

# было всего из Украины»



2013 году экспорт осуществлялся в 113 стран, в 2012-м — в 111.

**N: — Ваши прогнозы развития экспорта и импорта в 2014 году?**

А.Л.: — Основным контрагентом Ростовской области во внешней торговле традиционно остается Украина, на долю которой приходится от 20% до 30% всего оборота. В настоящее время сделать прогноз относительно изменения показателей по итогам 2014 года не представляется возможным ввиду сложившейся социально-экономической ситуации в этой стране. В целом в настоящее время сохраняется тенденция роста внешнеторгового оборота, в частности экспорта. Увеличивается торговое сальдо области.

Импорт также является важной характеристикой внешней торговли, но в целях поддержки отечественных товаропроизводителей и снижения зависимости предприятий области от импортных поставок в настоящее время по поручению губернатора Ростовской области В. Ю. Голубева Минэкономразвития области совместно с уполномоченным по защите прав предпринимателей в Ростовской области О. В. Дерезой ведется разработка проекта дорожной карты «Поддержка предприятий Ростовской области, производящих импортозамещающую продукцию». Реализация мероприятий плана позволит повысить конкурентоспособность местных производителей.

**Вопросы задавала  
Татьяна Дудник**

## Экспорт нефтепродуктов растет, металлов — сокращается

Объемы экспорта из Ростовской области в 2013 году сохранились на уровне 2012 года, составив 5,4 млрд долларов, сообщили N в Южном таможенном управлении. При этом доля 20 крупнейших экспортеров Ростовской области занимает 78% от этой суммы.

По данным Роствостата, по итогам 11 месяцев 2013 года предприятия области увеличили экспортные поставки продукции топливно-энергетического комплекса (30% в структуре экспорта), машиностроения (9%), химического комплекса (2%).

В то же время сократился экспорт агропродовольственной продукции (47%). В ее составе преобладали зерновые культуры (51%), растительные масла (30%).

Снизилась поставка металлов и изделий из них (10%).

**Структура экспорта из Ростовской области в январе-ноябре 2013 года**



По данным Роствостата, предприятия-экспортеры по-прежнему ориентированы на страны дальнего зарубежья, в которые направляется

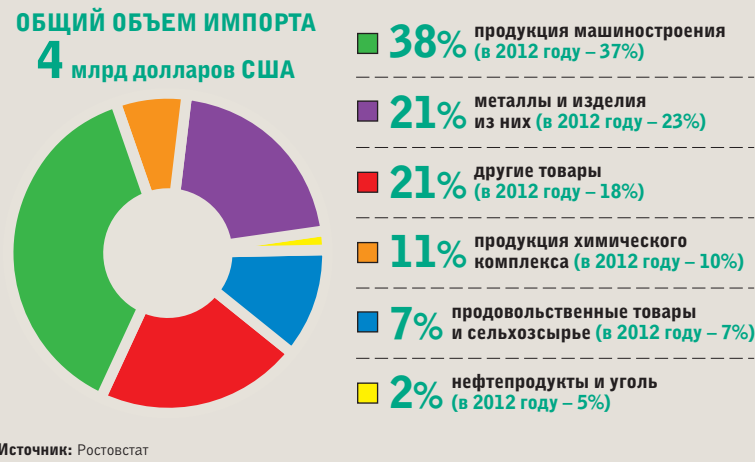
85,1% экспорта, при этом на Турцию и Швейцарию приходится 25% и 15% экспорта области соответственно.

## В 2013 году импорт сократился на 10%

В 2013 году импорт из Ростовской области сократился на 10% (до \$4 млрд) по сравнению с 2012-м. Крупнейшие импортеры области занимают 43% всех импортных поставок, сообщили N в ЮТУ, объемы импорта двадцатки крупнейших сократились на 13%.

По данным Роствостата, сократились объемы поставок продукции, имеющей наибольший удельный вес в объеме импорта — машиностроительной (38% от общего объема), которая в основном поступала из дальнего зарубежья, и металлоизделий (21%). Подавляющая часть черных металлов, труб и проката поступала из стран СНГ, а именно — из Украины.

**Структура импорта в Ростовской области в январе-ноябре 2013 года**



# Три пятилетки на двоих

**Оказывается, юбилей есть и у взаимовыгодного сотрудничества. Это доказывает опыт партнерства ООО «Колдмаркет» и сети «Мясной гастроном». В течение пяти лет компании помогают друг другу успешно развиваться.**

— Мы сотрудничаем с 2009 года и очень довольны, — подчеркнул директор батайской сети Артур Карапетян. — В нашем бизнесе большое значение имеет уровень надежности оборудования, в частности холодильного. От этого зависят качество и сохранность мяса. Раньше у нас были витрины на встроеном холоде. Специалисты «Колдмаркета» предложили принципиально иной подход — витрины на выносном холоде. Это позволило нам существенно экономить электроэнергию и улучшить условия хранения мяса. И уже четвертый год мы используем этот принцип.

По мнению предпринимателя, «Колдмаркет» не просто поставляет витрины для охлажденной и замороженной продукции, а комплексно подходит к решению задач. Учитывается все — от количества товара до цветов в интерьере магазина. Кстати, в оформлении «Мясных гастрономов» (их 7, площадь от 30 до 100 кв. м) много места отводится красно-белой гамме. Это сочетание цветов во всем мире признано лидерским.

— У нас есть собственное производство, — объяснил бизнесмен. — Оно работает около семи лет и выпускает замороженные полуфабрикаты: пельмени, хинкали, вареники и т. д. — всего 12 наименований.



В перспективе — расширение ассортимента. Снабжаем только собственные магазины — так мы гарантируем качество продукта. Когда встал вопрос о приобретении холодильного оборудования, мы обратились в «Колдмаркет». Ведь в технике, которую они предлагают, соотношение цена/качество оптимально.

Кроме холодильного оборудования (от ведущих российских и европейских производителей, крупногабаритного и компактного, с учетом потребностей заказчиков) «Колдмаркет» вооружил гастрономическую сеть машинами для изготовления отбивных, электромясорубками и другой подобной техникой, способной за секунды отбить свежее мясо или нарубить фарш, экономя время любой хозяйке. На выходе — продукт такой, словно его приготовили дома.

— «Колдмаркет» поставил именно то оборудование, которое мы выбрали, в срок, но главное — полностью выполняет все обязательства, — заметил Артур Карапетян. — Если есть потребность в срочном ремонте,

специалисты компании приезжают тут же. Впрочем, вызывать «скорую» приходится нечасто: оборудование действительно качественное и очень надежное.

«Мясной гастроном» развивается с 2004 года. В этом году у компании юбилей — 10 лет, солидный возраст для бизнеса. Примерно с середины собственной business-story Артур Карапетян работает с «Колдмаркетом», которому исполнилось 5 лет. То есть практически с первых дней он работает с батайской сетью.

— Наша цель — помогать людям развивать бизнес максимально эффективно и с комфортом, экономя их время и силы, — напомнил исполнительный директор ООО «Колдмаркет» Андрей Деревянчук. — Мы заметили, что есть клиенты перспективные, которых интересно развивать. А есть заказчики постоянные, с которыми интересно развиваться. Мы вместе растем, помогаем друг другу делать бизнес успешнее. И сеть «Мясной гастроном» — именно такой клиент.

# Зерна доверия взошли

**Комфортно и удобно работать с банком, в котором тебя понимают и ценят. Так считает гендиректор ООО «Восток-Фарм» Александр Дрожко, опираясь на 20-летний опыт сотрудничества с ОАО АКБ «Стелла-Банк». В данном случае взаимоотношения «банк — клиент» — это совместная история успеха двух известных организаций региона.**

— Стелла-Банк в Ростовской области стал одним из первых финансовых институтов новой формации, — подчеркнул Александр Дрожко. — Мы почувствовали к себе отношение как к долгожданному, желанному клиенту. Для нас, имевших опыт общения с советской банковской системой, это было в новинку.

ООО «Восток-Фарм» (ранее «Восток») образовано в 1992 году. Специализация — оптовая продажа и доставка медикаментов по югу России. Головной офис — в Ростове-на-Дону. В структуре компании — логистический комплекс на 9,5 тыс. кв. м, автопарк (более 30 единиц) и филиал в г. Майкопе. С 2014 года «Восток-Фарм» поставляет медицинские товары в Крым. В штате — 150 человек.

— За годы работы и мы, и банк неоднократно сталкивались с кризисными ситуациями, — заметил Александр Дрожко. — Однако растерянности не было. Наоборот, банк мобилизовал силы, чтобы сохранить себя, и клиентов. И репутация надежности Стелла-Банка только укреплялась. Зерна доверия и будущего успеха, брошенные в почву нашего сотрудничества 20 лет назад, дали отличные всходы. А Стелла-Банк

стал по-настоящему родным.

По словам гендиректора компании, с 2010 года на банковском рынке Дона обострилась борьба за клиента. Не проходит и дня без предложений новых продуктов и услуг.

— Всегда отвечаем одно и то же, честно: «Готовы к встрече, но не хотим тратить ваше время», — объяснил Александр Дрожко. — Потому что на 100% уверены: вряд ли, например, по РКО получим условия лучше, чем у Стелла-Банка. Сегодня на местном рынке это, пожалуй, самое выгодное предложение.

Многие банки, рекламируя услуги, говорят об оперативности. Руководитель ООО «Восток-Фарм» считает, что скорость не главное. Можно посмотреть на заявку и тут же отказать. А это — «отмахивание от клиента».

— В истории взаимоотношений со Стелла-Банком были случаи, когда нам отказывали, — признался генеральный директор, — но только после тщательной отработки всех возможных вариантов. Главное здесь — профессиональное решение, даже если оно и не в нашу пользу.

Банк и клиент вместе работают, справляются с трудностями и учатся. Это доказано и проверено временем. Это подтверждается и сейчас. Нет сомнения: и на третьем десятке «Восток-Фарм» останется со Стелла-Банком. Реклама

