

ВАСЮРИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ: «КИРПИЧНЫЕ» ИЛИ МОБИЛЬНЫЕ ГАСТРОНОМЫ – СЛОЖНЫЙ ВЫБОР

Шумная пыльная привокзальная площадь в Краснодаре. Пассажиры, поджидающие электричку и пригородные автобусы. Одна женщина неторопливо беседует с другой: «Вот колбасы купила. Нашей, васюринской. Производят братья Кутковы у нас в станице, а продают только в Краснодаре. Повезет, если увидишь автофургон-магазин рядом с рынком. Все свежее, вкусное, да и продавцы вежливые – даже попробовать предлагают. Не то что в старом гастрономе...».

Продукты

Васюринский мясокомбинат, построенный в 1989 г., выпускает практически весь спектр колбасной продукции: вареные, варено-копченые, сырокопченые колбасы, мясные деликатесы. Цены на продукцию комбината на 5–10 % выше, чем на аналогичную продукцию конкурентов, однако спрос устойчивый, поскольку покупатели хорошо осведомлены о качестве колбас, произведенных только из отечественного охлажденного сырья.

К тому же братья Александр и Николай Кутковы – владельцы завода и энтузиасты своего дела – ратуют за четкое следование технологии производства и приготовление колбас только по проверенным рецептурам.

Сегодня мощности завода для производства колбасной продукции (после переоборудования новыми производственными линиями итальянского производства и внедрения новых технологий производства колбас) могут быть увеличены в три раза. Основным сырьем для васюринцев является охлажденное мясо скота, выращиваемого на собственном откормочном комплексе «Усть-Лабинский». Чтобы превратить завод в предприятие замкнутого цикла, братья Кутковы в 2000 г. приобрели более 10 тыс. га плодородных кубанских земель и восстанавливают некогда гремевшее на всю страну опытно-полеводческое хозяйство «Ладожское».

Завод постоянно участвует в различных продовольственных выставках, проходящих в Краснодаре и Москве, где не только организует свой стенд, но и разрешает всем желающим попробовать продукцию. Васюринские колбасы имеют дипломы «Краснодарская марка» и «Экологически чистый продукт».

Конкуренты

В течение последних 10 лет рынок колбасных и мясных продуктов формировался в Краснодарском крае – как, впрочем, и в других регионах России – достаточно стихийно. Потребители прошли путь от полного нежелания приобретать отечественные колбасы ввиду их плохого качества и узкого ассортимента до устойчивых предпочтений не только к различным сортам колбас, но и к определенному производителю, продукция которого считается качественной и вкусной. Основные конкуренты Васюринского комбината – построенные еще в советские времена Краснодарский, Тихорецкий и Новороссийский мясокомбинаты – после пережитых трудностей начинают вновь выходить на лидирующие позиции. Однако они не имеют собственной сырьевой базы, поэтому производ-

ство продукции на этих комбинатах зависит от закупок сырья. Их агенты постоянно ищут новые возможности для приобретения сырья в животноводческих хозяйствах Кубани и близлежащих областей. Однако конкурентам васюринцев приходится пользоваться и импортным сырьем глубокой заморозки, что существенно снижает качество их продукции.

Организация сбыта

Директор Васюринского мясокомбината Александр Кутков в начале своей деятельности не знал, как лучше организовать сбыт продукции, но понимал, что сбыт колбасной продукции лишь в станице Васюринской и в близлежащей станице Воронежской, а также небольшом городке Усть-Лабинске не позволит окупить затраты на оборудование и производство. Поэтому Кутковы решили действовать через посредников и отдавать продукцию на реализацию в розничную торговлю Краснодара.

Но уже через несколько месяцев Кутковы поняли, что торговля не заинтересована в сбыте и продвижении продукции именно Васюринского комбината. К тому же продукцию приходилось развозить мелкими партиями в различные торговые предприятия, расположенные в разных концах Краснодара. В случае если товар не продавался (а колбасная продукция – товар с коротким сроком хранения), торговцы его возвращали, и комбинат нес убытки.

Поэтому братья Кутковы решили использовать принципиально новый для края вид распределения – продавать колбасные изделия через собственные мобильные магазины. Начав с приобретения трех специально оборудованных автомобилей (стоимостью порядка 60 тыс. дол. каждый), они расширили свой автопарк до 23 фургонов. Все они обслуживаются семейными парами, которые не только обучены тому, как продавать товар, но и постоянно отслеживают потребности покупателей, сами заказывают ассортимент и количество единиц продукции для следующего торгового дня. Результаты опросов покупателей в Краснодаре и в других районах края подтверждают догадки Александра и Николая Кутковых о том, что уже сформирован сегмент лояльных покупателей, что потребители привыкли к замечательному качеству продукции, продаваемой таким нетрадиционным способом, что людям очень нравится вежливое отношение продавцов, а также сама форма торговли, когда продукты, по сути дела, сами «приезжают» в удобные для покупателей места.

Теперь Васюринскому мясокомбинату предстоит непростой выбор. Кутковым нужно решить, стоит ли в случае расширения производства, введения в строй всех мощностей опытно-полеводческого хозяйства, откормочного комплекса и собственно колбасного производства:

- придерживаться и впредь ставшего уже привычным способа сбыта через сеть мобильных гастрономов;
- пойти на переговоры с администрацией Краснодара, которая предложила братьям построить и открыть собственный фирменный магазин в городе;
- организовать сбыт через сеть дилеров-посредников, которые будут забирать продукцию на реализацию или выкупать небольшие партии продукции, беря на себя ответственность за ее реализацию.

Подготовьте аргументированные ответы на следующие вопросы:

1. Канал распределения какого уровня использует Васюринский мясокомбинат при торговле через фургоны?
2. Перечислите преимущества, которые имеет выбранный братьями Кутковыми способ распространения продукции.
3. Какое (какие) из перечисленных выше направлений в распределении продукции Васюринского мясокомбината Вам кажется наиболее перспективным при увеличении объемов производства и почему?