

«Эллис» — это наша судьба

Когда я получил приглашение приехать в с. Салганы, что рядом с Белгород-Днестровским, чтобы принять участие в торжествах по случаю 25-летия со дня основания компании «Эллис», в памяти всплыли мой первый визит на это предприятие 6 лет назад и знакомство с его создателями — братьями Владимиром и Александром Андреенковыми и их партнером по жизни Владимиром Хохловым. Конечно, я не смог отказать себе в удовольствии вновь окунуться в атмосферу семейной компании, принявшей условия рыночной экономики и демонстрирующей удивительный профессионализм в организации современного производства полимерной тары и укупорочных средств.

И хотя, как шутят в компании, «все начиналось с пуговицы» и с «армейской палатки», в которой был установлен первый термопластавтомат, сегодня ЧАО «Фирма «Эллис» вместе с ЧП «Кристал Гласс» и ООО «Пак Стор» являются крупнейшей промышленной группой с парком оборудования более 30 единиц производственных машин-автоматов, на которых ежедневно, в круглосуточном режиме, изготавливается свыше 200 видов тары и укупорочных средств для более чем 300 компаний в Украине и за ее пределами (доля экспорта больше 20 %).

Я не обманулся в своих ожиданиях и, несмотря на короткий срок пребывания, познакомился с нынешним «Эллисом» — современными технологиями, установленным оборудованием, производственным процессом, социальной политикой и, конечно, с главным достоянием компании — ее специалистами. Неформальные беседы со многими из них в эти дни дали, с одной стороны, ответ на вопрос, как компания достигла теперешнего статуса, а с другой — убедили в стабильности ее положения на многие годы вперед. Конечно, многое сегодня и завтра, кстати, как и вчера, зависит от «трех богатырей», как здесь называют председателя правления Владимира Андреенкова (на фото в центре), директора Александра Андреенкова (на фото справа) и главного инженера Владимира Хохлова (на фото слева). Все, что формально и неформально говорили «три богатыря» в эти дни о прошлом, настоящем и будущем компании, я попытался собрать и записать ниже для читателей журнала. Думаю, что там много полезного.

Валерий Кривошей, к.х.н.

— Так с чего все-таки все начиналось — с пуговицы или с палатки?

В.А.: Это, конечно, шутка, хотя в действительности были и пуговицы, была и армейская палатка с термопластавтоматом. В те годы многое было необычным. Развитие многих производств тормозилось, люди оставались без работы и искали любую возможность, чтобы заработать. С другой стороны, в стране зарождалось кооперативное движение. Оно требовало принципиально иного отношения к работе. Те, кто прошел кооператив, закалялся на многие годы вперед.

А.А.: Дополню Володю. Конечно, нам помогло то, что, имея техническое образование, мы обратили внимание на производство. С другой стороны, совсем рядом мощное по потенциалу, известное на весь Советский Союз предприятие — завод медицинских изделий. На наших глазах он снижал объемы производства, многие специалисты стали увольняться. Конечно, заниматься производственной деятельностью было рискованно. Но именно это и стало решающим в нашем выборе. Сегодня, по прошествии стольких лет, я понимаю, что нас в то время спас наш образ жизни.

— А какой смысл Вы вкладываете в слова «образ жизни»?

В.А.: Сегодня в это трудно поверить, но мы работали по 24 часа в сутки. Отказывали себе во всем — развлечения, праздники, отпуска были не для нас. Финансовых запасов в Советском Союзе никто из нас не накопил. А средств для создания своего производства и развития бизнеса требовалось немало. Выручала смекалка. И еще. Мы договорились первые пять лет из заработанного ничего не тратить на себя лично. Но даже в таких условиях на первых порах приобретали оборудование, бывшее в употреблении. Экономили на всем.

В.Х.: Но самое главное — мы были очень любознательные. Информацию доставали где только возможно. Посещали



выставки, налаживали контакты. Появились первые термопластавтоматы. Изготовление различных изделий из полимеров литьем под давлением стало основным технологическим процессом. Нужны были контакты с поставщиками полимерного сырья, необходимо было разобраться в конструкции пресс-форм, освоить многие тонкости технологии. Отдельной важной задачей было определиться с ассортиментом продукции и найти на нее заказчиков.

— А что дальше? Как ориентировались в новых экономических условиях?

В.А.: Нас спасали неординарные люди, одаренные рождением собственных идей. У них была такая аура — сплошное созидание. В то время народ был мало образован на

тему бизнеса, от государства никакой информации не поступало, да и мало что оно понимало в том, как выстраивать бизнес в новых экономических условиях. Наша экономика была проста — все для завода, все для производства, на его развитие. Благодаря этому удалось приобрести рабочую площадку, начали строить производственные помещения, устанавливать оборудование и производить продукцию. Параллельно стал формироваться коллектив. Оказавшись без работы, многие работники того же завода медизделий приходили к нам. Не все из них оставались, но те, кто нам поверил и принял наши условия, и стали основой коллектива на многие годы.

— Если вспомнить те годы, то в начале 90-х происходил обвал экономики, падало производство, была огромная инфляция. Как удалось выжить?

А.А.: То время сегодня страшно вспоминать. Многие наши коллеги предприниматели тогда говорили: отсидимся, подождем, увидим, что дальше будет. А мы сели, подумали и сказали: будем работать. В жесточайших условиях инфляции будем находить выходы и работать. Несколько лет мы трудились практически без прибыли, но самое главное — мы тогда не потеряли рынок. Нам поверили наши заказчики. Да и сами мы в себя поверили. Вот так мы пережили это время, и оказалось, что мы нужны рынку.

— Какие еще этапы развития компании можно выделить как важнейшие, определяющие место предприятия на рынке?

В.Х.: Таких было несколько. И одним из самых важных было определение ассортимента продукции. В самом начале, освоив литье под давлением, компания изготавливала укупорочные средства (пробки, вставки, крышки). Изучение рынка показало нам, что для малых объемов продукции все чаще вместо стеклянных бутылочек и баночек стали использовать полимерную тару. Впоследствии эта тенденция распространилась и на упаковку емкостью 500 мл и больше — до 5–10 л. Этому способствовало широкое использование для данных целей полиэтилен-терефталата, который по многим показателям не уступает стеклу, а по некоторым и превосходит его.

А.А.: Здесь необходимо отметить, что во многом нам помог случай. На одной из выставок мы познакомились с технологией изготовления тары из полиэтилен-терефталата одностадийным способом на оборудовании японской компании ASB. Нас так увлекла эта технология, что мы рискнули и первыми в Украине приобрели такую машину. Сейчас у нас несколько таких машин. А тогда это был риск. Правда, риск оправданный. Дело в том, что еще до того, как мы познакомились с этой технологией, наши местные кулибины, как мы их называем, успешно освоили изготовление такой тары на усовершенствованном термопластавтомате. Уже потом, увидев его, японцы долго не могли прийти в себя от работы кулибиных «Эллипса».

— Но освоение производства тары из полиэтилен-терефталата требовало решения многих других вопросов, например изготовление пресс-форм. Я сегодня увидел очень много видов пресс-форм производства Вашей компании.

В.А.: Вы правильно подметили данный важный компонент в производстве объемной полимерной тары. Это пресс-формы. Именно в их конструкции, качестве во



многом заложена экономика производства. Конструирование и изготовление пресс-форм для всего перерабатывающего оборудования непосредственно у себя на предприятии было еще одним важным решением. Конечно, это затраты на оборудование, освоение новых технологий, подготовка кадров. Но все окупилось. Наши мощности по изготовлению пресс-форм дают возможность предложить заказчику эксклюзивную тару любой формы. Кроме того, сроки выполнения заказа минимальны. Опыт наших конструкторов, механиков и технологов позволяет изготовить качественную тару с конкурентной стоимостью.



Кстати, это одно из важнейших конкурентных преимуществ нашей компании.

— В первый мой приезд на завод был только «Эллипс». Сегодня на рынке известна группа компаний — к «Эллипсу» добавились «Кристал Гласс» и «Пак Стор». Чем вызвано такое размножение?

В.А.: Оно оправдано требованиями рынка. И, кстати, создание новых предприятий — это также важное решение, которое определило новый этап в развитии, открыв для нашей продукции новые рынки. Все три компании работают

согласованно, имея общую программу действий. «Кристал Гласс» и «Пак Стор» — это наши торговые дома, в которых работают в основном молодые люди. Они мобильны, оперативны и уже опытные, владеют современными знаниями в области маркетинга, рекламы, организации продаж. С созданием этих предприятий продажи продукции увеличились в разы и мы вышли на новые рынки. Но и здесь мы останавливаться не собираемся. Уже в ближайшее время появится новая тара для новых видов продукции.

В.Х.: Я хотел бы еще добавить, что важным конкурентным преимуществом является наше отношение к заказчику. Он для нас скорее даже не заказчик, а партнер. Мы склонны к лояльному переговорному процессу с ним. Наше кредо — говорить партнеру правду. Это наш плюс, наша сила, которые базируются на опыте, традициях, исторической памяти.

— Кстати, сегодня я особенно почувствовал, что сила компании «Эллипс» в ее коллективе. Я был потрясен, когда в зале во время торжеств люди стоя несколько минут аплодировали главному, как я понял, клубину «Эллипса» Николаю Константинову. Это тронуло до слез. Как и то внимание, которое было оказано ветеранам, проработавшим 15, 20 и даже 25 лет в «Эллипсе». Откуда все это? Какими секретами Вы владеете?

А.А.: Двери моего и Володиного кабинетов всегда открыты. Открыты в прямом и переносном смысле. И это с первого дня. У нас нет чиновников, а главное, отношений, которые характерны для их работы. Можно не только увидеть открытые двери наших кабинетов, но и войти в них и обсудить любые проблемы, будь то производственного или социального характера. Здесь никто никогда никого не унижит, не оскорбит. Здесь подскажут, научат, помогут. Все это создает спокойную атмосферу отношений, которые построены на взаимном уважении. И, конечно, это в компании ценят.

В.А.: Хочу добавить, что и нам приходится следовать этим неписаным правилам. Например, в душе у меня присутствует объединительная идея. Она роднит здесь всех нас. Я думаю: что сказала бы наша мама, если бы узнала, что мы часто ссоримся с братом? А что мы скажем при этом своим детям, которые также работают здесь вместе с нами? Поэтому следуем принципу: плохой мир всегда лучше хорошей войны.

В.Х.: Что здесь можно еще добавить? Чтобы понять все, что мы тут рассказываем, надо окунуться в нашу среду и просто молча походить по участкам, цехам и отделам. И Вы сами почувствуете эту атмосферу, лучше поймете тех, кто здесь работает. И для этого не нужно никаких слов.

Эти заметки были бы неполными, если бы мы не отметили, что как раз накануне торжеств «Эллипса», а вернее 20 марта, жюри конкурса на лучшую упаковку «Украинская звезда упаковки» в качестве одного из победителей определило флакон «Шарм», изготовленный из полиэтилентерефталата по одностадийной технологии в компании «Эллипс». Награда, которая была вручена коллективу за эту победу во время торжеств в честь 25-летнего юбилея, символично подвела итоги его работы. А праздничный салют, озаряя счастливые лица юбиляров, призвал их к новым свершениям, победам, успехам. *В*

Валерий Кривошей, к.х.н.