

«Нам было важно делать что-то полезное для общества»

Виталий Джуринский, председатель правления и владелец ВиДи Групп



ПРАКТИЧЕСКИ все годы существования ваша компания демонстрировала как экстенсивный, так и интенсивный рост. Что для вас как владельца при этом было самым трудным?

Действительно, если взглянуть на историю развития нашей компании, которая началась в 1994 г., то невозможно не обратить внимания на интенсивный рост ВиДи Групп. Ведь 17 лет назад это была небольшая фирма, состоявшая из шести энтузиастов, которые в маленьком офисе в центре города делали первые шаги в бизнесе, как и наша страна делала первые шаги на пути независимости. В 1990-х таких, как мы, было много, и каждый старался выжить, как только мог: кто-то челночил и торговал на базаре, кто-то стремился принять активное участие в перераспределении государственной собственности. Для нас же материальное обогащение никогда не было главной целью. Нам было важно не просто обеспечить свои семьи, но заниматься интересным делом, вносить свой вклад в развитие экономики страны, делать что-то полезное для общества. Наверное, именно такой подход и такая система ценностей стали залогом успеха ВиДи Групп в сложное время формирования рыночной экономики страны. Если говорить о трудностях, то их было более чем достаточно, но самым сложным оказалось создание команды единомышленников, профессионалов, работающих, как хорошо сыгранный оркестр, где у каждого своя партия, позволяющая добиться идеального звучания произведения.

Насколько нынешняя ВиДи Групп близка к тому идеалу, видение которого у вас есть на сегодняшний день? Что не позволяет приблизиться к нему? Или идеал всегда должен быть недостижимым, как линия горизонта?

Можно с уверенностью сказать: ВиДи Групп даже превзошла тот идеал компании, который мы себе представляли в начале своей деятельности, но, ни к чему не стремясь, ничего не достигнешь. Как только начинаешь считать, что идеал достигнут, развитие останавливается. Нынешняя ВиДи Групп очень близка к идеалу, видение которого у нас есть на сегодняшний день, но, добиваясь поставленных целей, мы сразу устанавливаем для себя новые стандарты и целенаправленно идем к их осуществлению. Я надеюсь, что у нас никогда не появится ощущения, что мы достигли идеала и нам не к чему больше стремиться.

Вы постоянно наращиваете количество автобрендов, с которыми работаете. По какому принципу их выбираете, и есть ли верхняя планка для их числа в вашем портфеле?

Сегодня в Городе Автомобилей «ВиДи АвтоСити» представлены десять мировых автомобильных брендов: Toyota, Lexus, Nissan, Infiniti, Honda, Ford, Mazda, Peugeot, Citroen и Subaru, а с начала 2012 г. мы предложим украинским автолюбителям легендарные автомобили Land Rover и Range Rover. Это далеко не предел. Что касается верхней планки для их числа в портфеле брендов, то она определяется прежде всего качеством. Мы ни за что не станем увеличивать количество брендов в ущерб качеству, ведь клиентоориентированность и премиальное обслуживание во всем – основа нашего позиционирования. Что касается принципа выбора брендов, то он заложен в стратегии развития ВиДи Групп – формирование стратегического партнерства с ведущими торговыми марками мира.

В будущем вы допускаете, что структура собственности вашей компании может стать акционерной с обращением акций на бирже? Если да, то при каких условиях это возможно?

Когда меня спрашивают, допускаю ли я что-либо в будущем, вспоминаю известное выражение: «Никогда не говори «никогда»». Действительно, сейчас нет необходимости выходить на биржу, компании мы очень динамично развиваемся за счет собственных и заемных средств, но если в будущем придем к пониманию того, что это нам может оказаться полезным, то рассмотрим и такой вариант.