

Чи пам'ятаєте, чия реклама, яку нинішнього літа постійно передавали по радіо: дзенькіт розбитих пляшок, розпачливий зойк і запізнілий докір: "Казав же тобі, баночне треба було брати, Оболоні!". У роликів не прозвучало, хто виробник пляшок, які, ледь торкнувшись землі, перетворилися на купу скла, але одне можна сказати напевно – це не СП "АД-Зоря". Більше того, якби це була зорянська пляшка, то браві хлопці, що зібралися на пікнік, могли б використати її ще й у якості молотка і спокійно забивати нею цвяхи (хоча б на спір – ставку можна робити яку завгодно, виграв гарантовано).

СП "АД-Зоря" – не просто стабільно діюче підприємство, але воно демонструє класичний приклад запланованої менеджментом вдалої експансії на зовнішній ринок, у результаті якої вдалося виконати завдання "перемогти всіх". Звісно, ця перемога була б неможливою без новітньої технологічної бази і могутньої інженерної підтримки з боку канадського стратегічного інвестора "Конс'юмерз Пекеджинг Інк". А це – без ретельних маркетингових досліджень, які й вказали на єдиний шлях досягнення успіху: якість – аналогічну кращим західним виробникам, які працюють на ринку, сервіс – вищий, ціна – нижча.

При цьому з'ясувалося, що нішею ринку є дорога ексклюзивна продукція. Тож саме на ексклюзиві й почали орієнтуватися зорянці, хоча це вимагало неабияких зусиль.

Наприклад, здавалося б, можна обійтися й місцевою сировиною, адже піску в нас скільки завгодно, а натомість везуть його аж з півдня та зі сходу України. Виявляється, не той у нас пісок – вироби з нього набудуть такого знайомого нам зеленого відтінку, що є неприйнятним для ексклюзивної продукції.

Але, не покусившись на витрати, пов'язані з транспортуванням сировини, СП "АД-Зоря" виграло в якості, тож його прозорі міцні пляшки не страшні конкуренти. До речі, зорянські склотарники, умовно кажучи, дають двовідсотковий хабар споживачам – адже два відсотки завод має право списувати на біб, а тут його практично немає, тобто витримуються західні стандарти. Не дивно, що з СП "АД-Зоря" охоче співпрацюють різні фірми, в тому числі й великі міжнародні компанії – виробники "Нестле" та "Юнілевер".

Це одна знаменита фірма – російський "Балтімор", який використовує зорянську кетчупну пляшку, що її можна бачити в рекламі популярної розважальної програми "Городок". Між іншим, дизайн цієї пляшки був розроблений для української фірми "Торчин", яка, однак, взявши курс на

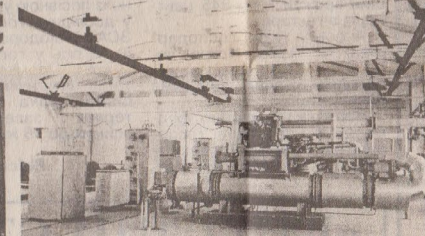
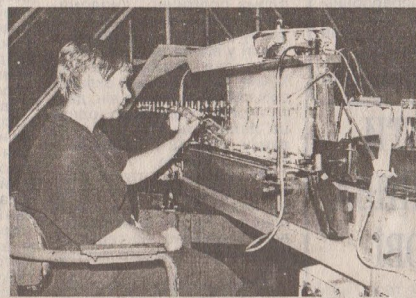


Про це підприємство, яке є гордістю району, наш часопис розповідає не раз. І знову є привід – за даними незалежного російського рейтингового агентства "Експорт РА", Спільне Українсько-Англійське підприємство "АД-Зоря" (торгова назва "Конс'юмерз Скло Зоря") введено вишло на перше місце серед компаній-постачальників банок у Росії, зайнявши понад 28 відсотків ринку у вартісному обсязі. До речі, серед постачаль-

ників пляшок з безбарвного скла в Росію СП "АД-Зоря" діржує з великим відривом (25,9 відсотка), обійшовши "Каркулан Лат ОУ" (Фінляндія) – 14,4 відсотка і "Бельведер С.А." (Франція) – 6,1 відсотка. За два роки воно перемогло на російському ринку всіх і, безперечно, шістнадцять скляководом у СНД. Але не тільки, адже наші землі конкурували з заводами із 36 країн, що імпортують свою продукцію в Росію.

ЗОРЯНСЬКИЙ ЕКСКЛЮЗИВ ПІДКОРИВ РОСІЙСЬКИЙ РИНОК АБО ЗОЛОТА НІША СП "АД-ЗОРЯ"

Мільйони й мільйони кетчупних пляшок нині постачає "Конс'юмерз Скло Зоря" "Балтімору" в Москву і Санкт-Петербург. Надійне місце посіло СП "АД-Зоря" у секторі ринку ексклюзивної склотари і понад шістдесят найрізноманітніших дизайнів формокомплектів, освоєних зорянськими виробниками.



здешевлення продукції, відмовилася від скляної тари, надавши перевагу пластиковій. Натомість сподобалася зорянська кетчупна пляшка, що він відмовився від усіх інших пропозицій. Тож мільйони й мільйони кетчупних пляшок нині постачає "Конс'юмерз Скло Зоря" "Балтімору" в Москву і Санкт-Петербург. У результаті до склоробів із Зорі звернулися й продовжують звертатися найбільш відомі у своїй сфері товаровиробники, яких приваблює те, що вони можуть сподіватися на виконання будь-яких своїх замовлень, причому будуть враховані всі їхні побажання. Але найголовніша

причина, чому солідні компанії зацікавлені в ексклюзивній тарі, полягає у захисті продукції, адже високоякісну оригінальну скляну пляшку чи банку підробити неможливо. Отож, курс, який взяло підприємство два роки тому, виявився вірним. Свідчення цьому – надійне місце, яке посіло СП "АД-Зоря" у секторі ринку ексклюзивної склотари і понад шістдесят найрізноманітніших дизайнів формокомплектів, освоєних зорянськими виробниками. До речі, наші земліки – не тільки кращі в країні СНД, але й серед 32 заводів компанії "Конс'юмерз Пекеджинг Інк". Вони є першими за ефек-

тивністю виробництва стосовно співвідношення кількості звареного скла до кількості зробленої з нього якісної продукції: цей показник у СП "АД-Зоря" перевищує 90 відсотків, тоді як на американських підприємствах він становить 85 відсотків. Зайве й казати, що СП "АД-Зоря" не тільки експортує свою продукцію – на внутрішньому ринку України практично вся високоякісна продукція пакується в зорянську ексклюзивну склотару. Особливо плідно співпрацюють зорянці з такими відомими українськими товаровиробниками, як "Чумак", "Союзвіктан", "Немиро". А своє май-

бутнє підприємство пов'язує із ще більшим завоюванням саме вітчизняного ринку – адже хоча зараз Росія практично всю склотару імпортує, причому понад 90 відсотків становить українська продукція, та нещодавно росіяни оголосили про створення власних склотарних підприємств,

й саме воно тільки-но починає по-справжньому набирати оберт.

Так, обсяг проданої з початку року продукції становить 160 мільйонів одиниць, але наразі замовлень склотарники із Зорі мають у 2,5 рази більше, ніж можуть виготовити. Тож нагальною стає проблема нарощування виробничих потужностей, тобто спорудження другої черги і встановлення другої печі. Власне, бізнеспланом заводу це передбачено, потрібно тільки дещо поновити обґрунтування проекту нового будівництва.

Немає сумнівів, що з другою чергою склотарники не забаряться, тим більше, що тепер, як-то кажуть, руки у них розв'язані: 31 липня 2001 року СП "АД-Зоря" повністю розрахувалося з урядом. (Нагадаємо: з початку створення підприємство взяло на себе дві третини боргу агрофірми "Зоря", яка, власне, і розпочала будівництво скляководу за рахунок великих кредитів, наданих державою, і які потрібно було повернути. Під час будівництва і становлення бізнесу держава нараховувала склотарникам до 15 тис. гривень на день (!) штрафних санкцій.) Воно є єдиним українським підприємством, що розрахувалося повністю з кредитом уряду, сплативши за три роки 29,2 млн. німецьких марок за кредитом і податків на суму близько 3 млн. американських доларів.

Тож виконав свою обіцянку Станіслав Савінський – проєкт-менеджер і генеральний директор СП "АД-Зоря", який у 1996 році переконавав Мінфін, віце-прем'єрів, Укресімбанк, Мінсільгосп, НАУРД і ще багато кого в тому, що це можна здійснити. І не випадково про Станіслава Веніаміновича можна прочитати у "Золотій книзі ділової еліти України", яка вийшла в минулому році. До речі, в цьому році планується ще три видання – "Золота книга української еліти", "Ділова Україна XXI століття" та інформаційно-біографічний щорічник «500 впливових особистостей України», у яких також можна буде прочитати про Станіслава Савінського (на фото) та про підприємство, очолюване ним.

Лідія РИБЕНКО

СП "АД-Зоря" не тільки експортує свою продукцію – на внутрішньому ринку України практично вся високоякісна продукція пакується в зорянську ексклюзивну склотару. Особливо плідно співпрацюють зорянці з такими відомими українськими товаровиробниками, як "Чумак", "Союзвіктан", "Немиро". Замовлень склотарники із Зорі мають у 2,5 рази більше, ніж можуть виготовити.