

Nemusíme byť najväčší, keď chceme byť najlepší



Napriek tomuto vyhláseniu pôsobí spoločnosť TUBAPACK a.s. zo Žiaru nad Hronom v niekoľkých krajinách Európy a v najbližšej dobe mieri so svojou produkciou i na ďaleký východ. Do jej rozsiahlej rodiny technológií pribudol nedávno i stroj HP Indigo, ktorý úplne zmenil pohľad na možnosti vo sfére výroby túb. „Kvalitný a správne inovovaný obal prináša konkurenčnú výhodu, o to sa snažíme i my,“ tvrdí Richard Paczelt, koordinátor výroby TUBAPACK, a.s.

V porovnaní s ostatnými výrobcami obalov, vy sa zaoberáte výrobou vskutku špeciálnej skupiny obalov. V čom je náročnejšia príprava a výroba takýchto materiálov?

Výrobný program našej spoločnosti je rozdelený na dve základné výrobné rady: hliníkové tuby a laminátové tuby. Hliníkové tuby sú primárne určené pre pastovité výrobky a viskózne kvapaliny, majú rozsiahle použitie v kozmetickom, potravinárskom, farmaceutickom a chemickom priemysle. Hliníková tuba zabezpečuje absolútnu ochranu pred svetlom, UV žiarením, vlhkosťou, mikroorganizmami, kyslíkom a ďalšími plynmi a vysoký stupeň odolnosti voči korózii. Tuby sú vyrábané na sofistikovaných automatických linkách z hliníka o čistote 99,7%. Aktuálne TUBAPACK disponuje deviatimi linkami na výrobu hliníkových túb, na ktorých je nepretržitá prevádzka. Pre zabezpečenie len tých najkvalitnejších vstupov a výstupov sa pravidelne využíva aj laboratórna technika. Výrobok je plne recyklovateľný.

Laminátové tuby sa využívajú predovšetkým v potravinárskom a kozmetickom priemysle. Jemnejšia štruktúra materiálu, z ktorej sú vyrábané, ich predurčuje na balenie náplní s vyšším obsahom prchavých látok, pretože použitá bariéra zabraňuje prenikaniu týchto látok a okysličovaniu náplne. Ich veľkou výhodou je ich atraktívnejší vzhľad. Tento typ túb je aktuálne vyrábaný na dvoch linkách a potlačanie vstupného materiálu, laminátovej fólie, je realizované našou najnovšou investíciou do linky na digitálnu potlač.

V nedávnej minulosti ste realizovali investíciu do digitálneho stroja HP Indigo. Ako s odstupom času vnímate túto investíciu a v čom vám je táto investícia nápomocná?

Áno, ako som už spomenul je to naša najnovšia investícia. Nové technológie nám pomáhajú rásť a rozvíjať sa. Práve pred rokom sme inštalovali najnovšiu technológiu potlače (HP Indigo) od spoločnosti Hewlett Packard, ktorá nám umožní dosiahnuť najvyššiu možnú kvalitu digitálnej tlače, aká momentálne na trhu existuje, pri dodržaní rozumnej miery nákladov. Digitálna potlač je veľmi flexibilná, na základe čoho vieme zákazníkom ponúknuť minimálne odberné množstvá nižšie až o 30 percent oproti doterajším technológiám na trhu. To pre nich predstavuje ďalšiu výhodu, a to, že nemusia svoje cash flow viazať v tovare na sklade, ale objednávajú si nielen daný čas, ale aj skutočne potrebné



množstvo produktov. Ako pridanú hodnotu novej technológie HP vidíme aj možnosť použitia variabilných dát, čo predstavuje dokonalé odlišenie každej jednej tuby uvedenej na trh, tzv. personalizácia tuby.

Mám pocit, že na slovenskom trhu ste so svojimi číslami takmer bezkonkurenčným podnikom. Je to tak, alebo konkurencia vo sfére obalov narastá?

TUBAPACK každým rokom rastie, a to nielen v počte vyrobených túb a s tým súvisiacimi tržbami, ale aj v segmente zamestnanosti. Minulý rok boli dosiahnuté tržby na úrovni 14 mil. €, ktoré sme dosiahli s 250 zamestnancami. Predpoklad, ktorý vychádza z už uzatvorených objednávok na rok 2017 počíta s ich navýšením na úroveň 15,5 až 16 mil. €. Samozrejme, s adekvátne rastúcim počtom zamestnancov v našej spoločnosti. Aktuálne sme ich počet zvýšili na 270. Čo sa týka konkurencie, tak tá existovala a existovať bude. To platí aj v našom odvetví.



Je to nikdy nekončiaci príbeh boja o miesto na výslni. Konkurenciu si však vážime a rešpektujeme. My v TUBAPACK-u sa totiž riadime heslom „Nemusíme byť najväčší, keď chceme byť najlepší“. Tomu prispôbujeme všetky naše aktivity a aj zdravé vnímanie konkurencie.

V čom má váš podnik oproti ostatným konkurenčnú výhodu a aké sú momentálne trendy vo výrobe obalov?

Sú to bezpochyby naši zamestnanci, technologické vybavenie, geografická poloha a chuť napredovať. Oblasť trendov je však širšia téma, ale v zásade platí mať tubu, ktorá zaujme už na prvý pohľad. Z toho vyplýva náročnosť na kvalitu potlače a vhodného výberu zušľachtenia tuby. Naším produktom sa zákazník snaží svoj produkt odlišiť a zabodovať s ním na trhu.

Možno povedať, že my a aj naša konkurencia, vyrábame tuby de facto identickým spôsobom. To, čo sa z technologického hľadiska mení je, rýchlosť výrobnéj linky a možnosti potlače. Tu sa významne prejavujú možnosti novej technológie od HP. Firmy si uvedomujú silu dobrého obalu pri tvorbe okamžitého rozpoznaní značky a firmy spotrebiteľom. Kvalitný a správne inovovaný obal im totiž prináša konkurenčnú výhodu.

Dizajn nemá dať novému alebo inovovanému výrobku iba nový plášť, ktorý by len povzbudil ku kúpe, ale spolu s vonkajším vzhľadom výrobku musí riešiť i jeho úžitkové a funkčné vlastnosti tak, aby sa stal výrobok prínosom pre spotrebiteľa. Treba však povedať, že obaly a problematika súvisiaca s nimi, je v Európskej legislatíve zahrnutá do veľkého množstva právnych predpisov, čo v rámci výroby musíme rešpektovať.

Aké služby nad rámec výroby poskytujete svojim zákazníkom?

V roku 2015 TUBAPACK, a.s. kompletne redizajnoval webovú stránku, ktorá bola následne doplnená o možnosť vytvoriť si vlastnú tubu. Tento spôsob uľahčuje vzájomnú komunikáciu vo vzťahu TUBAPACK – zákazník. Musíme sa pochváliť, že sme zatiaľ jediná spoločnosť v našom odvetví,

ktorá takúto detailnú aplikáciu poskytuje. Je primárne určená na zjednodušenie zasielania zákazníckych dopytov. Na základe nadefinovanej tuby od zákazníka vieme promptne vypracovať cenovú ponuku a profesionálnym, prozákazníckym prístupom tak zákazníka získať na svoju stranu.

V každej spoločnosti narastajú nároky zákazníkov na výrobu produktu. Je tomu tak aj vo vašom odvetví? Sretávate sa s čoraz náročnejšími druhmi zákaziek?

Zákazníci majú z roka na rok nové požiadavky a my, pokiaľ chceme byť konkurencieschopní, ich musíme vedieť naplniť. Odberatelia čoraz častejšie vyžadujú dodávky obalov formou „just-in-time“ (JIT), pretože nemajú dostatočné kapacity na skladovanie veľkých sérií obalového materiálu a nutne tak potrebujú zabezpečiť plynulosť výrobného procesu. My im ponúkame dodávky v rámci princípu JIT, teda včas a podľa aktuálnej potreby. Tovar zákazníkom expedujeme rovno z externých skladov v rámci Európy. Výhodou je, že takýmto spôsobom vieme tuby dodať zákazníkovi aj do dvoch hodín, maximálne do jedného dňa, a to v požadovanom sortimente, počte a kvalite. Zvýšené tlaky vidieť zo strany zákazníkov nielen na kvalitu samotnej tuby, ale aj jej potlače. Tuba predstavuje obal, v ktorom je samotný výrobok prezentovaný na pulloch v obchodoch. Bez reklamy a podpory marketingových aktivít sa už dnes klienti nezaobídu. A správny obal musí vedieť kvalitný výrobok predať, čo nebýva jednoduché.

Kde všade by sme vedeli nájsť produkty spoločnosti TUBAPACK?

98 percent našej produkcie smeruje na export, najmä do Šlovinska, Nemecka, Česka, Maďarska, Poľska, Bulharska či Španielska. Okrem uvedených krajín EÚ, významný podiel na exporte spoločnosti predstavuje aj Rusko. Naším najdôležitejším zákazníkom je firma Henkel, ktorá stojí za mnohými značkovými produktmi ako napríklad Palette, Syoss, Pattex či Loctite alebo Vademecum. Dodávame pre nich tuby v rámci celej Európy i Ruska a od polovice tohto roka, by sa mala spolupráca rozšíriť aj na Čínu či Thajsko. Podarilo sa nám získať nové trhy, ktoré boli pre TUBAPACK

dovtedy nepoznanými a možno príliš vzdialenými.

Aj naďalej rozvíjame spoluprácu s firmami Univer, TEVA, Herbacos Recordati, Rosa Impex, Luise Haendlmaier, Peter Spak či farmaceutický gigant GSK (Glaxo SmithKline). Našich pravidelných zákazníkov je veľa, vážime si všetkých, ktorých máme v našom portfóliu, a ku ktorým si naše tuby našli cestu.

Pri príležitosti 40. výročia založenia vašej spoločnosti ste sa rozhodli zachytiť históriu TUBAPACK i knižne. Máte pocit, že aj v obalovom priemysle je potrebné dbať na marketing? Akú úlohu zohráva marketing pre vás?

Tak ako v každom odvetví aj v obalovom priemysle má marketing svoje pevné a neodmysliteľné miesto. TUBAPACK má svoje marketingové aktivity a komunikačné kanály jasne zadefinované. Jedným takým je aj kniha s názvom „Od prvej tuby po dnešok“, ktorá obsahuje všetky miľniky našej spoločnosti. Navyše sú zdokumentované aj dobovými fotografiami a článkami z vtedajších periodík. Podľa nás je v zmysle citátu „Kde niet poznania minulosti, nemôže byť vízia budúcnosti“ zaznamenanie a uchovávanie histórie dôležité tak, ako sú naše plány do budúcnosti. Medzi najvýznamnejšie aktivity však patrí pravidelná účasť na špecializovaných veľtrhoch, najmä z oblasti kozmetického priemyslu, kde sa predpokladá značná účasť potenciálnych zákazníkov. V máji 2017 sa zúčastníme veľtrhu INTERPACK v nemeckom Dusseldorfe, kde sa koná najväčší veľtrh obalového priemyslu na svete. Táto výstava sa koná každé 3 roky a TUBAPACK bude vystavovať už po tretíkrát. Taktiež organizujeme aj zákaznícke dni pri rôznych príležitostiach,

ako napr. krst nových liniek, resp. výročie vzniku spoločnosti. Tieto spôsoby komunikácie hodnotíme veľmi kladne a určite ich budeme organizovať aj v budúcnosti.

Vaša spoločnosť pôsobí na trhu už viac ako 40 rokov. Viete povedať, vďaka čomu sa stala vaša značka stabilnou a úspešnou na slovenskom trhu?

Dlhodobo poskytujeme služby zákazníkom kozmetického, chemického, potravinárskeho a farmaceutického priemyslu. V posledných rokoch sme investovali milióny eur do nových technológií, čo nám pomohlo zvýšiť výrobné kapacity a splniť najprísnejšie kritériá v oblasti kvality, bezpečnosti i hygieny obalov.

Za našim úspechom stojí tímová práca všetkých ľudí, ktorí u nás pracujú. Výborné výsledky sme dosiahli aj vďaka rozšíreniu tímu obchodníkov, zvýšením našich aktivít v celom európskom regióne i mimo neho. Prispelo k tomu aj vhodné makroekonomické prostredie.

Z uvedených dôvodov aj naši zákazníci získali od nás atraktívnejšie ceny, a tak sme mohli zvyšovať množstvá vyrobených túb, čiže celkovo bola situácia veľmi prospešná k našim aktivitám. Musím v tomto smere vyzdvihnúť poctivú prácu našich zamestnancov, ktorí boli počas predchádzajúcich mesiacov ochotní pracovať v mimoriadnom pracovnom nasadení, vďaka čomu sme mohli vyrobiť vyššie množstvá túb.

Rozhovor pripravila
Marianna Cabalová



interpack 

PROCESSES AND PACKAGING
LEADING TRADE FAIR

 Tubapack

DÜSSELDORF, GERMANY
04 ^{TO} 10 MAY 2017
INTERPACK.COM

VISIT US AT

Hall 7.2, Stand A45A