

ПУТЬ НАВЕРХ ЧЕРЕЗ НИЗКИЙ ХОЛОД

Розничный рынок продуктов питания переживает не лучшие времена. С падением доходов населения и масштабным ростом федеральных сетей покупательский спрос в магазинах у дома заметно ослабевает. Этот процесс напрямую влияет и на работу дистрибьютора — необходимого звена между производителем продуктов питания и торговой точкой.

Председатель Совета Директоров ООО «Торговый Дом КОЛИЗ» **Олег Выперайленко** рассказывает о тенденциях рынка и его перспективах.

Олег Вячеславович, как Вы оцениваете сегодня состояние рынка дистрибуции? — Сегодня мы наблюдаем «идеальный шторм» — в одной точке сошлись все возможные негативные процессы, создающие вместе эффект гораздо более сильный, чем просто сумма всех факторов. Инфляция 2015 г. вызвала дикий рост цен на товары и одновременно падение доходов. Федеральные сети активно открывают собственные распределительные центры и переводят на них товары категорий А и В (наиболее ценные товарные категории, дающие более 90% продаж — прим. ДК), оставляя дистрибьюторам самые невыгодные позиции — либо товары категории С, либо скоропорт. Конкуренцию традиционной рознице сегодня составляют активно растущие магазины федеральных сетей в формате «у дома», что также ослабляет позиции дистрибьюторов.

Каков же выход?

— Необходима диверсификация — уход в производство или логистику. Мы выбрали одновременно и первое, и второе. Сейчас Торговый Дом «Коллиз» является производителем мороженого.

Почему начали именно с него?

— Собственное производство — шаг, нацеленный на перспективу. Поскольку мы качественно работаем с низким холодом, логично было принято решение о вхождении в бизнес по производству мороженого — компанию DAVAICE. Мы объединили наши усилия в производстве, формировании ассортимента, установке оборудования, продвижении брендов и самого продукта на рынке. Мы наладили регулярный сбыт, и уже есть результаты, о которых можно говорить: мороженое марки DAVAICE продается во



Олег Выперайленко,
председатель Совета директоров
ООО ТД «Коллиз»

всех магазинах «Пятерочка» федеральной сети Х5 в Нижегородской области и почти в 3 000 розничных торговых точках.

Вы справляетесь собственными логистическими силами с таким оборотом по мороженому или арендуете площади?

— Еще в начале сотрудничества мы проанализировали рынок — как правило, сдаются площади на территориях бывших производственных баз и хладокомбинатов, введенных в действие еще во времена Советского Союза. Они высокозатратны, сдаются огромными площадями, оснащены небезопасными аммиачными холодильными агрегатами и больше приспособлены для хранения, чем для логистики. Нам как дистрибьютору нужен круглосуточный режим работы, большое количество мест разгрузки-погрузки, стабильный температурный режим. Поэтому в прошлом году мы приняли решение о строительстве собственного низкотемпературного склада на 2300 паллетомест, который удовлетворит и наши собственные потребности, и создаст уникальное предложение по логистике низкого холода для внешних клиентов. Объем инвестиций — 80 млн руб. Срок строительства — 6 месяцев. Планируем открыть склад уже в июле 2016 года. Это и есть наша прогнозируемая точка роста.

В чем уникальность этого предложения?

— Мороженое — это товар, который требует отличной холодопроизводительности и надежности, так как большой температурный перепад может привести к качественным изменениям продукта. Мы используем только безопасные фреоновые холодильные установки, которые соответствуют всем экологическим нормам и к тому же потребляют мало энергии. Низкий холод очень энергоемкий, поэтому основной задачей по установке оборудования было снижение энергозатрат. Мы используем только энергоберегающие технологии, и за счет этого повышаем эффективность услуги.

Вторая основная особенность строящегося склада — применение мобильных технологий складирования на маленькой площади. Будут использованы мобильные основания для стеллажей, которые позволяют на небольшой площади хранить большой объем продукции. К примеру, если на площади 700 кв. м. при обычном складировании можно хранить порядка 1200 паллетомест, то хранение на мобильных основаниях позволяет разместить в 2 раза больше.

Кто они — ваши клиенты?

— В первую очередь, это Торговый Дом «Коллиз», являющийся дистрибьютором мороженого TM DAVAICE и федеральной ком-



Строящийся низкотемпературный склад:

700 кв. м.
размер площадей

6 месяцев
срок строительства

80 млн. руб.
объем инвестиций

пании ИНМАРКО. Во-вторых, площади для хранения замороженной продукции требуются широкому кругу потребителей — как производителям, так и компаниям, специализирующимся на поставках продукции для сегмента HoReCa. Чтобы сформировать для клиента комплексное предложение по логистике, мы закупает специализированный транспорт, оснащенный холодильной мультиустановкой, которая работает в 2 режимах. Таким образом, мы сможем одной единицей транспорта осуществлять одновременную логистику продуктов, требующих разного температурного режима, от -20 до 0, от +4 и выше. Это значительно уменьшает затраты на логистику, позволяя отправлять в торговую точку одну машину вместо двух.

По вашим прогнозам, будет ли расти рынок низкого холода в Нижнем Новгороде?

— Если отдавать предпочтение продуктам с точки зрения диетологов, то на первом месте, безусловно, будут свежие натуральные продукты, на 2 — замороженные, и только на 3 месте — консервированные продукты, прошедшие тепловую обработку и снабженные химическими добавками (копчение, сушка, консервация). Так как заморозка продукта с последующим хранением и доставкой всегда была связана с большими инвестициями, к настоящему моменту она в России развита слабо. Однако если говорить о способах сохранения про-

дукта, то это самый лучший способ сберечь все полезные свойства, которые неизбежно разрушаются во всех процессах тепловой обработки. Если посмотреть на рынок даже на бытовом уровне, то раньше морозильная камера занимала 15%-20% от объема всего холодильника. Сейчас это 30%-50%, а многие семьи даже покупают отдельный морозильный ларь, так как замороженные фрукты, ягоды, овощи и даже полуфабрикаты — самый быстрый и наиболее полезный способ сохранения продуктов. Поэтому мы прогнозируем рост этого рынка и создаем все необходимые условия, чтобы удовлетворить его растущие потребности.

Не боитесь прогадать? Или Вы рассчитываете на везение в бизнесе?

— Как говорил Гай Юлий Цезарь, «великие дела надо совершать не раздумывая, чтобы мысль об опасности не ослабляла отвагу и быстроту». Мы мониторим рынок, мы считываем эффективность, и при всем при этом, конечно, надеемся на удачу — без фарты в бизнесе никуда.



г. Н. Новгород, ул. Геологов, д. 1А
Тел.: +7 (831) 469-83-83, 469-83-73
www.koliz.ru