

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК СТИМУЛИРУЕТ РОСТ КОМПАНИИ

П.А. НЕСТЕРОВ



Нестеров Павел Аркадьевич выпускник Энергетического факультета АлтГТУ специальности ЭПП. В течение многих лет работал в специализированном производственном объединении «Алтайкрайрембытехника» в должности директора. В 1992 году избран генеральным директором АОЗТ «Алтай БТ Сервис». С 1996 года руководитель компании ООО «Домотехника», занимающейся оптовыми и розничными продажами, а также обслуживанием бытовой техники в Алтайском крае. Принимает активное участие в общественной жизни. Входит в состав Совета предпринимателей Октябрьского района г. Барнаула, в координационный совет предпринимателей при главе администрации г. Барнаула. Является членом правления Алтайского союза предпринимателей. В мае 2003 года постановлением главы администрации края назначен председателем Общественного совета по малому и среднему предпринимательству при главе администрации Алтайского края. В марте 2004 года избран депутатом Алтайского краевого Совета народных депутатов, где в апреле этого года избран заместителем председателя комитета по экономической политике промышленности, предпринимательства и собственности.

Рынок бытовой электротехники сегодня является наиболее развитым розничным направлением, а потому и наиболее конкурентным. Начиная с 2001 года, ежегодно фиксируется увеличение спроса на

бытовую технику до 20%. Причем, как отмечают московские эксперты, спрос на технику для дома в регионах растет значительно быстрее, чем в Москве и Петербурге. Если объем продаж крупной бытовой техники в 2002 году в столицах увеличился на 20%, то в регионах - на 40%. Тем самым региональный рынок становится очень привлекательным для серьезных столичных операторов. Этот факт, с одной стороны, существенно усложняет механизмы работы, как в сфере оптовых продаж, так и в рознице для местных компаний, с другой – заставляет мобилизовывать свои усилия и перестраивать систему работы.

ООО «Домотехника» было организовано в 1996 году и являлось одним из крупнейших официальных поставщиков холодильников «Бирюса», «Атлант» в Алтайском крае и официальным дилером крупнейшего в России производителя холодильников – липецкого завода «Стинол», а также сертифицированным сервисным центром по ремонту бытовой техники. Расширение сферы розничной торговли – это один из шагов, сделанных компанией, чтобы своевременно отслеживать тенденции в спросе конечных потребителей, так как изменения в оптовых продажах – это отражение изменений, характерных для розницы. Это привело к формированию иных требований к набору и развитию персонала, к созданию более динамичной структуры в построении маркетинговой политики компании в целом.

Работа по всему региону Алтайского края требует содержания серьезных складских запасов, отлаженной логистической системы, постоянного отслеживания изменений спроса конечных потребителей в каждом районе. Грамотно построенная ценовая и ассортиментная политика по-прежнему является одним из важнейших инструментов управления продажами в сфере оптовой торговли.

Одна из последних тенденций в опте – это расширение требований краевых оптовиков к ассортименту, в частности, они стали закупать товар из среднего ценового сегмента. Например, помимо традиционно недорогих стиральных машин-полуавтоматов, центрифуг за последние год-два стали

пользоваться спросом технологически более сложные и дорогие автоматические стиральные машины и т.д. Подобные выводы были сделаны из анализа структуры закупок более чем 60 оптовиков из районных центров и других городов Алтайского края, с которыми ООО «Домотехника» связывают давние партнерские отношения. Эти тенденции являются следствием, прежде всего, изменений в структуре спроса со стороны конечных покупателей. Конечно, в районах края подобные изменения происходят существенно медленнее, чем в рознице города.

Рост рынка бытовой техники в последние годы обусловлен увеличением потребительской активности населения, возникшей с улучшением общего благосостояния. Более того, программы потребительского кредитования, которые стали активно продвигаться с конца 2002 года, в том числе и в сети магазинов «Домотехника», существенно активизировали процесс приобретения техники большим количеством семей. Первоначально покупки в кредит составляли до 80% всего оборота розницы.

Если одна семья впервые приобретает стиральную машину, холодильник или плиту, то другая, являясь пользователем, подошла к замене своей техники, купленной в начале 1990-х годов. Причем обновление "домашнего парка" происходит за счет более дорогих и многофункциональных моделей: в крупной технике – это марки Bosch, Ariston, Kaiser, в теле-аудио- видео- технике - Sony, Panasonic, Philips.

Покупка технологически более сложной техники требует соответствующего обслуживания и сервисного сопровождения. Доставка техники покупателю, проверка ее работоспособности, введение в эксплуатацию – это минимальные требования, которым должен следовать современный розничный продавец бытовой техники, но которые на практике далеко не всегда соблюдаются. В ООО «Домотехника» изначально эти условия были созданы. В 1996 году был организован собственный сертифицированный сервисный центр, который работал по прямым договорам с производителями холодильников «Стинол», «Бирюса», «Атлант» и техники торговой марки «Kaiser». Впоследствии договорные отношения распространились и на технику марок «Indesit», «Ariston» и др. Сегодня фирма имеет несколько контрактов с зарубежными партнерами. Когда параллельно развивается розница и опт, то и ответственность на компании лежит двойная: сервисное обслуживание должна получать техника, продаваемая не только в городе, но и отправляемая в самые отдаленные районы края.

Расширение ассортимента, применение новых методов и форм торговли – это не только внутренняя потребность любой развивающейся современной компании бытовой техники, но и залог ее дальнейшего успеха на этом рынке. И во многом развитие компании – это результат работы команды квалифицированных сотрудников как в сфере розничных продаж, так и сервисного обслуживания.