



ДЕЛОВОЕ КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ  
«QAZAQ OIL ЖҰЛДЫЗДАРЫ»

# QAZAQ OIL

## JULDYZDARY


ВЫПУСК

№14

 [WWW.QAZAQOIL.KZ](http://WWW.QAZAQOIL.KZ)



# СОДЕРЖАНИЕ

- 01 ЧТО ДЛЯ НАС QAZAQ OIL
  - 02 ФОРУМ QAZAQ OIL
  - 03 ПОДДЕРЖИМ МЕСТНЫЙ ТУРИЗМ
  - 04 ДОМАЛАК АНА
  - 05 ПЕРВЫЙ МУРАЛ НА АЗС
  - 06 КОЛОНКА ВАЖИНСКОГО
- 

# ЧТО ДЛЯ НАС QAZAQ OIL?



Можно любить и уважать людей за многие качества, но есть одно за что мы ими искренне восхищаемся – одержимость желанием привнести нечто полезное и доброе в нашу жизнь. Именно за эту одержимость я восхищаюсь своими коллегами.

Нас сегодня более 5 тысяч человек. Людей, которые в разных уголках нашей необъятной Родины, пытаются украсить наш день своим отношением к работе, одарить улыбкой каждого нашего гостя, задать настроение и поделиться позитивом.

Можно внедрять самые передовые практики управления, но точно знаю, что без благоприятной корпоративной культуры, без создания атмосферы честности, взаимоуважения и доверия в коллективе все это не будет работать. Только там, где люди не только видят цель, но и осознают свою значимую роль в её достижении и доверяют друг другу, возможны развитие и благополучие.

Коллектив нашей сети АЗС, как та самая капля, которая отражает всю особенность нашего общества, поскольку мы работаем во всех регионах и районах нашей страны. Для нас жизненно важно не просто поставлять топливо высокого качества, но и формировать высокие ценности у наших сотрудников.

Открытость мышления, непредвзятость, возможность построения карьеры и готовность слушать и слышать друг друга – вот наши главные ориентиры. Чем более удовлетворён наш работник, чем больше он чувствует свою значимость и вовлечён в наши бизнес процессы, тем более он мотивирован и тем лучше будет взаимодействовать с нашими клиентами, преумножая показатели компании.

5 тысяч наших работников это, как минимум, 20 тысяч человек, включая их семьи. И чем активнее мы развиваем своих сотрудников, тем ответственнее наш вклад в становление культуры достойного труда, открытости и процветания в нашей стране.

Главная задача для меня, как для CEO компании – задать стимулы для непрерывного совершенствования каждого нашего сотрудника. Развиваясь изнутри, работая над собой мы развиваем компанию, способствуем не только достижению корпоративных целей, но и формируем в какой-то степени стандарты успешного общества, потому что мы и есть наше общество.

Тренинги, обучающие семинары и развитие сотрудников – неотъемлемая часть Qazaq Oil. Вот и в этот раз мы провели большой форум, куда пригласили всех менеджеров со всех филиалов. А это, ни много ни мало, более 250 человек! Два дня мы «прокачивали» коллег, предоставили много полезной и интересной информации, вместе посетили театр, много беседовали и делились актуальными вопросами. Одним словом, классно провели время! Такие встречи и делают из нас не просто работников и коллег, а настоящих единомышленников, одержимых общей целью! Алға QazaqOil!



### **В начале июня Qazaq Oil по стране было 154, а сейчас уже 176!**

В компании работает более 5 тысяч человек. Каждый день вы, мои единомышленники, члены семьи **Qazaq Oil**, контактируете с тысячами людьми. А корпоративная культура, наши базовые ценности, которые зиждутся на честности, доверии, равных возможностях, открытом мышлении и, самое главное, в желании сделать что-то стоящее, как раз и помогают строить отношения с клиентами.

Чтобы вы, наши яркие звездочки, работали, как одна семья, как одна команда, мы и проводим корпоративные тренинги. Ведь каждый член семьи несет в себе все наши ценности.

**Qazaq Oil** – это не только про клиентов, это про корпоративную культуру.

На наш первый форум **Qazaq Oil**, такой красивый и масштабный, мы пригласили коллег со всего Казахстана. Корпоративный дух – одна семья – один коллектив – это про нас.

Зачем? Чтобы каждый знал, каждый чувствовал, что мы один организм, что мы вместе, что мы строим сильный бренд. Каждый из нас причастен. Каждый из нас делает большое дело!

В современном мире, где всё очень быстро копируется, особенно бизнес-модели, корпоративная культура становится главным конкурентным преимуществом.



Как говорит наш первый руководитель, да, бренд ещё молодой, но наша цель, чтобы завтра коллега гордился, что работает в **Qazaq Oil**. Ведь мотивация к работе – это не только зарплата. Важно само осознание того, что делает человек в компании. Чувство сплоченности, причастность к тому, что делаем все мы вместе. Быть патриотами компании. Вместе расти и развиваться – это и есть семья **Qazaq Oil**.

«Форум прошел отлично. Мне очень понравилось. Хочется почаще вот так встречаться и учиться новому», – говорит **Джамия Мизам**

Действительно, 2 дня форума – 2 дня мощной прокачки. Участники послушали лекции известного социолога, лидера мнений Есета Есенгараева о лидерстве, о развитии человека, компании, страны в современном мире. Есет Есенгараев считает, что модернизация страны невозможна без обретения новых когнитивных ресурсов, позволяющих изменить политические и экономические практики.

Кроме того, спикер отметил, что ценности и установки общества должна менять интеллектуальная элита, а не государство.





**Салтанат Кабделова**, участница нашего форума подчеркнула большую значимость мероприятия: «Благодарю за то, что объединили нас всех, дрите нам знания, мы очень рады, научились многому, по-другому посмотрели на мир и себя».

А еще во время нашего с исполнительным директором Нариманом Абылшаиковым выступления, мы с коллегами помечтали о том, какой видим любимую заправку к 2030 году. Это и комната для детей, и 50 речных портов, реализация 20 тыс хот-догов в день и 100 тысяч кофе в стуки, 10 тысяч сотрудников и электрозаправка и многое-многое другое! А самое главное на вопрос, сделаем все это вместе, весь зал кричал «да»!

Отличный был форум. Настоящий. Спасибо всем, кто был.

В июне в Казахстане стартовал первый DRIVE FORUM.



## ЦЕЛЬ ПРОЕКТА:

- повысить международный интерес к казахстану и его истории
- возможность обучения и обмен опытом между лидерами автопутешествий из турции, россии, азербайджана, кыргызстана, узбекистана и казахстана
- проект направлен на развитие автотуризма, караванинга, этнотуризма, экотуризма и агротуризма в казахстане.

Конечно, наша с вами компания, не могла остаться в стороне! Мы стали энергетическим партнером мероприятия. Более 20 иностранных экспертов, известных авто путешественников, рекордсменов Гиннеса, организаторов авто путешествий по всему миру, такие, как **Евгений Шаталов, Azad Rza-Zade, Hüseyin Çekiç, Barış Bozaner, Евгений Сыркин** проехали от Борового до Улытау. Каждая их заправка проходила в Qazaq Oil.

«Искренне выражаю благодарность всем, кто принял участие в форуме. Расстояния в десятки тысяч километров стали неожиданно короткими благодаря заботе и комфорту. Заправки стали островком жизни на трассе. Нам понравилось все», – говорит участник форума Александр Еликов – АМБАССАДОР АРКТИКИ, АРКТИЧЕСКИЙ ГИД И ПРОВОДНИК.

Участвуя в подобных мероприятиях, форумах, автопробегах мы помогаем развивать туризм, придорожный сервис, поднимаем узнаваемость наших заправок, показываем, что путешествовать по нашей красивой стране можно, ведь каждый километр сопровождаем мы – Qazaq Oil. С заботой. Лучший друг в дороге.





# «ӘЙЕЛ БІР ҚОЛЫМЕН БЕСІКТІ, ЕКІНШІ ҚОЛЫМЕН ӘЛЕМДІ ТЕРБЕТЕДІ».



Одной из особенностей духовной жизни казахов, которая складывалась веками, было воспитание безоговорочного уважения к матери, девушкам, женщинам.

Женщины всегда занимали особое место в казахском обществе. Ведь неслучайно казахская пословица гласит: «Әйел бір қолымен бесікті, екінші қолымен әлемді тербетеді».

Поэтому казахские женщины - основа семейного общества, воспитания. Сохраненные в памяти народа любовь и подвиги таких великих женщин, как Тумар, Зарина, Бегим, Бопай, Карашаш, Домалак ана, Абак, Айганым, Кунбике, Зере красной нитью проходят в истории народа и навсегда запомнятся будущим поколениям.

В этом выпуске хочется рассказать о **Домалак ана**. Женщине, которая является символом материнства.

**Домалак ана (Нурила)** – одна из легендарных матерей казахского народа, третья жена прославленного батыра Байдибека Карашаулы, прародительница родов Семиречья - Албан, Суан, Дулат и др. У казахов Домалк - ана почитается как символ материнства.

Однажды Байдибек би отправился в Туркестан посетить мазар Ходжа Ахмета Яссауи. На ночлег он остановился у смотрителя на могиле Яссауи Шайхы Мизамбека. Миловидная дочь хозяина приглянулась Байдибеку не только своей красотой, но и учтивыми манерами, острым умом. Эта встреча закончилась тем, что отец Байдибека Караша поставил третью юрту, женив своего сына в третий раз.

Нурила была хоть и хрупкого телосложения, но энергичной и легкой в движениях. По одной из версий, ее имя происходит от персидского «Дихнат – мама» – святая мать, которое впоследствии трансформировалось в «Домалак ана». По другим данным, Домалак ана (буквально – «круглая мать») в народе прозвали из-за маленького роста. Она также обладала даром пророчества. Свое самое известное предсказание она сделала Байдибеку, когда у него украли табун лошадей. Но ее муж не послушался и погнался за похитителями. Та роковая схватка оказалась смертельной: у Байдибека погибли шесть сыновей.





Домалак ана вошла в память народа как скромная, любящая мать, излучавшая свою любовь на всех детей. Она славилась незаурядным умом и мудростью. Своими мудрыми решениями Домалак ана примиряла враждующие племена.

От сына Домалак ана и Байдибек би Тлеуберды, которого в народе звали Жарыкшак, берут начало казахские роды Албан, Суан и Дулат. Предания рассказывают, что Домалак ана советовала сыну передать свое дело Дулату, самому сметливому и находчивому внуку. Что Жарыкшак и сделал. Другие внуки Албан и Суан обиделись на решение отца и откочевали на юго-восток. А Домалак ана благославила Дулата, и его род стал многочисленным. Позже Албан одумался и вернулся, попросив и бабушки прощение. Она простила его. Но Суан так и не вернулся.

Предания гласят, что перед смертью Домалак ана сказала близким: «Не трудитесь хоронить меня около Байдибека. Приведите белого верблюда, погрузите на него мои останки и идите вслед за ним. Где верблюд опустится на колени, там и суждено будет покоиться». Так и сделали. Позже внук Домалак ана Дулат приглашает мастера из Бухары Абдулла Шери и сооружает над могилой бабушки четырехъярусный купольный мавзолей. В течении последующих веков мавзолей несколько раз реставрировался.

Сейчас этот мавзолей является объектам посещения многих людей. Домалак ана стала для казахов символом материнства и продолжения рода.





Коллеги, вы наверняка знаете, что одной из концепций компании является стремление к национальной самоидентичности. Возвращение к истокам. Поддержание традиций. С нашей стороны главные показатели – это качество, любовь к национальному, соответствие высоким стандартам. Так вот, в июне одну заправку в Щучинске мы решили украсить красивым муралом девушки в национальном costume. Ведь издревле казахская женщина – это символ очага, хранительница традиций, гостеприимства. Это уважение к мужу, к старшим, к гостям, любовь к родной земле...

Это и Домалак ана, Айша Биби, Баян сулу, Айтолкын, Есенбике, Айбике и многие другие, о которых слагались песни, стихи, поэмы, чьи имена превратились в легенды.

Как подчеркивает генеральный директор Тулемис Шотанов: «Планируем и дальше оформлять наши новые станции красивыми национальными пейзажами, фото наших великих деятелей, другими яркими изображениями казахского колорита! Алға Qazaq Oil!!!»

Как отмечает отраслевой журнал Superstation.pro: «Графика и цветовые акценты помогают дифференциации бренда, являясь важным средством общения с клиентами. Эмоциональный маркетинг проявляется через формирование связи и подчеркивание принадлежности к сообществам. Это выражается, в том числе в визуализации исторических или знаковых достопримечательностях регионов, населенных пунктов, местного колорита»

# Какими должны быть туалеты на АЗС, чтобы клиенты возвращались?

Следующая статья от нашего партнера – отраслевого журнала Superstation.Pro.

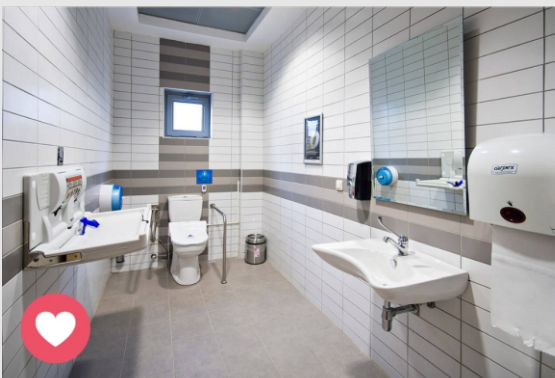
**Согласно результатам ряда маркетинговых исследований в мире, чистота туалетов играет большую роль в восприятии автозаправочных станций в целом. Грязный туалет запомнят и АЗС будут избегать в следующей поездке. Многие будут сразу уходить, не совершая планируемые покупки, а сложившийся негативный клиентский опыт может отразиться и на другие станции сети.**



## СТАТИСТИКА

- Большинство клиентов потратят больше денег там, где есть чистые и ухоженные туалеты.
- 96% автомобилистов, путешествующих летом, заезжают на АЗС, чтобы воспользоваться туалетом.
- 82% опрошенных считают, что в заведениях общепита с грязными туалетами такая же плохая еда.
- Почти 60% принимают сознательное решение посетить конкретную станцию, потому что знают о наличии там хороших санузлов.

Не секрет, что многие люди используют автозаправочные станции, как остановку для отдыха в своих поездках, и меньше всего они ожидают получить отрицательные эмоции в связи с неудовлетворительным состоянием туалетов. Поверьте, что, если санузел будет в идеальном порядке – это наверняка запомнится вашим клиентам просто потому, что, как не покажется странным, до сих пор оказывается не частым явлением. Следить за чистотой в туалетах – не glamorous работа, но она крайне необходима!



Но от нас много чего не зависит – не редко приходится мне слышать такой «аргумент» при проведении обучения среди руководителей автозаправочных станций. Давайте с этим разберемся на одном примере из опыта работы. Из туалета вышел мужчина и направившись к оператору АЗС сообщил, что в кабинке отсутствует туалетная бумага. На что получил утверждающий ответ, что все в курсе, а ее нет, так как уже несколько дней все никак не привезут из регионального офиса. Только представьте себе, какие эмоции могли испытать люди посещая этот санузел в эти дни, и с этим никто ничего не делал! Просто поставьте себя на их место. А подобную ситуацию можно было элементарно исправить, не доводя до конфликтов.

По мнению оператора – виноват кто-то другой, легко переложить ответственность не пытаясь решить конкретную ситуацию, но клиент ведь считает иначе. Для него лицо компании – это не топ-менеджеры, а линейные сотрудники на каждой станции, и именно от их действий, в том числе, зависит его лояльность к сети АЗС. А задача руководителей на местах грамотно и эффективно организовать работу. Кто хочет, тот ищет возможности, кто не хочет, тот ищет причины – этот известный тезис применим ко многим вопросам в жизни, и к данному случаю тоже.

Знаете ли вы, что среди негативных факторов в общественных санузлах, подавляющее большинство клиентов выделило: 83% – загрязненный туалет; 78% – отсутствие туалетной бумаги; 74% – не закрывающиеся на защелку двери в кабинках; 73% – неприятные запахи; 72% – неопрятный внешний вид туалета. Сюда можно добавить «только что» закончившееся жидкое мыло в диспенсере, переполненное мусорное ведро – «не успели убрать, недавно заезжал автобус с людьми», неисправное оборудование – «давно не работает, но заявку на ремонт сделали». Особое разочарование – это необходимость пройти по мокрому полу, особенно для женщин.



Понимание важности решения всех этих проблем послужила запуску, пожалуй, самой интересной сегодня концепции общественных туалетов в Европе – ONE HUNDRED RESTROOMS. В основе их новаторского стандарта, отвечающего требованиям завтрашнего дня, лежит сбалансированное сочетание передовых технологий, гигиены и дизайна, первоклассного обслуживания.

Их опыт выходит за рамки создания чистых и современных туалетов в местах с интенсивным трафиком, в том числе и на АЗС TotalEnergies в Нидерландах. Они превратили традиционное посещение санузла в нечто большее, включая вау-фактор. В помещениях создано ощущение полного комфорта и релакса с применением натуральных материалов и зелени, свежих ароматов, пения птиц, непрямого освещения, которое мягко меняется.



ONE HUNDRED RESTROOMS

УМНЫЙ ПИССУАР  
ONE HUNDRED RESTROOMS

«Волшебные» зеркала вызывают улыбку, отображая советы на день, мотивирующие цитаты или рекламные предложения. Зона самоконтроля предлагает измерить важные показатели здоровья, такие как вес, рост, индекс массы тела, артериальное давление и уровень кислорода в крови менее чем за две минуты. Ведется постоянный онлайн-мониторинг, включая наличие всех расходных материалов, осуществляется сбор рейтинговых оценок клиентов и обратной связи.

Последняя их инновация – «умный» писсуар, который может автоматически измерять уровень гидратации во время его использования (простыми словами показатель оптимального уровня воды в организме человека). Помимо интереса у клиентов, данное решение даст дополнительную коммерческую возможность продавать больше напитков, в чем заинтересованы многие партнеры компании.

При этом посещение туалета ONE HUNDRED RESTROOMS на АЗС является платной услугой и стоит 1 евро. Входной билет в сочетании со всеми дополнительными наградами и скидками, которые включены в его стоимость, значительно улучшает восприятие цены, и поэтому воспринимается клиентами выгодным предложением. К тому же, это стимулирует покупателей, что привело к постепенному росту продаж в магазинах на станциях TotalEnergies. В компании считают, что люди более чем готовы платить за посещение туалетов, когда они чистые и безопасные в плане гигиены.

Но на большинстве автозаправочных станциях по-прежнему можно бесплатно воспользоваться этой услугой. Так, сеть АЗС Circle K в Швеции, подчеркивает, что всегда рада каждому, независимо от его потребностей – пригласить отдохнуть, перекусить или просто сходить в туалет по пути. У компании возник вопрос, как шведы относятся к использованию туалетов без совершения сопутствующих покупок. Мнения разделились, оказалось, большинство готовы что-то купить, если только магазин не переполнен и нет очередей на кассе, и только 15% заявили, что никогда ничего не покупают.



ТУАЛЕТ НА АЗС ОПЕТ



С 2000 года сеть АЗС Оpet реализует программу «Чистый туалет» в Турции. Основной целью социального проекта является повышение осведомленности о важности гигиены в жизни человека. Компания начала с собственных туалетов на автозаправочных станциях, уделяя особое внимание их чистоте.

Сегодня туалеты на станциях Оpet обеспечивают комфорт, приятную атмосферу и высокий уровень гигиены для людей всех возрастов. Семейные санузлы ориентированы на маленьких посетителей с родителями – яркий декор, специальное сантехническое оборудование, пеленальные столики. Туалеты для людей с особыми потребностями выполнены в соответствии с необходимыми требованиями и стандартами. Автоматические раздвижные двери с инфракрасными бесконтактными датчиками обеспечивают удобный доступ в санузлы.

Также, с целью минимизации контактов в общественном месте, что стало особенно важно в период пандемии COVID-19, сеть АЗК АТАН внедряет бесконтактные двери и специальные арочные проемы для безбарьерного прохода. Устанавливают сантехнику, разработанную специально для детей. А один из туалетов оборудован интерактивным полом, реагирующим на вес и движения человека. Идя по «живому полу», можно половить рыбок, оставить свои следы на песочном пляже или испробовать более 20 других сюжетов. Это гарантирует атмосферу развлечений и веселья, особенно для самых маленьких посетителей!

Придорожный туалет в стиле Шварцвальда, изготовленный по модульному принципу, делает зону отдыха на популярном немецком курорте настоящей изюминкой. Чтобы гости чувствовали себя комфортно, его посещение сопровождается пением местных птиц и шелестом деревьев из динамиков. Внутри посетителей ожидают лесные мотивы и звукопоглощающие панели из ароматного мха с подсветкой. Технологическая система автоматически регулирует вентиляцию и кондиционирование всех помещений.



ТУАЛЕТ НА АЗК АТАН





Туалет также является небольшим туристическим магнитом с визуальной точки зрения. В дизайне фасадов использованы работы известного немецкого фотографа Себастьяна Верле – портреты людей в традиционной для данной местности одежде, что усиливает связь с регионом. Кроме того, они обозначают мужской и женский туалеты.

В заключении, помните, что автомобилисты всегда могут остановиться не на вашей АЗС, чтобы сходить в чистый туалет, купить кофе и хот-дог, заправить машину. Превзойдите их ожидания, что непременно они оценят – увеличит клиентский трафик и приведет в дальнейшем к росту продаж.



**Игорь Важинский**, эксперт-практик по развитию сетей АЗС и шеф-редактор цифрового журнала [superstation.pro](http://superstation.pro)

Нужен совет, есть вопросы? Пишите: [igor.vazhynskiy@superstation.pro](mailto:igor.vazhynskiy@superstation.pro)





# "КОГДА ПУТИ НЕОДИНАКОВЫ, НЕ СОСТАВЛЯЮТ ВМЕСТЕ ПЛАНОВ".

Конфуций

Хорошо, когда коллеги – твои единомышленники. Можно и море переплыть, и речку перепрыгнуть. Пусть каждого из вас всегда окружают самые добрые, честные, идейные, преданные люди.

Жизнь одна – нужно прожить ее счастливым. А счастье кроется в мелочах. Коллеги, давайте стараться быть друг для друга теми, кого хотим видеть рядом. Вместе мы одна команда. Вместе мы лучшие из лучших.

## НАД ИЗДАНИЕМ РАБОТАЛИ:

РЕДАКТОР: Асель Алимханова

ДИЗАЙН И ВЁРСТКА: Алесья Зигле

ИЛЛЮСТРАЦИЯ НА

ОБЛОЖКЕ: Эльвира Хадыркеева