

ВЫХОД ИЗ СВОЕЙ ЗОНЫ

ПЕРМСКИЕ БРЕНДЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ОСНОВНОМ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ. СЛОЖНОСТЬ ЗАВОЕВАНИЯ РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ ЗАВИСИТ ОТ СПЕЦИФИКИ РЫНКА. ПОМОЧЬ В ПОКОРЕНИИ НОВЫХ ТЕРРИТОРИЙ МОГЛИ БЫ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ, КОТОРЫЕ ПОКА НЕ СИЛЬНО РАЗВИТЫ В ПЕРМСКОМ КРАЕ. НЕСМОТЯ НА ЭТО, ЕСТЬ УСПЕШНЫЕ ПРИМЕРЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРМСКИХ БРЕНДОВ ЗА ПРЕДЕЛАМИ РЕГИОНА.

АННА БОЛЬЯРОВА

Пермские бренды на территории России представлены преимущественно непродовольственными товарами, что связано с промышленной историей региона и сильной подготовкой специалистов в этой области. Освоив внутренний рынок, они вышли за пределы края и России. В числе позитивных примеров кандидат экономических наук, доцент, завкафедрой маркетинга ПГНИУ Екатерина Антинескул выделяет «Уралкалий», «Промобот», «Пермские моторы», АО «Сорбент», Лысьвенский завод эмалированной посуды и другие. Есть удачные примеры продвижения на российский рынок продовольственных товаров, например кондитерская фабрика «Пермская», ООО ПКФ «Благодать», «Птицефабрика Чайковская», «Вязовские пряники». Директор маркетингового агентства «Черная икра» Андрей Брюхов считает удачными примерами выхода на российский рынок таких компаний, как «Тенториум» и пермские фармсети «Аптека со склада» и «Планета здоровья», соки пермского производителя «Санфрут». «За этими успехами стоит воля, смелость, цель, активные, результативные действия», — говорит он.

Таких компаний не очень много, так как на пути к российскому потребителю немало трудностей. Сложность завоевания российского потребителя зависит от специфики рынка. «Есть товары, по которым конкуренция низкая (авиадвигатели, калийные удобрения). Но в основном приходится завоевывать покупателей доступными ценами, выгодными условиями поставки, сроками изготовления и, конечно, уникальным качеством продукта. Так, например, кондитерская фабрика „Пермская“ выводила бренд „Правильные сладости“, аналогов которым не было на рынке, и требовалось только обеспечить канал сбыта в лице федеральных торговых сетей», — отмечает Екатерина Антинескул. По ее словам, не всегда продукты и услуги сразу занимают достойное положение на рынке — производителям приходится искать дилеров или создавать собственный канал сбыта, решать вопросы с логистикой и продвижением.

КВАСНАЯ ВОЛНА Есть ряд пермских самородков, которым удалось завоевать российского потребителя. Например, известный пермский



ПЕРМСКИЕ РОБОТЫ СТАЛИ ИЗВЕСТНЫ ЗА ПРЕДЕЛАМИ РЕГИОНА

производитель кваса ООО ПКФ «Благодать» работает на рынке десять лет. За это время компании удалось зайти в крупные федеральные торговые сети: «Ашан», «Пятерочку», «Ленту», «Магнит», «Монетку» и шагнуть далеко за пределы Пермского края. Первый кейс кваса компания отгрузила в продуктовый магазин Краснокамска в ноябре 2011 года, а через пять лет начала покорение федерального рынка.

В 2018 году «Благодать» открыла филиал в Москве и начала работу над новой маркой. «Мы

сделали новую марку, в том числе для захода на федеральные рынки, чтобы проще было там продвигаться. Нам как-то сказали: у вас отличный продукт, но „рубашка“ должна быть красивая и современная», — вспоминает руководитель отдела продаж ООО ПКФ «Благодать» Сергей Башкеев. В 2019 году стартовал ребрендинг и перевод продукции под торговую марку «Дари Добро». Сегодня под ней выходит большинство продуктов «Благодати»: сбитни, варенье, медовые смеси, квас. «История марки „Благодать“ в этом году за-

вершается. Начиная с 2022 года вся наша продукция будет выходить под маркой „Дари Добро“, — объяснил Сергей Башкеев.

В том году «Благодать» стала партнером торговой сети «ВкусВилл» и начала выпуск кваса под собственной торговой маркой сети.

Сегодня «Благодать» продает свой фирменный квас в города Центрального, Приволжского, Уральского и Сибирского федеральных округов. В ближайших планах производителя — начать выпуск кваса для екатеринбургской сети мага-

БАНК «УРАЛ ФД» ЗАПУСТИЛ НОВЫЙ КРЕДИТНЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

В линейке кредитов для бизнеса банка «Урал ФД» появился новый продукт — кредит на исполнение контракта. С помощью этого финансового инструмента предприниматель может получить до 52 млн рублей по ставке от 11,5% годовых под обеспечение выручки по контракту.

Продукт актуален для исполнителей государственных и коммерческих контрактов. Это компании, занимающиеся строительством, капитальным ремонтом домов, благоустройством территорий и прочим. Зачастую им требуется вкладывать в проект собственные средства. А оплата приходит по завершении контракта. Кредит «Урал ФД» позволяет получить деньги без отвлечения оборотных средств.

Почему выгодно оформить кредит под контракт именно в банке «Урал ФД»?

Банк предлагает предпринимателям возможность снизить ставку на 0,5 процентного пункта, если у клиента хорошая кредитная история или если он уже обслуживается в банке.

Кроме того, предприниматель может выбрать форму предоставления кредита, а специалист банка составит для него индивидуальный график погашения.

«Согласно статистике, в России почти 30% ВВП проходит через госзакупки. Рынок государственного зака-

за стабильно растет, несмотря на пандемию. Однако контрактная деятельность подразумевает крупные денежные вложения со стороны бизнеса на этапе осуществления работ. В ситуации, когда требуются дополнительные финансовые средства, мы готовы поддержать предпринимателей Пермского края, предоставив им удобный кредит на исполнение контракта. После выполнения всех работ по договору кредит может быть погашен заказчиком из поступивших на его счет денежных средств. Таким образом, контрактное финансирование помогает снизить финансовую нагрузку на бизнес и обеспечить исполнение обязательств по договору в срок», — комментирует запуск кредита начальник отдела корпоративных продуктов и технологий банка «Урал ФД» Ольга Зайцева.



Узнать более подробную информацию о финансовых услугах банка можно на сайте «Урал ФД», в офисах для корпоративных клиентов или по телефону 8-800-300-20-70.

Контрактное кредитование в банке «Урал ФД» — уверенность в ваших возможностях!

