

АТРИА РОССИЯ

Когда еда – в радость.

КОРПОРАТИВНАЯ ГАЗЕТА КОМПАНИИ «АТРИА РОССИЯ»

№2 (42) апрель - май 2011

АКЦЕНТЫ

Ярмо Линдхольм возглавил «Атриа Россия»

С 21 апреля Ярмо Линдхольм был назначен генеральным директором компаний ООО «Пит-Продукт» и ООО «КампоМос», а также исполнительным вице-президентом «Атриа Россия». Представляем вам нового руководителя компании.

Ярмо, расскажите, пожалуйста, немного о своём опыте работы до того, как вы пришли в группу компаний «Атриа».

Я окончил Школу экономики в Хельсинки и получил степень магистра экономических наук. Уже около 15 лет я работаю в сфере FMCG. Сразу после обучения я стал работать ассистентом по клиент-маркетингу в компании Kraft Foods (второй по величине в мире концерн по производству продуктов питания), где взаимодействовал с крупными розничными клиентами и отвечал за категорийный менеджмент. С конца 1998 по 2000 годы я работал менеджером по работе с клиентами и электронному бизнесу в компании Unilever в Финляндии (мировой лидер по производству товаров ежедневного спроса). За два года мне удалось осуществить свыше 50 проектов с розничными клиентами. Затем я перешел в компанию AC Nielsen (крупная международная исследовательская компания) на должность менеджера по работе с клиентами и позднее – менеджера по маркетингу. В мае 2002 года я начал работать в группе компаний «Атриа».

Как развивалась ваша карьера в концерне «Атриа»?

За время работы в «Атриа» я сменил порядка восьми разных должностей. С 2002 по 2005 годы я работал менеджером по маркетингу, а затем был назначен директором категории готовых продуктов, а с 2007 года – директором по маркетингу. Позднее в этом же году я стал директором по маркетингу и развитию продуктов в «Атриа Финляндия», а также одновременно вице-президентом «Атриа» по развитию продуктов. Я отвечал за маркетинговую стратегию, разработку новых продуктов, трейд-маркетинг и категорийный менеджмент во всех странах. С 2008 года я получил должность коммерческого директора в «Атриа Финляндия», отвечая за объём продаж в 550 миллионов евро (при показателе EBIT в 47 миллионов евро), маркетинг и развитие продуктов. С 2011 года я возглавил направление «Product Leadership» («Лидерство по продукту») в группе компаний «Атриа», являясь вице-президентом по данному направлению. И вот с апреля 2011 года я был назначен исполнительным вице-президентом «Атриа Россия», генеральным директором компаний «Пит-Продукт» и «КампоМос» и переехал в Россию. Мое основное место работы находится теперь в Санкт-Петербурге. В ближайшем будущем я планирую посетить все наши производственные площадки и познакомиться с их сотрудниками.

Какие первоочередные задачи вы ставите перед собой в новой должности?

Рынок России принципиально отличается от рынков скандинавских стран. Раньше мне доводилось работать с некоторыми российскими организациями, и я имею представление о том, как ведётся бизнес в России. Сейчас моя основная задача – познакомиться и пообщаться с руководителями и сотрудниками компании, чтобы составить более детальное представление о деятельности различных подразделений и всех бизнес-процессах. Конечно, я уже хорошо знаю финансовые показатели и положение «Атриа Россия» на рынке, но мне нужно изучить подробнее всю бизнес-ситуацию. Так что в первые месяцы работы в России я ставлю перед собой задачу полностью войти в курс дел, лучше понять российский рынок.

Какая наиболее важная цель стоит сейчас перед компанией «Атриа Россия» и её сотрудниками?

В настоящее время «Атриа Россия» демонстрирует очень плохой показатель прибыльности. Оборот компании в 2010 году достиг 129,2 миллиона евро, в то время как показатель EBIT (прибыль до уплаты процентов и налогов) составил -27,9 миллионов евро. В процентном соотношении это означает, что уровень EBIT составляет -21,6% от оборота, что говорит об убытках компании, и это является неприемлемым финансовым результатом. Развитие компании «Атриа Россия» не происходило в нужном направлении за последние два года. Компания смогла достичь роста объёмов продаж, но при этом прибыльность стремительно ухудшалась. В любом бизнесе владельцы компании всегда ожидают возврата от своих денежных инвестиций. Вот почему новый президент «Атриа» Юха Грён пришел к выводу о необходимости изменений в руководстве. Сейчас наша основная цель – изменить финансовую ситуацию в лучшую сторону и сделать компанию прибыльной. Очевидно, что этот процесс не будет лёгким, поэтому все мы должны работать еще эффективнее, чем когда-либо ранее.

Какую роль в достижении этой цели играет внедрение новой стратегии – «Лидерство по продукту»?

Стратегия «Лидерство по продукту» – это не только конкретные действия, которые необходимо предпринять, но и образ мыслей, который должен быть присущ каждому сотруднику. Мы стремимся стать «выбором №1» клиентов и потребителей! Для этого нам нужно изменить подход к ведению бизнеса – с ориентации на производство на нацеленность на клиентов и потребителей. Если мы успешно внедрим эту стратегию, то наши клиенты будут понимать, что компания «Атриа Россия» является лучшей компанией для сотрудничества, с ней удобно и эффективно работать, а российские потребители будут выбирать в магазинах наши продукты как лучшие на рынке и станут рекомендовать их своим родственникам и друзьям. Таким образом, мы будем развивать бизнес компании, поставив в



Ярмо Линдхольм

приоритет нашу продукцию: мы должны предложить российским потребителям интересные продукты стабильно высокого качества, а нашим клиентам – удобные условия работы с нами. При этом нам определенно всегда нужно думать об эффективности затрат. Важно понимать, что воплощение стратегии «Лидерство по продукту» – это не только деятельность служб маркетинга и продаж, а совместная работа всех подразделений компании. Любой сотрудник в организации может повлиять на этот процесс.

Ярмо, расскажите, пожалуйста, немного о себе, своей семье, как вы любите проводить свободное время.

В настоящее время я планирую переехать жить в Санкт-Петербург, как только будут оформлены необходимые документы. Я женат, у меня есть дочь Мианна, которой скоро будет 6 лет. Моя семья останется жить в Финляндии, но мы будем регулярно навещать друг друга. В свободное время мне нравится заниматься спортом: посещать спортзал, бегать, играть в бадминтон, в гольф. Я также люблю вкусно поесть, особое предпочтение отдаю хорошему стейку с бокалом вина.

Сейчас я очень хочу узнать больше о русской культуре, я уже пять месяцев учил русский язык в Финляндии, и буду продолжать занятия здесь, в Санкт-Петербурге. Я также стремлюсь прочитать больше русской классической литературы, чтобы лучше понять российский менталитет.



Исполнительный вице-президент «Атриа Россия»,
генеральный директор ООО «ПИТ-ПРОДУКТ»
и ООО «МПЗ «КампоМос»
Ярмо Линдхольм



Директор
по продажам
**Александр
Джуринский**



Директор
по маркетингу
**Александра
Савина**



Директор
по производству
**Сергей
Чулков**



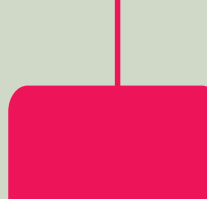
Финансовый
директор
**Андрей
Шкредов**



Директор
по персоналу
**Светлана
Акимова**



Директор
по логистике
и закупкам
Сергей Волков



Руководитель
службы внутреннего
контроля
**Александр
Ильин**

НАШ ОПРОС

Результаты опроса оглашены

Подведены итоги опроса персонала группы компаний «Атриа» (Atria Plc), который проводила независимая финская исследовательская организация Corporate Image Oy в январе-феврале 2011 года.

Напомним, что в 2011 году опрос проходил уже во второй раз и практически во всех подразделениях группы Atria. В нём не участвовали только те компании, которые вошли в структуру концерна после 2008 года, поскольку основные задачи опроса – сравнение результатов 2008 и 2011 годов и оценка тех мер, которые были приняты за это время на основании полученных тогда данных. Так, в России были опрошены только сотрудники ООО «Пит-Продукт», а работники ООО «КампоМос» начнут участвовать в данном исследовании в следующий раз.

Целью проведения анкетирования было узнать мнение всех сотрудников (от рабочих до топ-менеджеров) о сильных и слабых сторонах организации, об удовлетворенности работой в компании, о коммуникации и руководстве, об условиях работы и рабочей атмосфере и т.д. В ходе опроса сотрудники также смогли внести свои предложения по развитию и улучшению каких-либо процессов.

О результатах опроса в «Атриа Россия» рассказала менеджер по исследованиям Corporate Image **Кайса Кайтосалми** во время встреч с директорами и руководителями компании «Пит-Продукт» 8 апреля.

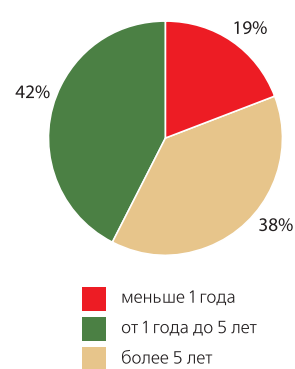
До конца мая руководители проведут аналогичные встречи со своими непосредственными подчиненными, на которых у сотрудников будет возможность ознакомиться и обсудить результаты опроса по своему подразделению, а также выработать на их основании план дальнейшего развития.

Представляем вам некоторые результаты опроса.

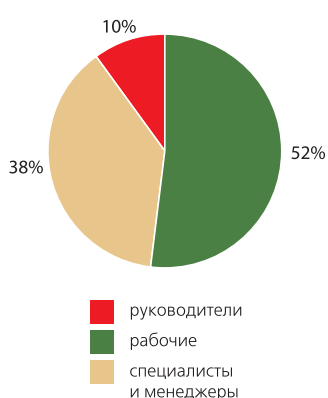
Всего в исследовании приняли участие 4662 сотрудника группы компаний «Атриа» (что соответствует 82,3% от общей численности персонала).

В «Атриа Россия» (только ООО «Пит-Продукт») заполнили анкету опроса 1081 сотрудник (в 2008 году участвовали 777 респондентов). Процент опрошенных сотрудников компании «Пит-Продукт» составил 82,9% (62% в 2008 году), что можно считать очень хорошим показателем. При этом только 11% от всех рос-

Как долго вы работаете в компании?



Группы персонала



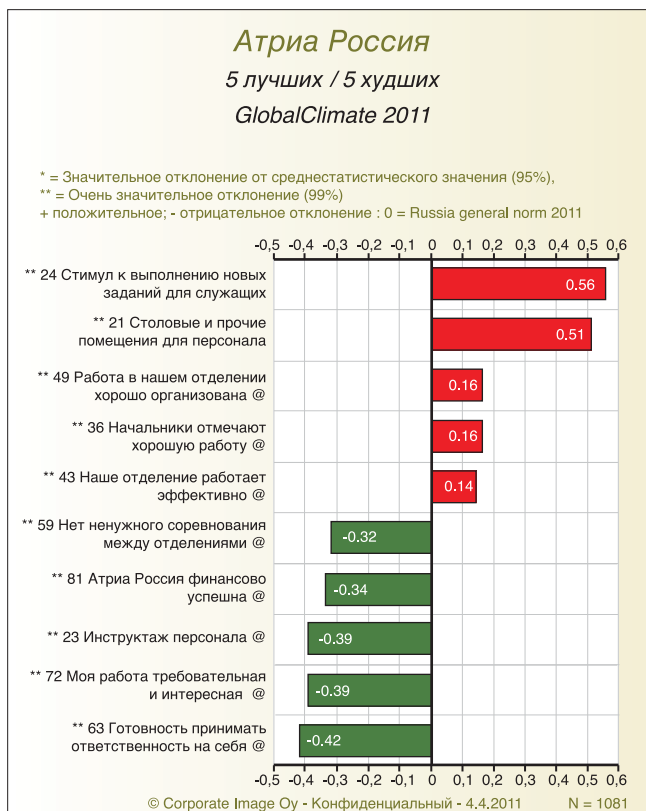
сийских респондентов ответили на вопросы в Интернете (в 2008 году 10%), остальные (89%) заполнили бумажную версию анкеты. 19% ответивших сотрудников работают в компании «Пит-Продукт» меньше одного года, 42% – от одного года до пяти лет и 38% – более пяти лет. 52% респондентов являются рабочими, 38% – специалистами и менеджерами и 10% – руководителями.



Менеджер по исследованиям Corporate Image Кайса Кайтосалми представила результаты опроса руководителям «Атриа Россия»

Результаты, полученные в компании «Пит-Продукт», сравниваются с так называемой общероссийской нормой. Эта норма выводится на основе итогов других исследований (около 26000 респондентов), которые за последние шесть лет проводило агентство Corporate Image в международных (преимущественно финских) компаниях, работающих на территории России.

Все результаты данного опроса представлены как разница в лучшую или худшую сторону относительно общероссийской нормы (равной нулевой отметке): положительные мнения отмечены на графиках справа от нулевого уровня, а отрицательные – слева.



Звёздочки возле пункта означают статистически значимое отклонение от нормы.



Самыми сильными сторонами в организационном климате «Атриа Россия» («Пит-Продукт»), по сравнению с общероссийской нормой, являются:

- Хороший инструктаж на выполнение новых заданий,
- Столовая и другие помещения для персонала соответствуют требованиям,
- Эффективная организация работы подразделения.

Самыми слабыми местами, которые требуют усовершенствования в «Атриа Россия» («Пит-Продукт»), по сравнению с общероссийской нормой, являются:

- Неготовность сотрудников брать на себя ответственность в работе, конкуренция между различными подразделениями,
- Работа не кажется сложной и интересной,
- Финансовое положение компании плохое, что негативно сказывается на имидже организации.

По сравнению с итогами опроса 2008 года в результатах 2011 года отмечены положительные тенденции по большинству тематических аспектов. Так, улучшились показатели оценки удовлетворенности работой и мотивации. Очевидно повышение удовлетворенности оборудованием, техническим оснащением и помещениями для персонала (столовые, комнаты отдыха, раздевалки и пр.). В компании хорошо организовано введение сотрудников в курс новых рабочих заданий. Получено больше положительных отзывов об обмене информацией и коммуникациях, отмечается меньше слухов по сравнению с 2008 годом. Заметны положительные тенденции в результатах, касающихся оценки эффективности работы: большинство сотрудников считают, что их работа хорошо организована, а подразделения работают эффективно и качественно.

Значительно улучшились межличностные отношения в коллективе, но сохраняется недостаточное взаимное доверие, слабое сотрудничество и конкуренция между различными подразделениями, которая мешает эффективной работе компании. Нежелание сотрудников брать на себя личную ответственность за работу критикуется сильнее, чем в 2008 году. Стоит отметить, что



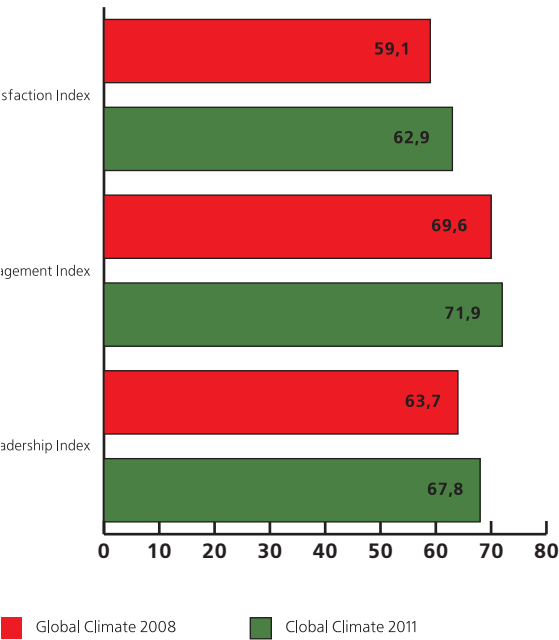
НАШ ОПРОС

Продолжение. Начало на стр.3

это касается всех групп персонала: как рабочих, так и менеджеров. Респонденты не считают свою работу интересной или сложной, а также им хотелось бы получить больше возможностей для обучения. Следует отметить, что при этом более 60% респондентов заинтересованы в ротации (смене должности в рамках подразделения). Кроме того, многие сотрудники считают финансовое положение компании плохим, что негативно сказывается на имидже «Атриа Россия».

Большинство опрошенных сотрудников считают «Атриа» компанией, которая соблюдает социальную ответственность и заботится об охране окружающей среды, и её персонал придерживается в работе корпоративных ценностей. Тем не менее, почти 46% респондентов сообщили, что недостаточно осведомлены о новой стратегии группы компаний «Атриа».

Индексы*



* Job Satisfaction Index – Индекс удовлетворенности работой
Engagement Index – Индекс вовлеченности (мотивации)
Leadership Index – Индекс лидерства

В ходе анализа результатов опроса для группы компаний «Атриа» было рассчитано три показателя:

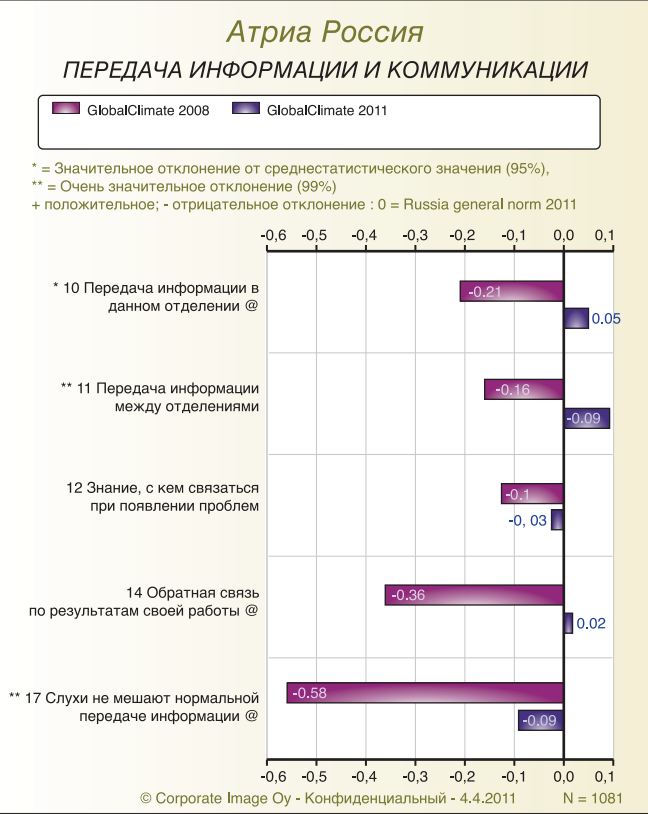
- Индекс удовлетворенности работой,
- Индекс вовлеченности (мотивации),
- Индекс лидерства.

Наилучший показатель по индексу должен составлять 100%, а минимальный – 0%.

В целом, все три индекса в 2011 году улучшились по сравнению с 2008 годом. Так, общий индекс удовлетворенности работой в компании «Пит-Продукт» составляет 62,9% (в 2008 году – 59,1%), что на 3,2% превышает средний показатель по группе компаний «Атриа». Достаточно высоко респонденты оценили руководство компании «Пит-Продукт»: индекс лидерства в целом составил 67,8% (в целом по «Атриа» – 65,7%), и он особенно высок в службе продаж, службе персонала и инженерной службе. Индекс вовлеченности (мотивации) персонала составил 71,9% и, несмотря на то, что цифра здесь выше, чем по другим индексам, этот показатель по-прежнему находится ниже контрольного уровня (общероссийской нормы). Традиционно новые сотрудники (5 % от общего числа респондентов в компании «Пит-Продукт») имеют более позитивное мнение по всем вопросам, чем те, кто работают в компании дольше. С 59% респондентов руководитель подразделения проводил оценку эффективности работы (performance evaluation) в течение последнего года. Заметим, что сотрудники, которые проходили такую оценочную беседу, дали значительно более позитивные отзывы по всем тематическим аспектам по сравнению с теми, у кого такие обсуждения не проводились. Особенно это касается вопросов оценки лидерства и признания.

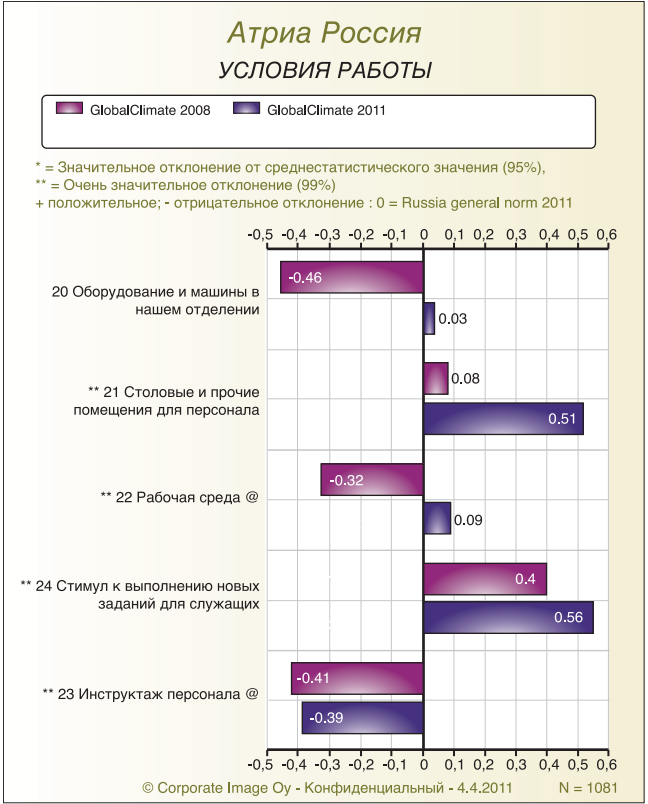
Коммуникации и передача информации

В целом, в компании «Пит-Продукт» коммуникации как внутри подразделений, так и между отделами значительно улучшились по сравнению с данными 2008 года. Отмечается меньшее количество слухов. Сотрудники получают обратную связь от руководства по результатам своей работы. Однако респонденты не всегда хорошо знают, с кем связаться в случае возникновения каких-либо сложностей в работе.

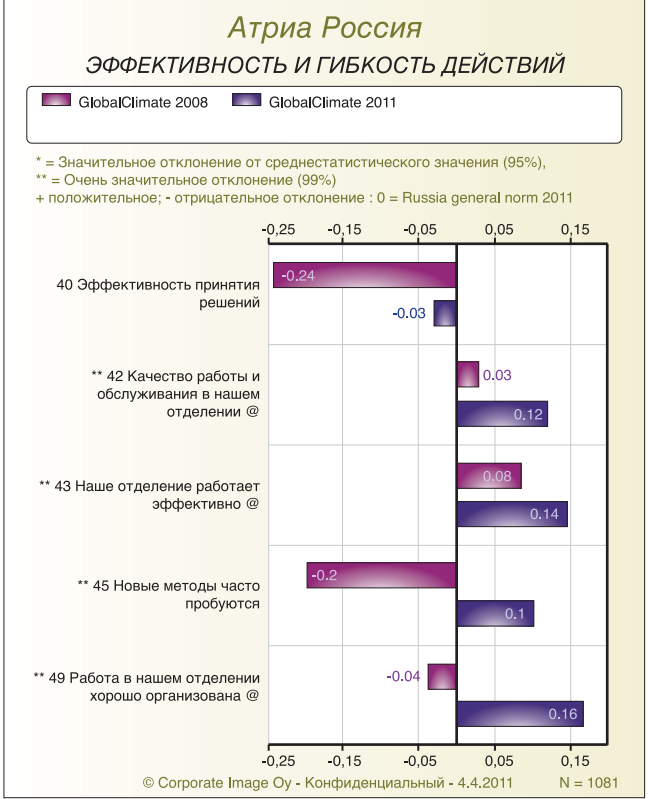


Условия работы

Участники опроса высоко оценили работу столовой и состояние других помещений для персонала ООО «Пит-Продукт» (раздевалки, комнаты отдыха). В целом по компании оценка технического оснащения, оборудования и рабочей среды достигла показателей, превышающих общероссийскую норму и результаты опроса 2008 года. При этом работники считают недостаточным проводимый в компании инструктаж.

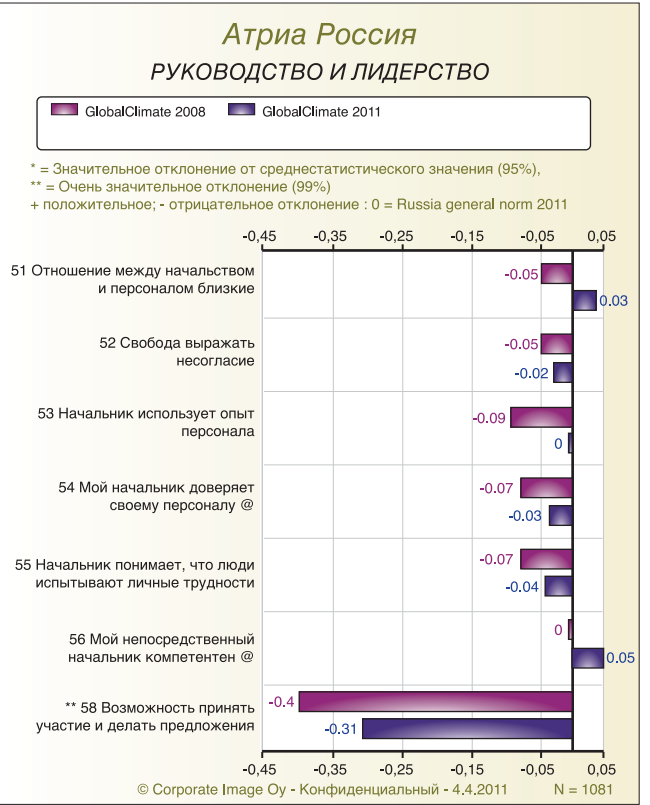


Эффективность и гибкость действий



По сравнению с результатами 2008 года существенно повысилась эффективность принятия решений в компании, чаще применяются новые методы в работе. Показатели эффективности, качества и организации работы подразделений в целом превышают общероссийскую норму.

Руководство и лидерство

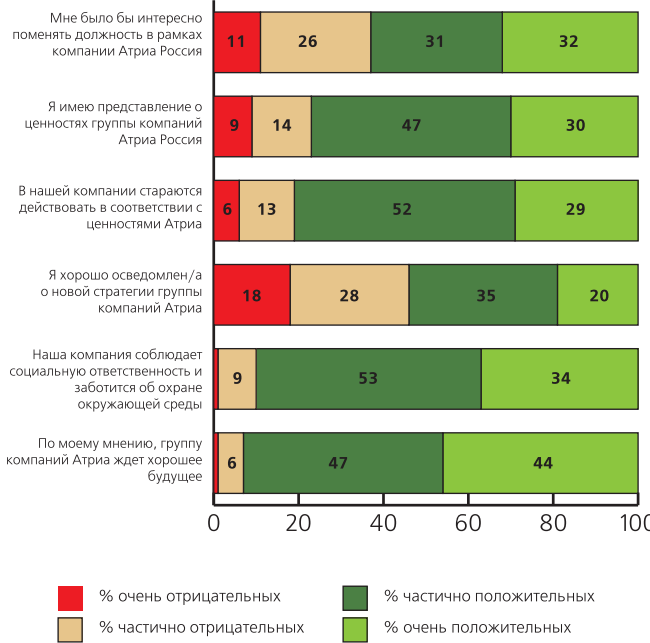


Большинство респондентов считают своего непосредственного руководителя компетентным и отмечают достаточно близкие отношения между начальством и подчиненными, однако полагают, что у сотрудников есть недостаточно возможностей для того, чтобы участвовать в принятии решений или вносить свои предложения.

При ответах на открытый вопрос «Что воодушевляет вас в вашей работе?» чаще всего сотрудники, как и в 2008 году, отмечали, что они ценят хороший и дружный коллектив, стабильность работы, перспективность и надежность компании.

В ответах на второй открытый вопрос «Что, в первую очередь, необходимо изменить на вашем рабочем месте?» чаще всего респонденты говорили о том, что хотели бы увеличения уровня заработной платы, улучшения системы мотивации, бытовых и технических условий работы (особенно в офисе на пр. Обуховской Обороны), больше возможностей для обучения и развития.

Индивидуальные вопросы 2



Конечно, в рамках одной статьи невозможно отразить всё, о чем говорят результаты исследования... Но самое важное, что руководство компании услышало ваше мнение, и не оставит его без внимания. Теперь основная задача руководителей – проанализировать результаты опроса, сделать выводы и предпринять впоследствии корректирующие действия, которые привели бы к улучшению рабочей атмосферы и, как следствие, к повышению производительности труда и увеличению прибыли компании.

НОВОСТИ ОБУЧЕНИЯ

«Персональщики» собрались на выставке

Сотрудницы службы персонала компании «Пит-Продукт» посетили ежегодную выставку HRM Expo, которая прошла 30 марта в Конгресс-холле «Московский» в Санкт-Петербурге.

Рассказывают менеджер по обучению и развитию персонала **Алёна Линдэрс** и руководитель отдела по подбору персонала **Елена Сахарова**:

– В выставке HRM Expo приняли участие более 800 человек, среди которых были представители служб персонала крупнейших компаний Санкт-Петербурга и организации, которые оказывают различные услуги в сфере работы с персоналом.

Во время выставки у нас была возможность принять участие в различных круглых столах, дискуссиях, семинарах и мастер-классах, посетить стенды экспонентов. Мы узнали о современных тенденциях в сфере управления персоналом, уже давно известных и новых интересных инструментах оценки и развития персонала.

Так, среди новых инструментов подбора хотелось бы отметить возросшую значимость Интернет-ресурсов, включая использование социальных сетей и создание видеорезюме. В скором времени компания HeadHunter предоставит возможность всем соискателям разместить видеозапись своего резюме, которое позволит работодателям заочно познакомиться с потенциальными кандидатами.



Алёна Линдэрс, Елена Сахарова

Из наиболее интересных инструментов оценки персонала можно отметить «Социально-сетевой анализ организации». Такое исследование позволяет выявить формальные и неформальные связи между сотрудниками, установить препятствия в обмене информацией и рабочем процессе, увидеть «карту рабочих взаи-

модействий», установить неформальных лидеров в коллективе, измерить степень доверия сотрудников друг к другу, а также получить рекомендации по оптимизации взаимодействия внутри компании.

Среди оригинальных инструментов развития персонала мы отметили «Тренажер успешного проекта» – симуляционные деловые игры по управлению проектами. Это ориентированные на практику командные тренинги-кейсы, воссоздающие типичную среду проекта: цели, задачи и условия, команду, бюджеты, риски, проектную документацию и т.д. Они позволяют отработать конкретные навыки проектного менеджмента в импровизированных условиях.

Учитывая то, что HRM Expo проходила в Санкт-Петербурге всего во второй раз, мы были приятно удивлены высоким уровнем организации, творческим подходом к программе и содержательностью докладов. Это мероприятие является отличной возможностью для

знакомства и общения обеих сторон – работодателей и провайдеров услуг в сфере управления персоналом, а также отслеживания современных тенденций в этой профессиональной области.

Материал подготовили Алёна Линдэрс и Елена Сахарова.

НОВОСТИ ОБУЧЕНИЯ

Маркетинг без денег

Сотрудники службы маркетинга «Атриа Россия» и менеджеры отдела продаж ООО «Пит-Продукт» посетили мастер-класс с интригующим названием «Маркетинг без денег», который был организован специально для нашей компании. Этот семинар – авторская программа кандидата экономических наук, издателя, бизнесмена, автора бестселлеров «Маркетинг на 100%» и «PR на 100%», бизнес-консультанта в области управления маркетингом и гурю маркетинга Игоря Манна.

Целью посещения мастер-класса сотрудниками службы маркетинга и отдела продаж нашей компании стал поиск новых ресурсов и путей для эффективного маркетинга в условиях ограниченного бюджета.

Основная идея мастер-класса **Игоря Манна** заключается в том, что маркетинг без денег возможен, но недолгое время. Это как самолет без топлива – по инерции пролетит какое-то время, но результат очевиден. Таким образом, основные немногочисленные инструменты безбюджетного маркетинга должны быть направлены на создание поддерживающих процессов.

Всей рекламной продукции компании следует проходить тест «мусорной корзины». Это означает, что она должна быть полез-



Игорь Манн



ной для целевой аудитории, оригинальной и дорогой. В этом случае у нее есть больше шансов остаться на виду, нежели отправиться напрямую в мусорную корзину.

Много внимания на мастер-классе также уделялось вопросам использования нестандартных, выделяющихся творческих идей в создании и продвижении продуктов.

Многие уже знакомые маркетинговым идеям прозвучали свежо в новом контексте и создали отличную основу для «мозгового штурма», который состоялся в конце дня. На основе полученных знаний участники мастер-класса придумали конкретные шаги, применимые к реальной рабочей ситуации в компании.

Также каждый из участников мастер-класса вынес для себя лично 5-10 идей, которые можно применить на практике для достижения эффективных результатов в области маркетинга без больших затрат для бюджета.

Основной вывод, который можно сделать по итогам мастер-класса, – это то, что маркетинг должен стать образом жизни всей компании, пронизывать все бизнес-процессы и работу всех подразделений. Каждый из сотрудников компании (будь то маркетолог или продавец) ежедневно несёт посыл о выпускаемой нами продукции во внешний мир.

Материал подготовила Алёна Линдэрс.



НОВОСТИ БРЕНДА

«Пит-Продукт» продвигает новую линейку продукции «Всё готово!»

С 21 марта по 30 апреля компания «Пит-Продукт» провела программу маркетинговой поддержки новой линейки готовых мясных продуктов «Всё готово!», включающую различные ATL- и BTL-мероприятия.

«Цели программы маркетинговой поддержки – увеличение продаж новой продуктовой линейки, инициирование пробной покупки и привлечение новых покупателей, убеждение в высоком качестве готовых мясных продуктов и удобстве их потребления», – объясняет менеджер продуктовой категории **Елена Никифорова**.

С 1 апреля в вагонах всех линий Петербургского метрополитена появились рекламные плакаты формата А3, которые подчеркнули такие свойства новых готовых мясных продуктов, как свежесть, соответствие высоким стандартам качества, финские технологии производства, удобство потребления и быстроту приготовления.

На радиостанциях «Европа Плюс», «Юмор FM», «Эльдорадио», «Автордио», «Ретро FM» транслировались ролики (20 и 30 секундные джинглы), в которых также обозначены основные преимущества готовых мясных продуктов.



BTL-поддержка новой линейки продукции «Всё готово!» осуществлялась в крупных торговых сетях – «Лента», «О'Кей», Prisma, «Карусель», «Перекрёсток». Она включала в себя размещение рекламных модулей в каталогах продукции магазинов, шелфбаннеров на полках и напольных стикеров, распространение рекламных листовок.

Кроме того, компания «Пит-Продукт» и производитель кетчупов «Балтимор» (ООО «Юнилевер Русь») провели этой весной совместную промо-акцию. Два известных петербургских бренда объединились, чтобы предложить покупателям промо-набор: котлеты «Классические» из линейки готовых мясных продуктов «Всё готово!» и в подарок к ним кетчуп «Балтимор Адмирал» (в упаковке 240 гр.).



С 1 апреля также стартовал конкурс «Холодильник нараспашку» для всех поклонников вкусных и лёгких в приготовлении продуктов «Всё готово!». Потребителям предлагается сфотографировать свой холодильник с продуктами линейки «Всё готово!» внутри, придумать оригинальное название снимку и разместить его на сайте: www.pitproduct.ru. Автора лучшей фотографии ждёт приз – набор «К дачному сезону Всё готово!».

СПАСИБО

Менеджер категории готовых продуктов «Атриа Россия» **Елена Никифорова** благодарит **службу снабжения, службу планирования производства, службу производства и отдел продаж** за помощь в подготовке и проведении акции «Котлеты классические + кетчуп в подарок!». *Спасибо всем за профессионализм, содействие и оперативное решение всех вопросов!*

БЛАГИЕ ДЕЛА

«Пит-Продукт» на празднике «День Ломоносовского района»



«Пит-Продукт» предоставил свою продукцию администрации Ломоносовского муниципального района (на территории которого расположен производственно-логистический комплекс в Горелово) для проведения праздника «День Ломоносовского района».

Праздник «День Ломоносовского района» по традиции проходит в Маринском театре, в этом году он состоялся 9 апреля. Во время торжественной части мероприятия подводились итоги работы предприятий, расположенных на территории Ломоносовского района.

Кульминацией праздника стал выезд телеги с продукцией тех компаний, чьи производства находятся в этом районе Ленинградской области. Так, украшали телегу гирлянды из сосисок «Пит-Продукт», а среди её продуктового наполнения были представлены колбасы в многократно закрывающейся упаковке, сардельки «Турист» и колбаски «Лицейские». Все эти яства и дары администрация Ломоносовского района преподнесла творческому коллективу Маринского театра.

По завершению официальной части праздника зрители, среди которых были и сотрудники ООО «Пит-Продукт», смогли насладиться оперой «Князь Игорь».

С заботой о детях

С начала 2011 года компания «Атриа Россия» начала оказывать благотворительную помощь в виде выпускаемой продукции напрямую различным учреждениям, где проживают дети-сироты и дети-инвалиды (детские дома, приюты, школы-интернаты). Так, в Санкт-Петербурге компания регулярно помогает Обществу защиты детей, в которое входят два социальных приюта – приют

«Надежда» для мальчиков и приют «Маша» для девочек. В приютах постоянно проживают дети и подростки в возрасте от 6 до 18 лет, по разным обстоятельствам оставшиеся без попечения родителей или те, чьи родители не могут их воспитывать по объективным причинам. Также регулярно осуществляются поставки продукции в Тихвинский детский дом.

В Москве и Московской области компания на регулярной основе стала оказывать благотворительную помощь коррекционному детскому дому для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, с ограниченными возможностями здоровья, который находится в поселке Старый городок Одинцовского района и Одинцовскому детскому дому «Благо».

«Атриа Россия» поздравила ветеранов

По случаю празднования Дня победы 9 мая компания «Атриа Россия» выделила продуктовые наборы, а также продукцию для организации праздничного стола ветеранам Великой Отечественной Войны и блокадникам. В Санкт-Петербурге была оказана помощь администрации МО Синявинское городское поселение, а в Москве – Совету ветеранов Четвертой гвардейской танковой армии, Агентству гражданской защиты Западного административного округа Москвы, районной организации «Ново-Переделкино» Всероссийского общества инвалидов.

Материал подготовила Светлана Олейникова.

НАШ ПРОЕКТ

Простои оборудования учтены и систематизированы

Техническая служба ООО «КампоМос» нашла еще один ресурс повышения эффективности деятельности компании – совместно с другими подразделениями ею была разработана и с декабря 2010 года внедрена система учета простоев производственного оборудования. Подробнее об этом проекте рассказывает главный инженер ООО «КампоМос» Андрей Творогов.

Андрей, кто явился инициатором этого проекта и почему возникла необходимость создания системы учета простоев оборудования?

Приятно отметить, что этот проект стал результатом тесного взаимодействия и работы трёх подразделений предприятия – службы производства, отдела информационных технологий и технической службы. Создание подобной системы стало необходимым, поскольку прежний учет простоев оборудования в компании «КампоМос» не был эффективным. Когда на производстве возникали проблемы в работе того или иного оборудования, мастер участка информировал о неисправности техническую службу. Специалист технической службы устранял эту неисправность. В конце рабочей смены мастер заполнял специальную форму, где указывалось время простоя оборудования. Возникали случаи, когда в силу ряда причин мастер мог забыть занести запись в информационную форму. Также время простоя оборудования не всегда указывалось корректно. Иногда причина простоя не соответствовала действительности, информационные формы терялись, и простои в полном объеме не анализировались. Поэтому и возникла необходимость перемен.

Как сейчас работает новая система учета, что изменилось, благодаря её внедрению?

В настоящее время система учета простоев оборудования работает следующим образом. При возникновении проблемы с оборудованием мастер в режиме реального времени заполняет заявку, в которой указывает производственный участок и наименование оборудования. Время начала простоя генерируется и фиксируется автоматически в момент заполнения заявки. В это же время информацию на сайте могут видеть все заинтересованные специалисты. Даже находясь в командировке или в отпуске, вы можете получить эту информацию в удаленном доступе при наличии Интернета.

Как выглядит весь процесс получения информации о простое оборудования?

Пока специалист технической службы не увидел заявку и не сделал соответствующую отметку, заявка «висит» в журнале как «Заявка». После того как технический специалист принимает заявку, её статус меняется на «Заявка в работе». После завершения работы статус заявки изменяется на «Выполнено», при этом указывается время завершения работ, причины простоя и даются краткие комментарии. Одновременно с этим указывается код вида работ: А – аварийные работы, Т – технологические работы, П – плановые работы, М – механические работы, Э – работы, связанные с электрикой или автоматикой. Затем все заявки трансформируются в программу Excel.

Вы говорили, что раньше причины простоя недостаточно глубоко анализировались, какие отчеты вы можете сформировать сегодня, опираясь на полученную статистику?

Сейчас мы имеем возможность получить пять различных отчетов:

- Время аварийных простоев по участкам: позволяет определить, на каких участках производства у нас больше всего простоев;
- 10 максимальных аварийных простоев оборудования: отчет помогает выявить наиболее проблемное оборудование;
- 10 максимальных видов оборудования по частоте обращений («Заявок»): эта информация аналогична той, что дается в предыдущем отчете, но при часто повторяющейся поломке данный отчет позволяет проследить тенденцию;
- Общее время простоев: дает картину соотношения плановых работ к аварийным работам;
- Аварийные простои по видам работ: помогает рассмотреть ситуацию по видам работ.

Стоит отметить, что эти отчеты также могут видеть заинтересованные специалисты в режиме реального времени и за любой период, даже находясь в удаленном доступе.



Игорь Ерошенко, Андрей Творогов



Подводя итоги, какие бы вы обозначили основные положительные результаты от внедрения данной системы?

Во-первых, сейчас ни одна из заявок в системе не забыта и не потеряна. Во-вторых, осуществляется контроль времени реакции сотрудников технической службы на выполнение полученного задания. Кроме того, фиксируется и систематизируется время простоя оборудования, анализируются и принимаются меры по проблемному оборудованию и видам работ на основании статистических данных по простоям, а также сравниваются результаты работы технической службы за различные отчетные периоды.

Планируется ли дальнейшее развитие системы?

Конечно, в дальнейшем мы планируем на основе этой системы внедрить автоматизированную систему выдачи нарядов на работу специалистам технической службы. То есть из поступившей заявки будет генерироваться наряд на работу.

Кого бы вы хотели поблагодарить за реализацию этого проекта?

Прежде всего, я хочу поблагодарить начальника отдела ИТ ООО «КампоМос» **Игоря Ерошенко**. Благодаря его профессионализму стало возможным реализовать этот проект. Без усилий со стороны работников службы производства, начальника участка **Дмитрия Михайлова** и старшего мастера участка упаковки **Ирины Аксеновой** этот проект тоже было бы невозможно воплотить в жизнь, так как они являются первыми в цепочке составления заявок. И, конечно же, я хочу отметить и поблагодарить работников технической службы: менеджера по технической поддержке **Андрея Молчанова**, начальника ремонтно-механического участка **Евгения Тулисова**, сменных инженеров **Михаила Ершова** и **Игоря Камушкина**.

В завершении мне хотелось бы отметить, что именно благодаря взаимопониманию между различными службами стала возможна реализация этого проекта. Наверное, не ошибусь, если скажу, что эффективная совместная работа – это залог успеха проекта любой сложности.

Андрей, благодарю вас за беседу и желаю новых интересных проектов!

Материал подготовила Виктория Замолоцкая.

НОВЫЕ НАЗНАЧЕНИЯ

С 1 апреля в структуре **службы продаж ООО «Пит-Продукт»** произошли следующие изменения:



- **Дмитрий Яснопольский** назначен руководителем отдела оптовых продаж. До этого он был региональным менеджером по продажам.



- **Сергей Смирнов** назначен руководителем отдела региональных продаж. До этого он работал руководителем отдела оптовых продаж.



- Супервайзер **Ирина Старостина** перешла из отдела прямых продаж в отдел по работе с ключевыми клиентами.



Торговые представители проекта «Сибилла» – **Анна Дмитриева** и **Михаил Павленков** – назначены менеджерами по развитию территории.



С 1 мая в структуре **технологического отдела «Атрия Россия»** произошли следующие изменения:



- Руководителем технологического отдела «Атрия Россия» назначена **Светлана Евстигнеева**, которая ранее работала руководителем отдела по новым разработкам. Светлана будет руководить работой технологов на всех производственных площадках ООО «Пит-Продукт» и ООО «КампоМос».



- **Игорь Замотов**, главный технолог ООО «КампоМос», покинул компанию. Вместо него, главным технолог ООО «КампоМос» назначен **Артём Зимин**, который ранее работал в компании технологом по новым разработкам.

С 3 мая в **службе персонала ООО «Пит-Продукт»** произошли следующие изменения:



- **Елена Дорошенко** назначена заместителем начальника отдела кадров ООО «Пит-Продукт». Ранее Елена работала ведущим специалистом по кадрам.



- **Яна Окунева** назначена специалистом по кадрам на производственной площадке в Синявино. Ранее Яна работала специалистом по подбору персонала.



- Специалист по кадрам **Марина Усачева** теперь будет работать на производственной площадке в Горелово.



- Начальник отдела компенсаций и льгот **Ирина Колесниченко** ушла в отпуск по уходу за ребенком. **Ксения Титова** назначена ведущим специалистом по компенсациям и льготам. Ранее она работала специалистом по компенсациям и льготам.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Мыльная опера: как правильно вести электронную переписку

Электронная почта является одним из основных средств коммуникации в компании «Атриа Россия». Кажется, что может быть проще, чем отправить коллеге или партнеру письмо «по мылу». Но, к сожалению, далеко не все знают, что правила электронной переписки регулирует свод норм, который получил название «Нетикет» (от англ. net – сеть и etiquette – этикет). Чтобы сделать деловое общение по электронной почте более эффективным, старайтесь соблюдать следующие правила.

Уважаемому – с уважением!

Ваше электронное письмо всегда должно начинаться с обращения, а заканчиваться подписью.

В начале письма обращайтесь к своему адресату по имени или имени-отчеству. При этом в официальной переписке используйте полное имя человека (например, Мария, а не Маша). При первом обращении следует обращаться к адресату на «Вы». И только в дальнейшем по взаимной договоренности можно перейти на «ты». Если вы пишете письмо нескольким адресатам, то наиболее уместно обращение: «Уважаемые / дорогие коллеги!». И лишь после этого следует переходить к цели вашего сообщения.

Наличие электронной подписи в сообщениях является правилом хорошего тона для деловой переписки. Электронная подпись – это блок информации, который служит визитной карточкой лично вас, как сотрудника, и компании в целом. В программе Microsoft Outlook подпись достаточно легко установить однажды, чтобы в дальнейшем автоматически всегда использовать её в своей переписке.



По правилам компании «Атриа Россия» в подписи электронной почты всегда указывайте:

- Имя и фамилию,
- Должность,
- Название компании (заглавными буквами жирным шрифтом),
- Контактный телефон и факс (в том числе местный/добавочный номер, мобильный телефон, если есть корпоративный),
- Адрес электронной почты,
- Сайт компании в Интернете,
- Адрес компании.

Этой нормой не следует пренебрегать, даже если вы переписываетесь с адресатом достаточно часто, и тогда ему не нужно будет тратить время на поиск, например, номера вашего местного телефона.

Краткость – сестра таланта

Тема сообщения должна быть квинтэссенцией того, о чем пойдет речь в вашем письме. Пустая графа, а также варианты «срочно», «от Васи», «в продолжение нашей беседы», «информация для партнеров» и т.п. могут расцениваться как знак неуважения к получателю письма.

Всегда руководствуйтесь правилом: одно письмо – одна тема. Если вам необходимо обсудить с респондентом несколько абсолютно разных вопросов, то лучше не ограничиваться одним письмом.

В общем виде структуру делового электронного письма можно представить следующим образом:

- Приветствие (обращение),
- Содержание, цель обращения,
- Прощание, благодарность,
- Личная подпись с указанием контактов.



Даже при неформальном общении с коллегой необходимо помнить и выполнять одно из самых главных правил составления электронных писем – соблюдение принципов грамотности и логичности.

При написании делового письма используйте официальный язык. Он отличается точностью и ясностью. Ваше электронное сообщение должно быть четким и лаконичным. Тот факт, что электронная почта является быстрым способом связи, вовсе не означает, что письмо может быть небрежным. Внимательно читайте составленное вами письмо и старайтесь писать без ошибок. Для лучшего восприятия разбивайте текст на абзацы. Обязательно начинайте предложение с прописной буквы и ставьте точки в конце.

В деловой переписке не стоит увлекаться т.н. «смайлами» (графические изображения чувств – рожицы, составленные из точек, запятых, дефисов и других символов), в противном случае вы можете приобрести репутацию несерьезного человека.

В электронной переписке можно указать степень важности сообщения. Это необходимо, например, если адресату ежедневно поступает слишком большое количество писем. С пометкой «Важное» письмо получает приоритет при проверке почты. Но злоупотреблять этой функцией не стоит, иначе «Важное» постепенно потеряет это качество.

Долой тяжелый вес!

Если вам необходимо переслать важную информацию, содержащую большой объем, то лучше составить краткий сопроводительный текст в «теле» электронного письма, а саму информацию оформить в виде вложения. Так, во вложениях лучше пересылать объемные тексты, таблицы и фотографии. При этом если «вес» такого вложения превышает 1-3 Мб, предварительно оговорите его отправку со сторонним получателем – чрезмерно перегруженное письмо может не пройти (как правило, в организациях установлен лимит 3 Мб, а некоторые получают почту на мобильные телефоны, и тогда есть вероятность, что ваша «посылка» «съест» весь денежный кредит получателя).

Внутри компании «Атриа Россия» можно отправлять и получать письма «весом» 5 Мб.

Всё же лучше не пересылать больших вложений в письмах. Существует много других способов передать тяжелые файлы, минуя электронную почту. Например, через ftp-серверы или диск общего доступа.

Лишние глаза

Если вы собираетесь переслать адресованное вам письмо третьему лицу, внимательно перечитайте его и убедитесь, что в нем не содержится лишней информации. Особенно будьте бдительны, отвечая автору письма, которое попало к вам из третьих рук. Автоматически нажав кнопку «Ответить», вы можете отправить письмо этому самому третьему лицу. Но должно ли оно быть в курсе того, что вы намереваетесь сообщить?

Если вы хотите направить копию своего письма каким-либо заинтересованным в данном вопросе лицам, то помните, что в графу «Копия» записывают только тех адресатов, кто обязательно должен быть в курсе переписки. Поэтому прежде хорошо подумайте, нужно ли ставить данного сотрудника в копию ваше-

го письма и старайтесь не перегружать почту компании бесчисленными копиями писем. В поле «Копия» разумно ставить начальство, но только если вы пишете действительно важное письмо. Ваш руководитель может вовремя вмешаться в переписку, если что-то пошло не так. Наличие руководства в копии письма также позитивно влияет на действия ваших коллег, если письмо адресовано им. При этом в поле «Кому» должны стоять те, от кого вы хотите получить ответ или другую реакцию на письмо. В поле «Копия» нужно ставить тех, кому письмо может пригодиться только для информации, но чьих действий по умолчанию вы не ожидаете.

Не оставить без ответа

Итак, вы отправили электронное письмо и волнуетесь, дошло ли оно до адресата. И в следующий раз ради собственного спокойствия уже отправляете письмо с уведомлением о получении или прочтении. Но по правилам нетикета такая отметка является признаком неуважения и недоверия к своему адресату. Лучше после отправки сообщения по электронной почте позвонить и уточнить, дошло ли до адресата ваше письмо. Довольно часто для подтверждения получения письма также используется следующая формулировка: после основного текста перед электронной подписью пишется фраза: «Получение письма прошу подтвердить ответным письмом или по указанным ниже телефонам».

Если вы получатель электронного письма, помните, что от вас ожидают, что вы ответите на него в течение одного рабочего дня (если иной срок не указан в письме). Если ответ требует подготовки, сбора дополнительной информации или других действий, сразу сообщите адресату время, когда вы сможете дать ответ. Отвечать на электронные письма по правилам нетикета нужно обязательно, иначе вас могут посчитать безответственным и легкомысленным человеком, что, конечно, не лучшим образом отразится на вашей деловой репутации. Сеанс электронного диалога заканчивается по правилам телефонного этикета: кто первый начал переписку, тот первый её и заканчивает.

При отсутствии на рабочем месте продолжительное время (в командировке, отпуске, на больничном) ставьте автоответ с информацией о том, что вас нет на работе.

Исторический контекст

Отвечая на письмо, пользуйтесь кнопкой «Ответить» и не стирайте текст и тему исходного послания. Сохранение истории переписки поможет адресату сэкономить время и сразу оказаться в контексте обсуждаемого вопроса. При этом последнее письмо (ваш ответ) должно стоять первым (верхним) в цепочке сообщений.

Однако если тема обсуждения исчерпана, стоит создать новое сообщение при обращении к данному адресату.

При ответе помните, даже когда вы отвечаете только одному отправителю письма, всегда есть вероятность того, что это письмо будет переслано затем и другим адресатам, поэтому старайтесь быть предельно вежливыми и корректными.

Ничего личного

В компании «Атриа Россия» не рекомендуется использовать служебный электронный адрес для личной переписки.

И напоследок еще один совет: своевременно уничтожайте ненужные сообщения, не храните все письма, так как они загружают информационные ресурсы компании.



ПОЗДРАВЛЕНИЯ ОТ КОЛЛЕГ

С днем рождения!

• **Отдел стандартизации ООО «Пит-Продукт»** поздравляет специалиста по стандартизации **Юлию Манафову** с Днём рождения, которое она отметила 6 апреля. *Желаем крепкого здоровья, счастья, успехов в работе и личной жизни и, конечно же, оставаться такой же доброжелательной и готовой всегда прийти на помощь!*

• Сотрудники **отдела АСУ ООО «Пит-Продукт»** в Синявино поздравляют своего руководителя **Алексея Дранишникова** с Днём рождения, которое он отметил 5 апреля! *Желаем всего самого наилучшего, здоровья, счастья в семейной жизни! В День рождения поздравления от нас – это раз. Шлем мы добрые слова – это два. Быть все время впереди – это три. Жить со всеми в дружбе, в мире – это, кажется, четыре. Никогда не унывать – это пять. Приумножить всё, что есть, – это шесть. Быть внимательным ко всем – это семь. Быть всегда в нормальном весе – это восемь, девять, десять. Ну, а к этому впридачу – Счастья, радости, удачи!*

• **Финансовая служба ООО «Пит-Продукт»** поздравляет заместителя главного бухгалтера **Ольгу Булатову** с Днем рождения, которое она отметила 24 апреля! *В вас всё прекрасно: внешность и душа, Умение жить и проводить досуг, Вас в этот день поздравить все спешат, И мы спешим, весь наш отдел – ваш самый близкий друг! Живите без печалей и без бед, Почаще смейтесь, радуйтесь душою, Желаем вам бесчисленных светлых лет, И чтобы всегда большое-пребольшое Здоровье было, счастье без конца, Чтоб все мечты сбывались и надежды. И пусть улыбка ваших милых глаз Всегда всех согревает, как и прежде!*

• **Цех по производству пиццы ООО «КампоМос»** поздравляет с Днем рождения операторов цеха **Елену Сазонову** (8 апреля), **Надежду Вдовенко** (26 апреля) и кладовщика **Лидию Валееву** (20 апреля). *Желаем счастья много-много, Улыбок радостных букет, Друзей здоровых и веселых, Везенья в жизни, долгих лет И чтобы бедам всем на зло – Жилось, любилося и везло!*

• Сотрудники **цеха по производству пиццы ООО «КампоМос»** также поздравляют с Днём рождения старшего наладчика КИПиА **Сиражудина Багаудинова** (8 апреля). *Желаем счастья тебе вечно, Желаем горьких слов не знать, Смеяться в жизни бесконечно И счастье счастьем запивать.*

• Сотрудники **службы производства ООО «КампоМос»** поздравляют с Днём рождения своих коллег: составителя фарша **Сергея Ерёмкина** (1 апреля), обвальщиков **Алексея Ермакова** (4 апреля), **Сергея Коргашева** (7 апреля), **Владимира Ястребцева** (7 апреля) и **Сергея Панина** (15 апреля), водителя электропогрузчика **Игоря Ермакова** (8 апреля), операторов автомата по производству колбасных изделий **Евгения Киселёва** (13 апреля) и **Павла Попова** (30 апреля), составителя смеси специй **Галину Лебедь** (22 апреля), кладовщицу по сырью **Наталью Кушнерёву** (24 апреля), а также мастера-технолога **Юрия Лопатченко** (26 апреля). *Желаем всего самого доброго, светлого, здоровья, терпения и удачи!*

• Сотрудники **отделения готовой продукции ООО «КампоМос»** поздравляют с Днём рождения своих коллег: операторов готовой продукции **Андрея Романенкова** (14 апреля), **Андрея Бурлова** (18 апреля), **Анастасию Лаушкину** (25 апреля) и **Надежду Филину** (28 апреля), аппаратчиков термической обработки **Владимира Артамошкина** (16 апреля), **Евгения Никулочкина** (17 апреля) и **Дмитрия Ларюшкина** (25 апре-

ля). *Желаем всем семейного счастья, радости, здоровья! Выражаем благодарность за нелегкий труд!*

С юбилеем!

• **Сотрудники склада мясосырья ООО «Пит-Продукт» в Синявино** поздравляют с 50-летним Юбилеем грузчика **Николая Разживина**. *Удач, успехов неизменных, Чтоб в срок все планы исполнялись, Все до одной чтоб непременно, Мечты заветные сбывались!*

С рождением ребёнка!

• Сотрудницы **бухгалтерии «КампоМос»** поздравляют бухгалтера **Надежду Дубникову** с рождением дочки Веры (25 марта). *Набужая, лопаются почки, Потому что жизнь права во всем. Поздравляем с Днём рождения дочки – Самым дорогим на свете днём. Пусть она растет всегда счастливой, И опорой станет в трудный час, Как любовно всхоженная нива, Добрым хлебом за труды воздаст.*

ОБМЕН РЕЦЕПТАМИ

Салат «Гранатовый браслет»

Рецепт салата представляет менеджер по компенсациям и льготам ООО «КампоМос» Наталья Ермолова:

– Я давно готовлю этот салат, и всем моим родным и друзьям он очень нравится! У этого блюда получается интересный необычный вкус за счет добавления зелени и семян граната. Салат готовится достаточно быстро по времени, и он доступен всем по стоимости ингредиентов.

Для приготовления вам понадобятся:

Картофель 3 шт.
Говядина 250 г
Яйца 3 шт.
Свёкла 2 шт.
Укроп, петрушка по 1 пучку
Гранат 1 шт.
Майонез 1 пакетик



Сначала нужно отварить говядину, картофель, свёклу и яйца. Все ингредиенты необходимо выкладывать в салатник слоями. Сначала положить натёртый на тёрке картофель, затем слой майонеза, далее слой мелко нарезанной говядины, потом слой натёртых на тёрке яиц, снова слой майонеза, далее слой свёклы и опять слой майонеза. Мелко-мелко порубить зелень и плотно засыпать ею салат. В завершении обильно украсить блюдо семенами граната, чтобы зелень не просвечивала сквозь них. Оставить готовый салат на столе на 2-3 часа, потом охладить в холодильнике перед подачей.

*Приятного аппетита!
Если вы тоже хотите поделиться с коллегами вкусными, интересными и необычными рецептами любимых блюд, вы можете присылать их на электронный адрес: gazeta@pitproduct.ru*

СПАСИБО

• Мастера **цеха пиццы ООО «КампоМос»** благодарят старшего мастера основного производства **Дмитрия Михайлова** за взаимопонимание и своевременную помощь в работе. *С таким специалистом, как вы, очень легко и приятно работать!*

• **Отдел стандартизации ООО «Пит-Продукт»** выражает благодарность всем, кто принимал участие в получении разрешительных документов при переводе ассортимента продукции «КампоМос» (деликатесная группа и все виды колбас) на производственные площадки в Горелово и Синявино, а также при переводе ассортимента продукции с производственной площадки в Синявино на завод в Горелово. Особо хочется отметить: - **сотрудников технологических отделов «Пит-Продукт» и «КампоМос»** за оперативное производство и предоставление продукции на экспертизу: **Светлану Евстигнееву, Ирину Шанову, Дениса Конюхова, Татьяну Семенову, Георгия Стурюа, Андрея Лепёхина, Игоря Замотова, Наталью Щербинину и Артёма Зимина;**

- **службы производства «Пит-Продукт» и «Кампо-Мос»** за выработку качественной продукции;
- сотрудников **служб складской и транспортной логистики** за мобильность при предоставлении образцов продукции на декларирование, особенно: **Юрия Попова, Андрея Трубникова, Александру Злотко, Валентину Качалову, Дмитрия Горюнова, Артура Михайлова, Геннадия Новикова и Николая Халатова;**
- **отдел обслуживания клиентов** в лице **Елены Скурской и Анны Юятиной** за своевременность оформления документов;
- **секретариат в офисе на пр. Обуховской Обороны** за компетентность;
- водителей **Александра Угрина, Владислава Новикова, Олега Щапкова, Андрея Лашкова, Игоря и Вадима Амелиных, Виталия Макарова** за своевременную доставку, физическую помощь, отзывчивость и взаимопонимание.