



На вопросы редакции «ОД» отвечает технический консультант компании «ГУ Фурнитура» Александр Никишкин

«ОД»: Как Вы оцениваете общие итоги прошедшего 2011 года для своей компании и для отрасли в целом?

А. Н.: Итоги прошлого 2011 г. для Компании «ГУ Фурнитура» следует оценить как довольно успешные на общем фоне некоторого спада всей строительной отрасли в целом.

«ОД»: Насколько вырос (снизился, остался без изменения) объем производства Вашей компании в физических единицах (тонны, метры) в 2011 году по сравнению с 2010 годом? Насколько вырос (снизился, остался без изменения) в 2011 году по сравнению с 2010 годом объем продаж Вашей компании?

А. Н.: Объем производства «Группы предприятий «ГУ» в 2011 г. в количестве комплектов фурнитуры значительно увеличился, что позволяет с оптимизмом смотреть в будущее.

Объем продаж Компании «ГУ Фурнитура» в прошлом году несколько вырос по сравнению с 2010 годом в количестве комплектов, однако, одновременно с этим, снизился на столько же в денежном выражении.

«ОД»: Каковы планы Вашей компании на 2012 год? Ожидаете ли Вы, что наступивший год будет лучше 2011 года, или, напротив, надо готовиться к очередному витку кризиса?

А. Н.: В нынешнем году наша компания прогнозирует возврат к докризисным 2008 г. объемам продаж, хотя остаётся сравнительно высокой вероятностью негативного воздействия возможных кризисных явлений, учитывая общемировую нестабильность в экономике.

«ОД»: «Ценовые войны» — это сегодняшняя реальность или само-

оправдание тех, кто проигрывает в конкурентной борьбе?

А. Н.: Ценовые войны — естественное проявление рыночной экономики, к ним, по-моему, надо относиться философски. Противоположным явлением может быть только ценовой сговор крупнейших производителей в ограниченный период времени.

«ОД»: Планируете ли Вы в 2012 году ввод новых производственных мощностей? Если да, то каких и с какой целью?

А. Н.: Ввод новых мощностей планируется, надеемся, обстоятельства этому сильно не помешают.

«ОД»: Какие маркетинговые методы Вы используете для увеличения объема продаж? Какие данные и методики Вы используете для оценки потенциала рынка?

А. Н.: «Группа предприятий «ГУ» в своей деятельности осуществляет постоянный комплексный анализ рынка. На практике применяются все маркетинговые методы, включая ценообразование, товарную политику, прогнозирование и изучение спроса, рекламную деятельность, связи с общественностью, организацию внутрифирменной культуры и т. д.

Для оценки потенциала рынка используются как специализированные печатные и виртуальные издания, так и прогнозы авторитетных в этой области агентств, отечественных и зарубежных, статистические данные Ассоциации производителей и поставщиков оконной и дверной фурнитуры, а также другие доступные источники информации.

«ОД»: Что сегодня, на Ваш взгляд, мешает ведению бизнеса (административные барьеры, высокая налоговая нагрузка, устарев-



шая нормативная база, другое)? Что и кто должен (может) сделать для улучшения ситуации?

А. Н.: Ведению бизнеса, в первую очередь, мешает не только административные барьеры, высокая налоговая нагрузка, устаревшая нормативная база, но и низкая культура и профессионализм на всех уровнях, нежелание или неумение адаптироваться к быстрым изменениям запросов рынка.

«ОД»: Государственное регулирование рынка сегодня, на Ваш взгляд, является недостаточным или избыточным? В каком направлении должно развиваться взаимодействие государства и бизнеса?

А. Н.: Государственное регулирование рынка должно зависеть от той модели общественного устройства, за которое голосуют большинство граждан России: при свободном рынке влияние государства должно быть минимальным, в противном случае, за государством надо признать право диктовать бизнесу, как ему следует вести дела.