



ПАПЕРОВИК

Газета Приватного акціонерного товариства "Малинська паперова фабрика-Вайдманн"

Вивчаємо інструменти Lean

Чим відрізняється система виштовкування від системи витягування, як ідентифікувати видимі і невидимі втрати в потоці створення цінності, чому важливо скорочувати lead time, або ж час виконання замовлення, — ці та інші теми вивчали члени Правління та менеджери середньої ланки під час двох восьмиденних Lean-тренінгів від Кайдзен-менеджера зі Швейцарії Річарда Гертса.

У теоретичній частині тренінгів йшлося про базові поняття Ощадливого виробництва: цінність з точки зору споживача, потік створення цінності, основні види втрат у процесах та методи їх виявлення, систему 5S, переваги серійного та одиничного виробництва, систему виштовкування (коли товарів виробляється

стільки, скільки в змозі випустити обладнання) і систему витягування, що передбачає виготовлення лише тих продуктів, на які є замовлення споживача, та ін.

Наскільки важливим є розуміння цих базових речей, учасники навчання відчували під час гри-симуляції, за умовами якої всі вони на кілька годин стали працівниками відомої трансформаторобудівної компанії з довгою історією, яка звикла працювати за принципами системи виштовкування. Завданням команд стало перебудувати процеси компанії за принципами системи витягування та скоротити час виконання замовлень. З цільовим результатом — 24 трансформатори за 10 хвилин — обидві команди впоралися.

Головна мета тренінгу, на думку Річарда, навчити людей дивитися ширше і відійти від звич-

них стереотипів сприйняття. Наша компанія, як і підприємство з гри, теж має давню історію і дуже багато процесів. Чи всі вони є цінними з точки зору споживача — над цим питанням варто помірковувати, скориставшись інструментами Ощадливого виробництва, з-поміж яких аналіз процесів згідно з принципами ECRS та виявлення корінних причин проблем за допомогою інструментів для причинно-наслідкового аналізу. Саме зараз триває серія презентацій, які проводить менеджер з постійного вдосконалення Оксана Гордін, для освоєння роботи з такими інструментами причинно-наслідкового аналізу, як діаграма Ішікави та 5 Чому? Фокусна аудиторія цих занять — керівники і ключові фахівці, які залучені до процесів, що здебільшого не обмежені рамками одного підрозділу.



Позмагаємось?

Найуспішніша команда пілотного проекту із впровадження Кайдзен на виробництві крепованого паперу отримала заслужений приз. Ним став командний захід у столиці — розваги у квест-кімнатах «Лігво шпигуна» і «Втеча з в'язниці» та обід у вишуканому ресторані.

Метою проекту було підвищення ефективності використання обладнання за рахунок збільшення відсотку run time — часу, коли машина працює, зростання виходу якісної продукції та ефективніше використання сировини. Аби досягти цього, на дільниці впровадили систему для раціональної організації робочих зон — 5S, оптимізували виробничі й організаційні процеси, навчилися аналізувати проблеми та виявляти їх корінні причини.

Найкраща зміна за критеріями: вихід готової продукції, чистота робочих місць, безпека, вирішення і аналіз проблем, які виникають у процесі виробництва, кількість і практична користь поданих і впроваджених Кайдзен-пропозицій — Олена Гаєвська, Андрій Мурга, Сергій Замолінський, Андрій Мартюшенко, Андрій Михайленко та фасилітатори проекту — начальник цеху №5 Павло Копило, інженер-технолог Дмитро Заїка і старший машиніст Максим Гречаник доклали до цього значних зусиль.

А ваш підрозділ готовий прийняти виклик і позмагатися за приз наступного року?





Нещодавно на базі нашого підприємства відбулася нарада комітету з розробки неелектричних продуктів, яку очолює директор Центру розвитку та досліджень Юрій Шпілов. Разом з колегами — Еммоу Браун, Біллом Воллесом, Ларсом Драєром та Наташею Валера — до Малина завітав віце-президент з інновацій Джозеф Ель Хайск, який працює в компанії Вайдманн останні два роки. «Паперовик» мав нагоду поставити пану Джозефу кілька запитань: про його професійний шлях та основні тенденції в розвитку нових продуктів у масштабах корпорації.

— Джозефе, розкажіть, будь ласка, чим Ви займалися, перш ніж почати працювати в компанії Вайдманн?

— Я за фахом інженер-електротехнік. Після закінчення навчання в університеті протягом десяти років працював в компанії АВВ, де, з-поміж іншого, очолював центр з виробництва тягових трансформаторів для локомотивів. Наступні 20 років присвятив науці — спершу як професор, що спеціалізується на електричних установках, в Університеті прикладних наук Західної Швейцарії, а згодом як директор інженерної школи при виші. Два роки тому я вирішив знову повернутися до промисловості і з тих пір працюю в компанії Вайдманн.

— Цікавий шлях... Більшість викладачів українських вишів після закінчення аспірантури одразу йдуть читати лекції, не маючи за плечима практичного досвіду.

— Мені знайома ця ситуація. Так само і в Польщі, де я здобував вчений ступінь. Якщо людина прагне зробити кар'єру в університеті, вона починає працювати там одразу після закінчення навчання. У Швейцарії все відбувається по-іншому, та й мій випадок абсолютно нетиповий. Якщо ви залишили промисловість і пішли викладати, це звичай триває до пенсії. Я ж вчинив по-іншому...

— Цікаво, а чому ж після стількох років успішної викладацької кар'єри Ви вирішили повернутися на виробництво?

— Я залишив роботу в промисловості дуже рано, у 33 роки. На те були певні обставини — ми з дружиною виховували чотирьох дітей і повинні були про них дбати. Працюючи в компанії АВВ, я постійно був у закордонних відрядженнях, а це виконанню батьківських обов'язків не сприяло.

Бути лідером — значить створювати те, чого не мають конкуренти

Тому назріла потреба змінити стиль життя. А от коли діти підросли, самі можуть про себе подбати — їм від 22 до 29 років, і я вже навіть дідусь, — вирішив спробувати повернутися на виробництво.

— А хтось із дітей пішов Вашими слідами?

— Ні, хоча мої сини — теж інженери, один в галузі агропромисловості, інший — інженер-механік, працює в університеті. Доньки обрали для себе енергоменеджмент та соціальну роботу, одна з них зараз в Канаді, вдосконалює свою англійську.

— Ваша теперішня посада — віце-президент з інновацій?

— Так. Інновації чи R&D... коли ми обговорювали моє працевлаштування в компанії Вайдманн, мова йшла про напрям R&D, але зрештою було вирішено, що я — віце-президент з інновацій. Проте ця назва не цілком підходяща для визначення того, чим ми з колегами займаємося, оскільки проводиться робота не лише в напрямку інновацій, а також у царині розвитку та досліджень. Інновації означають, що ми створюємо новий продукт. Але інколи буває так, що ми проводимо певні дослідження, не отримавши в результаті саме нового продукту. Крім того, багато інновацій приходять з виробництва, яке мені не підзвітне. Тож насправді віце-президент з інновацій — це віце-президент з R&D. В цьому контексті мова йде і про те, як вдосконалити продукт, і як

еволюцією, бо ж ми повинні бути готовими до цього. Якщо наша компанія бажає бути лідером галузі, ми маємо дбати про інновації постійно і створювати те, чого не мають конкуренти.

— Тобто бути на крок попереду, робити прогнози... Може, у Вас є магічна куля для цього?

— Ні, чарівної кулі я, на жаль, не маю, наша сила в іншому — командній роботі. Оскільки я відповідаю за інновації в напрямку електричних технологій по всьому світу, моя місія — акумулювати знання і досвід з різних підприємств Вайдманн і стосовно виготовлення нових видів продукції, і в діагностичних рішеннях. Наприклад, китайська команда зараз працює над проектами з постійного прямого моніторингу рівня вологості, температури в ізоляції трансформаторів та ін. Тобто ми готуємо власні унікальні пропозиції, яких не мають інші виробники електроізоляції.

— Яка мета нинішньої зустрічі комітету з неелектричних продуктів?

— Наше завдання на два дні — визначити пріоритетність і перспективність впровадження проєктів з урахуванням наявних ресурсів. Мова йде про завантаження обладнання в Україні, Англії, США неелектричними продуктами — папером та картоном — і все, що з цим пов'язано.

— Джозефе, знаю, Ви не вперше в Україні. Які враження від країни, культури, людей?



створити новий продукт з нуля. Наприклад, один із цікавих і важливих проєктів, в якому малинська фабрика теж бере участь, — одержання матеріалу з високими температурними властивостями на основі целюлози.

— А як Ви вирішуєте, на яких проєктах сфокусуватися перш за все? Вивчаєте запити клієнтів, які продукти їм потрібні... що ми можемо зробити...

— Так, це один шлях. Інший шлях — ми маємо великий досвід як виробник паперу і картону, а також багато фахівців з продажу, які відчують зміни на ринку і стежать за його

— В Україні я вчетверте, і враження від країни дуже приємні. Вона схожа за ментальністю до Польщі, мови теж подібні — деякі вирази розумію без перекладу, бо вивчав польську і трохи російську. Якщо говорити про фабрику, вперше я був у Малині 2016 року, відтоді виробництво помітно еволюціонувало і на тому не спиняється. Хочу бути тут частіше, адже моя роль глобальна: маю знати що і як ми можемо покращити на кожному підприємстві Вайдманн.

— Дякую за розмову! До нових зустрічей!

Розмову вела Оксана Гордін.

Від маркетингу до успішного продажу

Всі ми бачимо, як швидко змінюється сучасний світ. Щоб бути успішними в такому динамічному середовищі, і людям, і підприємствам потрібні зміни. Зміни та розвиток в знаннях, технологіях, методах роботи та каналах продажу. За довгі роки свого існування наше підприємство також пережило багато змін, в тому числі, і на шляху побудови сучасної системи продажів. Великий вклад в те, що сьогодні наша фабрика є сучасним клієнтоорієнтованим підприємством, зробили наші колеги, які протягом понад 20 років представляють компанію у відносинах зі споживачами.

Починалося все в не найкращі для фабрики часи. Ранні дев'яності, розвал Союзу та криза в Україні призвели до різкого зниження продажів продукції. Малинська паперова фабрика трива-

перспектив розвитку галузі, аналіз ринків продажу, пошук нових асортиментів паперу, на які був попит, та побудова відносин з потенційними новими замовниками.

Першими працівниками відділу стали Галина Студінська, Любов Болотцева, Юрій Гриниха та Віталій Титюк. Дещо пізніше приєдналися Наталія Єрулевич, Вадим Богачевський та Наталія Омельченко. Тривалий час відділ був підпорядкований директору Департаменту продажу та маркетингу Анатолію Карпуку. Менеджери відділу маркетингу почали активний пошук нових продуктів. Зразки нових видів паперу, що користувались попитом на європейському та американському ринках, нам приносили наші зарубіжні колеги — менеджери інших підрозділів Вайдманн. У тісній співпраці зі спеціалістами відділу розвитку та досліджень та

Нові часи диктують нові зміни та темпи розвитку. В 2011 році відбулася дуже важлива трансформація в системі продажів компанії — було створено Групу з продажу, до складу якої увійшли працівники відділу маркетингу фабрики та київського представництва Вайдманн. Очолив нову команду заступник голови правління з питань продажу та маркетингу Іван Бояршин, який майже 20 років успішно представляє Вайдманн в продажах на ринку СНД. Наші колеги з київського офісу, Андрій Скатинський, Сергій Левандовський та Алла Олійник, забезпечують просування на ринок кренованого паперу та компонентів для трансформаторів, що виробляються на ДП «ВМІК».

Для успішної роботи підприємства менеджери продовжують пошуки нових перспективних продуктів. В товаристві працює новий



Любов Болотцева, Іван Бояршин, Наталія Єрулевич, Вадим Богачевський, Ніна Сметаніна



Сергій Левандовський, Алла Олійник, Андрій Скатинський

лий час була лідером з виробництва конденсаторного паперу, але, внаслідок змін у світовій технології конденсаторів, цей папір практично втратив попит споживачів. Саме тоді перед нашим підприємством постала велика проблема — пошук нових видів паперу, яких потребував ринок. Тому в 1997 році було створено новий підрозділ підприємства, головним завданням якого стало розширення ринків збуту та пошук нових замовників. Так і почалась історія відділу маркетингу, а згодом — Департаменту продажу та маркетингу.

Протягом кількох попередніх десятиліть структура управління фабрикою була типовою для великих пострадянських підприємств і орієнтувалася не на вимоги ринку, а на виробництво. Стара управлінська система не передбачала процесів з ідентифікації потреб і вимог споживачів. Така організація більше не могла бути успішною. Отож для забезпечення успіху фабрики потрібні були кардинальні зміни організаційної структури управління, які б були здатні перетворити товариство на більш гнучку компанію, орієнтовану на ринок, на споживача. Тому найважливішими завданнями, що постали перед новим відділом в ті складні для підприємства часи, було вивчення кон'юнктури ринку,

технологами цехів менеджери брали активну участь у розробці та випробуваннях нових видів паперу в потенційних споживачів. Розробка нового виду продукції — це довгий і складний процес: лабораторне дослідження отриманих зразків, підбір і відпрацювання технології, дослідні виробки та тестування в потенційних замовників. Таким чином до асортименту фабрики було додано папір «Глассин» для пакування жиромісних харчових продуктів, папір «ФлізМал» — основу для сучасних шпалер. В цеху №3 було освоєно виробництво широкої гамми електроізоляційних паперів: кабельного, намотувального, трансформаторного, телефонного. Завдяки співпраці менеджерів із замовниками картону також вдалося розробити нові продукти для цеху №6, а саме картон марок «А» та «Б», яких на той час потребував ринок.

Поступово розширювалися ринки продажу. Завдяки постійному контакту з наявними та потенційними замовниками, вивченню потреб ринків та задоволеності споживачів менеджерам вдалося побудувати довготривалі відносини із великими міжнародними компаніями. Робота над завоюванням нових замовників, як в Україні, так і за її межами, аналіз сильних та слабких сторін конкурентів не припиняються ніколи.

менеджер Ніна Сметаніна, робота якої націлена на пошук нових індустриальних видів продуктів для продажів на європейському ринку. В даний час йде промислове тестування у споживачів паперу «Оверлей» для виготовлення сучасного ламінату. Було відтворено технологію виробництва паперу «ПГС-60» для пакування стерильних медичних виробів, який зараз також знаходиться на тестуванні у споживача. У співпраці з Центром розвитку та досліджень йде розробка нових фільтрувальних матеріалів, паперів, що використовуються у виробництві деревно-слоїстих пластиків для виготовлення меблевих фасадів та кухонних стільниць.

Щоб бути конкурентоспроможними та побудувати довготривалі стосунки із новим споживачем, потрібен час та багато зусиль на завоювання його довіри, втратити яку дуже легко, тому що сучасний світ вимагає постійного вдосконалення процесів та якості. Завдяки тому, що наша команда з продажів успішно поєднує в собі досвід з інноваціями, ми завжди готові швидко реагувати на зміни та піти назустріч нашим замовникам, тобто бути сучасною і клієнтоорієнтованою компанією.

Кількома словами

Мандрівка на вікенд

Група працівників товариства взяла участь у дводенній поїздці вихідного дня, маршрут якої пролягав через Косино, Хуст, Яремче та інші селища і містечка Західної України. Паперовики побачили географічний центр Європи, відвідали Манявський скит, побували на дегустаціях сиру та вина, та найбільші враження отримали від купання в термальних водах Косино — де в розпал осені ненадовго поринули в літо.

«Мандрувати — набагато цікавіше, ніж сидіти вдома», — кажуть вони і радять решті колег неодмінно долучатися до наступних поїздок, які організуватиме адміністрація нашого підприємства.



Підтримали пенсіонерів

Традиційно, з нагоди дня людей похилого віку, товариство надало матеріальну допомогу по 300 гривень своїм пенсіонерам, які не працюють — а їх сьогодні вже тисяча. Від імені пенсіонерів голова ради ветеранів Лариса Мойсієнко переказує щирю подяку Правлінню.

Привітали ювілярів

Працівники товариства, які у третьому кварталі відзначили ювілейні дати своєї тривалої і сумлінної праці в товаристві, побували на грандіозному концерті «Музична платформа» у столиці, в програмі якого були виступи Олега Вінника, Ольги Полякової, Олександра Пономарьова та інших відомих виконавців. Найвагоміший, 45-річний, ювілей відзначив працівник цеху ВОС Іван Карась.



У вересні зросли зарплати

У вересні зарплата паперовиків зросла — відтепер отримуватимемо на 20 відсотків більше. А в жовтні, з нагоди професійного свята, на працівників товариства чекав ще один приємний сюрприз — премії у розмірі 600 гривень.

Свято відзначили футболом



З нагоди професійного свята — Дня працівників целюлозно-паперової промисловості та 95-річчя фабричного футболу товариство організувало товариський матч між командами Вайдманн та ветеранів клубу «Папірник», перемогу в якому, з рахунком 5:2, здобула команда підприємства завдяки влучності Максима Костюченка, Андрія Батира та Ростислава Заруцького.

Практичний кейс від Бізнес-школи МІМ



Студенти програми Senior Executive MBA Бізнес-школи МІМ відвідали виробничі майданчики ПрАТ «Вайдманн-МПФ» та спільно з членами правління і HR-фахівцями товариства обговорили сучасні тренди в популяризації HR-брендів, які можуть бути втілені у життя на нашому підприємстві.

Безпека всюди

Серію презентацій на тему запобігання невірному травматизму для працівників ПрАТ та ДП провів начальник відділу охорони праці Іван Куцаківський. Одній із таких презентацій передувала екскурсія для родин вміківців, під час якої навіть найменші гості зрозуміли, чому використання засобів індивідуального захисту важливе і на роботі, і в повсякденному житті.



«ПАПЕРОВИК» — газета ПрАТ «Вайдманн-МПФ». Засновник і видавець — ПрАТ «Вайдманн-МПФ». Свідоцтво про реєстрацію серії ЖТ №271/648ПР від 26.07.2017. Адреса видавця та редакції: 11602, м. Малин, вул. Приходька, 66. Телефони: 6-72-53, 6-72-69, 6-72-22. E-mail: info.wmpm@wicor.com Газету набрано і зверстано у редакційному комп'ютерному центрі. Надруковано в друкарні «Віол-друк», м. Київ, пр. Перемоги, 21, оф.163. Виходить не рідше одного разу на два місяці. Розповсюджується безкоштовно. Наклад 2000 екземплярів.

Редактор ГОРДІН О. І.

Матеріали, надруковані в газеті «ПАПЕРОВИК», не можуть бути відтворені в будь-якій формі без письмового дозволу видавця. Відповідальність за достовірність публікації несуть автори. Редакція не листується з читачами. Редакція може не поділяти точку зору автора. Рукописи не повертаються і не рецензуються. Редакція залишає за собою право редагувати матеріали. При використанні наших публікацій посилання на газету — обов'язкове.

© «ПАПЕРОВИК».