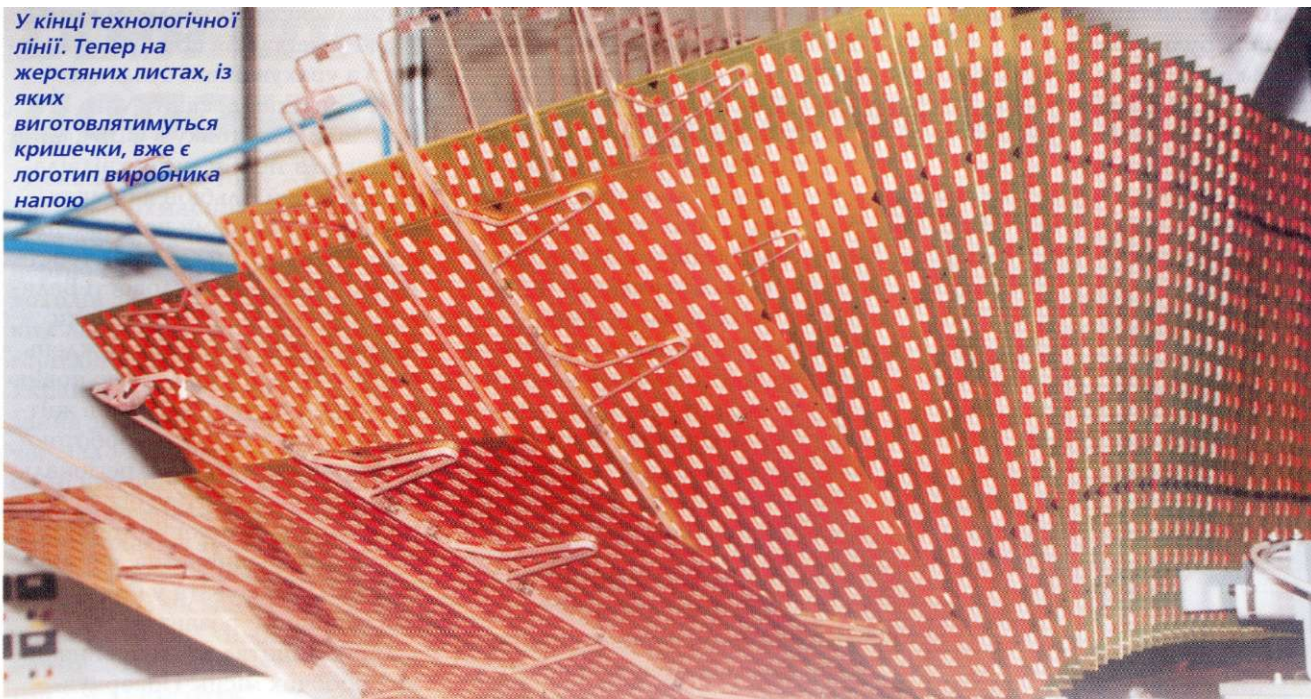


У кінці технологічної лінії. Тепер на жерстяних листах, із яких виготовлятимуться кришечки, вже є логотип виробника напою



СПЕЦІАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ЗОНА ПРИВАБЛЮЄ СУЧАСНІ ВИРОБНИЦТВА ДО СЛАВУТИЧА

Олександр Татарчук не працював на ЧАЕС, він навіть не живе у Славутичі, хоча й хотів би. Генеральний директор компанії "Кронпак" - киянин. Він керує її діяльністю зі столиці, де живе його родина. Два виробничих підрозділи компанії, - вочевидь, одного з найсучасніших подібних виробництв у Європі - знаходяться у Славутичі. Адже, як каже Олександр Васильович, "Славутич - це прибуток".

Перше враження

Підійдіть до воріт будь-якого підрозділу "Кронпака" і будете вражені побаченим. Яскраві й барвисті будівлі, охайні, доглянуті газони, персонал у стильному робочому одязі з логотипом "Кронпака". У ландшафт території вписуються облаштовані місця для паління й відпочинку, що більше схожі на садові альтанки. Внутрішній вигляд підприємства теж вражає. Кожен куточок сяє бездоганною чистотою, а устаткування з комп'ютерним управлінням, так само як і будівлі, вилискує яскравими фарбами. У літографічному цеху працюють спеціалісти, які навчалися своїй справі впродовж майже року. Тут створюють і перевіряють найдрібніші деталі фотошаблонів. У руках досвідчених професіоналів немає місця недосконалості. Діаметр більшості зображень не досягає й 3 см. Їх відтворюють на великих жерстяних листах мало не тисячами, адже "Кронпак" виробляє кроненпробку для пляшок.

Два мільйони причин, щоб обрати Славутич

До виробництва кришечок для пляшок Олександр Васильович прийшов через літографію. У минулому 45-річний підприємець понад десять років працював

у рекламному бізнесі, торгівельній сфері, займався маркетингом та офсетним друком. Саме останній напрямок діяльності, у поєднанні зі знанням ринку, і допоміг йому зрозуміти, що в центральній частині України, де розміщені основні виробники напоїв, немає жодного пробкового виробництва. З метою його започаткування у Славутичі він разом з партнерами у 2000 році розробив відповідний бізнес-план, а вже наступного року було засновано компанію "Кронпак".

Чому ж було обрано саме Славутич? Олександр Васильович називає три чинники, які обумовили таке рішення. "По-перше, статус спеціальної економічної зони. Він допоміг заощадити кошти у розмірі близько двох мільйонів євро, які було використано для відновлення, модернізації й розширення виробничих приміщень. По-друге, Славутич має зручне розташування відносно Києва і гарне транспортне сполучення з іншими населеними пунктами України, Білорусі й Росії. Третім аргументом стала наявність висококваліфікованої робочої сили."

Проте деяких професій у Славутичі не знайшлося, зокрема фахівців у галузі офсетного друку запросили з Києва та інших міст. З метою опанування літографічних друкарських технологій по металу вони пройшли інтенсивний шестимісячний курс навчання, який проведено німецькими експертами.

Два підрозділи

Два виробничих підрозділи "Кронпака" розташовані на відстані близько 5 км один від одного. Кожен з них має своє призначення. Один — неподалік від міста — отримує сировину й виконує літографічні роботи. Тут на першій технологічній лінії на жерстяні листи (площею більше 1 м²) переносять

фотошаблони, логотипи та інші зображення, на другій — наносять лакове адгезійне та захисне покриття. Підготовлені таким чином листи з кількома сотнями зображень на кожному розрізають, пакують і доправляють до іншого славутицького підрозділу компанії, де з них випресовують заготовки і формують кришечки. Магнітний конвеєр передає їх далі для автоматичної посадки внутрішніх пластикових прокладок. Далі з машини потужністю 140 тис. кришечок за годину готові вироби надходять прямо в коробки для пакування. Тут — як і в будь-якому процесі, де задіяні матеріали, що мають контактувати з харчовими продуктами, — вкрай важливим є дотримання санітарно-гігієнічних норм. Так само високим є й рівень контролю якості. У маленькій лабораторії поруч із технологічною лінією здійснюють вибірку перевірку готових кришечок, піддаючи їх численним тестам.

У цілому комплект виробничого устаткування є унікальним для України та інших країн СНД. Воно виготовлене у Німеччині й Італії і придбане коштом майже у 5 млн. євро. Причому кришечки для пивних пляшок є не єдиним результатом технологічного процесу. За допомогою літографічного обладнання на металі можна відтворити будь-яке зображення, якість якого не відрізнити від фотографічного, а відтак виробляти різноманітну продукцію з використанням жерстяних або алюмінієвих листів.

Шлях до прибутку

Фінансове забезпечення й інвестування значної суми коштів у нове виробництво не позбавлені ризику, а прийняття такого рішення потребує певної мужності. Тож чи виправдав себе такий підприємницький крок? "Звичайно, повної самокупності ми ще не досягли, але працюємо в цьому напрямку, — розповідає Олександр Васильович. — З огляду на те, що ми почали з нуля трохи більше року тому, справи у нас ідуть непогано. На сьогодні ми постачаємо свою продукцію виробникам таких відомих марок пива, як "Чернігівське" та "Оболонь". Маємо й інших замовників в Україні та за її межами. У цьому році ми використали лише 30% наявної виробничої потужності, нашою метою на 2004 рік є 60%". Від Славутича лише 150 км до величезного заводу "Кока-Кола", розташованого неподалік від Києва. Олександр Васильович не міг не звернути увагу на цей факт. "Представники компанії вже прийняли запрошення й відвідали наше підприємство, їм сподобалося, — каже він. — Вони ще й допомогли нам, висловивши свої зауваження,



**Майстер зміни
Сергій Артем'єв
за пультом
управління**

до яких ми з радістю прислуховуємось. Наша компанія ще новачок, і ми маємо розбудувати її з урахуванням цих відгуків. Звичайно, укладення контракту з таким гігантом було б для нас неабияким проривом. Ми виконали суворі вимоги наших нинішніх замовників і знаємо, що робити далі, щоб дорівнятися до умов отримання сертифікатів "Кока-Коли".

Інвестиції у людські ресурси

Матеріально-технічне забезпечення та збут продукції здійснюється комерційною службою, яка знаходиться у Києві, водночас кожний з виробничих підрозділів очолює директор й усі місцеві адміністративні питання вирішуються у Славутичі. На обох виробництвах впадає в око згуртованість колективу: персонал (загалом 100 працівників) об'єднує висока мотивація й професійна підготовка. Оголошення, розміщене на прохідній, лише підтверджує це: "Вибачте, вакантних місць немає." Новачки при влаштуванні на роботу проходять тримісячне навчання і складають іспити для визначення професійної придатності чи необхідності додаткової підготовки з конкретних дисциплін. Олександр Васильович вважає важливими зустрічі з персоналом, які проводяться регулярно для розгляду різних питань стосовно умов праці чи виробничого процесу. У літографічному підрозділі щойно завершено будівництво окремого побутового приміщення, де працівники можуть харчуватися, перевдягтися та відпочити. Вочевидь, піклування про людей тут не на останньому місці.



**Контроль якості. Вибіркова
перевірка кришечок:
численні тести на
спроможність протистояти
різноманітним
навантаженням**