



Пройдут по цепочке В Башкирии проверят обоснованность повышения цен

РЕГИОНАЛЬНОЕ управление ФАС выяснит причину резкого роста цен на продукты питания. Эксперты считают, что оно не соответствует конъюнктуре рынка. По словам заместителя руководителя УФАС по РБ Расимы Саляхутдиновой, это связано не только с производителем, нужно проверить всю «цепочку». Между производством и торговлей есть промежуточное звено, которое и позволяет поэтапно наращивать цены.

Сила бренда

Продукты питания местного производства продвигаются на рынок под единой торговой маркой

ДЕЛОВОЙ ЗАВТРАК

Гульназ Данилова

На прилавках магазинов становится все больше товаров с логотипом «Продукт Башкортостана». Под этим зонтичным брендом объединились производители, получившие дипломы проекта с таким же названием. О том, чем была вызвана необходимость подобной консолидации и перспективах развития этого начинания на «Деловом завтраке» в «РГ» рассказал председатель Госкомитета РБ по торговле и защите прав предпринимателей Рустам Камалетдинов.

Рустам Римович, как появился проект «Продукт Башкортостана»?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Его породила общая для всех производителей проблема — сбыт. Если мы более или менее научились производить и перерабатывать, то в части продвижения собственной продукции заметно отстали. У мелких и средних предпринимателей отсутствуют необходимые компетенции в сфере продажи, потому что они, в силу недостатка необходимых финансовых ресурсов, не могут себе позволить вкладывать деньги в продвижение товара. Проблемы системные, значит, и решения должны быть такими же. Это консолидация предприятий малого и среднего бизнеса, занятого в сфере производства и переработки продукции, под единым брендом.

Процесс идет достаточно быстро — уже 106 предприятий получили право использовать торговую марку «Продукт Башкортостана». Как можно стать участником проекта?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Алгоритм прост. Он представлен на сайте «Продукт Башкортостана» (www.productrb.ru). Прежде всего надо подать заявку — в электронном или письменном виде. После ее рассмотрения на производство выезжает специалист, который проверяет его на соответствие отраслевым нормативам и прочим параметрам. Примерно треть из числа претендентов с первого раза такую проверку не проходят. Но после выполнения наших рекомендаций и устранения недочетов они снова подают заявку. Если по продукции, взятой «с потока» для исследования в нашей лаборатории получено положительное заключение эксперта, предприятию выдается диплом, и оно имеет право использовать логотип «Продукт Башкортостана». Проверки проводятся не только при выдаче диплома. Один раз в квартал мы имеем право проводить контрольную выемку продукции с магазинных полок, и могу сказать, что пока никаких отклонений от норм не выявлено. Предприятия серьезно относятся к этому знаку, потому что он помогает увеличить объем продаж на 15-25 процентов, а бывает что и на 40.

Что еще дает производителю диплом?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Он становится участником сообщества, имеет возможность обучаться у сертифицированных специалистов. Обра-



зовательный сегмент мы ввели после того, как выяснилось, что мало кто умеет правильно составлять коммерческие предложения, проводить переговоры по телефону, позиционировать себя. Также дипломант получает право участвовать в торгово-закупочных конференциях, на которые приглашаются торговые сети регионального и межрегионального уровней. По итогам торгово-закупочных сессий около 25 процентов предприятий-участников заключили договоры с ритейлерами.

Это много или мало? И куда деваться остальным?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: У производителей продукции существует совершенно неправильное представление о ритейле. Всем хочется

Маркировка «Продукт Башкортостана» наносится только на продукцию, качество которой досконально проверено

попасть в крупные торговые сети и мало кто понимает, что это потребует отвлечения огромных финансовых ресурсов и скорее всего приведет к банкротству. Ниша для мелкого и среднего производителя — магазины шаговой доступности, условия сотрудничества с которыми они могут выполнить. И мы ориентируем их именно на этот сегмент.

На последней торгово-закупочной конференции говорилось о том, что в перспективе налаживать контакты с торговлей будут не отдельные производители, а их объединения. О чем идет речь?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Проект может стать основой для формирования пула экопродуктов.

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: О кооперации. Совместно со специалистами министерства сельского хозяйства мы провели две встречи: в Бирском районе — с производителями пельменей и в Туймазинском — с овощеводами. Договорились о том, что предприниматели будут выступать единым пулом. Это поможет снизить издержки на склады, транспортные расходы и быть представленными на торговых прилавках. Но для того чтобы выполнять условия сетей и быть конкурентоспособными, им необходимо выработать в своем кооперативе стандарты, касающиеся технологии производства, упаковки и прочего. И так как продукция будет поступать не от отдельного предприятия, а от кооператива, необходимо контролировать процесс, вводить систему менеджмента качества.

Но ведь при этом они потеряют своих постоянных покупателей, которые привыкли искать в витрине те же пельмени, ориентируясь на производителя?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Они и так теряют и покупателей, и рынок, с которого их вытесняют федеральные и транснациональные сети. Отдельные предприятия не могут выполнить их условия сотрудничества, а вот кооперативам это вполне под силу.

Не означает ли подобная унификация, что с прилавков исчезнет наша местная уникальная продукция?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Ни в коем случае. Наши эксклюзивные продукты, например, казылык, корот, кумыс, мед, будут продаваться под

маркой «Продукт Башкортостана» в так называемых семейных магазинах. Многие думают, что это магазины, которые переходят в наследство от одного поколения к другому. На самом деле имеется в виду такая торговая точка, где продавец знает своих покупателей, их предпочтения, где между ними выстроены теплые, доверительные отношения, как в семье, где происходит общение, обмен информацией. Для таких магазинов проект «Продукт Башкортостана» формирует уникальное предложение по продукции. Кроме того, мы работаем над тем, чтобы все магазины шаговой доступности объединить в один кооператив и создать некую франшизу. Надо сделать так, чтобы они получали продукцию по определенной ассортиментной матрице, отличной от той, что есть в сетях. Обслуживать эти магазины будет единая структура. Частично такая система сформируется с появлением оптово-распределительного центра, строительство которого начнется через год. Он задуман как площадка для торговли мелким и средним оптом.

Какую часть ассортимента магазинов могут обеспечить участники сообщества?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: К концу года мы надеемся, что количество участников достигнет двухсот, и они смогут закрыть 70 процентов ассортимента.

«Продукт Башкортостана» рассчитан только на нашу республику?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Нет, сейчас ведутся переговоры с профильными ведомствами Пермского края, Челябинской и Оренбургской областей о формировании взаимных торговых потоков. Первым шагом на этом пути станет проведение торгово-закупочной конференции в Пермском крае. Год назад подобное было бы проблематично, но, благодаря проекту, в котором участвуют более ста производителей, сейчас у нас есть совокупное предложение. Но в целом для выхода за пределы региона, в том числе и в крупные города России, в частности, Москву, нам необходимы партнеры-дистрибьюторы.

Проект был задуман как помощь в продвижении продукции, но получается, что он играет положительную роль как стимулятор кооперативного движения.

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Да, и это означает, что создаваемые производственные кооперативы вправе рассчитывать на льготы, предусмотренные в федеральной целевой программе, которая сейчас активно обсуждается. Кроме того, проект может стать основой для формирования пула экопродуктов. Дело в том, что маркировка «Продукт Башкортостана» наносится только на продукцию, качество которой досконально проверено. В ней нет вредных или некачественных ингредиентов. К сожалению, у нас нет законов об экопродуктах, и этот пробел мы намерены восполнить, разработав совместно с министерством природопользования и экологии РБ региональные нормативно-правовые документы. Сертифицировать подобную продукцию можно за рубежом, где это отлажено, и поставлять ее на рынок стран, где культура потребления экологически безопасной еды давно сформирована.

ЦИФРА

4

конференции

проведены для участников проекта «Продукт Башкортостана»

КЛЮЧЕВОЙ ВОПРОС

Польза проекта «Продукт Башкортостана» для производителей несомненна. А что он дает потребителям?

РУСТАМ КАМАЛЕТДИНОВ: Население имеет возможность приобрести полноценные и по-

лезные для здоровья продукты питания. Конечно, они несколько дороже аналогов, но в данном случае цена означает качество. Хорошее не может быть дешевым.

Для популяризации торговой марки среди покупателей используются все известные маркетинговые рычаги — реклама, выделение полочного пространства, дегустации.