

ПРОФЕССИОНАЛЬНОСТЬ, ГИБКОСТЬ, КАЧЕСТВО

Ассортимент пластиковой упаковки для различных задач

Компания «Спецтехоснастка» (TM Vital Plast) – украинское предприятие, производящее широкий ассортимент пластиковой тары и упаковки. Ответ на вызовы современного рынка компания видит в инновационных решениях для своих клиентов. Об этом рассказал Владимир Лемперт, Генеральный директор ООО «Спецтехоснастка» (TM Vital Plast)

Существуют ли принципы, от которых вы никогда не отказываетесь, развивая компанию? Как эти принципы помогают вам удерживать рыночные позиции сегодня?

Владимир Лемперт: Мы переживаем сложные времена в развитии украинского бизнеса. Но когда они не были сложными, если речь, естественно, не о зарабатывании в коррупционных схемах, а о нормальном, ориентированном на рынок производстве? И сегодня, и в любой период времени со дня основания компании в 1989 году, мы верили, что даже в такой сложной экономике, как украинская, можно преуспеть, если руководствоваться в своей деятельности простыми, понятными любому сотруднику компании, и любому партнеру или клиенту, правилами.

Одним из таких правил является стремление во всем быть профессионалом. Это относится к умению понять или предвосхитить потребности рынка, к проектированию и производству, к налаживанию постоянного диалога с клиентами и партнерами, целью которого является нахождение выигранных компромиссов и взаимовыгодных решений.

Быть профессионалом важно и во взаимоотношениях внутри коллектива нашей компании, где мы стараемся создать атмосферу вовлеченности, заинтересованности и открытости, с тем, чтобы каждый здесь работающий смог реализовать свои способности и чувствовать себя востребованным.

Сегодня ключевые производственные направления нашей компании – инструментальное производство, литье пластиковой упаковки под торговой маркой Vital Plast, производство комплектующих для западного автопрома – это производства высокого уровня профессионализма.

Второй принцип – это быстрота реакции и гибкость в широком смысле слова. Экономические встряски можно пережить, только умея приспосабливаться к скачкообразности покупательского спроса и неблагосклонности государственного регулирования экономической деятельности. Выживают те, кто понимает структуру затрат клиента, работает над новыми продуктами, одновременно и превосходящими по качеству предыдущие версии, и дающие возможность снижать затраты в цепочке прохождения товара к конечному потребителю.

Мы постоянно анализируем, что происходит в производственных процессах, насколько разумно они организованы с точки зрения потребительских ценностей наших изделий.



Много ездим, смотрим, как это же делается в Европе или в Китае, скажем. Причем ездят не только руководители предприятия, поскольку никакие рассказы о том, как где-то все хорошо организовано, не заменят личного опыта линейных менеджеров, конструкторов, технологов и даже рабочих. Затем пытаемся использовать этот опыт у себя. Ведь устранение необоснованных потерь в производстве создает основу для гибкости в ценообразовании и для экономической эффективности.

Ну и последнее – это необсуждаемое – качество. Мы хотим производить то, чем потом можно было бы гордиться. То, что сам хотел бы купить. Стараемся гарантировать это на уровне внутренних производственных процессов, а это связано и с подготовкой людей, и с использованием надежного оборудования. Здесь мы не допускаем компромиссов.

То есть на практике отмеченные вами принципы реализуются в совершенствовании производственных технологий?

В.Л.: Конечно. Современные технологии – это гарантия того, что наши изделия максимально отвечают требованиям наших клиентов и конечных потребителей. Например, мы одними из первых в Украине внедрили технологию тонкостенного литья в производстве упаковки. Это решение предоставляет возможность выдерживать высокие стандарты качества

“ Сегодня ключевые производственные направления нашей компании – инструментальное производство, литье пластиковой упаковки под торговой маркой Vital Plast, производство комплектующих для западного автопрома – это производства высокого уровня профессионализма



и одновременно снизить затраты в производственном цикле наших клиентов, ведь упаковка по-прежнему соответствует всем физическим и эстетическим требованиям, но обходится нашим клиентам дешевле.

Или, например, декорирование пластиковой упаковки IML-этикеткой, в чем мы тоже были пионерами на украинском рынке. Упаковка с IML не только заметнее на полках супермаркетов. Она убирает массу персонала, наносящего самоклейки в разную, защищает от подделки.

Какие новинки есть у вашей компании в сегменте тонкостенной упаковки?

В.Л.: В прошлом году, например, мы предложили производителям пищевых продуктов тонкостенный контейнер вместимостью 210 мл с круглой горловиной и шестигранным корпусом. Мы можем наносить IML-этикетку и на корпус, и на крышку этого изделия. Товары в такой упаковке невозможно не заметить на полке продуктового магазина, она не стандартна и привлекательна. Высокая прозрачность материала, из которого производится эта упаковка, позволяет рассмотреть фактуру и цвет продукта внутри, а IML-этикетка содержит всю нормативную и рекламную информацию.

На украинском рынке она пока не стала популярной, возможно из-за боязни экспериментировать с потребительски-



ми предпочтениями. Но эту новинку сразу оценили наши европейские заказчики. И сегодня в такой упаковке продаются шоколадные муссы в странах Европейского Союза.

Если говорить об IML-этикетках, то каковы ваши возможности сегодня? Можно ли наносить этикетку на весь ассортиментный ряд вашей продукции?

В.Л.: Речь не только о количестве позиций ассортимента, которые могут декорироваться IML, хотя это важно, поскольку связано с использованием дорогостоящей робототехники. С IML этикеткой продукция наших клиентов выглядит уникально, ярко, повышается узнаваемость брендов.

Разнообразие решений, которые мы можем предложить, невероятно велико. Сегодня мы используем глянцевые и матовые пленки, материалы с эффектом «апельсиновая корка», металлизацией, выборочной лакировкой. Очень много решений. Наши ведущие клиенты умело этим пользуются, а потенциальные – несомненно, по достоинству оценят наши возможности.

Понимание задач клиентов и профессионализм компании являются основой ваших инноваций?

В.Л.: Конечно. Ведь инновации имеют смысл тогда, когда их разработка нацелена на конкретный результат – решение задач клиента.

Например, мы разработали уникальную упаковку для лакокрасочной продукции на водной основе. Она имеет форму цилиндра. Наше конструкторское бюро разработало не только новую форму, но и новую систему сборки и замыкания крышки, корпуса и обечайки. Необходимость этих инновационных решений была продиктована потребностью клиента в упаковке с повышенной прочностью и герметичностью. Она позволила ему оптимизировать транспортировку и хранение продукции, а также позиционировать свой продукт в премиальном ценовом сегменте.

Мы сами конструируем и производим пресс-формы, у нас было много находок и уникальных решений, многие из кото-

рых защищены патентами. Это – наш арсенал знаний и опыта, накопленных за более чем 25-летнюю историю компании, это то, что помогает быть среди лидеров отрасли и уверенно смотреть в будущее.

Ваша компания имеет репутацию надежного поставщика не только у украинских клиентов, но и у транснациональных производителей и зарубежных заказчиков. На чем основывается такое доверие?

В.Л.: Каждый шаг в гарантировании качества продукции подтверждается необходимой сертификацией. Сегодня все направления компании имеют необходимые международные специализированные сертификаты качества. Производство пластиковой упаковки имеет международный сертификат ISO 22000:2005; инженерное литье комплектующих для западного автопрома сертифицировано по ISO TS 16949:2009.

Но это, скорее, формальная сторона дела, хоть и важная. Более весомо вот что: с недавних пор мы используем новый слоган, отражающий смысл нашей деятельности, наше предназначение. Более компактный, чем прежде. И легче запоминаемый.

Слоган на английском и звучит “Your Trusted Partner”. К сожалению, мы еще не нашли наиболее точного акцентированного перевода на украинский или русский, но смысл в том, что для наших партнеров, клиентов, сотрудников – мы хотим быть партнером, которому можно довериться. Партнером, которому доверять – не опасно.

Мы ничего не скрываем. Наш бизнес прозрачен как для наших клиентов и партнеров, так и для контролирующих государственных институтов. Мы знаем, что такое социально ответственный бизнес не понаслышке. Мы дорожим своей репутацией, созданной в результате более чем двадцати пяти лет труда. И это репутация партнера, которому можно доверять.