісер. Каїрський Музей зберігає дуже цікаву одягу з бісерної сітки, яка створена з бісеру блакитного та зеленого кольорів, непрозора, циліндричної форми. У сітку вплетені бісерні зображення єгипетських божеств.



У Стародавньому Єгипті бісер і намистини були не тільки прикрасою, але й засобом обміну на інші товари, тобто практично грошовою одиницею.

- 1 Джон Энрайт
психолог, спеціаліст з гештальт-терапії



«Мислити по шаблону – найвірніший спосіб завалити справу».

- 2 Отто фон Бісмарк
перший канцлер Німецької імперії



«За будь-яку доручену справу повинна відповідати одна і лише одна людина».

- 3 Ліно́р Горалі́к
прозаїк, поет, есеїст



«Розвиток – це болісний і конфліктний процес відмови від уже працюючих моделей на користь нових».

- 4 Джон Кей,
новозеландський політичний діяч



«Конкурентна перевага виникає не тому, що ми йдемо по доріжці, успішно протоптаній іншими, а тому, що ми йдемо по доріжці, не доступній іншим».

- 5 Писарев Дмитро
російський публіцист і літературний критик



«Бажання висловитися майже завжди буває сильніше, ніж бажання чогось навчитися».

- 6 Наполеон Бонапарт
французький полководець і державний діяч



«Велике мистецтво виграти битви полягає в умінні змінювати напрям головного удару в процесі його нанесення».

- 7 Джон Едейр
британський учений



«Не розповідайте мені, як завзято ви працювали. Говоріть, скільки ви зробили».

- 8 Генрі Девід Торо
письменник і філософ



«Якщо ви будували повітряні замки, це не означає, що ви працювали даремно: повітряним замкам місце в повітрі. Залишається тільки підвести під них фундамент».

- 9 Сомерсет Моем
англійський письменник, агент англійської розвідки



«Якщо ви відмовляєтеся приймати в житті що-небудь, крім самого кращого, ви дуже часто отримуєте саме найкраще».

- 10 Олдос Хакслі
класик англійської літератури XX століття



«Досвід – це не те, що відбувається з людиною, а те, що робить людина з тим, що з нею відбувається».



www.obolon.ua

