



На пути к лидерству

Эта встреча по разным причинам переносилась несколько раз. И меня все время будоражило желание поближе познакомиться с компанией, о которой только слышал и читал в Интернете. Сразу скажу, увиденное превзошло все мои ожидания.

Опыт прошлых лет дает мне возможность сравнивать уровень производства и его организацию в украинских компаниях с известными европейскими и мировыми лидерами упаковочной индустрии. Так вот, завод полиэтиленовых изделий «Планета Пластик», на котором я побывал в конце ноября, с первых шагов по его территории предстал, как современное предприятие высокого уровня организации производства. Современные технологии и оборудование дополняются высокопрофессиональным персоналом, четкими целями и задачами как в организации производства, так и в поведении с заказчиками и партнерами, и что не менее важно, порядком и чистотой.

Моим собеседником был Юрий Алексеевич Саченко, коммерческий директор завода, на глазах которого за 15 лет работы на заводе произошло превращение бывшего кооператива, а потом фирмы «Союз», в современное предприятие «Планета Пластик». Откровенная профессиональная беседа с Юрием Алексеевичем во многом раскрыла секреты лидерства ООО «Планета Пластик» на рынке полимерных пленок. А начали мы с амбициозного названия компании.

Валерий Кривошей, к.х.н.



— Юрий Алексеевич, как родилось название Вашей компании, почему Планета Пластик?

— Наше предприятие выросло из кооператива ветеранов войны и труда «Союз», который в начале 90-х гг. занимался продажей полиэтиленовых пленок на территории Украины. Мы были фактически первыми на этом пути после формирования уже независимой Украины. Костяк специалистов и работников этого кооператива и стал тем ядром, вокруг которого формировался нынешний завод. Мы стали инициаторами производства светостабилизированных пленок в Украине, занимались различными инновационными проектами, предлагая рынку много новинок. А нынешнее название завода, наверное, определялось амбициозностью коллектива. Молодые, перспективные, думали и были уверены, что завоюем многое на нашей планете.

— Хорошая амбиция. Давайте перейдем к структуре продукции завода.

— Первое и основное направление завода — полиэтиленовые пленки для профессиональных теплиц. Мы стали первыми, кто вывел на рынок широкие 12-метровые многослойные пленки со сроком службы до 10 сезонов. И на сегодняшний день мы остаемся единственными производителями таких пленок на территории Украины и стран СНГ. А всего по пленкам для теплиц мы держим 20 % украинского рынка. Кроме этого, изготавливаем полиэтиленовые трубы разного диаметра, полиэтиленовые рукава для хранения зерна, сигнальные ленты и упаковочные пленки.

— Как появилась идея изготавливать пленки для упаковочной индустрии?

— Развитие завода требовало диверсифицировать наши риски и мы стали искать варианты развития. Первые шаги в упаковочном направлении делали лет 5 назад. В то время мы имели хорошую техническую оснащенность и пытались на линиях по производству тепличных пленок производить термоусадочные пленки. Достигли определенных успехов, начали работать с ведущими предприятиями, поставляя им пленки для транспортной упаковки на поддонах. Но для групповой упаковки пива, алкогольных напитков мы не могли обеспечить необходимое качество пленок. В 2012 г. был принят стратегический план развития предприятия, в котором одним из приоритетных направлений развития стало производство термоуса-





дочных пленок и пленок стретч-худ. За последний год введены в строй две новые линии для производства упаковочных пленок. Одна из которых — линия Luigi Bandera (Италия) — дает возможность изготавливать многослойные упаковочные и другие пленки самого высокого качества. Хотя мы ориентированы на производство пленок из полиэтилена, я не исключаю, что в ближайшем будущем мы будем расширять наш ассортимент, например, в направлении полипропиленовых пленок.

— *Юрий Алексеевич, какая ситуация сегодня на украинском рынке термоусадочных пленок?*

— Скажу так. Сегодня это уже сложившийся рынок со своими крупными производителями и потребителями термоусадочных пленок. На сегодняшний день мы производим пленку и для транспортной, и для групповой упаковки. За последние три года рынок потребления стагнировал, не расширялся. В то же время появлялись новые производители, что усиливало конкуренцию.

— *Но упаковка в большей степени направлена на упаковывание пищевой продукции, напитков. На это, по нашим оценкам, идет порядка 70 % всей упаковки в Украине. Даже в нынешних условиях рынок украинской пищевой продукции растет. Это хорошая перспектива для расширения производства.*

— Согласен с этим. Даже в экономический кризис люди всегда будут кушать и пить, и для такой продукции нужна будет упаковка. Но здесь есть очень большие проблемы. Если гово-

рить о термоусадочных пленках для групповой упаковки, то фактически 5–6 компаний являются потребителями фактически 70 % всего рынка таких пленок в Украине. Ведущие производители практически являются монополистами. С этим связан демпинг по ценам, отсрочки платежа на 60–90 суток. При жесткой конкуренции на таких условиях сложно выиграть тендер. Для многих производителей такая продукция становится экономически не выгодной. Тем не менее, мы ищем пути решения подобных вызовов, учимся работать в сложных условиях. Так, в этом году мы увеличили продажи термоусадочных пленок в 3 раза.

— *А какие перспективы на рынке для пленки стретч-худ?*

— Перспективы хорошие. Они определяются свойствами этих пленок. Рынок пленок стретч-худ очень активно развивается в нашей стране. Достаточно сказать, что за последний год объем их потребления увеличился более чем в 2 раза. Хотя цена на стретч-худ более высокая в сравнении с термоусадочной пленкой, но потребитель при этом имеет хорошую экономию. Да, понятно, что нужно приобрести другие упаковочные линии, но наряду с необходимостью определенных инвестиций, производитель экономит энергию, покупая более тонкие пленки.

Уже запущена наша новая линия и изготовлена пленка стретч-худ, которую мы испытали на заводе «Слобожанская строительная керамика». Результаты были положительными и уже получен заказ на первые пробные партии. В дальнейшем будем активно

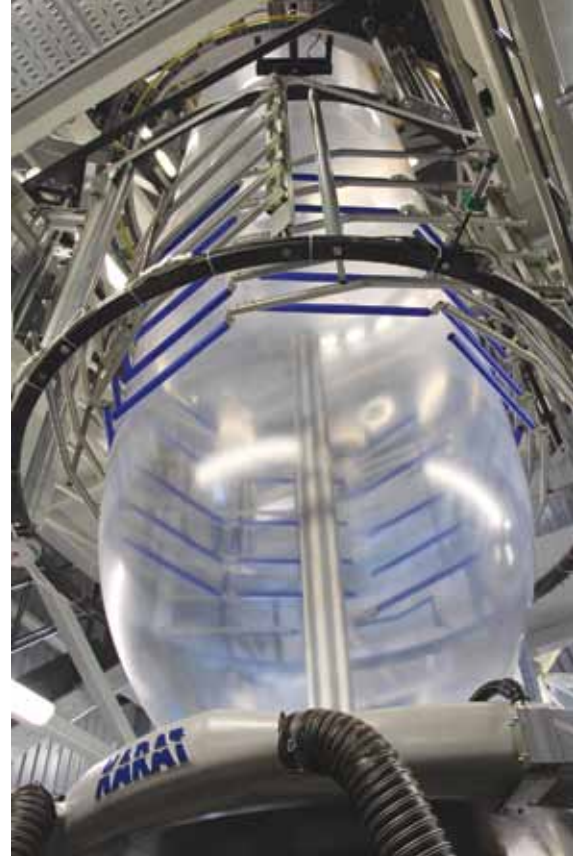
развивать это направление, на которое делаем ставку.

— *Несколько слов о безопасности продукции завода, особенно той, которая может контактировать непосредственно с пищевой продукцией.*

— На предприятии работает испытательная лаборатория. Она аккредитована и действует уже на протяжении 6 лет. Все партии сырья проходят входной контроль. Вся наша продукция проходит испытания. Хотя продукция завода не подлежит обязательной сертификации, так как не является объектом повышенной опасности, тем не менее, для того, чтобы показать нашему покупателю, что мы производим продукцию безопасную и самого высокого качества, мы её добровольно сертифицируем. Это влечет и определенный контроль со стороны органов сертификации. Мы это понимаем и добровольно на это идем. Наша продукция прошла испытание в санитарных органах Украины и получила разрешение для использования при контакте с пищевыми продуктами.

— *Юрий Алексеевич, у кого покупаете сырье и есть ли проблемы с его использованием?*

— Проблемы есть. Наша страна не производит полиэтиленовые гранулы. В прошлом году мы ушли от местных дилеров, поэтому все сырье и инновационные добавки покупаем по прямым контрактам непосредственно у производителей, в таких странах как Германия, Бельгия, Швеция, Венгрия, Катар, Арабские Эмираты и Беларусь.



В последнее время мы больше ориентируемся на сырье европейских производителей, чем на сырье заводов из стран Таможенного Союза. Тем не менее, мы поддерживаем партнерские отношения со всеми поставщиками, следим за всеми их новинками, постоянно работаем над усовершенствованием рецептур.

— **Через год следует ожидать снятие таможенных пошлин на продукцию производства стран Европейского Союза.**

— Да, мы над этим работаем. Усилен коллектив отдела экспорта. Работаем над адаптацией нашей продукции для европейского рынка и не только. Активно ищем новые рынки сбыта.

— **Вы производите упаковочные пленки и вместе с этим наращиваете отходы упаковки. Что надо делать в стране, чтобы решить проблему утилизации отходов упаковки?**

— Стоит ориентироваться на мировой опыт. Первое, надо повисить об-

щую культуру населения, проводить обучение, особенно молодежи, детей, объяснять, как обходиться с мусором, куда его девать, как сортировать. Второе, необходимо обеспечить переработку отходов упаковки.

Со своей стороны, мы предлагаем покупателям для той же групповой упаковки многослойные термоусадочные пленки, которые имеют толщину 60 мкм, вместо традиционной однослойной толщиной 100 мкм. И наши заказчики готовы к этому, так как они имеют явную экономию. Во-первых, они платят за меньшее количество пленки, а во-вторых, для усадки более тонких пленок используется меньше энергии. Да и отходов затем образуется меньше.

— **Юрий Алексеевич, расскажите о перспективных планах компании.**

— Наша цель выйти в лидеры производителей термоусадочных пленок и пленки стретч-худ.

Над этим активно работаем. К сожалению, те процессы, которые сей-

час происходят в нашей стране, не способствуют её экономическому развитию и отбрасывают нас назад. Хотелось бы, чтобы наша страна процветала, чтобы была поддержка ответственных производителей со стороны правительства.

— **Вопрос к Вам как к потребителю продукции. Какое у Вас отношение к упаковке?**

— Скажу так, если приобретаешь товар в красивой современной упаковке, то есть надежда, что продукция безопасная и качественная.

— **Читаете то, что написано на упаковке о продукции?**

— Если сказать честно, то практически не читаю. Ориентируюсь, больше, на какие-то уже общепринятые мнения. Стараюсь покупать продукцию в упаковке более известных мне брендов.

— **Юрий Алексеевич, огромное спасибо за эту беседу. Она открыла мне, и, надеюсь, нашим читателям, много нового о работе компании «Планета Пластик», а главное, показала положительный опыт развития предприятия и возможности успешного ведения бизнеса в нашей стране. Успехов коллективу на пути к лидерству в упаковочной индустрии Украины.** *Ж*