

Metro Cash&Carry для коробейника

Может ли быть значимым событием для населения приход в город крупной международной торговой сети?

Иркутск, как многократно замечали и сторонние наблюдатели, и сами его жители, - город хронических пессимистов. Тех самых, которые "хорошо проинформированные оптимисты", для которых "стакан наполовину пуст" и кого "не зовут - значит, забыли". Поэтому такая новость, вероятнее всего, вызовет у многих, если не у большинства, реакцию "ну вот, ещё торгашей на нашу голову принесло, нет, чтобы производителей", "москали опять лезут вытеснять наших сибиряков" и "и так всё торговыми центрами заставили". Ну, а наши собственные продавцы различных "товаров повседневного спроса" раздражённо-испуганно замрут в позиции "совсем съедят или только в угол задвинут"?

Впрочем, для домохозяек, бизнес-вумен среднего звена и обитателей загородного жилья приход к нам, к примеру, "Икеи" был бы очень и очень приятным событием. Но то - ""Икея"".

А нынешние наши претенденты на среду приложения бизнеса - несколько другое дело.

В Иркутск пришло "Метро"

То самое "Метро", которое Metro Cash&Carry. Которое "попросту, по рабоче-крестьянски" может называться "оптовка". Помните это слово из жаргона "лихих девяностых"? А сами "оптовки" помните? Огромные площади разорённых заводских цехов и складов, затёртые и облезлые прилавки по всем направлениям, товары от унитазов до мороженого и от "ножек Буша" до французского парфюма... Мука и крупы пыльными мешками, чуть ли не на них же - кожаные и псевдокожаные пальтишки и "ангорские" кофточки... И две цены: одна - если берёшь упаковку, вторая - если "отовариваешься" поштучно. Первая, разумеется, несколько ниже, чем вторая... Ах, какие состояния делались на этих "оптовках" удачливыми владельцами предоставляемых площадей! Имена их известны, места в комфортных креслах или под помпезными могильными плитами гарантированы...

Ну так вот, "Метро" - не та "оптовка". "Метро" - "оптовка" современная, хотя и родилась задолго до перестройки, аж в 64 году, правда, не у нас, а в Германии. И поэтому по характеру своему она абсолютно другая. Не распродающая свезённые со всех границ контрабандистами и "челноками" товары с "толкучек" и распродаж, а получающая от поставщиков-производителей товары "с пылу, с жару" и по спецдоговорам и с тройным-четверным контролем качества. Ну, и с ценами - не "за копейку пару", конечно, но и не с трёх-четырёхкратными надбавками "за бренд". Оптовые цены, то есть такие, которые позволят и конечным продавцам что-то "наварить" на их продаже конечному покупателю.

Для домохозяек и домохозяев "Метро" не предназначено, это всё-таки не "Икея", - увы и ах! Но и совсем уж в стороне они тоже не окажутся. Правда, уже не как частные лица, а как члены (или представители семьи членов) каких-то юридически оформленных команд, или как частные предприниматели.

Потому что "Метро" - оно не для частника, а для юрлица.

А вот для него, для юрлица, здесь будет вовсе необязательно закупать мешки крупы или коробки карандашей. Можно будет бросить в корзинку даже всего-навсего пару пакетиков кофе, свежую булочку и новую чайную пару. Или даже отдельно взятое полотенце и мусорную корзинку. Но - "на фирму". Пусть даже и для себя лично.

Не правда ли, это даже немного напоминает старый советский принцип - "на моём предприятии всё моё"? Только не "произвёл и вынес", а "купил на всех - и немножко на себя". И - полностью подотчётно, потому что всё купленное тут же попадает в платёжные документы, оформляемые автоматически и на всю покупку.

И чтобы быть именно посредником между поставщиками и фирмами-потребителями, "Метро" держит и пополняет собственную электронную базу клиентов. И покупать что-то в нём может только обладатель специальной карты, которую выдают абсолютно бесплатно, всем желающим ... и предоставившим свои

(надлежащим образом заверенные) юридические данные. И копии и подделки карт, раздаваемые (если не продаваемые), как доносят представители агентства "Одна Гражданка Сказала", всем желающим на остановках в Ново-Ленино, права стать покупателям "Метро" не дают. Вот такая, как говорится, печалька...

Что предлагает "Метро"

Во-первых, **что из себя представляет типовой ТЦ "Метро"**.

Огромный торговый ангар вроде "Сибэкспоцентра". В Иркутске будет 7,5 тысяч "квадратов" (это только торговых площадей, всего - 12 тысяч). В несколько раз большей площади, чем при Экспоцентре, парковки, солидная часть которых - крытая. В нашем случае предполагается комфортно разместить около 500 машин разных габаритов. Внутри - лабиринты стеллажей "в потолок", на которых размещены упаковки представленных товаров, в нижней части стеллажа - те же товары "россыпью". Указатели, стенды-путеводители на видных местах. Для скоропортящихся товаров - помещения-холодильники, всё отдельно - готовая продукция (типа колбас и буженины) и сырая, мясо, рыба, "молочка", овощи-фрукты. Непродовольственные товары, само собой разумеется, не перемежаются с продуктами.

Тележки для мелочёвки и погрузчики для тех, кто закупает солидные объёмы, и то, и другое - от прилавка до машины. Консультанты и грузчики в каждом отделе, кассы на всех выходах, специалисты по самым разным вопросам от логистики до дизайна (всего в нашем городе предполагается заключить около 190 трудовых контрактов). Уборка по мере возникновения необходимости. Кафетерии и ресторанчик для клиентов, разумеется - бесплатные туалетные комнаты. Всё с учётом потребностей людей с ограниченными возможностями - то есть и с пандусами, и со спецприспособлениями.

На входе - турникеты и операторы, оформляющие новых клиентов.

Время работы - вплоть до круглосуточного там, где это целесообразно. У нас пока будет с семи утра до десяти вечера.

Во-вторых - **ассортимент**. В зависимости от предполагаемой потребности, от двадцати тысяч наименований "на периферии" в до пятидесяти - в столичных и стратегических центрах. У нас предполагается двадцать пять тысяч. Разброс категорий - от продуктов питания до торгового оборудования, от канцелярии до комплектов для уборки помещений, от свежих морских деликатесов до посуды и текстиля. Все продукты питания поставляются гарантированно свежими. Скоропортящаяся продукция предпочтительно закупается оптово у местных производителей.

В-третьих, **школа для клиентов** из числа представителей мелкого и среднего бизнеса - владельцев магазинчиков, киосков и лотков. Бесплатная школа. С рассказом, показом и стажировкой. С помощью в переоснащении и реорганизации систем закупок и поставок. Учебные центры, ближайшие к нам - в Москве и Китае. Проезд, расселение и питание, конечно, за свой счёт, но учёба - бесплатная. А если владелец магазина проявит особую настойчивость в усвоении преподанных наук и готовность работать по всем законам цивилизованной торговли - то его предприятие может стать своеобразным представительством "Метро" - при инвестициях последнего в бизнес такого продвинутого клиента.

Учитывая последние городские "бунты предпринимателей", в которых остро вставал вопрос неудовлетворительного состояния помещений и прилегающих территорий торговых точек, а так же ассортимента и качества продукции, это предложение "интервента" представляется очень и очень актуальным. Пока что это отлично поняли в горадминистрации, где готовят встречу руководства местного подразделения "Метро" с предпринимателями. Знают ли об этом все владельцы микроточек - большой вопрос, но менеджеры компании обещают, что объявления и приглашения будут развешены и в транспорте, и на всех остановках, и чуть ли не на каждом углу.

В-четвёртых, **продвижение местных производителей** на региональные рынки, а региональных - на общероссийские, а в случае уникальных предложений - и на мировые.

Суть в том, что сейчас многие производители сельскохозяйственной продукции (и не только сельскохозяйственной, но её - особенно) ограничены в своём развитии старинным принципом "телушка - полушка, да рупь - перевоз". Производить много - а куда сбывать? Производить мало - а как окупить издержки? Вот и держатся высокие цены на омуля и клубнику, на баранину и "деревенские" молочные продукты. Причём даже не на эксклюзивные сорта. И при высоких ценах производители оказываются едва в прибыли, а то и в убытке, поскольку прямого выхода на рынок для них, как правило, нет, а перекупщики "держат за горло" и "в ежовых рукавицах".

В то же время, альтернатива перекупщикам - вот она, пришла. Заключается договор, и уже не нужно везти продукты в город самому (значит, не нужно тратиться на лишнее горючее); продать можно в тот момент, когда собрал, а не ждать, пока некий "оптовик" снисходительно согласится по дешёвке забрать портящийся товар. Правда, есть и минус для тех, кто не слишком заботится о потенциальном потребителе. Прежде, чем заключить договор, представители "Метро" на десять рядов проверяют соблюдение всех правил производства - и использование пестицидов и прочей химии, и употребляемые удобрения, и условия хранения сразу после уборки, и товарный вид, и ещё много чего. И вот только если продукт будет и безопасным, и вкусным, и красивым, - только тогда можно будет поговорить "об отношениях". Да и потом существование договора будет не панацеей от "затоварки" и не индульгенцией на будущие грехи: каждая закупка будет обязательно сопровождаться проверкой качества.

Зато если производитель зарекомендует себя наилучшим образом, его товар может получить возможность выйти на широкую торговую арену. К примеру, если клубника моногорода Байкальска будет признана безопасной для здоровья, не содержащей диоксинов, вкусной и красивой (и как минимум последний пункт уже соблюден), и найдётся тот, кто будет её превращать в варенье, джем, соки, компоты и просто замораживать в объёмах, достаточных для обеспечения больше, чем одного города - то вот он, двигатель этой ягодки на рынки Новосибирска и Омска, Новокузнецка и Красноярска, а то и дальше. Или вот другой пример: черёмуховая мука и кондитерские изделия из неё. Европейская часть страны знать не знает о черёмуховых тортиках или пирожках с черёмухой. И они, при содействии "Метро", вполне могут стать не исключительно сибирской "фишкой", а представлять кулинарию Сибири в мировом масштабе.

В-пятых, **доставка**. То есть, в широком смысле, логистика.

Не так давно разразился скандал с "Почтой России". Выяснилось, что вся она идёт одними и теми же железнодорожными составами - и "простая", и "срочная", и "курьерская". И при вечных наших российских проблемах с дорогами, которые ну никак не окупаются, хотя уж чего только ни придумывают умные головы для повышения их рентабельности, почта не ходит, а так и ползает... А летать она перестала уже давно, ибо это тем более "нерентабельно". Так вот, "Метро" железной дорогой не пользуется. Совсем. Авиадоставкой - да, пользуется. Для доставки, скажем, свежей рыбы или креветок-омаров с побережий, от портов, в центр материка. Чтобы они оставались свежими. А уже из узловых точек с аэропортами мчатся в города, где стоят магазины "Метро", на собственном автотранспорте с собственными водителями, по рассчитанным до мелочей маршрутам, с максимальной возможной безопасной скоростью. Поэтому магазины в городах располагаются на въездах, на окраинах - чтобы избежать пробок, заторов и прочих помех.

Ну, а уже из магазинов будущие продавцы, а пока что покупатели могут доставлять закупленное и "своим ходом". Но могут и заказать доставку. Логистики компании просчитают наибо́льший маршрут для развозки и доставят продукты в своих фурах-холодильниках, а если закупается техника - то в специализированных фургонах.

Кому "Метро" продаёт

Как уже поняли читатели, круг клиентов "Метро" достаточно широк.

Во-первых, это владельцы небольших магазинов и павильонов продовольственных товаров и того, что некогда называли "мелочной лавкой". И для них предлагаются не только продовольствие и мелочёвка на продажу, но и холодильное, торговое, рекламное и прочее сопутствующее оборудование.

Во-вторых - владельцы ресторанного и гостиничного бизнеса, или, как сейчас принято говорить, "бизнеса гостеприимства". Хорошее название, не правда ли? Для него есть ещё одно название, сокращение от английских "Hotel, Restaurant, Cafe" - HoReCa, "Хорека". Привыкайте, вероятно, скоро это слово станет и в Иркутске вполне ходовым. Так вот, для клиентов этой категории предлагается не только ассортимент продуктов, но и масса "сопутствующих товаров" от посуды и кофейных машин до электроники и текстиля. Сюда же относятся различные фирмы бытовых услуг, к примеру, сервисные центры по уборке (по-современному - клиринга). Для них предлагаются всевозможные "расходники" и оборудование.

В-третьих, это все фирмы и фирмочки, имеющие офисы. И для этих офисов предлагается и офисная мебель, и канцелярия, и - внимание! - электроника класса компьютеров и копиров. С лицензионным софтом впридачу.

В-четвёртых, это сами люди, работающие в фирмах, фирмочках, магазинчиках и павильончиках. Для них предлагается масса всего, от одежды и микроволновок до автоаксессуаров и ремнаборов различного

назначения.

Разумеется, что-то сложное, узкоспециализированное или требующее специального лицензирования и сопровождения здесь не купишь. Предметы роскоши и искусства тоже нужно будет искать совсем в других местах. Это магазин всевозможных товаров повседневного потребления "без особых наворотов", но качественных. Рассчитывать, что он охватит вообще все потребности - бессмысленно. Но вот то, что может понадобиться "внезапно" - это да, это в рамках предложений "Метро".

Сделает ли "погоду" в Иркутске новая компания - ещё неизвестно. Пока что и руководство Иркутска, и губернаторская команда встретили представителей компании очень тепло. Руководить нашим филиальчиком будет "свой", иркутянин, выпускник САФа-97 Дмитрий Кошелев.

Сам торговый центр "Метро" ещё достраивается. Расположен он в конце улицы Розы Люксембург, запуск его предполагается в районе ноября - всё зависит от того, когда здание и прилегающая территория будут "подписаны в эксплуатацию". Земля находится в долгосрочной аренде, но представители компании не исключают возможности со временем её выкупа в собственность.

Как будет воспринят этот посредник между производителем и покупателем сложившимися торговыми сообществами, не перейдёт ли он дорогу какому-нибудь "родному" криминальному авторитету и как пойдёт прогресс в развитии местных производителей - покажет время. Оно, как известно, "честный человек".

Автор: Надежда Шапарова © Babr24.com ЭКОНОМИКА, БАЙКАЛ 👁 8195 20.09.2012, 15:42 👤 905

URL: <https://babr24.com/?ADE=108659> Bytes: 14411 / 14349 [Версия для печати](#) [Скачать PDF](#)

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com



Автор текста: **Надежда Шапарова**, политический обозреватель.

На сайте опубликовано **10** текстов этого автора.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](https://t.me/babr24_link_bot)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: @kras24_link_bot

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: @nsk24_link_bot

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: @tomsk24_link_bot

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)