

Ориентация на потребителя — ключевой фактор успеха!

Не секрет, что многие предприниматели начинают свою деятельность в сфере торговли. Именно поэтому, в преддверии профессионального праздника работников торговли, который отмечался в третье воскресенье июля, мы решили поговорить о роли мелкого бизнеса с директором Славутичского городского Фонда поддержки предпринимательства Валентиной Дарнопых.

Вадим ИВКИН, |
фото автора

— Валентина Алексеевна, статистика говорит, что 75% свидетельств на предпринимательскую деятельность берутся на занятие торговлей. Действительно ли это так? И с чем это связано?

— Да, это абсолютно верные данные. В этом мы не сильно отличаемся от других стран, у нас лишь возможно этот процент немного более очевиден. Это связано с рядом экономических факторов, один из которых — низкий барьер вхождения в торговый бизнес. Наши с вами потребности рождают предложение и не требуются больших инвестиций. В пользу этого вида предпринимательства говорит и наличие торговых площадок организованных другим более крупным бизнесом — например, рыночные территории, большие супермаркеты, где за небольшую инвестицию, предприниматель может организовать себе рабочее место или торговую точку. И еще один фактор, который создаем мы, как потребители — наша потребность в том или ином продукте/товаре. Нередко в этом малом бизнесе предприни-

матель постепенно проходит этапы от одиночного торгового места и непосредственного участия в процессе торговли до расширения торговых мест, найма продавцов, создания своих магазинов и т.д.

— Славутич — небольшой город, и открытие каждой новой торговой точки усиливает конкуренцию. Но "войны миров" мы не наблюдаем — торговые палатки и супермаркеты мирно уживаются рядом...

— Да, яркой и шумной войны нет. Но, естественно, конкуренция, как борьба за потребителя существовала всегда. Для нас так же привлекательны Чернигов и Киев с их рынками и магазинами. Мы спокойно ездим туда за покупками. Бесспорно, строительство супермаркетов в Славутиче, типа "Союз", "Сильпо", "АТБ" усилили конкуренцию, и для местных предпринимателей наступили достаточно сложные времена. Но с другой стороны, большое количество магазинов — это плюс для покупателей, ведь у них появляется более богатый выбор товара. Несомненно, положительным является и тот факт, что конкуренция не позволяет предпринимателям останавливаться на достиг-

нутом и помогает развиваться. Нужно понимать, что стоит расслабиться — и прощай, бизнес. Поэтому для них конкуренция служит таким оздоровительным стимулом. Естественно есть предприниматели, которые не выдержали конкуренции и сменили сферу деятельности.

— А какие виды товаров преимущественно предлагают славутичские бизнесмены?

— Превалируют продукты питания, за ними следуют товары первой необходимости: обувь, одежда, белье. Электро- и другие бытовые товары в большей степени представлены в крупных магазинах. Все шире развивается такое направление продаж как секонд хенд. Предыдущие три года были трудными для наших предпринимателей — экономический кризис снизил покупательскую способность славутчан. В первую очередь это можно было заметить по уменьшению покупок предметов обихода, одежды, мебели.

— Валентина Алексеевна, Славутичский городской Фонд поддержки предпринимательства существует с 2003 года, и вы не только помогаете зарождению и развитию малого бизнеса, а и способствуете его дальнейшему продвижению. Какие предприниматели, с Вашей точки зрения, заслужили положительной оценки у покупателей?

— Среди предпринимателей занимающихся торговлей и завоевавших популярность у жителей



можно отметить О. Малешко, А. Афанасьеву, Ю. Шайдта, недавно открывшего свой магазин А. Киселева, а также коллектив небольшого магазина "Для вас" в Киевском квартале. Положительные отзывы звучат и в адрес людей, организовавших торговые точки на рынке.

Мне хочется пожелать предпринимателям, которые занимаются торговлей, больше ориентировать свою работу на клиента. Клиента нужно просто любить. И пусть ваши вложения всегда будут меньше, чем ваши доходы!

