

ДАЖЕ СЛОЖНОСТИ ПРИНОСЯТ УДОВОЛЬСТВИЕ

Компания «Люксупак» выпускает картонную упаковку для различных отраслей, начиная с фармацевтики и заканчивая машиностроением. За 17 лет существования компании руководству удалось создать настоящую команду неравнодушных к своему делу людей. По мнению учредителя и генерального директора «Люксупак» Александра Леонова, именно это является главным секретом и залогом дальнейшего развития компании.

ИСТОРИЯ БИЗНЕСА АЛЕКСАНДРА ЛЕОНОВА

— Александр Владимирович, расскажите, с чего началась история компании «Люксупак»? Каких успехов достигла компания за 17 лет присутствия на российском рынке? В чем секрет успеха?

— Нужно разделить историю моего бизнеса и историю компании «Люксупак».

Полиграфическим бизнесом я занимаюсь лет двадцать. Еще будучи студентом ТГТУ, начал карьеру в этой отрасли в качестве менеджера. В 2003 году зарегистрировал компанию.

Со временем наращивали производство путем сокращения количества операций на аутсорсинге. Купили один станок, который выполнял дополнительную операцию, потом еще один. Так развивался мой бизнес, пока не превратился в то, что вы видите сегодня.

А торговая марка «Люксупак» появилась в феврале 2009 года. За эти годы компания прошла непростой путь развития. Сегодня в ассортименте «Люксупак» большой спектр упаковочных материалов: бумажная, картонная, комбинированная, упаковка из микрогофрокартона. Осуществляем кашировку, тиснение, УФ-лакирование. Мы накопили огромный опыт в реализации индивидуальных заказов, у нас высококвалифицированные специалисты, современная производственная база. Мы предлагаем комплексный подход к решению, связанному с упаковкой: от идеи до готовой продукции. В чем секрет успеха? Никаких секретов нет. Все зависит от человека. Прорыв в работе происходит только благодаря кропотливой работе, которая потом приводит к такому результату. Если каждый день серьезно заниматься своим бизнесом, вникая в различные процессы, начинаешь разбираться даже в тех вопросах, в которых ты не профессионал. Существует мнение, что человек достигает успеха благодаря таланту. Но талант дает только 20 % успеха, остальное — каждодневный труд.

— Можно ли сказать, что вы — один из крупнейших игроков рынка полиграфии на территории Верхневолжья?

— Безусловно, можно так сказать. Если говорить о физических и финансовых объемах, то

наша компания №1 в тверском регионе по производству картонной упаковки. Конкуренты есть. Мы их уважаем. Но у нас есть более амбициозные планы, которые позволят нам расширить рынок сбыта и стать более крупным налогоплательщиком и надежным ответственным работодателем. Тем самым решить вопрос трудоустройства жителей города Тверь и стать визитной карточкой нашего региона. Что особо важно не только для нашего бренда, но и для имиджа и привлекательности Тверской области.

— Что, на ваш взгляд, является основным конкурентным преимуществом вашей компании?

— С точки зрения расположения производства, географическое положение между Москвой и Санкт-Петербургом — основное конкурентное преимущество нашей компании.

— Какие инструменты маркетинга вы используете для себя с точки зрения продвижения?

— На первых этапах становления компании упор был на активное общение с потенциальными покупателями. Эту миссию я брал на себя. Оно и являлось неким инструментом развития компании и расширения портфеля заказов. Сегодня бренд «Люксупак» уже известен. Но мы до сих пор активно о себе заявляем с целью информирования потенциальных покупателей о нашей компании, услугах и продукции, чтобы бренд «Люксупак» был всегда на слуху. И такой маркетинговый ход реально работает.

— Вы помните, кто был вашим первым клиентом?

— Очень хороший вопрос. Я прекрасно помню первого клиента. Это Торговый дом «Сорос». Они занимались консервированием овощей. А мы для консервных банок делали этикетки. Еще одна компания, которая была одним из первых клиентов, и мы с ними до сих пор работаем, это компания «Восток-Сервис», крупный поставщик рабочей одежды.

Для меня важен каждый клиент. Я знаю всех действующих клиентов, работаю с потенциальными клиентами. Мне очень нравится сам переговорный процесс. И я обучаю своих сотрудников этому мастерству.

Хочется назвать и современные бренды, для которых мы создаем яркую и качественную упаковку: кондитерские бренды «Белевская пастила» и «От Палыча», косметические бренды «Natura Siberica» и «Planeta Organica», аптечный бренд «Фармтек» и другие. Сегодня мы охватываем практически весь Центральный федераль-

ный округ. И это не предел.

ЧЕЛОВЕК ДОЛЖЕН БЫТЬ ТРУДОГОЛИКОМ

— Раньше вы работали как наемный сотрудник, но смогли создать собственный бизнес. Немногие люди решаются пойти на такой шаг. На ваш взгляд, чем отличается мышление собственника бизнеса от мышления наемного сотрудника?

— Все работающие люди условно делятся на две группы — собственники бизнеса и наемные работники. Но стать предпринимателем — это не значит просто зарегистрировать компанию. Предприниматель — это особый образ мышления. Например, я беру на себя ответственность за любой результат работы наемного сотрудника: я отвечаю за зарплату, за рабочее место, за кризис, который может случиться в компании, за действия сотрудников, за налоговые проверки, за качество продукции, за результат. Абсолютно за все!

Более того, моя жизнь как предпринимателя не разделяется на работу и отдых. Это просто одна жизнь. Я живу работой в отличие от наемных сотрудников.

Я, как предприниматель, совершаю множество сделок каждый месяц и понимаю, что и как можно продавать.

С точки зрения руководителя и собственника бизнеса, я сейчас понимаю, что, будучи наемным сотрудником, был не прав в некоторых вопросах. Но как поступать наемному сотруднику, зависит от того, насколько он погружен в текущий вопрос. Я лояльно отношусь к собственной критике, но стараюсь быть объективным, так как понимаю,



что неполнота информации искажает восприятие происходящих процессов, правильность и полноту принятия решения.

— Насколько ваши сотрудники погружены в бизнес-процессы?

— Все зависит от того, о каких сотрудниках мы говорим. В нашей компании работают 130 человек. Каждый занимается своим делом. У кого-то широкий спектр вопросов: это офисные работники. Они всегда в теме, что происходит в компании, у них более гибкая и открытая информация. У кого-то узкий спектр вопросов: это рабочие цеха, которые занимаются конкретными задачами. Но каждый сотрудник знает, какой он вносит вклад в развитие компании, как его зона ответственности влияет на результат работы всей команды.

— Какими качествами нужно обладать, чтобы работать в вашей команде? Как вы выбираете сотрудников в компанию и проверяете их профессиональный уровень?

— Человек должен быть трудоголиком в хорошем смысле слова. И, безусловно, обучаемым. Это главное требование, которое мы предъявляем к тем, кто приходит к нам трудоустроившись. У всех, кто к нам приходит, с образованием или без образования, с опытом работы или без опыта работы, должно быть желание обучаться. И мы их обучаем, вкладываем душу в каждого сотрудника, чтобы он рос вместе с нами. Только компетентные сотрудники могут

быть допущены к выполнению работ. Со временем обученный сотрудник становится тем винтиком, который нужен для нашего большого механизма, который любит свою работу и хочет двигаться вперед.

КОНКУРЕНЦИЯ ДИКТУЕТ ПРАВИЛА ИГРЫ

— Какой сейчас вектор развития у компании?

— В ближайших планах компании «Люксупак», конечно же, расширение спектра услуг и производственной базы. 17 лет — это не возраст для производства. У нас еще все впереди. Мы должны стать лидерами полиграфической отрасли. А чтобы стать лидером, надо удивлять своих клиентов и новыми технологиями, и новым ассортиментом упаковки, и современным оборудованием. Компания постоянно инвестирует в производство, наращивает мощности и увеличивает производительность, поднимает планку качества продукции на более высокий уровень и сокращает сроки исполнения заказов. Это очень важно для клиентов. Мы запустили новое оборудование в октябре 2020 года, ждем новое оборудование в феврале 2021 года.

— Откуда вы черпаете информацию о новых решениях и технологиях в полиграфической отрасли?

— До пандемии посещали международные и всероссийские специализированные выставки, где получали необходи-



ЛЮКСУПАК
производство упаковки



Игорь Руденя:
«Данное предприятие является ярким представителем сегмента среднего и малого бизнеса. Производства такого формата имеют колоссальные технологические возможности. Поддерживаем компанию в это непростое время».

мые сведения о современных направлениях развития полиграфической отрасли, обменивались опытом, завязывали деловые контакты, расширяли и укрепили сотрудничество. Выезжали два раза в год за границу на заводы, которые поставляют нам оборудование. У каждого завода есть свои демонстрационные залы, где представлены все модели оборудования, которые до покупки можно испытать, изготовить пробную продукцию, убедиться в качестве его работы и получить профессиональную консультацию при выборе.

- Работаете ли вы с отечественными производителями расходных материалов?

Очень важный и правильный вопрос. Скажу так: доля отечественных расходных материалов в полиграфической отрасли, к сожалению, очень низка. В основном закупаем импортные материалы. А это зависимость от курсовых колебаний, которая приводит к увеличению себестоимости готовой продукции.

Размышляя на эту тему, возникла идея создать полиграфический кластер в ЦФО, резидентами которого могли бы стать отечественные производители упаковок и производители расходных материалов для полиграфической отрасли.

- А есть ли условия для эффективного существования

и развития полиграфического кластера в ЦФО?

Одно из условий - наличие так называемой «критической массы» организаций и предприятий в полиграфической и смежных отраслях деятельности. На сегодняшний день, например, в ЦФО достаточное количество компаний - производителей упаковок, которые работают на рынке более 20 лет, с хорошей производственной базой и большим опытом работы. А компаний - производителей расходных материалов на территории ЦФО недостаточно. Тогда их нужно создать. Ведь кластер - это целая система, которая является мощным толчком развития территории, которая влияет на увеличение занятости населения, заработной платы, отчисления в бюджеты различных уровней. Также необходимо содействие местных властей в развитии кластера, развитая производственная и логистическая инфраструктура. Кластер обязательно должен быть включен в процесс формирования стратегий развития региона. Создание полиграфического кластера сформирует полноценные технологические цепочки, появятся новые ниши для инвестиций, здоровая конкуренция даст компаниям улучшать технологии и создавать новую продукцию. В настоящее время конкуренция диктует правила игры на любом рынке и делает необходимым постоянный процесс улучшения.

Удачный пример кластерного развития - фармацевтический и автомобильный кластеры в Калужской области, а также кластеры в Московской, Ленинградской и Ульяновской областях, в республике Татарстан.

- Как вы гарантируете качество своей работы для клиентов?

Каждый клиент хочет быть уверенным в том, что он приобретает качественную продукцию. Поэтому для нас обеспечение стабильности качества и его гарантия является важнейшим критерием нашей деятельности. Ведь качество продукции, которое приобретает у нас клиент, должно гарантировать ему удовлетворение его запросов. Клиент не захочет приоб-



рести повторно продукт, если не обнаружит заявленный эффект. А доверие клиента сложно вернуть. Поэтому в нашей компании существует система менеджмента, предполагающая управление техническими и человеческими ресурсами, и разработан комплекс предупредительных действий, чтобы предотвратить несоответствия через соблюдение стандартов. И если не уделять внимания обеспечению качества, то на устранение несоответствий в работе, исправление брака продукции могут потребоваться значительные средства.

- Ваша компания работает в режиме 24/7. Плюс вы гарантируете клиенту сжатые сроки, сохранение качества работы, своевременную поставку упаковок. Как у вас получается организовать рабочий процесс так, чтобы достигать подобных результатов?

Для того чтобы производство работало эффективно, недостаточно закупить оборудование и наладить технологию выпуска продукции. Все-таки основная часть производственного процесса - это работа персонала. Если приучить людей качественно выполнять ежедневную рутинную работу и заинтересовать их в постоянном улучшении результатов деятельности, то производство

«ЛЮКСУПАК» В ЦИФРАХ

- 180 млн единиц упаковки - объем производства в 2019 году.
- 300 млн единиц упаковки - объем производства в 2020 году.
- 1 млн единиц упаковки - объем производства в день.
- 100 человек - количество сотрудников в 2019 году.
- 130 человек - количество сотрудников в 2020 году.
- 11,5 млн рублей - налоговые отчисления в 2019 году.

будет работать слаженно и эффективно. Вот такую технологию управления я выбрал для себя.

Мне также интересны мнения всех сотрудников компании. Когда сотрудники видят, что система управления предприятием совершенствуется, они активно ищут пути повышения эффективности собственной работы.

Еще один стимул для развития - возможность получить на заводе профессиональные навыки. Когда наше производство открывалось, специалистов не было. Мы обучали всех с нуля. Я до 80 процентов времени проводил в цехах, беседовал с бригадами и рабочими, советовал, как решать системные проблемы. Так я поступаю по сей день. Я сам лично знаю все этапы производства, знаю любое оборудование до последнего винтика. Кроме того, я поддерживаю сотрудников, которые стремятся к карьерному росту. Все это позволяет нам улучшать качество продукции, повышать производительность и снижать временные затраты.

- Имеет ли компания поддержку на государственном уровне?

Конечно же, в современных экономических условиях мы активно пользуемся мерами господдержки. Фонд развития промышленности Тверской области одобрил нам займ на сумму 7 млн рублей по программе «Оборотный капитал» под 1,5 % годовых. Фонд содействия кредитованию малого и среднего предпринимательства Тверской области выдал микрозайм на сумму 5 млн рублей по программе «Приоритет+» под 3 % годовых. В стадии рассмотрения еще одна заявка в Фонд развития промышленности по программе «Оборотный капитал». Благодаря таким мерам поддержки сохранен коллектив компании и увеличено количество рабочих мест более чем на 20 %.

МИССИЯ И ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ «ЛЮКСУПАК»

- Есть ли у вашей компании миссия, которой вы руководствуетесь в процессе работы?

Как сказал известный психолог Виктор Франкл: «Более живучими оказываются те, кто имеет смысл». Так получается и с бизнесом. Миссия - это смысл существования компании и ее развития: куда мы идем, ради чего преодолеваем этот путь. Это своеобразный свет в конце тоннеля, который не даст бросить все на полпути и сдаться под напором трудностей. Поэтому наша миссия - стать лидером на рынке упаковки в ЦФО. Это некая мечта, которая дает стимул к плодотворной работе, которая должна быть всегда, независимо от того, каких ты результатов добился. Мечта - это путь к совершенству. И сплотить команду можно только высокими и долгосрочными целями.

- Что было самым интересным и сложным для развития компании?

Самое интересное в развитии бизнеса происходило в начале пути, в начале 2000-х годов. Этот период в истории страны был весьма сложным и противоречивым. Но я не думал об этом. У меня было огромное желание развивать бизнес, получать прибыль, идти к своей мечте - стать лидером в своей отрасли. Мы пережили три кризиса. И каждый кризис был неким толчком к совершенствованию и более упорной работе. Про сложности говорить не буду. Они бывают всегда и у всех. Хотя сложности тоже приносят удовольствие, но чуть позже, когда они уже преодолены и ты видишь результат огромных стараний.

- Какой вы видите компанию через 10 лет?

Компания «Люксупак» будет круче и технологичнее. Наша продукция будет востребована. Мы найдем новые ниши для реализации красивой и качественной упаковки.

