

PackGroup – европейский выбор!

Не раз бывал в Белгород-Днестровском, в цехах «Эллиса», знаком с технологиями, оборудованием и продукцией – тарой этого предприятия. Много часов провел в дискуссиях на профессиональные темы с инженерами, технологами, мастерами и руководителями разных уровней группы компаний PackGroup. И всегда убеждался в мастерстве и умениях, знании и опыте специалистов, возвращенных в краю древнего Аккермана. Поэтому очередная встреча, на этот раз на берегу зарыбленного озера у костра в 70 км от завода в День рыбака, не могла обойти стороной профессиональную жизнь этого коллектива.

Моим собеседником после удачного улова стал Александр Бенчук, президент ЧП «Кристал Гласс» и идеолог PackGroup, которого в этом году избрали в Управляющий совет Клуба упаковщиков. Любопытный, дотошный, технически грамотный, нацеленный на достижение позитивного результата, обдумывающий каждое свое слово Александр Бенчук откровенно раскрывал секрет за секретом в продвижении упаковочной продукции компании на рынки европейских стран. Мой первый вопрос касался нынешней стратегии поведения компании на рынке.

В.Н. Кривошей, к.х.н.

– Александр, изменилась ли стратегия компании после подписания Украинской Соглашения об ассоциации с ЕС?

– Откровенно говоря, кардинально она не изменилась. Компания PackGroup давно поставила цель – развивать производственные отношения с компаниями Европы, и мы строго придерживаемся этого направления. До недавнего времени внутренний рынок был нашим основным приоритетом. В перспективе мы видим новые возможности сотрудничества именно с западно-европейскими клиентами. Несмотря на экономические и политические проблемы в Украине, PackGroup продолжает развивать свой бизнес, постоянно вкладывая средства в технологии и оборудование для расширения своих возможностей и поддержания высоких стандартов производства и продукции. Несмотря на то, что компания лидирует на украинском рынке, команда PackGroup понимает, что основным направлением развития бизнеса является увеличение объемов экспорта. В этом контексте основной целью компании является повышение продаж в Европе. У компании уже есть надежные партнеры, а экспорт в Европу сейчас составляет 5 % от годового объема продаж продукции.

– Оцените нынешнее состояние украинского рынка тары из ПЭТФ.

– Современный украинский рынок тары из ПЭТФ достаточно стабилен, но разноплановый в зависимости от упаковываемой продукции. Основная его проблема сегодня – это нестабильность валютного курса. Из-за роста стоимости импортного сырья производителям сложно «держат» цены. Наша компания всегда использует сырье высшего качества, никогда на этом не экономит. Благодаря опыту, объемам производства и уверенности,

компания плавно и постепенно регулирует цены. Но никогда не снижает качество продукции ради стабильности цен. Даже наоборот, качество большинства видов тары выросло, а цена осталась неизменной.

На сегодняшний день, как никогда, самый главный критерий – это цена тары. Если раньше при общении с клиентом в приоритете стояли вопросы о качестве, то сейчас предпочтение в корне изменилось. Цена решает все. Вместе с тем для тары важно быть качественной, максимально унифицированной для различных укупорочных средств и аксессуаров, а также готовой к различным видам брендинга.

– Какие компании конкурируют на украинском рынке тары?

– Называть конкретные компании будет некорректно. Если оценивать рынок исключительно в сегменте производителей полимерной тары до 500 мл, который охватывает пищевую продукцию, парфюмерно-косметические товары и медицинские изделия, то сюда можно отнести лишь несколько компаний. Однако, кроме PackGroup, практически никто не может обеспечить наличие у себя на складе такого большого ассортимента полимерной тары, а также укупорочных средств и тем более косметических аксессуаров. Также компания располагает лучшими условиями и техническими возможностями для производства эксклюзивных изделий. Другие производители узкоспециализированы: кто-то больше работает для пищевой промышленности, кто-то – для косметики или медицины, а кто-то – для продукции химической промышленности.



– Объемная полимерная тара невыгодна для перевозки на большие расстояния. Как компания решает эту проблему?

– Исходя из нашего многолетнего опыта работы с зарубежными странами, мы можем уверенно сказать, что перевозка на дальние расстояния целесообразна для тары вместимостью до 100 мл. Транспортирование тары большего объема считается экономически невыгодным для заказчика. Даже тара объемом от 50 до 100 мл требует тщательной работы отдела логистики. Исходя из этого, мы и выстраиваем стратегию отношений с компаниями из других стран. Была проведена работа по установлению контактов с компаниями Румынии. Посетив страну и презентовав продукцию PackGroup, мы подтвердили высокое качество наших флаконов. Мы заручились прочными партнерскими отношениями и уже сейчас начинаем выполнять первые контракты. Везти тару небольшого объема можно. Да, это не так просто. Но, имея в штате профессиональных сотрудников,



знающих свое дело, мы всегда можем предложить для заказчика лучшую цену, отличное качество, оптимальную логистику и минимальные сроки поставок.

— *Сравните уровень вашей продукции и продукции стран, куда вы ее экспортируете?*

— Исходя из последней поездки по нескольким странам Европы, мы можем смело сказать, что тара компании конкурентна на европейском рынке. Мы производим тару на таком же оборудовании и с использованием

более выгодной цене, не уступая при этом в качестве.

Поэтому алгоритм выхода компании на рынки других стран был прост: представь себя на месте своего потенциального клиента; проведи анализ по всем параметрам; собери данные по конкурентам; составь требования и пожелания — и тогда ты сможешь сделать наиболее удачное предложение. Нужно искать индивидуальный подход к каждому потенциальному клиенту. Применив определенный пакет инструментов менеджмента и маркетинга, можно

В Польше, компания «COBRO» предоставляла консультационные услуги и дала рекомендации по проведению необходимого тестирования продукции. В Украине, компания SGS провела необходимые тестирования продукции, составила заключения для последующего получения сертификатов соответствия директивам Европейского союза.


Для производителей продукции в Украине сейчас важно получить возможность самостоятельно декларировать безопасность и качество продукции и отвечать за эти данные. Необходимо убрать сложную бюрократическую систему.

— *Что сегодня выгоднее: увеличивать объемы продаж тары в Украине или расширять экспорт продукции?*

— Объем украинского рынка тары практически полностью заполнен, поэтому в нашем сегменте европейское направление более приемлемо. Увеличивать объемы в Украине еще можно, но не настолько, чтобы не смотреть в сторону экспорта. Основная работа в Украине — удержание клиента. Заинтересовывать его новым дизайном, предлагать ему технические решения под его проекты. Вместе с тем расширять экспорт — жизненно необходимо, если компания нацелена на развитие и на обеспечение прибыльности.

— *Александр, что нужно сделать на уровне правительства, парламента и общественных организаций для улучшения климата торговли со странами ЕС?*

— Закончить войну на востоке! Это сейчас проблема №1 для всей Украины, для всего бизнеса, для каждого жителя страны. Навести порядок в государственных структурах. Привести украинское законодательство к стандартам ЕС — это уберет барьеры в сотрудничестве бизнеса с компаниями. Общественные организации, и в частности Клуб упаковщиков, должны информировать о последних новостях, изменениях в законодательстве, новинках, инновациях в сфере производства полимерной тары, организовывать участие в международных выставках, конкурсах, проводить семинары и конференции.

— *Спасибо за беседу. Я думаю, что опыт коллектива PackGroup поможет успешно конкурировать на европейских рынках упаковки. Удачи и успехов компании в этом направлении.* 



такого же сырья, как и европейские компании. Благодаря опытным сотрудникам, в некоторых случаях наши флаконы даже лучше по качеству, нежели у европейских производителей. Бывая на международных выставках по упаковке, мы не раз встречали на стендах трейдерских компаний нашу собственную продукцию. Для нас это лучше любой похвалы, это — высшая степень оценки качества продукции компании.

— *Какие конкурентные преимущества PackGroup на рынках европейских стран?*

— Инвестиции и строгий контроль качества тары дают возможность компании поставлять высококачественную продукцию, а более дешевая производственная база и низкая оплата труда в Украине позволяют иметь цены в среднем на 25 % ниже, чем цены конкурентов в странах Европейского союза. Кроме того, преимущество еще и в том, что производство продукции выгодно размещено географически. Благодаря этому мы можем предложить поставку тары по

получить заказ от практически любого клиента. И в идеале всегда нужно держать в памяти соотношение: цена — качество — сервис.

— *Какие проблемы ожидают украинского экспортера при торговле со странами ЕС?*

— Самая большая проблема, которая возникнет, — это требование подтвердить сертификаты соответствия ISO, в нашем случае № 15378 и № 22000. Продукция может быть высочайшего качества, может быть отличная цена, но если это не подтвердить соответствующим сертификатом — дорога к этому клиенту закрыта. Вскоре наши возможности значительно расширятся: PackGroup как раз в процессе получения сертификата ISO 15378.

Еще важно в этой работе найти квалифицированных партнеров. Например, в Румынии нам помогла торговая-промышленная палата. Ее специалисты обеспечили результативными консультациями, помогли с организацией встреч, предоставили координаты компаний согласно запросу.