

Империя семьи Шнайдеров: бизнес на бедности

Бедность — не порок. Бедность — прекрасный источник заработка и основа бизнес-империи семьи Шнайдеров из Красноярска. Предприимчивые красноярцы как никто другой извлекли выгоду из затяжного падения реальных доходов населения.

Зарубежный аналог «Светофора» идёт на экспансию

Семья бизнесменов из Красноярска, создавшая сеть дискаунтеров «Светофор», захватывает мировые рынки. Сеть **Mere** (иностраный бренд российского дискаунтера «Светофор») до конца 2023 года намерена открыть до пяти магазинов в Словакии. Кроме того, семья Шнайдеров расширит сеть в Сербии, где уже работает один магазин Mere и восемь «Светофоров».



общей сложности в Европе у Mere насчитывается 34 магазина — в Польше, Чехии, Румынии, Болгарии, Испании, Литве и Латвии. Планы по расширению на европейских рынках изначально были намечены на 2022 год, но застопорились из-за украинских событий. В октябре 2022 года владельцы бизнеса, Валентина и Сергей Шнайдеры, оказались в списке российских предпринимателей, против которых были введены украинские санкции. Бизнес в ряде европейских стран пришлось свернуть: магазины Mere закрылись в Великобритании и в Бельгии. А вот экспансия в Узбекистан в конце 2022 года состоялась. Продолжает развиваться сеть в Казахстане, Белоруссии и Китае.

«Светофор»: история успеха жёсткого дискаунтера

Сеть дискаунтеров «Светофор» (равно как и его зарубежный аналог Mere) была создана семьёй Шнайдеров из Красноярска — Валентиной и её сыновьями, Сергеем и Андреем.

Отправной точкой стал Красноярск. Первые магазины ныне федеральной сети появились здесь в 2009 году. На тот момент семья Шнайдеров развивала сеть пивных магазинов «Напильник», которую в 2015 году обанкротил «Сбербанк». Сеть продуктовых дискаунтеров стала новым направлением. Известно, что вдохновлял предпринимателей успех американской Walmart.

Когда первый «Светофор» в Красноярске доказал перспективность формата, Шнайдеры решили его тиражировать. За два года открылось около 20 магазинов в Красноярском крае и Сибири. Всего за пару лет «Светофор» разросся до федеральных масштабов с оборотами в десятки миллиардов рублей. Активная экспансия в другие регионы стартовала в 2013 году. До этого времени масштабирование шло в пределах Сибири. В 2017-м «Светофор» зашёл на рынок Москвы и Подмосковья. Тогда же началась международная экспансия.

На сегодняшний день «Светофор» входит в пятёрку торговых сетей по обороту и числу магазинов. На первом месте — по региональному охвату (76 регионов).



Бизнес-модель «Светофора» построена как **жёсткий дискаунтер** с самообслуживанием — ставка делается на максимальную оптимизацию расходов. Оформление торгового зала — простейшее. Это складские или полускладские помещения в промзонах городов с минимумом трат на отделку и интерьер. Оптимизируются также расходы на персонал — количество сотрудников урезано, а оставшиеся многофункциональны: один человек может выполнять одновременно задачи приёмщика товара, грузчика и закупщика (порой в этот перечень встает и должность кассира, чем чёрт не шутит). Раскладка товара — простейшая, товары выставляются прямо на грузовых палетах. Красота, аккуратность и продуманность раскладки — это не про жёсткие дискаунтеры.

В погоне за удешевлением логистики такие дискаунтеры выстраивают прямые договорённости с поставщиками продукции — так, что продукты от производителя поступают сразу в магазин, минуя посредников и перекупщиков. Для поставщиков «Светофор» привлекателен тем, что из-за узкого ассортимента продажи товара будут непропорционально высокими по сравнению с сетями, предоставляющими покупателю больше выбора.

Бизнес-модель «Светофора» исключала все лишние расходы, начиная с хранения и освещения и заканчивая рекламой и общением с прессой. Всё это вкуче позволяет минимизировать траты и предложить покупателям наиболее выгодные цены на товары — на 10–20% ниже среднерыночных.

Притом, по данным собеседников Forbes, сами Шнайдеры при запуске жёстких дискаунтеров не ожидали такой популярности этого формата: «Однажды в беседе один из Шнайдеров признался, что они рассчитывали лишь на 1,5% покупателей от того населенного пункта, где будет расположен магазин». Кроме того, если верить собеседникам издания, несмотря на сильно разветвлённую структуру, управление розничной сетью всегда осуществлялось из Красноярска.

Низкое качество и просрочка

В России появление и расцвет дискаунтеров протекал на фоне падения реальных доходов населения. Шнайдеры очень удачно прочувствовали веяние времени — бедность, обнищание и желание населения экономить на продуктах питания и быта. Последние лет восемь количество таких магазинов год от года росло в геометрической прогрессии.

Помимо минималистичного сервиса, побочным эффектом повсеместного удешевления становится невысокое качество продукции. Товары в «Светофоре» представлены, как правило, от мелких производителей с нераскрученными брендами — доля известных марок в ассортименте в среднем не превышает 10-15%. Сеть заключает прямые договоры с производителями. Закупочная цена должна быть на 20-30% ниже, чем у поставщиков-конкурентов. Качество в этой схеме, понятное дело, уходит на второй план. Кроме того, «Светофор» активно скупает стоки у поставщиков — продукты с истекающим сроком годности, которые сливают по сниженной цене.

Непубличные люди

Известно, что до «Светофора» семья Шнайдеров владела оптовой компанией по продаже пива и слабоалкогольных напитков «Ленком» и сетью пивных магазинов «Напильник».

Шнайдеры отличаются непубличностью, скрытностью. Открытой информации о них нет — равно как интервью или каких-либо комментариев в прессе. Более того, достоверно неизвестно, как выглядят бизнесмены. Шнайдеры абсолютно вне пубрики, что создаёт дополнительный ореол таинственности вокруг их сети.

На закрытость жалуются в том числе контрагенты. *«Когда впервые с ними столкнулся, немножко охренел от того, какие они таинственные. Мне понравился концепт, я передал через общих знакомых, что хотел бы встретиться. Никто даже не перезвонил! У нас в ритейле так не принято. Все друг с другом общаются»*, — цитирует The Bell одного из бывших руководителей нескольких торговых сетей.

Или, к примеру, Forbes, рассказывая о становлении бизнес-империи Шнайдеров, приводит эпизод 2016 года, когда сотрудники Центрально-Сибирской торгово-промышленной палаты безуспешно пытались выйти на владельцев сети, оставляя в магазинах письма с коммерческим предложением, но на связь никто не вышел. *«Мы работаем со всеми крупными*



предпринимателями в регионе, но владельцы Шнайдеры с нами никогда не сотрудничали. В палату сами не обращались», — цитирует издание представителей палаты.

Собственно, самим журналистам Forbes тоже так и не удалось связаться ни с кем из членов семьи.

Внутренняя структура «Светофора» тоже наводит тень на плетень. По данным The Bell, дискаунтеры «Светофор» оформлены на сотню ООО в разных регионах. Структура управления децентрализована: после открытия десятка магазинов в регионе регистрируется юрлицо, в котором руководитель получает миноритарную долю. Однако основными владельцами компании остаются Шнайдеры.

Валентина Шнайдер в операционной деятельности не участвует, всеми делами ведают её сыновья: за операционное управление отвечает Андрей, а за стратегию — Сергей.

Богатейшая женщина России

По данным Forbes, на Валентину Шнайдер зарегистрировано более чем 50 юрлиц, связанных с ритейлером. Её состояние издание оценило в 650 миллионов долларов, поместив её на 182 место в рейтинге богатейших

бизнесменов России за 2021 год. Валентина Шнайдер также попала в рейтинг 25 богатейших женщин России.

По оценке агентства Infoline, сеть «Светофор» насчитывает около 2200 магазинов и стала самой быстрорастущей продуктовой сетью по итогам 2020 года. Выручка компании выросла почти на 40%, до 201 миллиарда рублей.

Но, кажется, сеть до сих пор не исчерпала потенциал роста. Покуда население будет беднеть, требования к качеству продуктов и сервису останутся на третьих ролях.

Автор: Макс Веселов © Babr24.com ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС, РАССЛЕДОВАНИЯ, КРАСНОЯРСК, РОССИЯ
👁 48686 23.02.2023, 00:09 📄 564

URL: <https://babr24.com/?IDE=242052> Bytes: 8406 / 7976 Версия для печати Скачать PDF

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Вайбер](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Красноярском крае и Хакасии:
krasyar.babr@gmail.com



Автор текста: **Макс Веселов**,
политический обозреватель.

На сайте опубликовано **1440**
текстов этого автора.

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: equatoria@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](#)