

«Это был год открытия новых горизонтов»

Цена, качество и свежесть — основные критерии выбора продуктов питания, особенно когда речь идет о скоропортящихся товарах. И если цена и качество — вопрос ответственности производителя, то сохранение свежести во многом зависит от логистики. Генеральный директор ООО Торговый дом «Лидер» Олег Хамков рассказал, какой путь проходят товары от конвейера до прилавка, как ускорить этот процесс и чем дистрибьюторская компания может быть полезна крупным производителям продуктов питания.

■ Олег Дмитриевич, с какими итогами компания завершает 2018 год?

Как и ожидалось, год был непростым — это связано и с ситуацией на розничном рынке продуктов питания, и с заметным ослаблением курса рубля, и с рядом других объективных причин. Тем не менее, мы настроены позитивно — 2018 стал для нас годом инвестиций, расширения и открытия новых горизонтов.

Летом наша компания отметила свое десятилетие. За годы работы мы накопили большой опыт, значительно расширили продуктовую линейку и наладили тесное сотрудничество с рядом крупных федеральных брендов. Расширили географию доставки — на сегодняшний день наши грузовики обслуживают примерно 95% территории республики. Ассортимент продуктов питания, который мы предлагаем нашим клиентам, теперь доступен и жителям отдаленных районов Башкирии. Сегодня у нас работает около ста высококвалифицированных профессионалов, благодаря которым компания продолжает развиваться.

Но главное, в уходящем году мы направили серьезные средства в обновление наших складских и логистических мощностей. Закупили и смонтировали новые холодильные камеры, расширили складские площади на уфимской логистической площадке, удвоили офисное пространство для удобства и эффективности работы наших сотрудников. Большое внимание уделили обновлению мощностей в обособленном подразделении в Бирске — здесь мы обновили складскую спецтехнику, поменяли автопарк, приобрели новые холодильники.

■ Кто ваши основные клиенты?

Сегодня мы работаем в трех основных направлениях. С одной стороны — это сотрудничество с производителями продуктов питания, закупка и распространение их продукции. С другой — традиционная розница и локальные торговые сети, которым мы доставляем товары. И еще одно новое направление — это оказание складских и логистических услуг производителям, заинтересованным в выходе на башкирский рынок, но не готовых инвестировать в создание собственных торговых домов и строительство логистических парков. Наше преимущество заключается в том, что мы располагаем всей необходимой технической базой, имеем многолетний опыт работы со скоропортящейся продукцией и готовы оперативно доставлять эти товары на торговые точки.

■ Насколько такие услуги востребованы на рынке?

Мы понимаем, что даже крупные производители вряд ли считают рентабельными вложения в строительство логистических парков на территории нашего региона, но в то же время у них есть потребность в распространении своей продукции. Многие производители заключают договоры с федеральными сетями и отгружают товар в их распределительные центры.

Такие центры доставляют товары в магазины сети в радиусе 200–300 километров, но их специализация как правило связана с «долгоиграющими» продуктами, у которых срок хранения не ограничен несколькими днями.



«ЛОГИСТИКА ДОЛЖНА БЫТЬ НАСТРОЕНА ЭФФЕКТИВНО, С ОРИЕНТАЦИЕЙ НА ИНТЕРЕСЫ ПОКУПАТЕЛЯ И МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ»

Когда мы говорим о скоропортящейся продукции, распределительные центры становятся лишним звеном в логистической цепочке. Это звено задерживает товар на пути от производителя к покупателю, что конечно же недопустимо.

■ Как можно сократить этот путь?

В лучшем случае цепочка доставки выглядит так: завод изготовил продукт с двухнедельным сроком годности и в тот же день отправил его в распределительный центр. Товар необходимо разгрузить, оприходовать, провести рокировку, дождаться заявки от магазина, загрузить, отправить в супермаркет, где этот товар также должен быть принят, оприходован и наконец выставлен на полку. За это время может пройти до половины срока годности. А через пару дней конечный покупатель возьмет продукт с прилавка и, вероятно, откажется от него, поскольку до окончания двухнедельного срока осталось всего четыре дня.

Мы со своей стороны можем избежать всех этих ненужных задержек. Производитель сегодня выпустил товар, завтра мы его получаем на нашем складе и оперативно отправляем в доставку — максимум через сутки продукт уже находится на полках. Таким образом путь от конвейера до прилавка занимает не половину срока годности, а максимум 10–20%. Иными словами, мы помогаем выполнить главное требование покупателей, желающих приобретать только свежие продукты.

Для сравнения, американские торговые сети пошли другим путем: вместо распределительных центров они делают ставку на местных производителей и фермерскую продукцию, причем они должны быть расположены не далее 50–100 км от магазина. То есть сегодня фермер сорвал помидор с куста, и на следующий день этот помидор можно купить в супермаркете. В России такая практика не нашла широкого распространения, и нередко скоропортящиеся продукты добираются до прилавков уже в некондиционном виде. Я считаю, что логистика должна быть настроена эффективно, с ориентацией на интересы покупателя и местных произво-

дителей. В противном случае страдает свежесть продукта, страдает клиент. Но справедливости ради стоит отметить, что зачастую сети и сами не хотят получать скоропортящиеся товары на свои распределительные центры — и для поставщиков, и конечных потребителей удобнее прямая доставка на каждую торговую точку в регионе.

■ Одно из важнейших событий уходящего года — это смена власти в республике. Какие ожидания от нового регионального руководства?

Малому и среднему бизнесу в республике нужна поддержка государства — возможность участия во всевозможных федеральных программах. Развитие бизнеса — это развитие и для региона: получая прибыль, компании будут больше средств отчислять в республиканский бюджет. Сейчас тенденция такова, что все большую долю на башкирском рынке занимают федеральные игроки. Да, они создают определенное количество рабочих мест для жителей республики, однако все налоговые отчисления уходят «наверх». Иными словами, федеральные компании практически никак не участвуют в развитии региона.

Конечно, конкурировать с гигантами сложно. Поэтому бизнесу нужна поддержка на уровне правительства. Если мы готовы привлекать в регион инвестиции, открывать здесь промышленные площадки крупных компаний, то, может быть, стоит поддержать и местные бренды? Поддержка нужна и тем, кто производит, и тем, кто продает — одни не могут без других. У нас очень мало своих брендов, известных за пределами региона, каким бы спросом они ни пользовались в Башкирии. Я считаю, от этого республика только выиграет — не только в сумме собранных налогов и количестве рабочих мест, но и в популяризации экологически чистых башкирских продуктов.

«МЫ РАСПОЛАГАЕМ ВСЕЙ НЕОБХОДИМОЙ ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗОЙ, ИМЕЕМ МНОГОЛЕТНИЙ ОПЫТ РАБОТЫ СО СКОРОПОРТЯЩЕЙСЯ ПРОДУКЦИЕЙ И ГОТОВЫ ОПЕРАТИВНО ДОСТАВЛЯТЬ ЭТИ ТОВАРЫ НА ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ»

■ Какие задачи компания ставит перед собой на 2019 год?

В новом году мы планируем окупить инвестиции, вложенные в расширение складских и транспортных мощностей. Основная стратегия развития компании на сегодняшний день связана с подписанием новых контрактов с федеральными брендами.

Кроме того, мы развиваем новые направления работы — в частности, сотрудничество с предприятиями канала HoReCa. В настоящий момент мы готовим интересные предложения для этой широкой отрасли, и я думаю нам есть чем заинтересовать рестораны, кафе, пекарни и даже бургерные, которые активно открываются в нашем городе.

Конечно, как дистрибьюторская компания мы сохраняем свои основные задачи — расширение клиентской базы, поддержка традиционной розницы, поставка продуктов питания по всей территории Башкортостана. Но вместе с тем мы понимаем, что на сегодняшний день у нас есть широкие возможности для сотрудничества в формате B2B. И соответственно, мы планируем и дальше расширять спектр предложений для бизнеса — в первую очередь, в области складских и логистических услуг.



ООО Торговый дом «Лидер»
450065, г. Уфа, ул. Свободы, 55
Тел. +7 /347/ 292-98-17
www.lider-ufa.ru