

ИГОРЬ РАКША: БИЗНЕСМЕН, ПОЛИТИК, МЕЦЕНАТ

ДОПРОС С ПРИСТРАСТИЕМ

ИГОРЬ РАКША – Личность известная, неординарная, порой даже эпатажная. Противоречивая в глазах «толпы» и цельная по своей сути. Ценитель женской красоты и примерный семьянин – отец четверых детей. Успешный предприниматель, «золотой король Тюмени» – так его называют в регионе – и при этом автор множества значимых социальных проектов, направленных на поддержку талантливых детей, ветеранов, просто рядовых граждан. Начав свой бизнес с торговли рыбками (не только, кстати, золотыми), Игорь стал владельцем ресторанов и гостиниц, магазинов бытовой техники «Техномир», салонов солнцезащитных очков, часовых салонов, крупнейшей в регионе ювелирной сети... Что движет этим человеком? Что для него действительно ценно, а что – пыль? Почему такой – казалось бы – прагматичный бизнесмен не открыл до сих пор ни ломбарда, ни скупки? Хотя выгодных предложений на эту тему к нему поступает масса (только ленивый не заработал на кризисе)... Итак, короля – к ответу!

Вы хорошо известны как успешный бизнесмен, политический деятель, меценат... Какую из этих ролей Вы считаете для себя приоритетной?

Безусловно, успешный бизнесмен. Поскольку, чтобы заниматься общественной деятельностью и при этом иметь свое независимое ни от чего и ни от кого мнение, нужно быть финансово независимым. Как это ни банально, на свободу слова и мысли нужны средства. Чтобы помогать людям, тоже нужно иметь что-то за душой. Вот и получается, что все остальные мои ипостаси вторичны, первичен – бизнес. Хотя, не скрою, политика мне очень интересна – уникальная возможность не только тупо ругать действительность, но и быть ответственным в той или иной степени за судьбу страны. Помогать людям – это для меня так же естественно, как... дышать. Многие, увы, забывают, что чтобы что-то взять, нужно сначала что-то дать. Чем больше людям даешь – тем больше возвращается обратно. Это нормально. Это закон жизни. Но чтобы помощь была более действенной, нужны вложения. Так что мы с вами опять вернулись к бизнесу...

Вы пришли в ювелирный бизнес уже опытным предпринимателем, владельцем магазинов бытовой техники и электроники. В связи с чем решили переквалифицироваться?

Мы не правы. Произошла не переквалификация, а диверсификация. Мы не оставили магазины электроники, просто заняли еще одну нишу. Ювелирный бизнес был выбран не случайно. 10 лет назад, когда продажи бытовой техники пошли на спад, когда стало очевидно, что этот рынок «перегрет» и очередного всплеска ждать не придется, мы стали искать новые рынки. В конце концов технологии продвижения и продаж одни и те же. И какая разница, что продавать: чайники или ботинки. В общем, выбор пал на ювелирку.

Почему именно ювелирка?

В конце XX века ювелирный рынок имел максимальную маркетинговую привлекательность. Долгое время он был скован правилами лицензирования, зажат консервативными рамками. Не было ни достойного ассортимента, ни грамотного продвижения. Во главу угла ставили подбор товара, а маркетинговые вопросы отодвигали на задний план. Это принципиально неверная политика. (На всех других рынках в то время уже пришло осознание важности маркетинговых исследований, соблюдения технологий продаж...) Результатом такой косности стало отношение к ювелирным изделиям как чему-то недостижимому, элитарному. Многие обходили ювелирные магазины стороной. Мы сломали стереотипы, победили страх к товару. Рекламные слоганы превратили в шутку. Нам удалось убедить людей, что визит в ювелирный магазин – это радость, праздник, от которого не стоит отказываться.

Сейчас ювелирный бизнес переживает не лучшие времена, наступило некое перенасыщение... У Вас нет в планах оставить ювелирку и пойти осваивать новые горизонты?

Да, пик потребительской активности в ювелирке прошел. Но это повод не сворачивать бизнес, а укреплять его и... диверсифицировать. Сейчас, напри-

мер, мы строим гостиницу с развлекательным центром. После успешного открытия ресторана «Шинок Телега» запускаем новый проект – ресторан «Распутин», так как сфера качественных услуг не имеет такой тенденции перенасыщения в отличие от материального сектора торговли.

Вы определяете путь развития своего бизнеса с завидной точностью. Кто Вы по образованию?

Первое высшее образование у меня техническое – математика и физика. Второе – менеджмент, маркетинг. Третье (не говорю: последнее, поскольку все еще возможно) – дизайн.

Вернемся к ювелирке. Как Вы пережили кризис?

Закрыли мелкие салоны в спальных районах. Открыли самый большой в Тюмени – 1000 квадратных метров – ювелирный магазин. У нас более 200 поставщиков (95% нашего ассортимента – изделия российских производителей). Вниманием покупателей мы не обделены: на сегодняшний день у нас более 100 тысяч клиентов. Значит, каждый седьмой житель Тюмени – совершает покупки в наших магазинах.

И вы работаете со всей 100-тысячной базой?

Конечно, это большая работа, но она того стоит. Всех своих клиентов мы поздравляем с праздниками, дарим подарки, ежемесячно устраиваем для них шоу, розыгрыши украшений с бриллиантами. И никто – даже те, кто не выиграл главный приз, – не чувствует себя обиженным. Напротив, рассказывают друзьям и знакомым о замечательном празднике, который устроила «Русская ювелирная сеть»: с выступлением танцовщиц и гимнасток, с угощением, живой музыкой и... русалками в огромных аквариумах. Так что из года в год на наших мероприятиях собирается все больше и больше народа. Мы с удовольствием им дарим радость. А потом, когда людям бывает нужно купить украшение, – как вы думаете, куда они приходят? Правильно – опять к нам.

Вы говорите, что пик потребительской активности прошел, происходит перенасыщение рынка.

И тут же открываете самый большой в Тюмени ювелирный магазин. Что это: досадный просчет? Громкий PR?

Ни то и ни другое. Это тонкий расчет. Насыщение рынка произошло, значит, на повестке дня – глобализация. На других рынках гипермаркеты уже давно «раздавили» мелкие магазинчики. Сейчас это происходит в ювелирке. Сегодня, чтобы привлечь покупателя, нужно предложить максимально широкий ассортимент. Но это вовсе не значит, что на «взлете» будут торговые центры, где сидит множество арендаторов. Будущее – за крупными магазинами под одним собственником.

Почему Вы прочтете неудачу торговым центрам? И почему уверены в успехе своего ювелирного гипермаркета?

Каждый арендатор в торговом центре – и это вполне логично – выставляет на прилавки самый ходовой товар. В результате магазины торгуют одним и тем же. Становятся похожи, как близнецы-братья. Получается, что при колоссальном количестве товара выбора нет. Мы же, напротив, представили в своем магазине все возможные группы изделий, заставили себя выставить в том числе нерентабельный товар. Это, разумеется, очень затратно, это большая головная боль. Но у нас покупатель найдет абсолютно все, что ему может потребоваться.

Что Вы больше всего цените в людях?

Честность, порядочность, ответственность. Очень ценю людей, которые держат слово. С такими можно горы свернуть! Стараюсь не иметь дело с теми, кто, прикрываясь бумажками и документами, отрешивается от данных ранее обещаний и достигнутых договоренностей.

Бывает, что Вы, следуя принципам, отказываетесь от заведомо выгодных предложений?

У нас принципиально нет ни скупок, ни ломбардов, ни комиссионки. Хотя это очень рентабельно, особенно в период кризиса. Но делать деньги на чужих слезах мы не будем.

В чем, на Ваш взгляд, секрет успеха Вашего бизнеса?

Я глубоко убежден, что если рассматривать бизнес просто как способ зарабатывания денег, – успеха (по крайней мере продолжительного) не будет. Надо с радостью заниматься своим делом, вкладывать в него энергию, душу, позитив. Делать все, чтобы бизнес нес радость и добро людям. В этом – секрет и моего успеха.

Какие планы на ближайшую пятилетку?

После последнего экономического коллапса великие умы мира не берутся сделать прогноз даже на ближайшие полгода. Поэтому давайте договоримся так: я поделюсь мыслями о будущем, как только ФРС Америки озвучит свои планы хотя бы на пару лет вперед. ■

Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ

«РУССКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ»

Тюмень, ул. Республики, 46

Тел.: 46-63-47

www.zoloto72.ru

zoloto72@bk.ru



День защиты детей в «Русской ювелирной сети». Игорь Ракша вручает подарки.



Праздничный карнавал. «Русская ювелирная сеть» как всегда в центре внимания.



Хорошие привычки закладываются в детстве. Как вы думаете, в каком магазине эти молодые люди будут покупать подарки дамам сердца?