

Полина Кирова,
Директор
по развитию
ТМ «Рыбсеть»



Андрей Карпов,
Председатель
правления
Ассоциации
Экспертов Рынка
Ритейла



« Добиваться успехов на внутреннем и внешнем рынках помогает соблюдение строгих норм контроля качества продукции и внедрение новых технологических процессов »»

Минпромторга. Результатам можно доверять, так как они не берут деньги ни за проверку, ни за выдачу дипломов».

Директор по развитию ТМ «Рыбсеть» Полина Кирова подтвердила, что их компания регулярно получает предложения поучаствовать в разного рода конкурсах и акциях на платной основе, чтобы получить медали и награды. От таких предложений они всегда отказываются.

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ УСПЕХА

В компании «Устькамчатрыба», чья продукция занимает высокие позиции в рейтингах Росстандарта и организованном при государственной поддержке конкурсе «Знак качества XXI века», ведущий специалист рассказал, что добиваться успехов как на внутреннем, так и на внешнем рынках компании помогает соблюдение строгих норм контроля качества продукции, упаковка высокого стандарта и внедрение новых технологических процессов.

Проработанная логистика также влияет на выбор ритейлеров в пользу их продукции.

«Наша компания имеет регистрационные удостоверения на право экспорта продукции в страны ближнего зарубежья и государства – члены Евросоюза, – рассказали в «Устькамчатрыбе». – Наш собственный «Торговый дом «Дальний восторг» сокращает путь от места вылова до прилавков магазинов, чтобы конечный потребитель мог наслаждаться свежей, экологически чистой рыбой круглый год. На сегодняшний день наша продукция пользуется особой популярностью у торговых сетей премиум-класса, например, «Азбука вкуса», и у ресторанов с высокой кухней. Также мы расширили круг своих

партнёров за счет продажи рыбы среднего ценового сегмента. Всю продукцию можно купить как большими партиями, так и малыми. Мы стараемся предложить выгодные условия для всех».

ЕСТЬ ЛИ ШАНСЫ У МАЛОГО БИЗНЕСА

Понятно, что небольшим аквафермам, не говоря уже о рыбо-добывающих артелях, почти всегда приходится продавать свой товар перекупщикам. Всё дело в малых объёмах. По словам Андрея Карпова, стать поставщиком какой-либо торговой сети здесь можно лишь в том случае, если производитель предлагает что-то отличное от других, занимает конкурентную нишу, в которой является заметным, или производит эксклюзивный продукт.

К примеру, компания «Форель на Свири» имеет собственный копильный цех в непосредственной близости от садковой линии. Это позволяет обеспечивать производство свежей рыбы зимой и летом. Продукт вырабатывается по скандинавской технологии копчения с использованием ольховой щепы. Необычная береговая переработка позволила компании сотрудничать с торговыми сетями.

«Помимо качества для нас важны и такие факторы, как эксклюзивность и «нерастиражированность» готового продукта, а также экологичность, особенно при горячем и холодном копчении, – говорит Полина Кирова. – Шансы попасть в наши магазины есть не только у рыбы, произведённой большими и известными компаниями».

Александр Епишов