Опубликовано: 30.07.2010

Сделать краше жемчужину Полесья

Интервью с руководителем Светлогорского райпо Еленой Лаптевой

Вряд ли кто станет оспаривать тот факт, что лицо потребительской кооперации во многом определяет торговля, как основной движущий фактор других важнейших отраслей экономики Белкоопсоюза. По итогам финансово-экономической деятельности за 2009 год Светлогорскому райпо, которым руководит Елена ЛАПТЕВА, присужден «Почетный знак» Белкоопсоюза в номинации «За высокую культуру торгового обслуживания населения». Даже при беглом знакомстве с торговой сетью Светлогорска становится понятно, что среди конкурирующих структур иной формы собственности районная потребительская кооперация занимает, как никогда, прочные позиции.

— **Какие же слагаемые позволили коллективу потребкооперации одного из полесских районов республики стать лучшим в сфере торгового обслуживания населения?**

— Мы немало сделали для развития сферы торгового обслуживания на селе, в качестве стимула руководство города пошло нам навстречу и разрешило потребкооперации открыть в Светлогорске ряд магазинов. За счет достигнутого здесь эффекта мы сможем компенсировать издержки сельской торговли, — рассказывает председатель правления Светлогорского райпо Елена Лаптева. – Выполнение социально значимой госпрограммы по развитию и возрождению села сопряжено с затратами, которые вряд ли когда-нибудь окупятся.

В городе мы реконструировали продовольственный магазин «Полесье», обновили в нем торговое оборудование, открыли круглосуточный отдел по продаже продовольственных товаров, в том числе и спиртного. Перепланировка позволила в бывших складских помещениях создать кондитерский отдел, в котором продаем сладкую продукцию отечественных производителей. В магазине также открыт цех по производству полуфабрикатов, особенность которого в том, что по желанию покупателей продавцы возьмут с витрины понравившийся кусок мяса и приготовят из него фарш по всем правилам (такого уровня сервиса и индивидуального подхода к покупателям в столичной торговле лично я не встречал. — Авт.).

Это любимый магазин у жителей 6-го микрорайона Светлогорска – его торговая площадь чуть более 100 квадратных метров с ежемесячным оборотом 500—550 млн. рублей. Следующий этап — строительство в Светлогорске магазина промышленных товаров на долевом участии, который мы назвали «Жемчужина Полесья». Он появился среди жилых новостроек, ранее в этом микрорайоне не было магазина промтоваров. Отклики покупателей о нем самые положительные, по товарному ассортименту он настоящая жемчужина. Мы также реконструировали универсам «Октябрьский», который решением райисполкома был безвозмездно передан райпо. Универсам — один из престижных торговых объектов города, но при передаче его райпо было поставлено условие: открыть на торговых площадях универсама магазин «Овощи—фрукты». Мы это условие выполнили и за счет хранения ряда товаров в подвальном помещении открыли дополнительно еще и кафетерий. У входа в универсам оборудовали открытую летнюю площадку, где можно под навесом попить пива или кваску, поесть мороженого.

Хотя Светлогорское райпо и не выполнило в 2009 году прогнозный показатель по темпам роста товарооборота, он был и остается ныне лучшим в системе потребкооперации Гомельщины.

— **Елена Евгеньевна, Светлогорский район пересекают автотрассы международного значения. Каким вам представляется развитие здесь придорожного сервиса?**

— Наши объекты придорожного сервиса, а их около десятка, вызывают положительные отклики у посетителей как рекламным оформлением, так и качеством обслуживания. Мы стремимся развивать все в комплексе: торговлю и общепит. В агрогородке Полесье решением Гомельского облисполкома в структуру придорожного сервиса включены кафе и продовольственный магазин. Почему-то под придорожным сервисом все традиционно понимают общепит, но облисполком придает не меньшее значение и ассортименту товаров в продовольственном магазине. За прошедшие 5—6 лет потребкооперация доминировала по привлечению в районную экономику инвестиций, в том числе собственных и инновационных средств Белкоопсоюза. Это отчасти было связано с подготовкой Речицы к празднику урожая «Дажынкі»: гости и участники из Минского и Гродненского регионов съезжались в Речицу по трассе мимо наших объектов придорожного сервиса. Самое интересное, территория Светлогорщины расположена так, что непосредственно магазинов Речицкого райпо по дороге оказалось меньше, нежели объектов Светлогорского райпо. Поэтому мы готовились к «Дажынкам» параллельно с соседями и приводили все придорожные объекты в должный порядок.

— **Не свойственная ранее потребкооперации деятельность** — **открытие райпо собственной автошколы** — **принесла ожидаемый результат?**

— Когда появилась задумка открыть автошколу райпо, в Светлогорске были огромнейшие очереди, чтобы пройти обучение на получение водительского удостоверения. Конечно, ныне ситуация изменилась: очередей на обучение в автошколах нет, кризис внес свои коррективы. Даже автошкола ДОСААФ испытывает определенные трудности с набором курсантов. До 100 человек приходится обзванивать, чтобы собрать группу из 25—30 курсантов. Однако свою нишу за непродолжительное время работы в этом секторе услуг Светлогорское райпо все же заняло. Мы построили собственный автодром, купили 4 новых автомобиля ВАЗ-21074. Почему именно «жигули»? Это связано с тем, что если не сдаешь с первого раза, то повторно на пересдачу необходимо ехать в Речицу, именно там находится МРЭО ГАИ.

А так как в речицкой госавтоинспекции используют для пересдачи «жигули», в интересах наших курсантов, чтобы им было проще пересдавать, мы также приобрели данную марку.

Важный итог работы автошколы заключается в том, что среди наших курсантов самый высокий процент сдачи экзаменов как по теории, так и по вождению. Относительно других автошкол Светлогорска этот показатель составляет 90 процентов. Обычно, если кто-то не сдает с первого раза вождение, наши мастера «докатывают» с ними определенное количество часов. Чтобы заинтересовать клиентов, мы им разрешили вносить стоимость обучения частями, в три этапа ежемесячно. На должность начальника автошколы, что также немаловажно, пригласили опытного специалиста Сергея Усова, имеющего квалификацию и специальное инженерное образование.

Я думаю, что наша автошкола будет пользоваться заслуженным авторитетом у светлогорцев, единственный ее минус – это не очень удачное месторасположение. Поэтому на ближайшую перспективу мы договариваемся с отделом образования, чтобы нам выделили под классы другое помещение в центре города.

— **В Светлогорске немало частных магазинов. Как вы с ними делите монополию?**

— Сегодня наступил тот период, когда наших конкурентов ни в какие рамки не поставишь. Они грамотно ведут свои дела, и выискивать у них нарушения — не лучшее средство соперничества за место под солнцем. Я сторонник несколько иных методов: надо опережать частника, нашего основного конкурента, на несколько шагов. Практика свидетельствует: если отстал от них на год, то это всего лишь иллюзии, на самом деле отставание соизмеримо с отрезком в 5—6 лет. Поэтому мы активно работаем в таких больших поселках, как Паричи и Сосновый Бор, чтобы нас оттуда не вытеснили частные структуры. Мы пошли даже на то, что в системе потребительской кооперации получили право устанавливать надбавку на социально значимые товары. Мы должны поскорее уйти от психологии, что с частником надо бороться административными средствами, надо как можно лучше работать по всем направлениям. Нам необходимо расширять товарный ассортимент в обязательном порядке, но для нас сдерживающий фактор в том, что мы завязаны исключительно на товаре, который предлагает «Белкоопторг». В част-ности, мы открыли ювелирный отдел в магазине «Жемчужина Полесья». Если выбор серебряных украшений там достаточно широкий, то по золотым украшениям «Белкоопторг» очевидно недорабатывает.

Промтоварный магазин «Жемчужина Полесья» современное городское предприятие Светлогорского райпо, о котором стоит сказать отдельно. В этом магазине нынешним жарким летом мы смогли создать ажиотажный спрос на шубы одного из российских производителей. Что вы думаете?! Сюда тут же прибежали товароведы из местного горторга с блокнотами и ручками и стали переписывать реквизиты всех наших поставщиков. Так что не всегда потребкооперация идет позади, в условиях рынка всегда надо работать на опережение.

— **В пик заготовок дикорастущих ягод в адрес потребительской кооперации прозвучал ряд замечаний относительно того, что весь урожай, в частности, черники отправляется на экспорт. Получалось так, что отечественный покупатель вынужден был идти за свежей лесной ягодой не в магазин, а на рынок и приобретать ее там с большой переплатой. Как организована торговля данным видом заготовительной продукции в Светлогорске?**

— Вы можете убедиться, что в наших городских магазинах черника теперь уже по 9 тысяч рублей за килограмм имеется в свободной продаже. Мы успешно продавали чернику еще до того, как прозвучала критика в адрес потребительской кооперации в одном из телерепортажей. Когда мы ее закупали по 3 тыс. 500 рублей за килограмм, розничная цена была 5 тыс. 200 рублей. Поначалу завезли в «Октябрьский» универсам 5 ящиков ягоды, которая была раскуплена где-то в пределах полутора часов, потом еще — 10 ящиков.

И вся ягода разошлась, как говорится, на ура. Понятно, что в такую жару не каждый человек поедет в лес за черникой: куда проще прийти в магазин и купить там свежие ягоды. Если теперь продаем чернику по 9 тысяч за килограмм, то у бабушки на рынке поллитровая баночка стоит 15 тысяч рублей. Мы успешно продавали не только чернику, но также смородину и малину. Имеем возможность шоковой заморозки ягод в камере, а также ввели в действие холодильник с фреоновой установкой. Определенную часть заготовленных ягод уже заморозили и будем продавать в зимний период как в магазинах, так и в системе общепита. Пытались продавать и лисички, но из-за случившейся засухи их очень мало, недостает объемов для розничной продажи.

Кстати, нынешний сезон показал, что мы успешно можем конкурировать с коммерсантами на ягодном поле. Сегодня уже нет такого положения вещей, когда у них закупочные цены выше, нежели в магазинах райпо. Реагируем мгновенно: поднимают они, мы тут же поднимаем выше их уровня. Причем закупочная цена на чернику в разных населенных пунктах неодинакова и зависит от уровня цен, которые сформированы конъюнктурой рынка в данной местности. Практически ежедневно принимаем решение по ценам и по каждому населенному пункту утверждаем различные закупочные цены. Были такие парадоксальные случаи, когда

по одному и тому же населенному пункту в Светлогорском районе цена на чернику менялась дважды в день. Конечно, задание по заготовке черники мы не выполняем: вместо необходимых 60 пока заготовили только 15 тонн. Это связано с недостатком урожая лесных ягод из-за разразившейся засухи. Виной тому и еще одна опасная тенденция: массовый сбор черники для заготовок так называемым комбайном, который уничтожает кусты на корню. Поэтому старожилы ягодно-грибной заготовительной кампании утверждают, что если «гребеночное» варварство не остановить, то через 3—4 года мы будем радоваться не тоннам, а килограммам заготовленной черники. Само растение и вовсе может оказаться в Красной книге.

— **Сколь успешно развивает Светлогорское райпо другие заготовительные направления?**

— В последнее время активно развиваем заготовки овощей у населения, хотя иногда руководство местной овощной фабрики на нас и в обиде. С населением работать нам гораздо удобнее, в частности, нам проще с владельцами личных приусадебных участков находить консенсус и по вопросам качества, объемам и закупочной цене на сельхозпродукцию. Если нам надо, к примеру, 100—200 килограммов определенного овоща, то под заказ частник сам доставляет сельхозпродукцию в райпо. Тем самым мы стимулируем развитие и личных подсобных хозяйств Светлогорщины, о чем недавно говорил глава государства. Если в прошлом году был неурожай яблок, то виды нынешнего сезона многообещающие и основной заготовительный оборот должен сложиться на яблоках. Уже заготовлено более 50 тонн яблок, которые у нас покупают Речицкий и Гомельский винзаводы. В нынешнем сезоне мы намерены работать также с винзаводами других областей, у которых будут более выгодные ценовые условия.

Надо еще сказать и о таком показателе, как экспорт, в част-ности, уже в этом году мы отправляли в Россию огурцы и чернику. В декабре минувшего года заказывали автотранспорт и завезли 20 тонн масла сливочного в Казахстан. Также хорошо торгуем в городе Ивантеевке Московской области, побратиме Светлогорска, где я побывала в составе делегации на празднике города. Конечно, дорога туда не близкая. Вместе с тем нас не очень охотно там принимают, так как мы подрываем торговые дела местным предпринимателям. Что касается российской потребительской кооперации, то она в Московской области осталась выборочно, в той же Ивантеевке наши коллеги кооператоры не работают. Мы отправляли туда по 5—6 машин с продовольствием и промышленными товарами – все уходило, как с молотка. Также использовали рефрижератор, который закупили в прошлом году для перевозки черники – возили в нем в Россию и колбасные изделия, и сало, и тушенку.

— **Елена Евгеньевна, столь бурному развитию кооперативной торговли на селе и в райцентре, безусловно, потребуются соответствующего уровня кадры. Ощущается ли их дефицит в Светлогорском райпо?**

— Для нас – это очень серьезная проблема, о чем я говорила и на сессии областного Совета депутатов. Бывает даже так, что в ущерб работе одного предприятия приходится переводить продавца в другой магазин. Самое парадоксальное, что такие же проблемы испытывают в том числе и магазины иной формы собственности. Казалось бы, всегда существовала проблема с подбором кадров для сельского магазина, но чтобы с аналогичной ситуацией столкнуться в городе, никогда бы не подумал. Более того, сегодня зарплата у продавцов также подтягивается до хорошего уровня, но среди них имеющих специальное образование процентов 50 не более. Вся оставшаяся часть продавцов обучена индивидуально, практическим методом и нередки случаи, когда такие специалисты работают гораздо лучше за прилавком, нежели выпускники специальных учебных учреждений. В такой престижный магазин, как «Жемчужина Полесья», практически весь коллектив пришел работать из госторговли, за исключением нескольких молодых девушек. От желающих трудоустроиться не было отбоя, для отбора продавцов был объявлен конкурс и решение, кого туда взять, принимали члены правления райпо. В личной беседе учитывались все факторы: образование, опыт работы и то, как они себя зарекомендовали на прежнем месте работы. Надо признать, что все проходило не без обид, но для того и объявляли конкурс, чтобы выбрать лучших. Может поэтому, когда приезжают к нам из других регионов страны да и республик, с трудом верят, что магазин «Жемчужина Полесья» — детище Светлогорской потребительской кооперации.

Заметили ошибку? Пожалуйста, выделите её и нажмите Ctrl+Enter

sparrow.

Синие карточки: будут или нет? Собрали мнения
BETONMOBILE.RU

Митя Фомин сделал откровенное признание о буллинге! Его называли
GORSITE.RU

Фанаты ликуют! Емельяненко смог сделать это
MMA.METARATINGS.RU

Люди оборачиваются. Как живет 17-летняя девушка с редчайшей кожной болезнью
63.RU

Есть у Анаст Заворотнюк жизнь? Гово
FTIMES.RU