

В БИЗНЕСЕ КАЖДЫЙ ШАГ ДОЛЖЕН БЫТЬ УВЕРЕННЫМ



Олег Выперайленко считает, что непростая экономическая ситуация — это не только испытание для бизнеса, но и новые возможности для развития. «ТД КОЛИЗ» удалось не только усилить позиции на нижегородском рынке, но и выйти за его пределы, придерживаясь четкой стратегии укрепления и расширения присутствия своих филиалов.

ООО «ТД Колиз»:

Лидер нижегородского рынка по продаже колбасных изделий и мясных полуфабрикатов. Имеет пятнадцатилетний опыт работы и продолжает интенсивно развиваться. В зону обслуживания компании входят Нижегородская и Кировская области, а также республики Чувашия, Татарстан, Марий Эл и Башкортостан. В настоящее время клиентами «ТД Колиз» являются более 9000 торговых точек.

Наша компания 15 лет является генеральным партнером холдинга ABI PRODUCT. За это время нам удалось освоить не только нижегородский потребительский рынок. В географию присутствия нашего бизнеса теперь входят республики: Чувашия, Татарстан, Башкирия, Марий Эл, а также Кировская область. Мы полагаем, что на нижегородском рынке мы уже заняли лидирующие позиции в своем сегменте и поэтому делаем ставку, прежде всего, на поддержание существующих позиций и продвижение новых марок. В новых регионах присутствия мы основываемся на стратегию активного продвижения, используя для этого масштабную рекламную кампанию. Безусловно, мы ожидаем положительную динамику роста региональных подразделений, поскольку именно там мы видим большие возможности для развития.

Безусловно, каждый отдельно взятый рынок регионов имеет свою специфику. Они отличаются и по потребительской возможности, и по сетевому сегменту. Немаловажную роль играет и менталитет. Если кировский рынок настроен на открытый диалог, то здесь намного проще выстраивать отношения и предлагать новый продукт. Чувашская республика отличается высоким позиционированием собственного продукта. В Татарстане приходится обращать внимание и на национальный аспект потребителя, поэтому менеджмент продаж и маркетинг выстраивается иначе. Вообще, на территории Татарстана многие нижегородские компании испытывают определенные трудности в его освоении. И мы не исключение. Достаточно сложно выстраивать отношения с сетевым сегментом, хотя покупатель готов покупать нашу продукцию. Кроме того, на рынке труда требования к персоналу намного ниже, чем это в нижегородском регионе. Поэтому мы дополнительно инвестируем в развитие системы менеджмента для качественного применения наших принципов работы.

Этот год оказался очень насыщенным на события в продуктовом

секторе. Взять только продуктовое эмбарго России по отношению стран ЕС, США и Норвегии. В связи с этим правительством сделана ставка на импортозамещение в секторе продуктов питания. Работая с отечественным продуктом, мы оказались в относительно выгодных условиях, хотя и на себе испытываем общерыночные тенденции. Большинство производителей сегодня столкнулись, скорее, не с импортозамещением, а с заменой одного импортного сырья на другое, изменением цен на

государственной поддержки. Правительство сейчас сфокусировалось на развитии госкорпораций, которые, безусловно, будут датироваться. Для себя мы пока не видим преференций. Выгодные условия кредитования нам может предложить только банк-партнер. Являясь крупным налогоплательщиком, мы все-таки хотели бы получать льготные условия для реализации проектов. Например, мы планируем строительство логистического терминала, привлекая, в том числе,



СЕЙЧАС МЫ ДЕЛАЕМ СТАВКУ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, НА ПОДДЕРЖАНИЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОЗИЦИЙ И ПРОДВИЖЕНИЕ НОВЫХ МАРОК

него, примерно на 50%. Это отражается на цене конечного продукта, его качестве и в дальнейшем может привести к потере потребителя, а также негативно сказаться на развитии всего бизнеса.

Если рассмотреть ситуацию на рынке в целом, то в настоящее время отмечается рост цен на продукцию нашего сегмента. Со своей стороны за счет собственных издержек, мы стараемся нивелировать острую обстановку, выстраивая иным способом отношения с торговыми точками, что непросто. В подобных ситуациях потребительский интерес направлен не в пользу премиального сегмента. Мы понимаем, что любой бизнес должен быть рентабельным, и государственная политика удержания цен должна учитывать и темпы инфляции. Всем участникам рынка, начиная от поставщиков сырья заканчивая розничным сегментом, нужно работать в команде, формируя здоровые экономические условия рынка.

В существующих условиях даже крупному бизнесу не обойтись без

заемные средства. В целом, мы считаем, что крупному бизнесу не хватает дософинансирования кредитной ставки в инвестиционных проектах сроком до пяти-семи лет, а именно они находятся в зоне риска для банковского сектора. Хорошо было бы получать нулевые ставки по налогу на прибыль — это давно практикуется во многих зарубежных странах, но мы опасаемся ситуации нехватки денежного потока на развитие, как это было в 2008 г.

Но даже в кризисные годы можно найти точку роста и развития. В китайском языке слово «кризис» состоит из двух иероглифов — «опасность» и «возможность». Поэтому непростые условия на рынке могут быть стрессом для бизнеса, или же дать новые возможности, позволяют мобилизоваться и сделать прорыв. Мы ставим амбициозные планы: во-первых, уйти от большей доли дистрибуционного дохода к логистической, на что будет направлена значительная доля инвестиций. А во-вторых, расширить географию присутствия в новых регионах.