

Мы меняем правила

Вспоминаю, как мы познакомились. Как-то после очередной конференции по утилизации отходов Владимир Слабый сказал, что его пригласили ознакомиться с уникальным производством лотков из алюминиевой фольги, и спросил, не хотел бы я составить ему компанию. Я согласился. И когда мы очутились на окраине Киева, нас встретила Виктория Бурковская, директор комплекса, название которого меня заинтриговало — «СтудиоПак». Как оказалось, производство такой упаковочной продукции действительно уникальное. Во-первых, единственное в Украине, во-вторых, построено на основе современных технологий и оборудования, в-третьих, выпускает продукцию высокого качества. И, наконец, имеет высочайший уровень производства, который обеспечивает компании лидирующие позиции на упаковочном рынке. И все это создал коллектив во главе с миловидной, хрупкой и уверенной в успехе своего бизнеса женщиной — Викторией Бурковской. Наше знакомство продолжилось. Появились взаимные профессиональные интересы, потребность встречаться, обсуждать возможные проекты сотрудничества. Виктория подкупала увлеченностью, можно даже сказать, влюбленностью в упаковку своей компании. Она могла часами рассказывать о ее уникальности, преимуществах, пользе и была готова убеждать в этом каждого потенциального потребителя.

Идея этого интервью возникла после одной нашей встречи, когда мы обсуждали перспективы производства для украинского рынка упаковки из ламината. Тогда я понял, что о компании «СтудиоПак», ее продукции, сегодняшних буднях и перспективах развития должен подробнее узнать читатель журнала «Упаковка». И лучше, чем Виктория Бурковская, об этом не сможет рассказать никто другой. Мой первый вопрос, наверное, был традиционным: мне всегда интересно узнать, как люди приходят в упаковочную индустрию, чем она их так увлекает, что становится предметом профессиональных интересов.

Валерий Кривошей, к.х.н.



СТУДИОПАК
УКРАИНА ЛИМИТЕД

— Давайте начнем с самого начала. Как появилась идея заниматься упаковкой?

— Очень неожиданно. Наша компания занималась экспортом металлопроката и лома черных металлов. Как-то нам через одного нашего парт-

нера передали контейнер из алюминиевой фольги итальянского производителя и попросили изучить рынок для такой упаковки в Украине. Был 2005 г. Такой упаковки в Украине не было. Никто даже не знал о ней. И вот так получилось, что, приступив к изучению рынка, мы влюбились в этот продукт, прониклись его уникальными свойствами. Сначала занялись дистрибуцией. Нарастивали объемы его импорта, а когда поняли, что эта продукция реально необходима в Украине, решили открыть собственное производство.

— Понятно. Теперь о предприятии. Почему выбрали такое странное название для компании?

— «СтудиоПак» — это студия упаковки. Как в любой студии, мы креативно относимся ко всему, что делаем. Начиная от идеи, заканчивая готовым упаковочным решением. При этом исходим из того, что алюминиевая фольга — удивительный по своим свойствам материал, который, к сожалению, еще пока неизвестен большинству потребителей. И задача нашей студии — расширить возможности использования упаковки и других изделий из алюминиевой фольги для широкого круга украинских потребителей.





– **Виктория, а каким было начало этой работы?**

– Скажу сразу, что было непросто. Сама по себе упаковка из алюминиевой фольги была новым продуктом для Украины. И нам потребовалось время, чтобы приучить к нему потребителей. Ведь использование такой упаковки – это новая культура приготовления и потребления пищевых продуктов. Для активного ее продвижения мы зашли во все каналы сбыта: HoReCa, Catering, B2B и Retail. Первой нашей сетью был «Фуршет», куда мы начали поставлять свою продукцию. Она присутствовала на торговой полке в виде комплектов контейнеров для розничных покупателей, а также использовалась внутренним производством сети для приготовления блюд. В этой упаковке подавали еду «на вынос» в отделе кулинарии. Таким образом, мы замыкали все каналы сбыта в одной торговой точке. Кроме того, проводили различные акции, принимали участие в выставках, готовили и распространяли рекламную продукцию. В результате сегодня, являясь единственными в Украине производителями упаковки из алюминиевой фольги, мы охватываем около 20 % от потенциально возможного украинского рынка посуды и упаковки из пищевой фольги.

– **Сформулируйте Вашу миссию на рынке, стратегию поведения.**

– Мы хотим донести каждому украинскому потребителю, что безопасность и экологичность, уникальность и удоб-

ство, а также многофункциональность упаковки из алюминиевой фольги обеспечивают ее конкурентоспособность среди других видов упаковки и делают ее необходимой в каждом доме.

– **На рынке есть лотки из картона и полимеров. Какие преимущества и недостатки имеет в этом ряду лоток из алюминиевой фольги?**

– Наш алюминиевый лоток конкурирует в трех нишах. Первая ниша – это торговая полка с силиконовыми и другими формами для приготовления пищи в домашних условиях. Преимущества: не нужно мыть посуду, это удобно, экономит время, воду, электричество. Жизнь очень быстротечна, хотим быстро все успеть, поэтому нашим потребителям это выгодно.

Вторая ниша – это упаковка. Здесь мы конкурируем с лотками из полимерных материалов и картона. Основное преимущество – экологичность. В отличие от полимерных и картонных лотков, лотки из алюминиевой фольги легче, имеют высокие барьерные свойства, полностью утилизируются.

И третья ниша – это одноразовая посуда, где основными конкурентными преимуществами являются экологичность, безопасность и многофункциональность.

– **Теперь перейдем к компании. Какие конкурентные преимущества компании «СтудиоПак» на рынке?**

– В первую очередь, это – гибкость. «СтудиоПак» – компания небольшая, но мобильная, с высоким уровнем вза-



имозаменяемости. У нас индивидуальный подход к каждому клиенту. Наши специалисты постоянно находят интересные технические и организационные решения, связанные с упаковкой, и доносят их нашим клиентам. Основное преимущество нашего производства – его уникальность. Подобных производств в мире совсем немного. В странах СНГ их нет, в Европе – всего несколько. Правда, мы работаем с монопродуктом. В этом плане это рискованный бизнес. Но мы сделали такой вызов рынку.

– Вы сделали вызов не только рынку, но и принципам построения бизнеса. Потому что монобизнес опасен, особенно для такой страны, как Украина.

– Мы это прекрасно понимаем, но мы этого не боимся. Потому что мы – команда единомышленников. У нас реально команда, которая верит в этот продукт, и это – самое главное. Наш девиз – «Мы меняем правила». Мы меняем правила во всем: в самом продукте, в культуре его использования. И это реально меняет и менталитет, и философию людей, меняет стиль жизни украинского потребителя.

– Виктория, теперь несколько слов о выбранных технологии и оборудовании.

– Мы изучали разные варианты и выбирали, учитывая сочетание «цена – качество – надежность». Остановились на оборудовании ведущей итальянской компании, которая уже более 40 лет на рынке. У нее же заказываем и штампы.



– На какой фольге работаете? И есть ли надежда, что появится фольга украинского производства?

– Мы работаем на очень качественной европейской алюминиевой фольге, которую покупаем в Греции и Турции. На первом месте – фольга из Греции, которая на сегодняшний день – № 1 по качеству сплава и пищевой смазки.

К сожалению, у нас нет украинской фольги. Единственный Запорожский алюминиевый завод, на котором установлена линия для изготовления алюминиевой фольги, сегодня не работает, а линия так и не была запущена.

– Чем вы можете подтвердить безопасность своей продукции?

– Результатами санитарно-гигиенических исследований нашей продукции, оформленными протоколами. Эти исследования проводили как украинские институты, так и компания Hamilton

Poland. Они все показали, что миграция отдельных компонентов фольги в пищевые продукты минимальная, значительно ниже допустимых норм. Кроме того, хочу сослаться на результаты исследований специалистов Немецкого института гигиены Фраунгофера из Дюссельдорфа, которые проводили исследования по оценке миграции компонентов алюминиевой фольги при разогревании пищевых продуктов в контейнерах из алюминиевой фольги в микроволновой печи. Они показали, что фольга при обжиге и прокатке становится абсолютно стерильным материалом с превосходными барьерными свойствами.

– Какой сервис получают ваши заказчики?

– Хочу сразу сказать, что мы предлагаем нашим партнерам не только контейнеры и лотки, мы предлагаем им



готовые упаковочные решения. В наших предложениях есть различные варианты применения и использования продукции. В зависимости от этого мы комплектуем контейнеры крышками (полимерными, плоскими и выпуклыми, картонно-алюминиевыми). Сейчас разрабатываем инновационную крышку – картонную выпуклую. Есть крышка с прозрачным (из полипропиленовой пленки) окошком. Кроме того, мы рекомендуем клиентам ручные и полуавтоматические упаковочные машины для фасования и упаковки продукции в контейнеры и лотки из алюминиевой фольги. Мы открыли свой интернет-магазин, который работает на всей территории Украины. Заказанную продукцию отправляем «Новой почтой» и другими службами доставки в любой уголок страны, к тому же при первом заказе дарим подарок – один комплект контейнеров. Относительно сроков

поставки, скажу так: сегодня заказ – завтра отправляем. Учитывая текущую экономическую ситуацию, для нового клиента всегда требуем предоплату. В дальнейшем постоянным клиентам предоставляем отсрочку платежа.

– **Виктория, какие у вас планы по освоению зарубежных рынков?**

– С 2011 г. поставляем продукцию в Россию. Вот уже на протяжении 5 лет работаем с Белоруссией: там у нас 2 клиента, сейчас третий на подходе, работаем с Молдовой, Грузией. В Прибалтике, в Литве, у нас один дистрибьютор. Что касается западно-европейского рынка, то там, конечно, сложнее. Очень высокая конкуренция, пошлина 2,5 % на нашу продукцию. Тем не менее, поставляем ее в Германию, Польшу, Австрию, Бельгию. В общем объеме продаж доля экспорта составляет 40 %. В планах – выйти на 60 %.

– **Виктория, Вы регулярно ходите в супермаркеты? Что для Вас как для потребителя значит упаковка?**

– Упаковка для меня как для потребителя – это, в первую очередь, безопасность и удобство. На первом месте – безопасность, потом – удобство. Я всегда внимательно смотрю, как упакована продукция, читаю информацию о ней на упаковке. Считаю, что упаковка помогает выбрать качественную, безопасную продукцию.

– **Виктория, спасибо Вам за эту беседу. Хочу сказать, что узнал много нового, чего не знал раньше о компании «СтудиоПак», ее продукции, о принципах и методах поведения на рынке. Меня радует, что в Украине есть такие компании, есть такие руководители. Думаю, Ваш опыт будет полезен читателям журнала. Удачи и дальнейших успехов.** *Ж*