

Новая философия бизнеса от ГК «АВИС»



ГК «АВИС» специализируется на предложении известных в мире новых технологических решений в области птицеводства и свиноводства. О новой философии бизнес-взаимоотношений рассказала в интервью журналу руководитель компании Наталья ЯКОВЛЕВА.

avis agricultural innovations

— ГК «АВИС» известна как компания, предлагающая инновационные технологии на аграрный рынок. Реализация ветеринарных препаратов — возврат к предыдущему направлению деятельности?

— Верно, наша группа компаний прежде всего предлагает новейшие технологии и оборудование для птицефабрик и свинокомплексов. Однако начинали мы работу в 2000 г. как поставщики ветеринарных средств. Более 12 лет «АВИС» профессионально обеспечивает клиентов вакцинами и препаратами. Эту

деятельность мы не прекращали. Недавно мы оповестили хозяйства о снижении цен на ветеринарные препараты более чем на 50%.

— Это решение можно назвать революционным. Но оно похоже на демпинг!

— Давайте посмотрим, что такое демпинг, например, в Википедии: «Демпинг (от англ. *dumping* — сброс) — продажа товаров по искусственно заниженным ценам. Демпинговые цены существенно меньше рыночных, а иногда даже ниже, чем себестоимость товара или услуги. Довольно часто и фирмы, и госу-

дарство прибегают к демпингу как к разовому мероприятию: монетизируют складские запасы, реализуют неликвидную продукцию; при острой и срочной потребности в денежных средствах, когда существует угроза больших убытков, чем потери при демпинге». Это не наш случай, мы не проводим разовую акцию по реализации неликвида, а делаем осознанный ответственный выбор стратегии продаж товара высокого качества, соответствующего международным стандартам GMP, по разумным ценам. Нам в России нужен не контроль уровня снижения цен на продукцию для сельхозпроизводителя, а программы по уменьшению себестоимости отечественных продуктов.

Предлагаемые нами цены на ветеринарные средства и раньше были ниже, чем у конкурентов. Согласно новой политике ценообразования мы использовали возможности удешевления препаратов нашими партнерами — зарубежными производителями и приняли стратегическое решение о минимальной наценке, которая позволит окупать проект.

НОВОСТИ АПК

Господдержка тульских сельчан

В прошлом году из регионального и федерального бюджетов на АПК Тульской области был израсходован 1234 млн руб., при этом финансирование из бюджета региона составило 391 млн руб. Планировалось, что господдержка останется на уровне 2012 г., однако за счет дополнительных субсидий из федерального бюджета появилась возможность увеличить сумму до 1,4 млрд руб. (на 13,5%).

На встрече с главой региона В. Груздевым министр сельского хозяйства Тульской области С. Красный сообщил, что за пять месяцев сельхозпроизводителям уже выплачено более 460 млн руб., в том числе свыше 300 млн руб. на возмещение процентных ставок по кредитам. На погектарную поддержку растениеводства направлено около 120 млн руб. Субсидии на молоч-

ную продукцию составили примерно 12,5 млн руб. Еще свыше 20 млн руб. выделено для сохранения племенного поголовья.

«Достаточно сложная ситуация в аграрном секторе, в том числе и в результате вступления России в ВТО, диктует необходимость дополнительной государственной поддержки сельхозпроизводителей, оказания им своевременной помощи», — сказал В. Груздев.

Посевные площади Тульской области с учетом озимых культур составили 746 тыс. га, что на 11 тыс. га больше, чем в 2012 г. Зерновой клин по сравнению с минувшим годом вырос на 30 тыс. га.

Ранее сообщалось, что АПК региона рассчитывает собрать 1300 тыс. т зерновых и зернобобовых культур (в первоначально оприходованном весе), картофеля — 760 тыс. т, сахарной свеклы — 234, масличных культур,

— Значит ли это, что все остальные игроки на рынке ветеринарных препаратов добавляют к цене продукта очень высокий посреднический процент?

— Я бы не хотела комментировать работу моих коллег, других поставщиков. Но отмечу, что не все фирмы могут снизить цены. Это зависит от множества факторов: какую бизнес-модель, систему маркетинга, продвижения, форму взаимодействия с клиентом выбрала компания.

— **Маркетинг, продвижение — это понятно. Но что означает форма взаимодействия с клиентом?**

— Что влияет на решение покупателя о приобретении однотипного товара у одного или другого поставщика? Вы попробуйте позвонить на любую птицефабрику и предложить продукцию. Более чем в половине случаев вас не будут слушать и не станут рассматривать предложение. Ответ часто звучит так: «Мы уже работаем с фирмой N.». При небольшой разнице в ценах это нормально.

— **Возможно, предложение менеджеры формулировали непрофессионально или форма общения не привлекла клиента?**

— У нас со всеми покупателями прекрасные многолетние отношения. Компанию «АВИС» знают еще по ранее действующему ветеринарному консультационному отделу, который возглавлял Николай Васильевич

Кожемяка, заслуженный ветеринарный врач Российской Федерации, в прошлом главный ветеринарный врач Птицепрома СССР. Очень многим предприятиям в России долгие годы он оказывал бескорыстную помощь в постановке правильных диагнозов, оказывал ветеринарное сопровождение. Николай Васильевич уже покинул этот мир, светлая ему память.

В основном у нас полное взаимопонимание с коллегами — ветеринарными специалистами. Я сама врач. Иногда бывают разные ситуации с клиентами, иногда это упорное нежелание рассматривать новые альтернативные решения, несмотря на их очевидную выгоду.

К примеру, менеджер компании «АВИС» предлагает главному врачу подмосковной птицефабрики аналог антибиотика Пульмотил — препарат Спектра Тил, который в 2,4 раза дешевле. При этом эффективность нашего средства проверена на известных всей России предприятиях и комплексах. Обычно в таких случаях другие птицефабрики проводят тестовые обработки препаратом, чтобы принять решение о переходе на новый качественный и недорогой продукт. Однако представители подмосковной фабрики этого делать не стали. Возникает вопрос: чем же лучше «сила убеждения» поставщиков Пульмотила или другого аналога?..

— **Что лежит в основе вашей ценовой стратегии?**

— Когда все участники рынка станут принимать справедливые бизнес-решения, рынок будет меньше «лихорадить». Если мы, поставщики, не изыщем ресурс для поддержки своих клиентов и помощи в снижении себестоимости их продукции, то наши производители понесут убытки. Мы сейчас находимся в ВТО, а не на внутреннем защищенном рынке. Если заказчики начнут закрывать свои предприятия, как вы думаете, что мы все будем делать? Не понимая выгоды клиента, невозможно построить бизнес.

— **Ваши объяснения по действующей структуре работы и ценообразованию в ГК «АВИС» понятны. Как вы думаете, такая философия бизнеса может стать трендом на нашем рынке?**

— Новая философия бизнес-взаимоотношений — партнерская позиция. Риторический вопрос: будут ли рады производители, если бюджет на закупку ветеринарных препаратов сократится в два или три раза? Освободятся ли в хозяйстве какие-то средства на оплату запчастей, электроэнергии, повышения заработной платы? Если клиент, работая с нами, выигрывает, то выигрывает и каждая компания, сопровождающая аграрный бизнес.

— **Спасибо вам за беседу! Успехов во всех начинаниях!**

НОВОСТИ АПК

включая сою, лен, горчицу, рапс и подсолнечник, — 120, овощей — 170 тыс. т.

В 2012 г., по статистическим данным, АПК региона получил 1,14 млн т зерновых и зернобобовых культур (в весе после ее доработки).

По материалам сайта www.rosinvestproekt.ru

Срок программы увеличен

Господдержка производителей мяса птицы, яйца и свинины продлена до 2018 г., а не до 2015-го, как планировалось ранее в федеральной программе. Об этом заявил в Улан-Удэ министр сельского хозяйства РФ Н. Фёдоров.

«Благодаря мерам, принятым государством в 2008–2012 гг., в России производство мяса птицы увеличи-

лось более чем в два раза и в целом удовлетворяет потребностям населения страны, хотя обстановка в регионах разная, — пояснил глава Минсельхоза. — Изменить решение о длительности программы заставили испытания засухой и новая ситуация после вступления России в ВТО».

Н. Фёдоров обратил внимание и на другой аспект этой проблемы.

«Самообеспечение продуктами не отменяет задачи повышения конкурентоспособности отрасли и выхода на внешние рынки. Россия в прошлом году впервые экспортировала 25 700 т мяса птицы. Есть договоренность, в том числе и с ЕС, о продолжении ввоза нашей продукции, так как ВТО открывает нам рынки», — подчеркнул глава Минсельхоза РФ.

По материалам сайта www.kazakh-zerno.kz