

# Лідерство, підтверджене реальністю



Коли збирався на першу зустріч до Павла Прінка, нинішнього голови правління Ветропак Гостомельського Склозаводу, ще раз прочитав про його попередників Павла Рибицького та Андрія Гірника, а також Клада Корна з компанії Vetropack у своїй книжці «Упаковка в українських реаліях». Мабуть, це було потрібно, щоб налаштуватися на розмову з не знайомою мені до цього людиною.

Перші враження від зустрічі з Павлом Прінком підтвердили мої очікування: я зустрів професійного, вдумливого, у міру відвертого фахівця. Молода людина з гарною англійською чітко викарбовувала свої судження, демонструючи знання з різних питань буття заводу, наче все своє професійне життя, як і попередник, провела в Гостомелі.

Маю надію, що наша розмова зацікавить читачів журналу, бо вона яскраво розкриває сучасне життя колективу одного з лідерів української пакувальної індустрії – Ветропак Гостомельського Склозаводу.

Валерій Кривошей, к.х.н.



**Завод є лідером у своїй галузі. Як Ви оцінюєте це лідерство сьогодні?**

П.П. Тут треба бути дуже обережним. Будь-яке лідерство, як і більшість речей у житті, має два боки. Позитивний і негативний. З одного боку, воно дає змогу робити певні дуже позитивні речі для індустрії, для споживачів, для самої компанії. У той самий час індустрія і споживачі так само очікують від лідера активної позиції в плані покращення якості продукції, екологічних стандартів. Це досить важка відповідальність, яка передбачає й певні втрати, і певні обов'язки.

**Понад рік тому Ви стали головою правління одного з найстаріших склозаводів. Згадайте свої почуття річної давнини. Чи виправдались Ваші очікування?**

П.П. Я б сказав так: коли ти берешся за якусь нову справу, а потім, уже в ретроспективі, дивишся на перебіг подій, то майже завжди реальний стан справ трохи відрізняється від того, який ти уявляв. І мені здається, що то цілком нормальна ситуація.

Я прийшов у компанію, в якій не було великих проблем. Мені не було потрібно щось дуже швидко покращувати або щось виправляти. Компанія нормально працювала, і моя місія була далеко не революційна – скоріше, еволюційна, я б сказав так. Стояло завдання покращити деякі процеси функціонування компанії. А це зовсім інший ритм та модуль поведінки: ти поводиш себе по-іншому, застосуєш інші методи, і навіть стиль управління зовсім інший.



**Які взагалі зараз склозавод у Гостомелі має конкурентні переваги на ринку?**

П.П. Перше: розмір, як завжди, має значення. Будучи найбільшим підприємством в Україні, ми можемо задовольнити потреби будь-яких клієнтів – від найменших до лідерів ринку. Цей фактор сьогодні вагомий.

Друге: стандарти якості. Вони (не побоюся цього слова) у нас найвищі. Це нам дає доступ до клієнтів як в Україні, так і на ринках Центральної та Західної Європи. Наші стандарти дійсно європейські. Коли наша пляшка їде в Швейцарію, Австрію, Хорватію чи сусідню Польщу, вона цілком відповідає стандартам цих країн.

**Якими нині є тенденції розвитку скляної упаковки та яку роль в їх реалізації відіграє ваше підприємство?**

**П.П.** Можливо, я буду трохи суб'єктивним, але з нашої перспективи, з досвіду Ветропак Гостомельського Склозаводу, ми бачимо дуже приємну для нас тенденцію – повернення до скла. Компанії, які роками зменшували частку скла у своєму портфелі (якщо розкласти їх портфелі за типами упаковки), зараз її нарощують. Насамперед це газовані неалкогольні напої, індустрія, яка, як багатьом здавалося, просто повинна була перейти на полімерну пляшку. Того не сталося: навпаки, ці компанії зараз демонструють зростання скляної упаковки для своєї продукції. Так само пивна індустрія і багато інших. Ця тенденція загальноєвропейська, і ми її дотримуємося. Інший тренд – це загальне зростання виробництва скляної тари, яке глобально пов'язане зі зміненним поглядом суспільства на переваги й недоліки інших матеріалів, перш за все полімерних. Відкрийте Фейсбук, увімкніть телевізор – і побачите, як ті полімерні пляшки й пакети плавають в океані та яку це шкоду робить довкіллю.

**На початку минулого століття Київська губернія, даючи Шамі Гіберману дозвіл на будівництво склозаводу, ставила одну умову: не забруднювати довкілля. Чи реалізується ця умова сьогодні?**

**П.П.** Згідно з правилами компанії Vetropack, усі вимоги, в першу чергу до екологічної безпеки, ми виконуємо. У нас компромісу в цьому просто бути не може. Все, що від нас вимагається чинним законодавством, правилами, регуляціями, ми робимо. Є способи зменшення викидів, наприклад оксидів азоту, які ми реалізуємо за рахунок зміни конструкції своїх печей. Це додаткові витрати, але вони суттєво зменшують викиди, зберігаючи екологію. Це підтверджує, що ми виконуємо ту умову, яку нам висунули більш ніж 100 років тому. Я би прогнозував, що в наступні, мабуть, 10 років наша індустрія, підтримуючи європейські екологічні тренди, буде еволюціонувати в напрямі охорони навколишнього середовища. І наша компанія буде в авангарді цього руху – це обов'язок лідера української індустрії.

**У конкурсі «Українська зірка упаковки» цього року упаковка заводу отримала чергову, 14-ту за рахунком, нагороду. Що така нагорода значить для підприємства, для Вас особисто?**

**П.П.** Це дуже позитивна річ для нас, це визнання нашої позитивної праці. З одного боку, наче можна звикнути до таких нагород, а з іншого – вони стимулюють та мобілізують на нові досягнення, бо попередні заслуги не є гарантією майбутнього успіху. Вони підтверджують, що ти на правильній дорозі, що ти зможеш дати клієнту упаковку сучасного дизайну і високої якості.



**Будь-яка упаковка в кінці свого життя стає сміттям. Відходи скляної упаковки (склобій) дуже потрібні підприємству. Як Ви оцінюєте ситуацію з використанням склобою як вторинної сировини для виробництва скляної пляшки?**

**П.П.** Я концептуально не погоджуюся із тим, що такі відходи є сміттям. На мій погляд, відходи скляної упаковки можна неодноразово на 100% переробляти. Аналізуючи «кругообіг» скла від народження і до умовної «смерті», важливо зазначити, що після переплавки скло майже на 100% знову використовується. І в цьому унікальність цього матеріалу.

У нас є свої потужності з переробки склобою. Ми здатні склобій очистити, перебрати, відсортувати... В нашій історії були такі часи, коли ми на наших потужностях використовували до 70% склобою різного кольору на різних печах. Це тоді, коли склобою було достатньо. Але наша найбільша проблема – це нестача самого склобою. Вона існує, в першу чергу, через відсутність в країні правильно організованих механізмів цілеспрямованого збору склобою. Варіантів цих систем є декілька, країни Європи роблять це по-різному. На нашу думку, в Україні є величезне поле для покращення цієї ситуації.

**Щоб залишатися на ринку лідером, напевно, треба випереджати очікування ринку. Які завдання в цьому стоять перед підприємством на майбутнє?**

**П.П.** Щоб лишатися лідером, потрібно не тільки підтримувати наявні потужності, але й розвивати їх, інвестуючи в нові сучасні технології. В Україні сьогодні надзвичайно великі макроекономічні й політичні ризики. Незважаючи на це, ми вже декілька років підряд продовжуємо інвестувати в наші потужності. Бо ми віримо в Україну, віримо в бізнес в Україні. Це, так би мовити, першочергове завдання.

Друге – ми бачимо дуже суттєву й швидку еволюцію вимог наших клієнтів, насамперед до якості, до певних характеристик нашої продукції.

Ми інтегровані в компанію Vetropack, тому певна частина нашого виробництва буде завжди зорієнтована також на європейські ринки. Ми мусимо бути готові підтримати своїх клієнтів в Україні, коли їхні потреби та обсяги будуть рости.

**Павле Анатолійовичу, дякую за нашу зустріч, за відверту розмову. Маю надію на продовження нашого знайомства та плідну співпрацю. Вам особисто та всьому колективу бажаю утримувати лідерські позиції на ринку пакувальної продукції.**