B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

http://b2blogger.com/pressroom/release/7920.pdf

TAS и Арада - итоги 2007 года

17 February , 2008 - Компания TAS | Просмотров: 637
Машиностроение
Торговое холодильное оборудование Ариада TAS оборудование для супермаркета

В 2007 году волжское предприятие значительно увеличило выпускаемый ассортиментный ряд. Общая площадь производственных и административных помещений превысила 43 тыс. кв. м, а количество рабочих мест - свыше 1200.

«Прошедший год для компании «Ариада» - год юбилейный: нам исполнилось 15 лет! - **с гордостью говорит Александр Тиняев, исполнительный директор компании «Ариада»** . - За эти годы завод, начинавшийся практически «с нуля», превратился в крупнейшего производителя торгового холодильного и промышленно-холодильного оборудования не только в России, но и в Европе. Используя европейские технологии и самое современное импортное технологическое оборудование, мы добились того, что наша продукция соответствует мировым стандартам - при том, что по цене она доступна потребителю не только из России, но и из Белоруссии, Казахстана, Узбекистана, Украины».

В 2007 году волжское предприятие значительно увеличило выпускаемый ассортиментный ряд. Общая площадь производственных и административных помещений превысила 43 тыс. кв. м, а количество рабочих мест - свыше 1200. Состоялся запуск итальянской линии по закаливанию прямого и гнутого стекла стоимостью около 4,5 млн евро и высокопроизводительной линии по непрерывной заливке негорючих сэндвич-панелей. Производительность запущенной линии по закаливанию стекла составляет 45 изделий в час, что позволяет волжскому предприятию выпускать закаленное стекло не только для более «дорогих» линий витрин для супер- и гипермаркетов, но и для витрин эконом-класса. А при условии 100-процентной загрузки мощностей запущенной линии по заливке негорючих сэндвич-панелей линии, ее производительность составляет 125 тыс кв м панелей в месяц, или 1,5 млн кв м в год при односменном режиме работы. За основу производства панелей на базе жестких полиуретановых пен были взяты разработки европейской компании DOW с утеплителем из полиизоцианурата. Холдингу это позволило выйти на рынок строительства торговых центров, гипермаркетов и распределительных центров.

На сегодня показатели экономического роста волжского производителя примерно в 10-12 раз выше, чем в среднем в машиностроительном секторе страны. Несомненным успехом 2007 года стало увеличение объема реализации продукции до 2 млрд 151 млн рублей (для сравнения: в 2006 году этот показатель составил 1,5 млрд рублей). Планируется, что в текущем году будет продано оборудования на 3,1 млрд рублей.

Во многом подобная динамика развития достигается благодаря росту продаж холодильного оборудования для супер- и гипермаркетов, который за последний года составил свыше 200%. В абсолютных цифрах «Ариада» ежемесячно продает продукции данного типа на 1 млн 300 тыс евро. Также постоянно увеличивается доля продаж холодильного оборудования премиального класса серии Unique, уже хорошо известной потребителю своим высоким качеством сборки в сочетании с европейским дизайном.

Среди основных причин, по которым в прошлом году крупные федеральные сети выбрали оборудование производства «Ариада» можно назвать:
- высокое качество выпускаемого холодильного оборудования, соответствующее мировым стандартам;
- максимально сжатые сроки поставок ТХО заказчикам (в 2007 году средние сроки поставок не превышали 14 дней);
- гибкая ценовая политика (компания очень внимательно отслеживает конъюнктурные и ценовые колебания различных российских и зарубежных производителей);
- быстрое и четкое реагирование на все вопросы, возникающие при монтаже и эксплуатации оборудования.

Кроме того, в конце 2007 года была разработана программа по поставке оборудования в компактной упаковке, что позволило существенно снизить транспортные затраты, особенно на расстояния свыше 1000 км. Например, стоимость доставки одной холодильной горки длинной 3,75 м до Новосибирска снизилась более чем вдвое, с 17000 до 8000 рублей. Общая экономия транспортных издержек доставки оборудования на один магазин составляет более 100 000 рублей.

Как итог, многие известные торговые сети начали активное сотрудничество с волжским заводом. «Если еще два года назад сети отдавали предпочтение европейским производителям, то сегодня они оснастили продукцией «Ариада» свои новые супермаркеты. Это очень убедительное доказательство высокого уровня выпускаемой продукции», - продолжает Александр Тиняев.

Серьезные изменения происходят и в сфере работы с дилерами. Дилерская сеть волжского производителя пополнилась еще 50-тью мощными компаниями в России и других странах СНГ, имеющими свои складские и сервисные базы, осуществляющими продажу, монтаж, сервисное и гарантийное обслуживание поставляемой продукции. Налицо не только количественный, но и качественный рост дилерской сети. Продукция «Ариады» заняла в ассортименте компаний-дилеров прочную позицию, уверенно потеснив иностранные бренды. Впрочем, лучше всего об этом скажут сами дилеры.

«Мы полагаем, что 2008 год будет еще более продуктивным, ведь качество оборудования постоянно растет, при его производстве применяются все более новые технологии. Большое значение также имеет стоимость оборудования, гибкость производства и быстродействие менеджмента компании. Оборудование данного производителя становится эффективным инструментом для продуктового ритейла», - **отмечает Сергей Працевич, коммерческий директор компании TAS, являющейся стратегическим партнером ЗАО «Ариада».**

«В феврале-марте исполняется три года, как существует наш региональный склад, который осуществляет поставки ТХО «Ариада» от Новосибирска до Дальнего Востока включительно, - **рассказывает Денис Тухтаров, исполнительный директор регионального склада «Ариада-Сибирь».** - Мы поставляем оборудование данного производителя в сеть супермаркетов «Холидей Классик», сеть «Поляна-Чибис», сеть «Аникс», сеть «Тереза», сеть магазинов Cash&Carry «Бонус» и др. Причем примерно 80% всех поставок приходится на оборудование под «выносной холод».

Сейчас совместно с компанией TAS прорабатывается вопрос о введении специальной складской программы, которая должна сократить время с момента принятия заказа до сдачи магазина в эксплуатацию с 1 месяца до 2 недель. Эта программа, получившая рабочее название «Магазин за 2 недели», запускается с 1 марта 2008 года. На начало января велись переговоры о том, чтобы в течение февраля сформировать необходимые остатки продукции, проработать все нюансы по логистике, а с 1 марта запустить уже полностью отработанную программу. На момент написания данного материала, свое согласие на участие в этой программе подтвердили четыре московские сети.

Программа рассчитана на быстрое оснащение магазинов самообслуживания с торговой площадью от 100 до 600 кв. м. Складские остатки будут формироваться таким образом, чтобы можно было в течение 2-3 дней отгрузить оборудование на объект. Предполагается, что на складе компании TAS будет находиться от 50 до 100 единиц холодильных модулей под систему централизованного холодоснабжения модельного ряда Fresh и Unique.

«Для успешной реализации программы необходимо заранее определиться с потенциальными объемами продаж конкретных серий оборудования, чтобы держать соответствующие запасы на складе, ведь в данной программе участвует достаточно большое количество партнеров, - **говорит Антон Козлов, директор по продажам компании TAS.** - Более подробно узнать о данном проекте можно будет на сайте нашей компании ближе к марту».

Помимо описанной программы, в ближайшее время «Ариада» планирует существенно расширить модельный ряд, внедряя все более передовые европейские технологии и материалы при производстве холодильного оборудования. «В 2008 году среднемесячный объем продаж планируется удвоить за счет значительного расширения линейки как выносного, так и отдельных видов встроенного холода, но об этом мы расскажем позже. В наши ближайшие планы входит получение европейского сертификата CE, который позволит продавать нашу продукцию в страны Европейского Союза, и над этим мы сейчас работаем», - **подытоживает Александр Тиняев.**