



## Их приоритет – эксклюзив

Все в жизни происходит просто. И если люди должны встретиться, то их встреча произойдет. Первая встреча с моим собеседником, конечно, была случайной, и произошла она на дороге Киев–Познань за пределами Украины на стоянке для машин у небольшого ресторанчика. Сначала мы даже не обратили друг на друга внимания. Но через несколько часов, когда снова встретились на стоянке, теперь у заправки для машин, мы познакомились. Оказалось, что это был Вячеслав Козлов, президент компании «Пластко Украина». Именно с ним за несколько дней до этой встречи я разговаривал по телефону и обещал ему справедливо распределить места на коллективном стенде Клуба упаковщиков на выставке Таропак–2014 в Познани, куда мы с ним оба направлялись. Уже в Познани с удовольствием познакомился с продукцией компании Вячеслава – уникальными крышками со складывающимися ложками для термоформованной упаковки. Прошел год, в течение которого мы не раз пересекались, оказывая посильное содействие в решении повседневных задач развития упаковочного бизнеса. Наши отношения как-то сразу стали открытыми и доверительными. Именно это вместе с моей любознательностью и интересом к людям, которые создают новое лицо упаковочной индустрии в Украине, заставило меня попроситься в гости. Мне не терпелось поближе познакомиться с компанией «Пластко Украина», ее производством и продукцией, успехами и проблемами людей, которые в ней работают, и, конечно, поговорить об этом с Вячеславом Козловым, как оказалось, еще и приятным собеседником, прошедшим суровую школу создания бизнеса в непростые нулевые годы XXI столетия.

В нашем нынешнем разговоре Вячеслав не один раз повторял: «Мне никогда не хотелось изготавливать то, что тысячами и миллионами делают другие. Я всегда хотел производить эксклюзивную упаковочную продукцию, такую, которую не выпускают другие компании!» Из-за желания понять такое новаторство я и предлагаю читателям журнала поближе познакомиться с компанией «Пластко Украина» и ее президентом Вячеславом Козловым.

Валерий Кривошей, к.х.н.



– Слава, откуда такое желание делать то, что не делает никто, да к тому же еще и для потребителей премиум-сегмента, а значит, для элитных заказчиков?

– Ну, мы не делим клиентов по этому принципу. Для нас любой заказчик – наш любимый, даже если он приобретает нашу продукцию один раз. Мы их всех любим. Может даже, маленьких любим больше, потому что сами не очень большие. Просто мы их всех понимаем.

А теперь отвечу вопросом на Ваш вопрос. Какой интерес делать то, что делают все остальные? На рынке есть разные сегменты. В среднем и дешевом изделия достаточно простые, да и толчя среди производителей очень большая. Наша упаковка сложная как по конструкции, так и по пресс-формам для ее изготовления. Ее дей-

ствительно не все могут изготовить. Но зато она уникальна по выполнению целого комплекса функций: герметичная, надежная, прочная, удобная, информативная. Это выделяет ее на рынке среди другой упаковки. Для нас это реализация наших амбиций, наших технологий, опыта и умений специалистов. Еще и маркетинговый ход. Наша упаковка выделяет продукцию на полке в супермаркете. Она реально продает ее. И хотя начинать было не так просто, тем не менее, результат всегда превышал ожидания. Неважно, была эта упаковка для мороженого или для пресервов.

– И как приходилось начинать свой бизнес в украинской упаковочной индустрии?

– Вы хотите узнать, как я ввязался в это дело? Я уже работал здесь, в Украине, когда на завод «Микроны» к отцу



приехали заказчики из Симферополя. Им нужны были полимерные ведра на 2,5 и 5 л. И когда ко мне в руки попали эти ведра после их испытаний, я и подумал: «Наверное, это интересно. К тому же упаковка всегда и всем нужна». Для начала все выглядело очень просто. Пресс-форма, литьевая



машина, готовая упаковка. Трудности ожидали впереди, когда появились заказчики.

— *И какие же это были трудности?*

— Одним из первых заказчиков оказалась уже известная на рынке фирма «Плеяды», представленная в сетях. Они показали на видео, которое привезли с голландской выставки, необычную по форме упаковку и спросили: «Можете такую изготовить?» Ответ был: «Конечно, можем». У этой банки была очень сложная форма, и непросто было обеспечить ее герметичность. Для изготовления пресс-формы нужно было точное оборудование. Форма для литья такой упаковки оказалась очень сложной. Были разные расстояния от центра литьевой втулки до боковых сторон упаковки. Это могло негативно сказаться на герметичности самой банки, создать разнотолщинность ее стенок. Но мы справились. К тому же изготовили горячеканальную пресс-форму, что минимизировало отходы в производстве.

Продукция в этой упаковке удачно продавалась во всех магазинах. Везде стояла плеядовская продукция в полимерных банках в форме ракушки трех размеров, с шикарной этикеткой и крышкой с контрольным вскрытием. Это был наш первый удачный проект.

— *Что дает размещение логотипа компании «Пластко» на вашей упаковке?*

— Компания «Пластко» имеет несколько принципов. Один из них — открытость на рынке и узнаваемость нашей продукции. Логотип на упаковке помогает потребителю ассоциировать ее с нашей компанией в контексте определенных свойств упаковки, ее высокого качества и, конечно же, ее необычности. Ведь если упаковку изготовила «Пластко», то это значит всегда высокое качество и чаще всего необычная упаковка.

— *Теперь о принципах подробнее. На сайте «Пластко» написано, что ваш бизнес предполагает долгосрочный успех и вы достигаете его, создавая ценности для общества. Как вы это реализуете?*

— Может быть, создавать ценности — сильно сказано. С другой стороны, все видят, как развивается упаковка: если раньше в лавочках продукцию фасовали в пакетики с помощью какого-то ковшика, то сегодня используется инновационная упаковка, не только удобная, но и функциональная для потребителя. Упаковка совершенствуется с развитием общества. Она становится атрибутом нашей жизни — в этом и состоит ее ценность. Сейчас вплотную расширяют функциональность упаковки. Ведь упаковка — это не только красивая обертка. Она должна удобно открываться, давать возможность потреблять продукт в различных ситуациях. Например, купил йогурт в упаковке, у которой есть крышка с ложкой, отдыхаешь в парке, захотел перекусить — все для этого есть: йогурт, упаковка, ложка. Компания «Пластко» разработала и изготавливает для термоформованной упаковки такую крышку со встроенной складывающейся ложкой. Это и есть инновационное решение, которое несет в себе ценность для общества.

— *Компания «Пластко» презентует бескомпромиссность как основной принцип в отношении к качеству и безопасности продукции. Как обеспечивается этот подход?*

— Бескомпромиссно — это значит, что мы не идем на компро-

мисс в ситуациях, когда могли бы в ущерб качеству и безопасности, например, удешевить упаковку. Если вы возьмете в руки нашу упаковку, то почувствуете ее тактильность, которая связана с качеством используемого сырья. Можно использовать другое, более дешевое сырье, но мы тогда потеряем вот это особое ощущение качества упаковки, когда держишь ее в руках. Мы никогда не добавляем вторичное сырье. Это гарантирует не только качество, но и безопасность упаковки, что имеет для нас первостепенное значение и подтверждается стандартами, гигиеническими сертификатами, в том числе и европейскими. Сейчас мы внедряем ISO 22000. Думаю, что в ближайшее время компания получит этот сертификат, который как раз и направлен на обеспечение безопасности упаковки при контакте с пищевыми продуктами.

— *Слава, какие конкурентные преимущества у вашей компании перед другими? Чем вы отличаетесь от них?*

— Мы стараемся быть на шаг впереди других, изучать новые концепции развития упаковки, стараемся, как говорится, «быть в тренде». Это дает возможность практически всегда удовлетворять требования наших клиентов, находиться с ними в профессионально дружеских отношений. С другой стороны, мы никогда, грубо говоря, не лезли в нишу наших конкурентов. Это не наш подход. Мы работаем в тех сегментах рынка, в которых можем изготовить инновационную упаковку, добавить новое техническое решение. В этом контексте компания обладает несколькими патентами. На только что прошедшей польской выставке по упаковке встречались с крупнейшим производителем мороженого в Польше, чтобы обсудить использование нашего патента при изготовлении одного изделия. И сейчас мы этим заняты. Мы позиционируем себя как компанию, которая может решать новые задачи. Учитывая специфику используемых технологий, решение новых задач требует определенных ресурсов, которые не все имеют. И это должен учитывать клиент, который приходит с какой-то проблемой. Нас знают как компанию, которая может решить нестандартную задачу, и решение ее также будет нестандартным. Это и есть наши основные преимущества.





— *Кто ваши клиенты и какой они получают сервис?*

— Наша упаковка инновационная, необычная, привлекательная, которая имеет новые функциональные потребительские свойства. Как правило, такая упаковка интересует компании с продукцией премиум-сегмента, которым помимо всего важен еще и имидж на рынке.

Этот сектор небольшой, но он есть. И работать в этом секторе — это наш тренд. Наши клиенты сначала с опаской относились к тому, что мы предлагали им поменять упаковку. Это всегда риск. Но нам поверили. К тому же, мы начинали работать с крупными компаниями, которые хорошо были представлены в сетях. И это работало.

Ко всем клиентам у нас один подход — находить инновационные решения их проблем. При этом стараемся выполнять все заказы вовремя, работать четко и качественно.

— *Насколько клиенты в Украине готовы использовать инновационную упаковку компании?*

— Есть две составляющие. Финансовая и инженерная, технологическая. Когда есть добро по финансовой части, мы решаем инженерную задачу. При этом оказываем клиентам услуги по автоматизации процессов при использовании упаковки нашей компании. Сделав крышку с ложкой, мы столкнулись с тем, что клиенту нужна адаптация узлов на его линиях укупоривания под наши изделия. Крышки сразу были спроектированы так, чтобы они подходили для автоматической их установки на стакан и герметизации упаковки. Стопка из 50 крышек вставляется в диспенсер, из которого берется крышка, которая, в свою очередь, накрывает стакан и закрывает его. Мы берем на

себя адаптацию оборудования клиента к нашей крышке, делаем чертежи, дорабатываем или изготавливаем необходимые детали, монтируем и запускаем оборудование. Тем самым продвигаем наше изделие и делаем переход на него безболезненным. Этим приходится заниматься, так как не все клиенты хотят что-то у себя менять, тем более модернизировать упаковочное оборудование.

— *На какие рынки сегодня работает компания?*

— На первом месте — это, конечно, украинский рынок. Здесь у нас много клиентов. Неплохо скооперирована работа в Беларуси. Там наш рынок растет и, соответственно, растут продажи нашей упаковки. В России есть компании, которые покупают у нас упаковку. То же самое по Эстонии. В этом году много продали в Польшу и намерены дальше продолжать сотрудничество с польскими компаниями. Начали сотрудничать с Молдовой, Италией (скоро планируем первую поставку). Нашу упаковку можно найти и у венгерских производителей. Мы реально стучимся в Европу, ищем клиентов, учимся продавать.

— *Традиционный вопрос. Как Вы, как покупатель продукции, относитесь к упаковке в супермаркете?*

— Я, наверное, не совсем правильный в этом плане покупатель. Мне чем лучше упаковка, тем я быстрее куплю

продукцию. Я думаю, что если компания потратила деньги на хорошую упаковку, вряд ли она туда положит плохой продукт.

Все, что выделяется на полке, вызывает у меня интерес. Все, что не такое, как у кого-то, интересно мне. Цена? Я же сам изготавливаю упаковку, значит, я могу позволить себе продукцию в более дорогой упаковке.

— *Слава, что еще хотите сказать или, может, пожелать своим коллегам-упаковщикам?*

— Советую украинскому бизнесу идти в Европу, в страны, где бизнес имеет более благоприятные условия, чем пока у нас в Украине. У кого конкурентная продукция, не бояться и открывать в Европе предприятия. Я бы советовал нашим предпринимателям чаще ездить на выставки в другие страны, искать партнеров. Там большой, приветливый, хотя и конкурентный рынок (упаковочный в том числе). Мы на самом деле ничем не хуже, чем наши коллеги в других странах.

— *Слава, Вы так удачно завершили наш разговор. Такое превосходное пожелание от человека, который не только жил и работал в том, другом мире, но и сегодня в Украине в упаковочном секторе создал предприятие, продукция которого востребована у производителей пищевой продукции. Удачи и успехов Вашему коллективу и лично Вам — представителю украинского среднего бизнеса.* Ж