



Как реализовать  
программу устойчивого  
развития бизнеса в  
длительной перспективе


*Анатолий Подорожный,  
генеральный директор*

*ООО «Богмарк-Украина»*

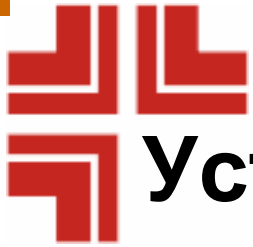


# Содержание презентации

- 1. Устойчивое развитие в бизнесе: украинские реалии**
- 2. Угрозы устойчивому развитию бизнеса: проявления, противодействие**
- 3. Действия компании "Богмарк-Украина" по обеспечению долгосрочной конкурентоспособности бизнеса**



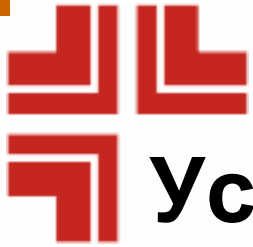
# **1. Устойчивое развитие в бизнесе: украинские реалии**



# Устойчивое развитие: макроуровень

«...сбалансированный экономический рост при учете и минимизации негативного и максимизации позитивного воздействия на социальную сферу и окружающую среду»

*PriceWaterhouseCoopers*



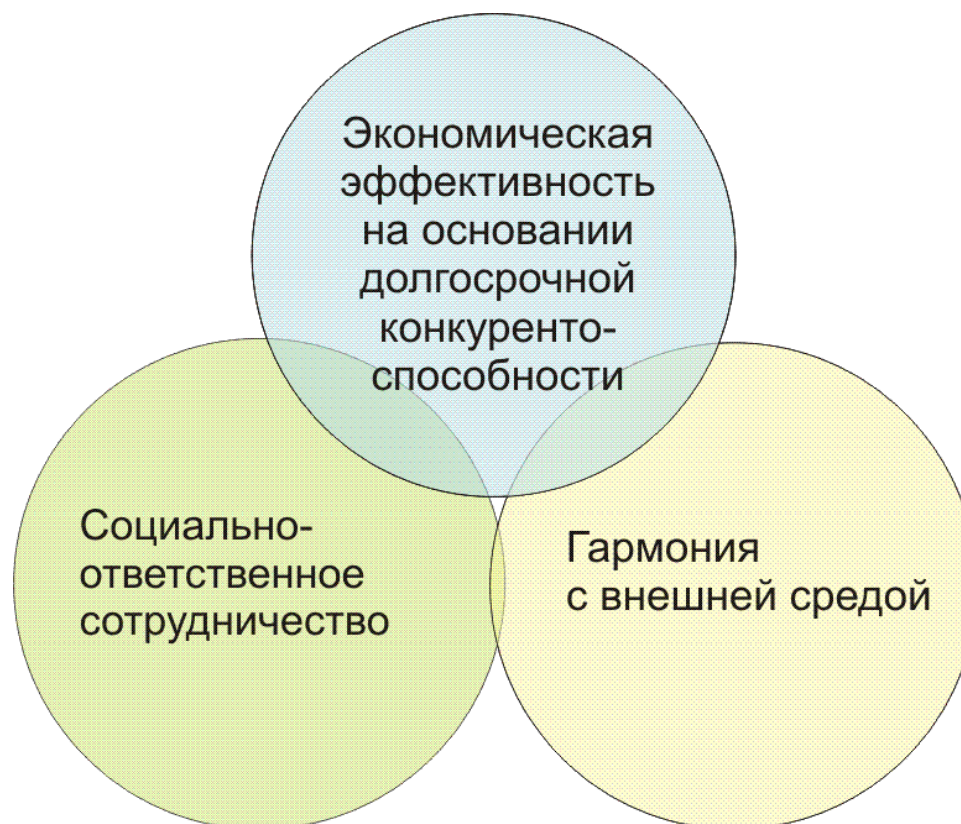
## Устойчивое развитие: микроуровень, мировая практика

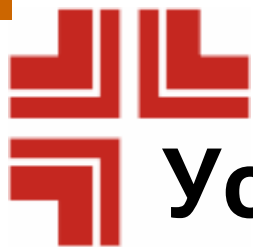
«...руководствуясь собственными принципами, стремиться достичь финансового успеха, гармонии с окружающей средой и построения отношений социально-ответственного сотрудничества, направленных на обеспечение в долгосрочной перспективе очевидных преимуществ своим акционерам, сотрудникам, заказчикам, поставщикам и населению в местах расположения наших подразделений».

*ALCOA (транснациональная алюминиевая  
корпорация)*



# Основы устойчивого развития





# Устойчивое развитие и украинская компания

## ■ Особенности:

- Доминирование экономической эффективности над другими компонентами устойчивого развития

## ■ Признаки:

- «Возраст» бизнес-системы от 10 лет
- Пережила эпоху первичного накопления капитала, формирования конкурентных рынков
- Устойчивая репутация (отсутствие публичных конфликтов с участием компании)
- Способность к проактивному реагированию на вызовы внешней среды



## **2. Угрозы устойчивому развитию бизнеса: проявления, противодействие**





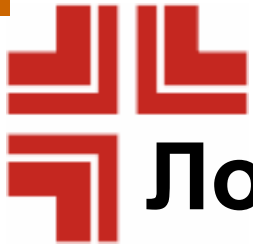
# Угрозы устойчивому развитию:

- На начальной стадии развития компании:
  - Устное управление, отсутствие процедур, конфликтность
  - Раннее делегирование
- На стадии быстрого роста компании:
  - Невнимательность к инвестициям, слишком много приоритетов
  - Централизация сдерживает рост, а делегирование без процедур неэффективно
- На стадии «старения»:
  - Исчезает чувство срочности, медлительность в принятии решений и их реализации
  - Основной критерий – ROI, минимизация рисков любой ценой
  - Нежелание что-то менять




# «Сцилла» и «Харибда»





# Логика противодействия угрозам

- Мониторинг внутренней и внешней среды, система раннего реагирования на вызовы и угрозы
- Своевременная диагностика стадии жизненного цикла
- Своевременное изменение конфигурации бизнес-системы: оптимизация сети бизнес-процессов, внедрение ИТ-технологий
- Проактивное развитие бизнеса

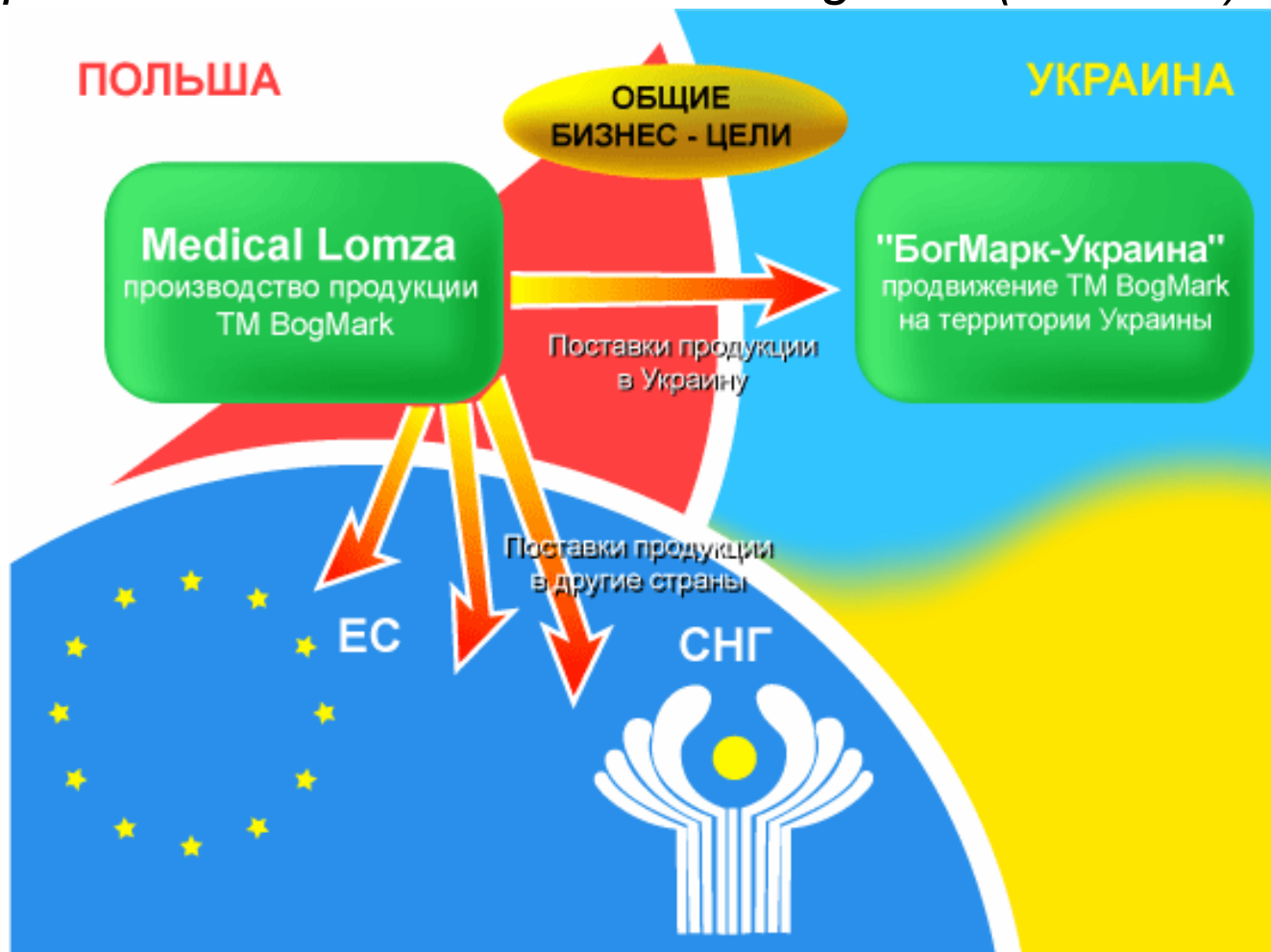


### 3. Действия компании «Богмарк-Украина» по обеспечению долгосрочной конкурентоспособности бизнеса



# Действующие лица: компания

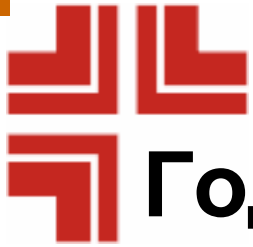
Представительство завода BogMark (Польша) в Украине





## Действующие лица: бренд, ТМ “BogMark”

- 14 лет на рынке Украины
- Новое поколение шприцев (трехкомпонентные шприцы: цилиндр + поршень + резиновый уплотнитель).
- Результат конструктивных и функциональных особенностей – безболезненный, незаметный укол, эргономичность



## Год 1997: запуск бренда VogMark

- Насыщение рынка одноразовых шприцев, усиливается ценовая конкуренция
- Трехкомпонентные шприцы (на 30-100% дороже двухкомпонентных) не выдерживают ценовой конкуренции
- Действия VogMark:
  - Брендирование (суть бренда: незаметный укол)
  - Канал продвижения – бартер\* (таким образом удалось обеспечить максимальную представленность товара в опте)  
\*это привело к развитию новых направлений в компании – оптовой и розничной торговли



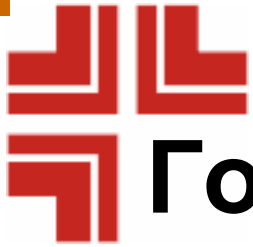
## Годы 1998-2001:

### гримасы госрегулирования

- 1998 год: не выдержав рыночной конкуренции, отечественный производитель начал лоббировать свои интересы на государственном уровне
- к 2001 г: Государственный протекционизм: импортные пошлины, квотирование импорта шприцев стандартных объемов
- Действия BogMark:
  - «Переименование» шприцев и ввоз на территорию Украины шприцев нестандартных объемов, на которые не распространяется квота







# Год 2007: китайский синдром

- Китайцы делают то же, но в 10 раз дешевле – во всех сферах производства
- 50% зарегистрированных в Украине шприцев – из стран Азии
- Средний срок «жизни» азиатского шприца в оптовых предложениях – один год
- Действия BogMark:
  - ?...



СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!

Контакты: «БогМарк – Украина»  
[www.bogmark.com.ua](http://www.bogmark.com.ua)  
+38 044 502 82 18