Опубликовано: 6 ИЮЛЯ 2020

ИСТОЧНИК: ГАЗЕТА «РЭСПУБЛІКА» Рэспубліка

Председатель Правления Белкоопсоюза Валерий Иванов — о том, как кооператоры перестраивают свою работу в новых экономических условиях

«Во время пандемии наши автомагазины работают в штатном режиме»

Одна из самых многоотраслевых организаций страны со столетней историей — Белкоопсоюз — 4 июля отметила профессиональный праздник. Нынешний год для кооператоров особенный и непростой. Завершается очередная пятилетка, строятся планы на новую. Растет конкуренция в городах со стороны крупных розничных сетей, коронавирус «переписывает» планы, заставляя уходить в онлайн, а в офлайн соблюдать строжайшие меры предосторожности. Как справляется с вызовами времени потребительская кооперация? О делах насущных и планах на будущее мы поговорили с председателем Правления «Белкоопсоюза» Валерием Ивановым.



Валерий ИВАНОВ.

ФОТО ВЛАДИМИРА ШЛАПАКА

Программа развития

— Валерий Николаевич, недавно общее собрание представителей членов Белкоопсоюза избрало вас на новый срок председателем Правления — значит, непосредственно под вашим руководством и будут происходить грядущие перемены. Какие конкретно?

— Развитие торговли на ближайшую перспективу — это помимо ребрендинга и модернизации торговых объектов цифровизация и автоматизация рабочих процессов, развитие интернет-торговли, программ лояльности для покупателей и многие другие мероприятия, направленные на повышение эффективности и качества обслуживания населения.

Облако хранения данных, доступ к нему всех заинтересованных служб, управление потоками товаров из единого операционного центра, широкие возможности для аналитики и максимальная разгрузка продавцов — так схематично выглядит автоматизация бизнес-процессов в торговле потребкооперации, которая сейчас идет повсеместно. Войдя в программу, можно увидеть, в каком магазине, по какой цене, в каком количестве имеется тот или иной товар, и проследить его движение.

Кроме того, в автоматизированных торговых объектах получаем увеличение розничного товарооборота на 5—20 процентов.

Стандарты жизни

— **Несколько лет назад Президент поставил перед Белкоопсоюзом задачу организовать торговое обслуживание сельского населения на уровне не хуже, чем в городе. Удалось?**

— Сегодня житель каждой деревни может приобрести все необходимые продукты питания и товары повседневного спроса как в стационарных магазинах (их у нас в сельской местности свыше 4000 — 69,3 процента от общего числа), так и более чем в 600 автомагазинах.

Но главное, на мой взгляд, доброжелательность и внимание продавцов — покупатель должен почувствовать себя в магазине нужным. Все связанные с профессиональным этикетом вопросы отражены в новом корпоративном документе — Стандартах торгового обслуживания. Предусмотрели все — от дресс-кода, макияжа и прически до правил поведения в случае возникновения конфликтных ситуаций и работы с замечаниями посетителей.

В этом году внедрили практику фотоотчетов: по запросу каждый продавец должен быть готов в любой момент посредством мессенджера предоставить изображение хлебного прилавка, выкладки воды или консервированной продукции.

— **Как решается проблема с нерентабельными торговыми точками? Реально ли сделать торговлю на селе прибыльной, сохранив социальную ответственность?**

— Несмотря на то что по социальным стандартам в малых населенных пунктах с численностью жителей менее 200 человек может не быть стационарного магазина, у нас 1,3 тысячи магазинов в таких деревнях. Как правило, они убыточны. Однако мы продолжаем нести социальную нагрузку, потому что зачастую магазин потребкооперации — это еще и центр общественной жизни для сельских жителей. Оптимизация неэффективной стационарной торговой сети происходит только по согласованию с райисполкомом и местным населением. Если закрываем нерентабельный магазин, тогда в деревню пускаем автолавку.

Конкуренция — двигатель торговли

— **И как же наша потребкооперация собирается выиграть конкурентную борьбу у популярных торговых сетей?**

— По статистике, ежегодно количество торговых объектов в стране увеличивается в среднем на 3000. Белкоопсоюз принял Концепцию устойчивого развития, важная составляющая которой — переход на новую организационную структуру. За счет укрупнения организаций, создания межрайонных потребительских обществ реорганизованы 44 юридических лица. Созданы областные потребительские общества в Витебской, Гомельской и Минской областях. Перестроена работа всех торговых объектов.

На развитие материально-технической базы отрасли за последнюю пятилетку направлено 67 миллионов рублей, или 40 процентов всех капитальных вложений системы. Открыт 181 современный торговый объект, из которых 47 построено с нуля. Приобретено 122 автомагазина. Модернизировано 514 магазинов.

За последние два года проведены масштабные работы по переформатированию торгового обслуживания. Под единым узнаваемым брендом «Родны кут» работает подавляющее большинство объектов. Из 4355 магазинов в 776 проведен полный ребрендинг. Кроме того, появились магазины принципиально новых форматов — 114 узкоспециализированных объектов: «PROзапас», «Сладкий терем», «Садовый центр», «Зеленый посад», «Уютный дом» с широчайшим ассортиментом и выгодными ценами.



Всегда людно в магазине «PROзапас» в агрогородке Жемчужный Барановичского района.
ФОТО БОРИСА НОВОГРАНА

Мы видим, что переформатирование и модернизация привлекают в наши магазины новых покупателей.

Важным направлением стало развитие торговли в формате интернет-магазина с доставкой товаров потребителям, которые уже работают в 15 регионах. Услуга особенно актуальна с учетом нынешней эпидемиологической ситуации. Наша основная задача — в максимально сжатые сроки охватить всю обслуживаемую территорию.

Постановлением Правления Белкоопсоюза разработаны новые современные требования, предъявляемые к автомагазинам, которые концептуально будут пересекаться с оформлением торговой сети «Родны кут».

Но если говорить об альтернативе системе потребительской кооперации, то она есть только в крупных населенных пунктах. Даже с принятием Указа Президента № 345, которым определены преференции для развития торгового бизнеса на селе, ни один частник не открыл магазин в деревне, где проживает менее 100 человек. А наши автомагазины приезжают и туда, где остались 1—5 жителей, и даже за 100 с лишним километров.

А что касается реализации индивидуальными предпринимателями «дешевого товара», то их ассортимент представлен в основном импортом, причем не всегда высокого качества, да и санитарные условия оставляют желать лучшего. И отмечу, что во время пандемии большинство частников исчезло, самоизолировалось, в то время как наши автомагазины продолжают работать в штатном режиме.

Сладка ягода

— **День кооперации, наверное, не случайно празднуется в разгар сезона заготовок. Каковы виды на урожай овощей, плодов, ягод? Сколько и чего потребкооперация готова закупить у населения и фермеров?**

— Белкоопсоюз выстроил эффективную схему закупок излишков сельхозпродукции с личных подворий. До начала сезона заготовок с фермерскими хозяйствами заключено 380 договоров на 12,8 тысячи тонн сельхозпродукции.

По заготовкам за 5 месяцев года, несмотря на холодную весну, идем с темпом роста 109,1 процента к аналогичному периоду 2019 года — закуплено сельхозпродукции на 129,9 млн рублей, в том числе у населения на 77,3 млн рублей (плюс 19,4 процента).

Кроме того, у нас действует 136 рынков. Это около 35 000 торговых мест во всех регионах, в том числе для реализации сельскохозяйственной продукции — 6,9 тысячи торговых мест. Тем самым предоставляем сельчанам возможность самостоятельно продать все, что они вырастили.

При этом кооператоры в определенном смысле формируют и спрос, стимулируя производителей заниматься востребованными культурами. К примеру, арбузы сложно назвать традиционными для нашей агросферы, но вот уже на протяжении пяти последних лет ежегодно продаем их свыше тысячи тонн. Когда-то считалось нетрадиционным выращивание голубики, малины садовой, болгарского перца, а сегодня оно массовое. Отечественные томаты появляются в наших магазинах уже в конце февраля — начале марта, огурцы — в апреле. Реализация садовой земляники ежегодно увеличивается на 25—30 процентов.

Нынче заготовителям сложно придется: если раньше прежде всех с клубникой и овощами стартовала Брестчина, то уже второй год подряд из-за погодных условий наблюдается практически одновременное начало созревания урожая по всей стране.

Натуральный продукт

— **Как обстоят дела в кооперативной промышленности? Пользуются ли спросом хлеб, кондитерские изделия, колбасы?**

— С начала года предприятия кооппрома выпустили продукции на 127 млн рублей. Производство мясных полуфабрикатов увеличилось на 4,6 процента, консервов — на 31, безалкогольных напитков — на 15, минеральной воды — на 35, пищевой рыбной продукции — на 15,8, быстрозамороженной продукции — на 6 процентов. Планируем переработать более 20 тысяч тонн отечественных фруктов и овощей, что в 1,4 раза превысит объем минувшего года.

Спрос активизируется, потому что люди поняли: важная отличительная особенность нашего производства — натуральность продукции, верность национальным гастрономическим традициям, сочетание классических технологий с современными тенденциями. Особое внимание сейчас уделяем продуктам здорового питания, при производстве которых максимально используется натуральное сырье. В хлебопечении это, например, пшеничные отруби и клейковина, гречневая и овсяная мука, хлопья, плющеное и дробленое ржаное зерно, плодово-ягодные культуры, льняное семя, солодовая мука. Тенденцию поддержали все хлебозаводы системы. А квашения, моченья и соленья и вовсе уникальный и узнаваемый бренд потребкооперации.

Еда с доставкой на дом

— **А нужны ли сейчас сельские столовые, которых у вас тоже немало?**

— Услуги общественного питания в потребкооперации оказывает более 1200 объектов на 61 000 мест, в том числе свыше 500 — на селе. Инфраструктуру продолжаем поддерживать, причем в некоторых регионах мы в этой сфере единственные. Во всех объектах розничной торговой сети и автомагазинах принимаем предварительные заказы от населения на изготовление кондитерских, кулинарных изделий и полуфабрикатов. И на них есть спрос. Постоянно обновляем ассортимент: за 2019 год внедрено в производство 260 новых наименований изделий, блюд национальной белорусской кухни, в том числе с применением технологии шоковой заморозки.

Ежегодно в весенне-летний период прирастает мелкорозничная сеть. Дополнительно функционирует 160 мини-кафе с удлиненным режимом работы, 270 павильонов, 290 летних площадок, 500 точек выносной торговли. Организована работа мобильных объектов в местах отдыха, проведения культурно-массовых мероприятий («Дожинки», «Славянский базар», «Александрия собирает друзей»), спортивных форумов.

Кроме того, обеспечиваем питанием механизаторов в сезон массовых сельхозработ. В этом году во время посевной полноценные обеды, стоимость которых не превышала пяти рублей, получили 3000 механизаторов в 138 хозяйствах.

На протяжении нескольких лет в нашей системе успешно развивается новая, современная сеть под единым брендом «ЛепимСами» с приготовлением пельменей, пиццы, блинов по особой рецептуре на виду у посетителей, а также сеть кафе «Еда&Кофе» с широким ассортиментом горячих напитков, кондитерской и кулинарной продукции. В системе функционирует 36 таких объектов. Товарооборот в них увеличился более чем в 2 раза.



Автомагазины потребкооперации приезжают и туда, где остались всего 1—5 жителей, и даже за 100 с лишним километров.
ФОТО АЛЕКСЕЯ ВЯЗМИТИНОВА

Экспортный конвейер

— **Много ли удается продать продукции за рубеж? Что экспортируете и в какие страны?**

— По оперативным данным, за январь — май экспорт товаров организаций потребительской кооперации достиг 18,1 млн долларов США, темп роста к уровню аналогичного периода 2019 года — 126 процентов. Сальдо положительное — 13,3 млн долларов США. Экспортные поставки осуществляются в 13 зарубежных стран и 22 региона России. Новые направления — Дания, КНР, Чехия, Эстония, Литва, Вьетнам.

В структуре экспорта ключевые позиции — мясо крупного рогатого скота (57,7 процента), пушно-меховое сырье и выделанные шкурки норки (27,9 процента), а также свежие фрукты, овощи, включая картофель, дикорастущие ягоды и грибы, вторичное сырье. Спрос растет, особенно на мясо, дикорастущие ягоды, пушнину.

В нынешнем году унитарное предприятие «Белкоопмех» впервые поставило в Китай выделанные меховые шкурки норки на 528,3 тысячи долларов США.

— **Спасибо, успехов системе в дальнейшей работе и с наступающим Днем кооперации!**

ЗАГОТОВИМ ПРО ЗАПАС

В 2020 году потребкооперация планирует закупить картофеля более 34 000 тонн, овощей — 48 000 тонн, плодов и ягод — не менее 80 000 тонн, дикорастущей продукции — 3,1 тысячи тонн, мясопродуктов — 37,4 тысячи тонн, вторсырья — 495 000 тонн.

Для максимального охвата всех населенных пунктов к заготовкам привлечено более 700 приемозаготовительных пунктов, свыше 4000 сельских магазинов, работают 750 штатных заготовителей. С мая по октябрь дополнительно задействовано около тысячи внештатных заготовителей.

ЦИФРЫ СКАЖУТ ВСЕ

Белкоопсоюз объединяет свыше 350 000 членов — пайщиков, обеспечивает занятость, социальные гарантии и стабильный доход 47,8 тысячи человек, обслуживает 3,3 млн человек, или 35 процентов населения страны, в том числе все сельское.

Практически каждый третий работник системы — продавец. Это 14 300 человек, из них 98,5 процента — женщины. Почти пятая часть в возрасте до 31 года. Много и достигших пенсионного возраста — 15,7 процента.

В Белкоопсоюзе насчитывается 5830 стационарных торговых объектов, 585 автомагазинов, ведется торговля с 800 мест на рынках и с более 400 точек мелкорозничной торговли.

aelita@sb.by
Полная перепечатка текста и фотографий запрещена. Частичное цитирование разрешено при наличии гиперссылки.

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



Аэлита СЮЛЬЖИНА

sparrow.

Лобода показала свою суть на концерте в Ереване! Это дно

LADYS.MEDIA

Допрыгался! В Москве арестован Смольянинов*

OSNMEDIA.RU

Где свет у нас отключат однозначно

SUTYNEWS.RU

Павлодар заполонили силовики — что творится в городе

PAVON.KZ

Успеть за 60 д закончить все Нового года и скатиться в а

ABSATZ.MEDIA