

Πλαστικά Θράκης Συσκευασίας ABEE

Εταιρικές Στρατηγικές

Η εταιρεία Πλαστικά Θράκης Συσκευασίας ABEE μέλος ενός πολύ ισχυρού ομίλου, με ισχυρή θέση στην ελληνική αγορά και σημαντικό επίπεδο εξαγωγών θεωρείται ως μια επιτυχημένη εταιρεία στο κλάδο της πλαστικής συσκευασίας.

Ο κλάδος της πλαστικής συσκευασίας χαρακτηρίζεται από πολύ έντονο ανταγωνισμό και έτσι η εταιρεία εφαρμόζει στρατηγική ανάπτυξης. Εφαρμόζεται εσωτερική και εξωτερική ανάπτυξη, καταρχήν μέσω της στρατηγικής οριζόντιας ολοκλήρωσης. Η εταιρεία προχώρησε σε απορρόφηση μικρότερων εταιρειών του Ομίλου τα έτη 2006-2014, ενώ το 2012 προχώρησε σε ολική εξαγορά της εταιρείας Capsnap ΑΕ. Σκοπός των στρατηγικών αυτών κινήσεων ήταν η ισχυροποίηση της εταιρείας στο κλάδο και ο περιορισμός του ανταγωνισμού μέσω της απόκτησης μεγαλύτερων μεριδίων αγοράς. Ακόμη υπάρχουν σενάρια για την εξαγορά μικρότερων εταιρειών, κυρίως στο εξωτερικό ώστε να εκμεταλλευθεί τα ήδη καθιερωμένα κανάλια διανομής αυτών και να επιτευχθεί διασπορά του κινδύνου λαμβάνοντας υπόψη την κρίση στην ελληνική αγορά.

Η εταιρεία ταυτόχρονα ακολουθεί στρατηγική διεύθυνσης στην αγορά καθώς κρίνει πως η αγορά δεν είναι κορεσμένη και διαβλέπει δυνατότητα προσέλκυσης νέων πελατών και αύξησης της κατανάλωσης από τη βάση του πελατολογίου της. Συνάπτει στρατηγικές συμφωνίες με εταιρείες ειδικότερα στον κλάδο των τροφίμων και ποτών (συσκευασίες για την εταιρεία Mikel), όπου θεωρεί πως μπορεί να κερδίσει νέους πελάτες.

Η εταιρεία εφαρμόζει επίσης στρατηγική ανάπτυξης προϊόντων. Με τη βοήθεια της τεχνολογικής υποδομής και τεχνογνωσίας που διαθέτει εξελίσσει την ήδη διευρυμένη γκάμα των προϊόντων της προχωρώντας τόσο σε ποιοτικές βελτιώσεις (τρισεδιάστατες εκτυπώσεις πάνω στη συσκευασία) όσο και στην παραγωγή κωδικών ιδιωτικής συσκευασίας (παραγωγή πλαστικών ποτηριών για την αλυσίδα super market Σκλαβενίτης).

Η εταιρεία ακολουθεί και στρατηγική ανάπτυξης νέων αγορών. Έχει τμήματα πωλήσεων σε διάφορες χώρες του εξωτερικού με σκοπό την έρευνα της τοπικής αγοράς και τη διερεύνηση και προσέλκυση νέων πελατών. Αυτά λειτουργούν είτε με προσωπικό από την Ελλάδα είτε με προσλήψεις πωλητών από την εκάστοτε χώρα.

Τέλος, από το 2017 φιλοδοξεί να εφαρμόσει και στρατηγική κάθετης ολοκλήρωσης προς τα εμπρός μέσω δημιουργίας δικών της καναλιών διανομής απευθείας προς τον τελικό καταναλωτή μέσω δημιουργίας e-shop και υπηρεσίας τηλεφωνικών πωλήσεων. Με τον τρόπο αυτό επιλέγει να δημιουργήσει και να προσφέρει στην αγορά όχι μόνο βιομηχανικά προϊόντα, αλλά και καταναλωτικά, άρα ανοίγει έτσι μια νέα αγορά.

Ανταγωνιστικές Στρατηγικές

Την εταιρεία διακρίνει μια βαθιά εμπειρία πάνω στο τρόπο εκτέλεσης των παραγωγικών δραστηριοτήτων, αποτέλεσμα της γνώσης που έχει αποκτήσει μέσω της διεθνοποίησης της. Έτσι καταφέρνει να διατηρεί σχεδόν σταθερό κόστος παραγωγής παρά την αύξηση των πωλήσεων.

Κατέχει αποδοτικό εξοπλισμό και έχει τη δυνατότητα αύξησης της παραγωγής λόγω της αδρανούς παραγωγικής δυνατότητας, ειδικά στα τμήμα bag in box και bottle. Η εταιρεία ακολουθεί τα αυστηρά πρότυπα εργοστασιακών πιστοποιήσεων BRC και HACCP και πιστοποιήσεις προϊόντων ISO. Αποτελεί τον ηγέτη της αγοράς, όσον αφορά την παραγωγή μπουκαλιών 5 gal ,με ποσοστά που ξεπερνούν το 60%, κατέχει το 30% της συσκευασίας στην ελληνική αγορά βιομηχανίας γάλακτος, το 30% της αγοράς στη συσκευασία τροφίμων και σχεδόν το 60% της αγοράς των τυποποιημένων κυπέλων. Οι μεγάλοι λοιπόν όγκοι παραγωγής και οι αντίστοιχες οικονομίες κλίμακας που εφαρμόζει η εταιρεία την οδηγούν στην εφαρμογή στρατηγικής ηγεσίας κόστους. Χαρακτηριστικό των προϊόντων της εταιρείας είναι η πολύ καλή σχέση ποιότητας-τιμής καθώς καταφέρνει να προσφέρει στους πελάτες της μεγαλύτερη αξία από τους ανταγωνιστές της χωρίς να ρίχνει τις τιμές κάτω του κόστους. Αυτό ακριβώς το χαρακτηριστικό αυξάνει και την πιστότητα των πελατών της εταιρείας.

Η εταιρεία ακόμα διαθέτει αποτελεσματικό τμήμα έρευνας και ανάπτυξης και θέτει αυστηρά κριτήρια ποιοτικού ελέγχου των προϊόντων της. Τα εν λόγω τμήματα στελεχώνονται από έμπειρα και καταρτισμένα στελέχη που διακρίνονται από τη καινοτομία του τρόπου σκέψης τους και του επαγγελματισμού τους. Είναι αυτά που προτείνουν και υλοποιούν σχεδιαστικά καινοτόμα προϊόντα για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ακόμη και των πιο απαιτητικών πελατών της εταιρείας. Θα μπορούσαμε λοιπόν να πούμε πως η εταιρεία εστιάζει και στη στρατηγική της διαφοροποίησης με παραγωγή διαφοροποιημένων καινοτόμων προϊόντων.