Последние события в экономике России привели к росту курса доллара и увеличению цен на импортные продукты питания. Каждый россиянин на своем кармане ощутил удорожание практически всех видов плодовоовощной импортной продукции: бананов, винограда, груш, апельсинов, картошки, свежей зелени и т.д., цена на которые увеличилась от 30 до 70%. Однако с ростом цен не произошло качественного скачка. На прилавках по-прежнему черные бананы, зеленые сливы и гнилая картошка. Откуда берется брак, почему с ростом цен не улучшается качество продуктов на прилавках – рассказывает ведущий эксперт по логистике, исполнительный директор компании «МХ-Лоджистик» Игорь Витальевич Шамрин.

- Игорь Витальевич, почему рост цен не повлиял на качество продуктов в магазинах? По идее, качество должно стать соответствующим цене.

- Вы правы в том, что цена на импортную продукцию увеличилась, а за этим увеличением и отечественная продукция стала дорожать. Но по-прежнему осталась в неизменном виде цепочка «производитель – прилавок магазина». И если говорить о плодовоовощной группе продуктов, то именно внутри этой цепочки и происходят все «метаморфозы» с качеством выращенной и доставляемой на прилавок магазина продукции.
Если вспомнить времена СССР, когда даже рекордные выращенные урожаи было сложно собрать, а еще более труднее сохранить – потери были колоссальные, и с этим «наследием» мы продолжаем жить. Поэтому сколько бы ни стоил продукт – брак на прилавке будет иметь место.

За последнее десятилетие ситуация изменилась, но не кардинально. У нас в аграрном секторе по-прежнему отсутствует «культура производства продукта», включающая в себя основополагающие моменты, а именно: посадить, вырастить и собрать урожай, а

также сохранить его, доставить до распределительного склада и до прилавка магазина. В кратчайшие сроки и без потери качества. При этом я уже не говорю о формате или внешнем виде продукции (мытые картошка, морковь, свекла и т.д.) с удобной для покупателя фасовкой: 0,5; 1; 3; 5 килограммов. Именно этим, к сожалению, импортные овощи и фрукты выгодно отличаются от отечественных.

- Если более подробно сказать о российской культуре производства продукции, что именно не так? На каком этапе нарушается цепочка «от грядки до потребителя». Где именно образуется брак?

- В большинстве своем свежие овощи и фрукты имеют короткие сроки годности и относятся к категории скоропортящихся, поэтому на первый план в цепочке «производитель – прилавок» или как вы выразились «грядка – потребитель» выходит логистическая составляющая. Это транспортная и складская логистика, призванная сохранить качество и свежесть продукта на всех этапах: перевозки, передачи и приема на хранение, предпродажной подготовке (на складских распределительных центрах), а также на этапе доставки в торговые точки города.

На каждом из этих этапов нужно соблюсти все технологические требования (соответствующую упаковку продукции, температурный режим, влажность и т.д.). Производитель собрал качественный урожай и сумел сохранить выращенную продукцию до момента ее перевозки, а задача логистики – сделать так, чтобы качество продукции на всех этапах, до момента появления на прилавке, соответствовало качеству «на грядке».

А что мы имеем на практике? На каждом из этих этапов происходят нарушения условий хранения: по температуре, влажности и другим составляющим.

- Как торговые компании, устанавливающие высокие цены продукты, контролируют брак?

- Прежде чем я отвечу на этот вопрос, давайте четко разграничим понятия «брак» и «цена». В современных экономических условиях, а также учитывая наши климатические факторы, соотношение качества продуктов и цены на них — это не прямая зависимость. Рост цен на определенные виды плодовоовощной продукции связан с сезонностью, некоторые виды овощей и фруктов у нас в стране вообще не культивируются. Как яркая иллюстрация - разговор двух дам: Одна спрашивает у другой: «Когда у вас можно купить свежую клубнику?» - «В начале июня», - «Странно, а у нас в 8 утра…».

Конечно, если только речь не идет о специализированных магазинах с концепцией «фреш». Такие магазины компенсируют хорошее качество - высокой ценой, что совершенно не беспокоит постоянных покупателей таких магазинов, с высоким уровнем дохода. Но магазины свежих продуктов - не массовое явление. Большинство торговых точек, включая «народные» сетевые магазины вынуждены продавать то, что поступило к ним на склад. И тут уже вся ответственность лежит на самих сетевых магазинах и их жесткой позиции по отношению к поставщикам плодовоовощной продукции.

У некоторых федеральных торговых сетей существуют свои распределительные складские центры, на которых они отсекают бракованную продукцию, остальные пользуются услугами логистических операторов, имеющих в своем распоряжении складские промышленные холодильники и комплексы с необходимыми температурными режимами. Именно эти два типа компаний выступают первым барьером для недопущения на прилавок некачественной продукции.

При этом нужно справедливо заметить, что федеральные торговые сети достаточно жестко контролируют качество при поступлении продукции на складские распределительные центры, вплоть до того, что имеют право не принимать всю партию товара, обнаружив в ней более 3-5% не качественной продукции, и эти условия фиксируются в заключаемых договорах с поставщиками продукции.

- Но таких «благонадежных» компаний не много? Как происходит, что большинство поставщиков поставляют бракованную продукцию, минуя распределительные центы?
- Вот тут стоить вспомнить про наследие СССР – наши пресловутые овощные базы 50-х годов постройки - прошлый век. Когда поставщики арендовали складские помещения и сами осуществляли всю технологическую цепочку по грузообработке, хранению, комплектации и доставке продукции в торговые точки.

Такие поставщики есть и сегодня. Их доля на рынке продуктов питания весьма высока, а вот их компетенции по осуществлению этапов цепочки «производитель – прилавок» - крайне низкие. Их основная задача продать все, что есть на складе, в различные каналы продаж: сети, магазины или рынки, причем ту же некачественную продукцию по «скидочной» цене, так как на нее тоже есть покупатели. К сожалению – это наши пенсионеры или граждане с низким доходом.

- Если говорить о браке, откуда он в принципе берется, ведь как уверяют поставщики – они поставляют перекупщикам отборные, качественные, свежие продукты?

- Существующая система транспортировки и хранения товара такова, что брак образуется уже в процессе транспортировки и хранения товара. Причина в том, что в цепочке «производитель – прилавок» участвуют не только узкопрофильные компании с соответствующим надлежащими компетенциями, имеющие многолетний опыт в рыночном сегменте. В основном предлагают свои услуги более дешевые компании с «широким профилем».

Реалии таковы, что плодоовощная группа, а особенно так называемый «суповой набор» (картошка, капуста, морковь, свекла и т.д.), за редким исключением, имеют не высокую стоимость 30-50 руб. за 1 кг и не высокую маржинальную доходность, поэтому каждый рубль затрат из расчета на 1 кг продукта имеет весьма существенное значение для поставщиков и продавцов данной продукции.

Они просто вынуждены так сказать «оптимизировать» все этапы цепочки от закупки продукции до поставки на прилавок, и снизить все возможные издержки, пытаясь сохранить, удержать доходность своего бизнеса, что зачастую приводит к порче продукции. А здесь 2 варианта – либо не совсем качественную продукцию продать по сниженной цене либо ее утилизировать. А это платная услуга. Делайте выводы сами.

Большое количество фирм-посредников между грядкой и покупателем приводит к тому, что посредники не следят достойным образом за качеством товара, или вовсе не обладают такими технологиями. Кроме того, транспортировкой и хранением грузов не всегда занимаются профессионалы. Главная задача посредника не сохранить груз – а поскорее продать. В недоспелом или переспелом виде – не важно. Главное получить прибыль. Так и получается, что в торговую точку зачастую поставляют «просрочку». Зато по низким ценам, которые радуют магазины – ведь они тоже хотят сделать наценку.

При таком подходе, какая бы цена на продукты не была - вы имеете шанс получить на своем обеденном столе испорченные овощи и фрукты.

- Система не меняется, или существуют методы, при которых покупатели могут увидеть на прилавках свежий товар?

- Уже сегодня в каждом регионе России существуют высоко-технологичные, профессиональные, специализированные логистические компании, которые способны обеспечить профессиональные компетенции по перевозке и хранению продуктов питания. С непрерывным температурным режимом по всей цепочке: от грядки до момента покупки.

Профессионалы способны и не только правильно перевозить и правильно хранить продукты: они могут - и если хотите - должны быть первым барьером на пути не качественного продукта! Представляя интересы торговых сетей и других каналов реализации продуктов питания, причем не только плодовоовощной продукции, но и всех групп продуктов питания. Это положительно скажется и на качестве товара и на его цене.

- Если такие логистические компании уже существуют, почему не все торговые сети работают по новым стандартам, не используют новые возможности торговли?

- Мир не меняется сразу, ко всему нужно привыкнуть, осознать, увидеть необходимость и экономическую целесообразность, а главное изменить психологию. На моей практике часто встречаются руководители бизнеса, собственники, которые на уровне подсознания и психологи, а зачастую просто привычки - не могут перейти «рубикон» понимания того, что каждый должен заниматься своим делом профессионально. У каждой сферы бизнеса свои компетенции, важно понять, что кто-то может выполнять работу лучше и отдать эти компетенции профессионалам. Тем более, что все риски логистические компании готовы взять на себя. На мой взгляд, время пришло. Как эксперт в логистике могу сказать, что это экономически выгодно для всех: и для сетей, и для 3PL-компаний, и для покупателей, которые получат на свой стол овощи и фрукты в неизменном виде, как только что с грядки.