

Магазины не для всех

Единицы местных товаропроизводителей могут пробиться на полки крупных торговых сетей.

«Мы проводили подобное мероприятие в прошлом году, однако тогда наряду с товаропроизводителями Иркутской области мы приглашали только местные крупные торговые сети. Сейчас мы решили сделать акцент на весь бизнес, малый и средний в том числе. Нам нужны все формы торговли, главное, чтобы они хотели продвигать продукцию местных товаропроизводителей», — так начала свое приветственное слово региональный министр сельского хозяйства Ирина Бондаренко, открывая круглый стол по взаимодействию товаропроизводителей и торговых предприятий. Однако, как оказалось, торговый МСБ в большинстве своем неинтересен крупным пищевикам, поэтому товары местных производителей попадают в так называемые магазины у дома уже с двойной наценкой через фирмы-посредники. Но наценка еще не самое страшное: некоторые продукты местного производства вообще не могут пробиться на полки магазинов: крупные сети требуют с них «откаты» за выход «в люди».

Круглый стол по взаимодействию местных товаропроизводителей и торговых предприятий состоялся в рамках традиционной выставки «Сибпродовольствие: упаковка, оборудование». По словам министра сельского хозяйства Иркутской области Ирины Бондаренко, это мероприятие было эффективно с точки зрения продвижения продуктов питания местного производства: в ходе выставки состоялась первая ярмарка оптовых закупок, в которой приняли участие 20 производителей-пищевиков Приангарья и 35 торговых организаций региона, проведено 118 переговоров по условиям поставки продуктов питания. «Результаты ярмарки оптовых закупок проявятся не сегодня. Но это наш первый важный шаг в продвижении на торговые прилавки продовольственной продукции, которую производят местные сельхозтоваропроизводители, предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности. Мы готовы работать со всеми, кто хочет сотрудничать с селянами», — подчеркнула министр.

Сотрудничать, по словам руководителя службы потребительского рынка и лицензирования Иркутской области Сергея Петрова, есть с кем: в регионе действует 16,5 тыс. объектов розничной торговли. «В целом в регионе действует на 50% больше торговых точек, чем должно быть по нормативу. Развиваются такие формы торговли, как супермаркеты и гипермаркеты, а также магазины у дома. Но продукция производителей Иркутской области в них представлена на невысоком уровне», — считает эксперт. Ассортимент местных товаров в магазинах должен быть намного выше, уверена и Ирина Бондаренко. По ее словам, ежегодно объем поддержки сельского хозяйства из бюджета области растет: в 2011 году на эти цели был выделен 1 млрд рублей, в 2012 — уже 1,5 млрд, в этом году объем поддержки увеличился до 1,8 млрд.

Кроме этого, правительство рассчитывает привлечь 1 млрд средств из федерального бюджета. «При таком уровне поддержки губернатор Приангарья Сергей Ерощенко ставит перед нами задачу, чтобы местная продукция присутствовала и в детских садах, и в школах, и на прилавках магазинов», — отметила Ирина Бондаренко.

Однако не все торговые сети готовы сотрудничать с региональными производителями. Генеральный директор ООО «Торговый дом «Байкалика» (специализируется на розливе питьевой байкальской воды) Ирина Баскакова рассказывает, что иркутские торговые сети не дают им выйти к потенциальным покупателям: «В Иркутске местные сети оказывают нам противодействие. Это сети «Слата», «Берег», «Ок», «Исток». Одна торговая сеть запросила с нас за выход на их торговую площадку 1 млн рублей, другая — 500 тыс. рублей. При этом в немецкую сеть «Метро» и московскую Spark (первый магазин этой сети открылся в Иркутске в начале апреля на 12 км Байкальского тракта — ВФ) мы зашли без всяческих проблем», — рассказала руководитель «Байкалики». Достаточно легким оказался доступ и на прилавки магазинов соседних Красноярского и Хабаровского краев, и даже Москвы и Московской области.

На удивление, заявление о требовании отката за выход на рынок осталось незамеченным со стороны представителей власти и контролирующих организаций: в президиуме круглого стола, кроме Ирины Бондаренко, сидела руководитель иркутского управления Федеральной антимонопольной службы Валентина Заморина. Однако никто не заострил внимание на этом факте.

Также о сложности выхода в крупные сети рассказал торговый представитель ЗАО «Железнодорожник» Евгений Казюка. Эта компания из Усольского района специализируется на производстве молочных продуктов. «Торговые сети ограничивают свой ассортимент только крупными брендами, нам пробиться к ним со своими товарами очень сложно. Хотелось бы, чтобы и на нас они обратили внимание», — высказал свое пожелание Евгений Казюка.

Словно в противопоставление рассказам этих небольших производственных компаний Дмитрий Баймашев, председатель совета директоров ОАО «Иркутский масложиркомбинат», объявил, что представленность их продукции на полках местных магазинов достигает 95%. Представитель другого пищевого гиганта, компании «Белореченское», наоборот, отметила, что им хотелось бы работать с большим числом торговых предприятий: «Я услышала, что в регионе действуют 16,5 тыс. предприятий торговли. У нас заключены договоры только с 5 тыс. из них. Хотелось бы расширить этот перечень и работать и с другими предприятиями», — рассказала заместитель генерального директора по экономике СХ ОАО «Белореченское» Татьяна Пухмахтерова. Но не ясно, действительно ли крупные пищевики готовы расширять число партнеров, или эти слова — лукавство: понятно, что весь крупный торговый бизнес ими уже охвачен, а вот мелкие магазинчики в зону их интереса входят весьма и весьма условно.

Генеральный директор магазина «Грошик» в Хомутово Виктория Шолохова рассказала ВФ, что напрямую не работает практически ни с кем из крупных производителей пищевых продуктов. «У них даже нет отделов распространения, которые возили бы небольшие партии продукции в магазины у дома. Мы пытались наладить сотрудничество с некоторыми из них, например с Иркутским хлебозаводом. Однако в отделе продаж нам сообщили, что напрямую с МСБ не работают, и отправили к компании-партнеру, у которой «почти заводские цены». В действительности же цены оказались на несколько процентов выше», — рассказывает Виктория Шолохова. Однако такие компании-присоски при крупных производственниках можно считать большой удачей, так как у некоторых производителей нет и этого. Так, продукцию «Белореченского», иркутского мясокомбината, усольского мясокомбината и некоторых других компаний предприниматели могут купить только на оптовых рынках уже с наценкой, при этом так делают не только владельцы бизнеса в сельской местности, но и руководители городских магазинчиков у дома. Таким образом, до покупателя товар дойдет как минимум с двойной накруткой цены. А здесь о доступности местных товаров — тоже очень важном факторе, который упоминался в рамках круглого стола наряду с качеством — говорить уже не приходится.

Зато с мелкими производственниками малый бизнес нашел общий язык: так, отмечает генеральный директор магазина «Грошик», предприятие активно сотрудничает с хлебозаводом «Никольский», кондитерской фабрикой «Мария» и некоторыми другими компаниями. «Эти товаропроизводители сами ищут рынки сбыта, организуют доставку товаров, поэтому их продукцию можно взять напрямую, без лишних наценок», — пояснила эксперт.

Ирина Бондаренко несколько раз возвращалась к теме качества продуктов питания, произведенных в Иркутской области. Она напомнила, что в условиях вхождения России в ВТО на рынке появятся продукты иностранного производства с очень большим сроком годности, и на их фоне местные товары, свежие, качественные и полезные, будут еще больше цениться населением, которое и так доверяет региональным брендам. Но для того, чтобы люди их покупали, эти товары должны быть широко представлены в магазинах. Покупатель не будет бегать в поисках местной марки по всем павильонам и супермаркетам района. Поэтому, чтобы дать возможность людям поддерживать товаропроизводителей Иркутской области, самим пищевикам следует пересмотреть концепцию распространения своих продуктов, а крупным сетям — перестать наживаться на небольших, но производящих социально важные товары компаниях.

Автор: Екатерина Головина © Восточный формат ЭКОНОМИКА, БАЙКАЛ 3703 26.04.2013, 10:14 532
URL: <https://babr24.com/?ADE=114506> Bytes: 8149 / 8149 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

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @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](#)

