

Традиции в новой упаковке

*Почему молочный гигант Коми
вложился в ПЭТ-упаковку*

Сыктывкарский молочный завод – предприятие с именем и традициями. Но сейчас недостаточно просто делать качественный продукт – важно быть гибким и слышать, чего хотят потребители. Запуск новой линии по розливу молока в ПЭТ-бутылки – это лучший ответ на вопрос, как крупное, устоявшееся производство может сохранять свои позиции и укреплять их, отвечая на вызовы рынка. Это не только модернизация, а осознанная инвестиция, чтобы оставаться в контакте с покупателями.



Автоматизированная линия по розливу молока в ПЭТ-бутылку



Почему именно ПЭТ?

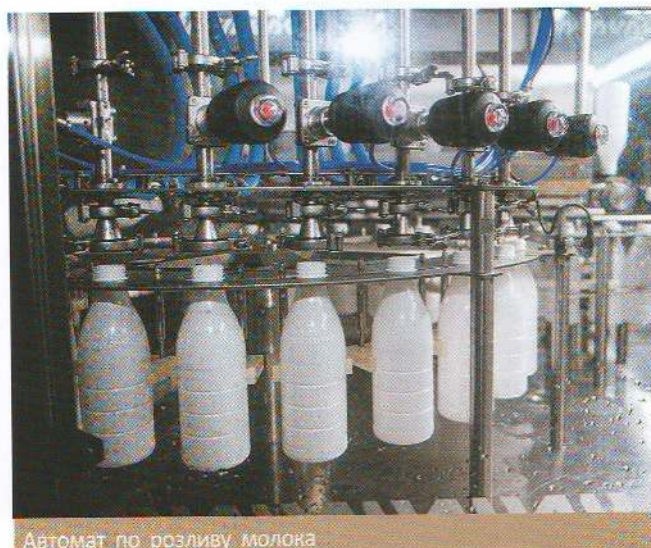
- **Удобно:** бутылка не бьется, не протекает, ее удобно нести из магазина домой, ее легко могут открыть даже дети.
- **Практично:** бутылка отлично держит форму, не размокает, занимает минимум места в холодильнике, за счет белого цвета бутылки исключено попадание ультрафиолета.
- **Экологично:** подлежит переработке, что соответствует глобальному тренду на осознанное потребление.



Два года от идеи до реализации

Решение о запуске линии стало результатом не спонтанного решения, а планомерной работы по изучению рынка. Руководство завода уверено, что даже в традиционной молочной отрасли можно и нужно быть инновационным.

«Мы долго изучали спрос, анализировали поведение покупателей и в итоге пришли к однозначному выводу: бутылка ПЭТ – это тот формат, который сегодня реально востребован и удобен для людей, – рассказывает главный технолог завода Татьяна Лобанова. – Мы не стоим на месте, постоянно мониторим рынок, ищем новые возможности для расширения ассортимента. Путь к решению разливать продукцию в ПЭТ занял около двух лет – мы рассматривали разные варианты, технологии и поставщиков оборудования, ведь для нас ключевым был не сам факт новизны, а практическая польза и надежность».



Автомат по розливу молока



Этикетировщик

Этот путь от первоначальной идеи до ее воплощения в цехе – история о трансформации крупного предприятия, которое учится быть клиентоориентированным. В этом процессе были задействованы все службы: маркетологи анализировали поведение потребителей, технологи прорабатывали режимы работы с новой тарой, а инженерно-техническая служба скрупулезно подбирала оборудование, которое впишется в цеха без остановки действующих мощностей.



Упаковка ПЭТ-бутылок в транспортную тару

Технология в деталях

- **Производительность:** 3 000 бутылок в час – такой объем позволяет гибко реагировать на растущий спрос.
- **Безопасность:** весь процесс розлива проходит в закрытом, герметичном контуре. Перед наполнением каждая бутылка проходит двойную обработку: дезинфекцию специальным раствором и ополаскивание озонированной водой. Камера розлива оборудована HEPA-фильтром, что гарантирует стерильность и чистоту продукта.
- **Честность перед потребителем:** каждая единица продукции обязательно маркируется и регистрируется в государственной системе «Честный ЗНАК», что позволяет проследить весь ее путь от хозяйства, с которого поступает молоко, до прилавка.
- **Надежность:** оборудование российского производства обеспечивает простоту обслуживания и оперативный ремонт, что минимизирует риски простоев.

Диалог с потребителем

Мотивацией для завода стал именно запрос потребителей. Сотрудники предприятия не только производят продукт, но и сами являются его ценителями, поэтому хорошо понимают, что важно для покупателя.

«Бутылка сама по себе невероятно удобна в быту. Ее легко держать в руке, ставить в холодильник, она не деформируется, ее можно много раз открывать и закрывать, не боясь, что содержимое впитает посторонние запахи. Я сама как потребитель от нее в полном восторге. И мы уже получаем первые отзывы от наших покупателей – многие звонят и искренне благодарят нас за такую, казалось бы, простую, но важную новинку. Это лучшая обратная связь», – делится своими наблюдениями Татьяна Лобанова.

Технология, которая впечатляет

Ключевая особенность новой линии по розливу молока в ПЭТ – ее полная автоматизация и непрерывность цикла. Бутылку не привозят на завод готовой – она «рождается» прямо в цеху, что гарантирует идеальную стерильность.

«Процесс полностью автоматизирован: сначала выдувается бутылка, затем она обрабатывается озонированной водой для дезинфекции, и только после этого начинается розлив. Для нас было принципиально важно организовать именно непрерывный цикл», – объясняет Татьяна Лобанова.

Этот современный подход позволяет исключить лишние этапы транспортировки и хранения тары, обеспечивая высокие стандарты качества и безопасность на каждом этапе.

Стратегические инвестиции

Запуск новой линии – это всегда крупная инвестиция, и руководство Сыктывкарского молочного завода совершило ее с абсолютно четким пониманием стратегических целей. Вложения направлены не просто в оборудование, а, в первую очередь, в повышение лояльности покупателей и укрепления позиций местного бренда на конкурентном поле.

Это инвестиция в будущее предприятия, говорит Елена Симоненко, заместитель коммерческого директора по маркетингу и рекламе:

«Это, без преувеличения, новый шаг в развитии завода. Мы не просто механически расширяем ассортиментную линейку, мы принципиально увеличиваем свое присутствие на полках магазинов. Если раньше мы конкурировали в сегменте тетрапака, то теперь можем уверенно заявлять о себе и в сегменте ПЭТ-упаковки, занимая

дополнительную долю рынка, наращивая объемы и, что важно, давая покупателю выбор».

Планы у предприятия амбициозные и вполне конкретные. Уже в течение следующего года планируется постепенно перевести часть ассортимента популярной кисломолочной продукции – кефира и питьевых йогуртов – с картонной упаковки в современную ПЭТ-тару. Это позволит удовлетворить запросы еще большего числа жителей республики.

Оставаясь верным традициям качества, Сыктывкарский молочный завод наглядно демонстрирует успешную формулу современного предприятия: глубочайшее уважение к собственным традициям и неизменное качество, при этом открытость ко всему новому и готовность меняться в ответ на запросы рынка.

Ярче всего уверенность завода в выбранном пути выразила Елена Симоненко, подводя итог нашей беседе:

«Мы активны, мы действительно так и хотим жить – идти в ногу со временем и слышать своих покупателей». ■

О заводе

Сыктывкарский молочный завод по праву считается флагманом пищевой отрасли и крупнейшим переработчиком молока в Республике Коми. Под узнаваемым брендом «Белая Поляна» выпускается более 50 наименований продуктов: от классических молока и кефира до современных йогуртов и молочных коктейлей. Ежедневно на переработку поступает около 100 тонн молока из хозяйств Республики Коми, включая собственные фермы предприятия. Продукция завода – многократный дипломант и лауреат престижных конкурсов качества, она пользуется устойчивым спросом как в родной республике, так и за ее пределами.



Подача ПЭТ-бутылки по пластинчатому транспортеру для нанесения этикетки