



# Наши «Юбилейный»

Интервью • История партнерства • Наши перспективы

[www.ishim-agro.ru](http://www.ishim-agro.ru)

*Уважаемые партнеры,  
поздравляю вас  
с Днем работников торговли!*



Благодаря людям, задействованным в сфере торговли, решается одна из задач нашего общества – удовлетворение потребностей населения в товарах народного потребления, услугах. Задача непростая: требует знаний, опыта, умения тонко чувствовать настроение людей, и работа, которой вы занимаетесь, очень хорошо мне знакома, поскольку свою деятельность на предприятии я начинал именно со службы реализации.

За семь лет работы в отделе продаж мне стали известны все тонкости и сложности этой профессии. Поэтому я пожелаю вам, как себе, отличных отношений с клиентами, надежных поставщиков. Желаю как можно чаще слышать «спасибо», чтобы с каждым днем росла уверенность в правильном выборе профессии и дела всей своей жизни. Желаю здоровья вам лично и вашим близким! Успехов!

Генеральный директор  
Агрохолдинга «Юбилейный»  
Сергей МАМОНТОВ

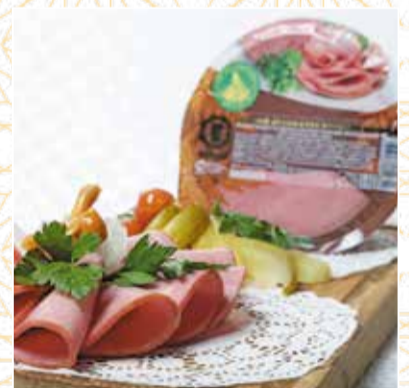
## ГЛАВНЫЕ ТЕМЫ:



Александр Петров –  
о секретах развития  
в условиях экономической  
нестабильности **с. 2**



Бойко БИЗНЕС фэмили –  
дружба партнеров,  
партнерство друзей **с. 3**



Деликатесы  
для сибиряков **с. 4**



Инвестиции в поколения **с. 4**



## Александр Петров – о секретах развития в условиях экономической нестабильности



**Заместитель генерального директора по коммерческим вопросам Александр Анатольевич Петров на предприятии давно. Человек с богатым опытом в сфере продаж, он требователен к себе и своим специалистам, поощряет разумную инициативу и новаторство. Он рассказал о том, как живет предприятие в нынешних условиях и как достигается рост производства.**

**– Как чувствует себя предприятие в условиях экономической нестабильности? Какие меры принимаются для удержания стабильности и, возможно, наращивания объемов продаж?**

– Та кризисная ситуация, в которой мы все находимся, неоднозначна и оказывает различное влияние на игроков рынка, обнажает сильные и слабые стороны. Глядя на эту ситуацию изнутри, могу сказать, что сильные игроки только укрепляют свои позиции и увеличивают объемы реализации. Вот и на нашем предприятии мы

наблюдаем рост продаж готовой продукции, полуфабрикатной группы, но особенная динамика по мелкокусковому мясу. Вывод на рынок такого продукта во многом обусловлен импортозамещением и это именно тот случай, когда спрос определяет предложение. Как итог, на фоне продаж прочих переработчиков области мы выгодно отличаемся положительными темпами развития.

**– Увеличение объемов продаж является следствием того, что конкурентам, вследствие отсутствия собственной сырьевой базы менее комфортно, чем нам?**

– Не совсем. Мы активно расширяем не только ассортимент продукции, но и географию продаж. У нас действующие представительства в городах Тюмени, Сургуте, Ханты-Мансийске. Работаем над открытием дополнительного филиала в Нижнем Тагиле. Мы представлены за пределами домашнего региона, в Свердловской области, Омске, Новом Уренгое и даже в ближнем зарубежье, в частности в Казахстане.

**– Весьма и весьма интересно, каким образом удалось внедриться со своей продукцией в Свердловскую область? Ведь известно, что местный Роспотребнадзор изо всех сил создает благоприятные условия для местных сельхозтоваропроизводителей и всячески препятствует появлению продукции из других регионов.**

– Да, мы неоднократно с этим сталкивались. Что можно сказать?.. В качестве своей продукции мы уверены абсолютно, да и спрос потребителей на нее только подтверждает нашу правоту. И второй фактор – эффективное продвижение и грамотное позиционирование. Хотя сложностей на новой территории всегда хватает,

приходится каждый раз пересматривать подходы.

**– Ну, а как в Казахстане удалось договориться о сотрудничестве?**

– После продолжительных переговоров с представителями Республики Казахстан сначала был произведен пробный закуп нашей продукции, она была успешно реализована, и мы с нашими новыми казахскими партнерами приняли решение о сотрудничестве на постоянной основе. С одной стороны, это был абсолютно обычный для нас опыт: они увидели в нас надежных поставщиков, а мы всегда открыты для нового партнерства. С другой стороны – это колоссальное движение вперед, выход на международные рынки.

**– Такими впечатляющими результатами предприятие обязано... чему?**

– Отчасти – благодаря внешним факторам, но преимущественно – правильным стратегическим решениям. Так, четыре года назад произошло сегментирование линейки продукции. До этого времени у нас не было, например, ТМ «Экономофф», и мы умышленно ее вывели из основного ассортимента ТМ «Ишимский мясокомбинат», чтобы выбор покупателей в пользу недорогих продуктов был осознанным. Также я убежден, что за последние годы у нас сформировалась очень сильная коммерческая служба. Эффективность работы отдела маркетинга достигается четкой дифференциацией функционала сотрудников: у нас есть специалист, занимающийся btl-мероприятиями, трейд-маркетолог, бренд-менеджер и rg-специалист. Каждый обладает высоким уровнем компетенции в своей области и кроме того непрерывно находится в процессе обучения. Результаты работы этой службы очень легко оценить, ведь благодаря высокой маркетинговой ак-

тивности продукцию Агрохолдинга «Юбилейный» достаточно выложить на полку, а покупательский спрос на нее обеспечен. Наша торговая команда имеет высокую мотивацию на удовлетворенность клиента, очень хорошо понимая, каких результатов ждет от нее предприятие. И еще один фактор – это эффективная работа как с торговыми сетями, так и с традиционной розницей. Да, в условиях рынка сетевые супермаркеты и обычные магазины противостоят друг другу, но для нас как для производителей важны все каналы сбыта, поэтому мы лавируем, учитывая интересы четырех сторон: федеральных и региональных торговых сетей, традиционной розницы, нашей фирменной розницы и опта. В частности, мы создаем решения, помогающие в контроле и развитии торговых команд наших дистрибьюторов, а также принимаем непосредственное участие в открытии новых торговых точек традиционной розницы.

**– Создается впечатление, вы настроены только расти? В каких направлениях?**

– Разумеется, это так! Мы продолжаем наращивать дистрибуцию в регионах, мы намерены расширять ассортимент торговой марки «Барьерво», начав выпуск сырокопченых колбас и цельномышечных деликатесов. А также освоить новое направление – выпуск продукции из мяса птицы под торговыми марками «Ишимский мясокомбинат» и «Экономофф».

**– Спасибо вам большое! С праздником, с Днем торговли! Успехов вам и вашей команде!**

– Спасибо! Я тоже хотел бы поздравить с праздником наших партнеров, пожелать им все новых и новых витков развития, нестандартных бизнес-решений и надежных поставщиков!

## Наращивает мощности

**Спрос на замороженные полуфабрикаты производства Агрохолдинга «Юбилейный» продолжает расти, службой реализации отмечается положительная динамика продаж этого вида продукции порядка 30% относительно прошлого года.**

В связи с этим, а также в рамках модернизации производства предприятием принято решение об увеличении мощности полуфабрикатного цеха с 15 до 17,5 тонны в неделю и приобретении нового пельменного аппарата. Современное оборудование решает сразу несколько задач.

Первостепенная – повышение стандарта качества выпускаемого

продукта. За счет технологии обработки теста его вкус максимально приближен к тесту домашнего замеса. Кроме того, после варки пельмени сохраняют более эстетичный вид, нежели выпускаемый ранее продукт.

Также высокопроизводительное оборудование снижает издержки агрохолдинга на оплату труда рабочих, поскольку требует вдвое меньше человеческих ресурсов. При этом сотрудники сохранили свои рабочие места, но перешли на работу в другие цеха. Таким образом, за счет покупки нового пельменного аппарата предприятием снижена себестоимость выпускаемого продукта, отсюда – более гибкая ценовая политика.

– Данный аппарат отечественного производства, выпущен в городе Омске. И хотя оборудование на нашем мясокомбинате преимущественно импортного производства, и за рубежом, в Италии в частности, есть достойные аналоги, решение о покупке именно этой модели аппарата обусловлено, в первую очередь, его высоким качеством, – сообщил заместитель генерального директора по мясопереработке Иван Рыбаков.

Стоимость оборудования и комплектующих к нему составила более двух миллионов рублей, всего же в текущем году в модернизацию мясопереработки агрохолдингом инвестировано 30 миллионов рублей.





# Бойко БИЗНЕС фэмили – дружба партнеров, партнерство друзей

У Агрохолдинга «Юбилейный» есть такие партнеры, деловые отношения с которыми за время многолетнего сотрудничества переросли в крепкую дружбу. Среди таких партнеров – семья Бойко.

По словам Натальи Николаевны Бойко, в 2000 году семейный бизнес переживал не лучшие времена. Имеющееся тогда в собственности семьи торговое помещение в 400 квадратных метров было приобретено на средства банка. По истечении договора кредитуемая сторона отказала в пролонгации договора, и магазин пришлось продать.

Глава семьи Сергей Геннадьевич, изыскивая пути выхода из сложной ситуации, стремясь обеспечить семье достойный уровень жизни, вспомнил, что когда-то он был в Ишиме и пробовал ишимскую колбасу. Решение пришло само собой, семья занялась реализацией продукции сначала в родном городе, а затем и в соседнем. Наталья Николаевна рассказывает, что за вкусо-стями от Ишимского мясокомбината выстраивались очереди – так они им полюбились.

Бизнес снова пошел в гору, семья арендовала складские и торговые помещения. С тех пор прошло уже пятнадцать лет, юбилей семейного дела отмечали с размахом, угощали шампанским покупателей и даже объявили конкурс на лучшее поздравление. Отклик был немалый, люди приносили среди прочих поздравлений четверостишия о магазинах и их продукции.

Не могу пройти я мимо  
Магазинов от Ишима,  
Здесь особый вкус колбас,  
Загляни прямо сейчас!

\*\*\*

Сосиски, шпикачки, рулет,  
сервелат...  
Влюбилась в продукцию  
старый и млад.  
Спросите, какую люблю  
колбасу?  
Конечно, ишимскую,  
Вам говорю.



\*\*\*

В магазин с утра спешим  
Продуктов города Ишим.  
Здесь выбор – просто загляденье,  
А вкуснотища – объеденье.

\*\*\*

У ишимских у колбас –  
Запахи отменные!  
Не равняться с ними даже  
Лучшие пельменные.

\*\*\*

Лишь ишимские колбасы  
Порекомендую всем,  
И тогда здоровье Ваше  
Будет вовсе без проблем.

\*\*\*

Все колбасы от Ишима  
Вкусно – объедение.  
Придают здоровье, силу,  
Бодрость, настроение.

Сейчас Бойко являются официальными дистрибьюторами компании в городах Свердловской области, в общей сложности у них собственная фирменная сеть из девяти магазинов и более ста магазинов получают продукцию со склада ИП Бойко, спрос на ишимскую продукцию продолжает расти. Наталья Николаевна отмечает, что покупатели с большим увлечением участвуют в рекламных акциях, проводимых производителем с целью увеличения продаж:



– К нам приходят покупатели и, увидев, что есть в наличии интересные их подарки, покупают продукцию, вырезают эмблемы и тут же в магазине обменивают. Такого мы еще не видели! Люди копят эмблемки, хотят получить действительно ценные для них подарки!

Дружба должна крепнуть, а партнерство – развиваться. Задумавшись в очередной раз о расширении сети магазинов, Бойко получили поддержку от агрохолдинга в виде франчайзинга.

– Насколько нужна, насколько важна такая поддержка вашему бизнесу?

– Это большая помощь. Поскольку мы работаем над открытием магазина в Екатеринбурге, нам очень важно сразу о себе заявить, привлечь к магазину внимание. А работая с производителем на условиях франшизы, мы получаем не только разработанный дизайн фасада, его изготовление, но и полное снабжение холодильным оборудованием и рекламную поддержку.

**И действительно, Агрохолдинг «Юбилейный» всегда готов идти навстречу и помогать партнерам в развитии своего дела. Нами разработаны четыре пакета, содержащие разные по своему объему предложения, и ключевым из условий их получения является открытие торговой точки за пре-**

**делами юга Тюменской области. При этом обязательства, которые берет на себя вторая сторона, абсолютно типичные для аналогичных предложений. За более подробной информацией обращайтесь к менеджерам ближайшего к вам филиала.**

## «Золотая» колбаса

Агрохолдинг «Юбилейный» снова проводит акцию «Колбаса на вес золота», которая уже по праву может называться народной, как и продукция предприятия, завоевавшая множество наград и медалей высшей пробы. Своим «золотом» производитель делится уже третий год подряд.

За предыдущие два года было разыграно несколько золотых слитков, однако в этом году правила участия изменились, и участники акции могли сами выбирать для себя призы.

Наибольший интерес к акции наблюдается в Ишиме, на родине колбас, и Тюмени – эти города традиционно являются лидерами по активности населения. «Подтягиваются» и города Свердловской области.

Призовой фонд составил более шести тысяч разнообразных призов – от набора шампуров до тостера.



# Деликатесы для сибиряков

Торговая марка «Барьево» на рынке колбасных изделий уже два года. За это время вкус и качество натуральных колбас оценили множество покупателей, ведь они исключительно из мясного сырья, при этом остаются свежими на протяжении 30 суток за счет инновационной упаковки.

И вот на рынок выпущены новинки – крупнокусковые ветчины и формованные деликатесы из раз-

личных сортов мяса. Такой продукт ранее не выпускался на территории региона, тем не менее спрос на высококачественную продукцию растет. В связи с этим агрохолдингом приобретено оборудование стоимостью в 70 миллионов рублей производства Испании, которое дает возможность выпускать такие ветчины. Их главное отличие от привычных аналогов – в использовании цельных кусков мяса.



Крупнокусковые ветчины содержат значительный по размеру кусок мяса, который проходит несколько процессов: маринование, при котором продукт насыщается вкусоароматикой специй; массажирование для достижения нежности; выбивание в оболочку и копчение на ольховом дыму.

К слову, такой способ консервирования дичи был излюбленным при царском дворе, поскольку копчение на ольховой щепе – самом чистом виде древесины – придает продуктам тончайший изысканный аромат. Для различных деликатесов используются различные сорта мяса и их сочетания. На выходе по-



требители получают к своему столу необыкновенно вкусный, нежный и качественный продукт.

Новинки ТМ «Барьево»: лопатка «Сибирская», мясной деликатес пряного посола, свиной окорок на ольховом дыму, ветчина из свинины и говядины. Деликатесы поступают в реализацию в виде порционной нарезки, а также шайб в узнаваемом дизайне торговой марки.

Расширилась и линейка ветчин ТМ «Ишимский мясокомбинат», пополнившись ветчиной «Тюменская». Ветчина выгодно отличается своими потребительскими качествами, а на полке выделяется необычным дизайном оболочки с одним из видов города Тюмени.

Деликатесы уже поступили в продажу и набирают популярность у покупателей.

# Инвестиции в поколения

На протяжении долгих лет в Агрохолдинге «Юбилейный» действует программа обучения по целевому направлению и за счет средств будущего работодателя. Хотя корнями такой подход восходит к советским временам, когда дети могли учиться за счет целевых программ и впоследствии трудоустроиться, польза от подхода и по сей день огромная. Поговорим сегодня о нашем «завтра».



Работодатель обеспечивает себе приток молодых специалистов, абитуриенты получают уверенность в завтрашнем дне и востребованную профессию. Среди таких специалистов Максим Кирпичников: «Я пришел на предприятие в 2011 году, за это время вырос от электрика до главного энергетика завода по глу-

бокой переработке пшеницы. Я не только получил хорошее образование, окончив Тюменскую государственную сельскохозяйственную академию по специальности «Электрификация и автоматизация сельскохозяйственного производства», но и стабильную высокооплачиваемую работу. Для многих моих сверстников остро стоит вопрос приобретения жилья, я же получил служебную квартиру, которую сейчас выкупаю по льготной цене».

На сегодняшний день Агрохолдинг «Юбилейный» испытывает потребность в высококвалифицированных ветеринарах, зоотехниках, технологах производства и переработки пищевой продукции и др.

Студенты, обучающиеся по целевой программе или за счет средств предприятия, знакомятся с его работой при прохождении производственной практики, а при написании дипломной работы в качестве объекта исследования рассматривают организацию технологических процессов Агрохолдинга «Юбилейный».

Однако это не все преимущества, которые предоставляются будущим выпускникам вузов, обучавшимся по целевым программам. Молодым специалистам оказывается финансовая поддержка в виде «подъемных»,



**Владимир Пашков, директор ГАУ ТО «Центр занятости населения г. Ишима и Ишимского района»:**

«На сегодняшний день наибольшее число граждан, зарегистрированных в качестве безработных, имеет профессии бухгалтеров, экономистов, менеджеров. На рынке этих вакансий предложение превышает спрос практически в 4 раза. Напротив, в специалистах сельскохозяйственного профиля есть потребность у работодателей, но нет безработных граждан с такими специализациями. Велико количество выпускников школ и вузов, которые по окончании учебных заведений не могут трудоустроиться».

а также рассматриваются вопросы предоставления служебного жилья.

Часто наши дети стремятся выбрать профессии, которые им кажутся престижными. При этом и конкуренция на рынке «престижных» профессий высока, и сами специальности разочаровывают. Потому выпускникам школ важно родительское напутствие, ведь мы понимаем, что мода на профессии проходит, а правильно приня-

тое решение в начале взрослой жизни дает уверенность в завтрашнем дне.

Сегодня возможность получить образование по целевой программе есть у абитуриентов и учащихся старших классов, имеющих хорошую успеваемость.

Более подробную информацию можно получить в отделе кадров предприятия по телефону (34551) 3-01-82.

Адрес редакции:  
г. Ишим, ул. Республики, 1;  
отдел маркетинга, тел. (34551) 7-31-85.

Дизайн, верстка, печать: типография  
«Золотой тираж» (ООО «Омскбланкиздат»),  
644007, г. Омск, ул. Орджоникидзе, 34, тел. 21-21-31.

Заказ № 254517, тираж 500 экз., 2015 г.  
Подписано в печать 23.07.2015.  
Распространяется бесплатно.

12+