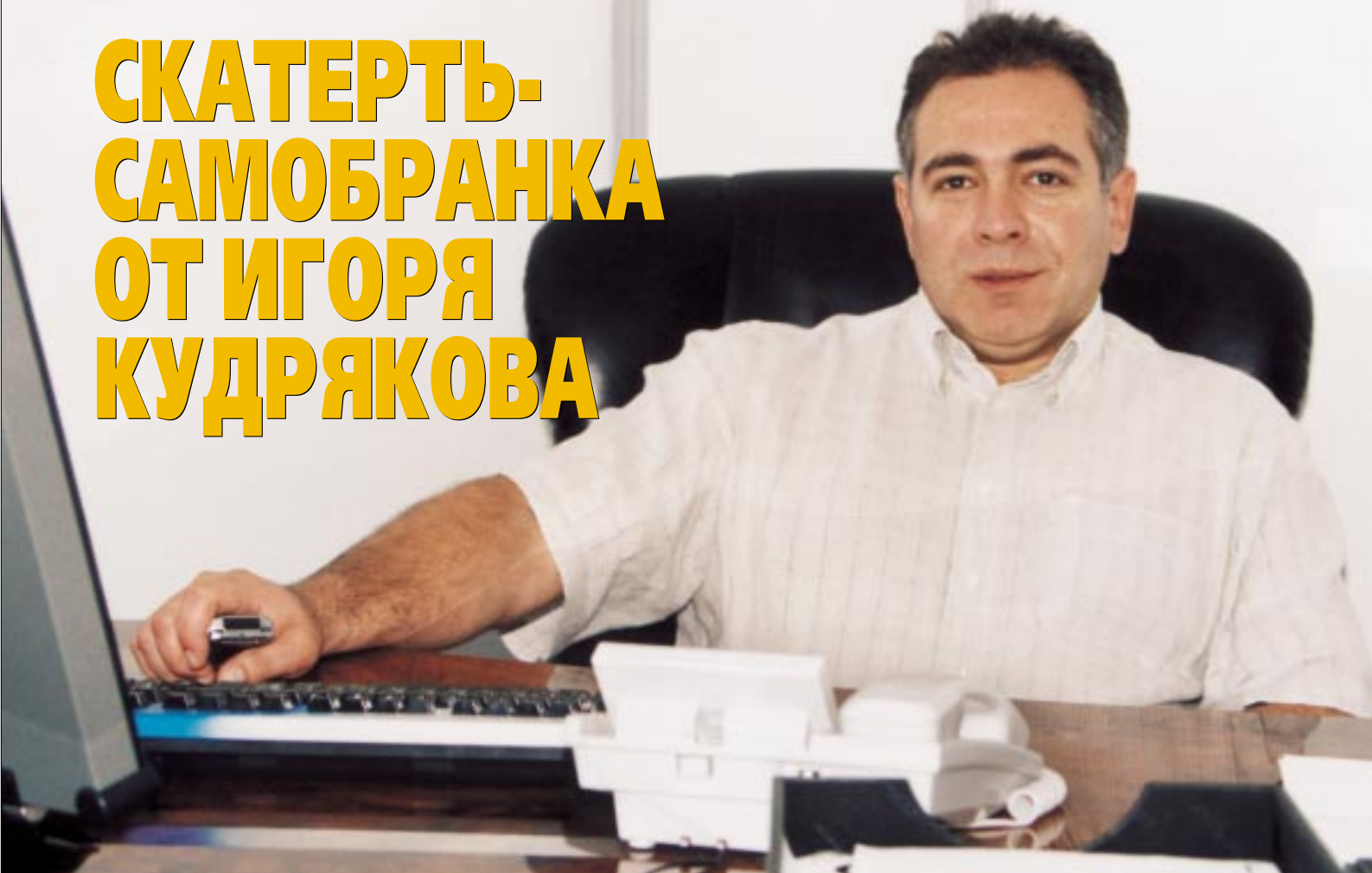


СКАТЕРТЬ-САМОБРАНКА ОТ ИГОРЯ КУДРЯКОВА



Человек мечтал об этом, наверное, с того момента, как научился хотя бы очень примитивно мыслить: махнул рукой, сказал заветные слова, и перед ним в мгновение ока расстелилась волшебная скатерть, накрытая к пиршеству. Не надо носиться по лесам, по лугам в поисках пропитания, не надо, надрываясь, тащить добычу к родному костру. Философия торговли, существующая и поныне, донельзя проста. Тысячи лет покупатель шел к продавцу, запрашивал нужный товар, нюхал его, пробовал на зуб, критически осматривал со всех сторон, расплачивался (сперва тоже каким-то товаром, позже деньгами) и уходил с покупкой. За прошедшее время мы мало изменились в этом отношении: топаем в магазин или на рынок, спрашиваем нужный товар, нюхаем его и разглядываем со всех сторон, загружаемся под завязку и бредем, навьюченные по-ишачьи, к своему очагу. А одним из самых вожделенных мечтаний остается скатерть-самобранка. Древняя форма торговли – продавец и покупатель с авоськой, лицом к лицу, по-прежнему у нас самая популярная. Во всяком случае, человечество в основном руководствуется ею.

– На смену этим древним рынкам пришли супермаркеты, – говорит президент ССТ-Холдинга «Служба 77 (Товары на дом)», доктор экономических наук Игорь Кудряков. – Но их сегодня уже можно рассматривать как рудимент, как реликт этих рынков. Да, тогда нужно было идти на рынок: смотреть, трогать, пробовать и нюхать товар. Сейчас этого не нужно делать, так как показателем качества товара является его принадлежность к брэнду. Этого достаточно. Сегодня хождение в магазин – не более, чем динамический стереотип, пришедший из глубины веков. Приходя в магазин, мы делаем за продавца его работу. Мы временно становимся грузчиками, упаковщиками и носильщиками наших же продуктов. То есть мы помогаем продавцу продать его собственный товар, причем, за свои же деньги. А в эпоху глобальных технологий, когда товар идентифицирован по всему миру, в любой точке планеты можно «заочно» купить продукт с известным именем. Скажем, кока-кола везде одинаковая. Это касается и скоропортящихся продуктов: на все есть гарантия качества. Поэтому человеку достаточно лишь определить, в какой ценовой нише он находится, и можно заказывать товары.

Кому? Скатерти-самобранке? Доброму волшебнику, готовому взвалить на себя бремя по закупке и доставке товаров? Но живем ведь мы не в сказочном, а вполне реальном, материальном мире. Однако вернемся немного назад.

Игорь Кудряков всегда отличался страстью к знаниям. Школу окончил с отличием и поступил в авиационный институт. Завершил образование в нем с красным дипломом – притом, что учился за двоих: за себя и жену Сашу, однокурсницу, которая на третьем году обучения родила ему чудесную девочку и после этого основное время и силы отдавала дочурке. Академический отпуск Кудряковы решили не брать. Вот и приходилось Игорю учиться за двоих. Позже он поступил в военную академию. И ее окончил «на отлично».

– А как трудовая биография сложилась?

– Сначала был теплофизиком, – отвечает Игорь. – Защитил диссертацию по этой теме, стал кандидатом технических наук. Потом – кадровым военным: работал на оборонную промышленность, затем преподавал. Был майором, старшим преподавателем кафедры. Учил полковников, подполковников.

В 34 года, на взлете своей карьеры, Игорь уволился с кафедры.

– Я никогда не стремился быть военным, – продолжает Кудряков, – склонился к кадровой военной службе потому, что там мне светил некий научный рост, а я был ориентирован на науку. Но 12 лет в армии многому меня научили.

Следующий этап жизни Кудрякова наступил тогда, когда надо было ориентироваться в бизнес-среде и выживать в условиях рыночной России. Для него он начался с 1994 года, когда он уволился из армии. Игорь с присущей ему энергией взялся за дело и к 1998 году, во многом благодаря его стараниям, создалась достаточно большая торговая империя:

– Мы занимались импортом в основном продовольственных товаров из Европы, – вспоминает Кудряков. – Был отличный оборот в компании. К сожалению, нам не удалось справиться с последствиями кризиса 1998 года. Компания развалилась. Тем не менее, я прошел очень хорошую школу, в том числе в плане управленческих навыков.

Однако после экономической катастрофы памятного всем нам «черного» августа 1998 года Кудряков понял, что надо иметь бизнес, устойчивый к экономическим и политическим флуктуациям в нашей стране. Если речь идет о торговле, дело надо иметь с розницей, поскольку розница – это клиентоориентированный бизнес. Ориентирование на покупателя без посредников служит определенной гарантией. Второе ограничение – отсутствие больших товарных запасов (компания Кудрякова именно на этом споткнулась в августе 98-го – огромное количество товаров «застряло» на складах, возврат денег за них шел в резко обесценившихся рублях). И третье – мгновенный возврат денег, без кредитования своих покупателей.

Так родилась идея дистанционных продаж, когда витриной магазина служит каталог и не нужно создавать товарные запасы во всех магазинах (достаточно одного склада, одного товарного запаса), а торговая площадка – вся Москва, которая для фирмы, доставляющей товары, в известном смысле бесплатная.

– Мы платим только за бензин и горюче-смазочные материалы для тех автомобилей, которые ездят по этой торговой площадке и развозят продукты, – говорит Кудряков. – Это уникальная для России технология.

– Почему уникальная? Товары, главным образом, продукты, можно было заказывать на дом и раньше. И во всем мире, насколько мне известно, такая форма торговли давно уже практикуется.

– Да, и все мировые тренды развития торговли ориентированы именно на это направление: доставка до конечного потребителя. Люди и на Западе не хотят ходить в магазины, они хотят щелкнуть пальцем, после чего, что им нужно, должно оказаться у них в доме. Уже выпускаются холодильники, которые сами себя заполняют продуктами. Это общемировой тренд. Но, изучив мировой опыт, я понял, что в России уникальная ситуация. Она связана с тем, что у нас дешевый бензин и дешевая рабочая сила. Они позволяют доставочным компаниям держать цены на уровне магазинов. На Западе доставка стоит дорого. Из-за этого развитие дистанционной торговли сдерживается ценовым фактором. В России это может развиваться очень стремительно.

В Москве, в центре и в некоторых новых или сравнительно новых жилых массивах мало магазинов. Беда, когда за хлебом, молоком, картошкой и т.д. приходится ездить на автобусе или метро. Кудряков сам живет в центре, он хорошо знаком с этой проблемой, так что в каком-то смысле создавал «Службу 77» и для себя. Он и его домочадцы являются активными клиентами этой службы.

– У нас много клиентов, которые перестали ходить по магазинам. Они просят нас ввести в ассортимент то, что им не хватает. Мы раз в месяц исследуем предпочтения наших клиентов и принимаем решения. Так у нас появились товары, о которых мы даже не думали, то есть не предполагали их доставлять.



С Николаем Крайновым



С Дмитрием Городецким

Кудряков, скажем, не мог предположить, что кто-то будет заказывать по телефону живую рыбу или сырое мясо – уж очень специфичны эти товары. Пока закажут, пока доставишь с учетом столичных пробок... Два года назад каталог фирмы был раз в десять тоньше нынешнего, в нем было всего 800 наименований. Сегодня около 10 тысяч. Было больше, примерно 15 тысяч, но часть наименований сократили за невостребованностью. Люди все равно любят ходить по магазинам, это своего рода развлечение. Поэтому что-то особенное там покупают. Все остальное рутинное заказывают на дом.

– Наша компания, собственно, и создана для того, чтобы снять большую часть тяжести с клиентов, которой они ежедневно нагружаются. А оставить только удовольствие, – улыбается Кудряков.

Понятно, что наши граждане, воспитанные в эпоху ВВД (Вечного Всеобщего Дефицита), когда единственным лозунгом было извечное «бери, что дают, и беги, чтоб не отняли», с трудом привыкают к подобным «извращениям». Постсоветскому гражданину без тренировки и в западный-то супермаркет, случись оказия побывать за границей, заглядывать поначалу было небезопасно для здоровья. С ума можно было сойти от изоби-

лия! И без талонов! И без очереди! А уж в родных-то неприветливых пенатах? Чтобы эта привычка прижилась, нужно изменить динамические стереотипы потребителя. У нас ведь раньше не было подобной услуги в таком масштабе. Раньше были и сейчас есть какие-то локальные доставки, от какого-то конкретного магазина, доставка пиццы на дом и т.д. Супермаркет на колесах появился впервые благодаря «Службе 77».

Эксперимент тем не менее оказался удачным.

– Теперь мы заняты поиском стратегического инвестора, чтобы это хорошее дело ввести в ежедневную практику, – говорит Кудряков. – Даже сейчас, при недостаточной рекламе, мы имеем 60 тысяч клиентов в Москве и ближайшем Подмосковье. А месяц назад открылась такая служба в Санкт-Петербурге (называется она «Служба 78»). Мы принимали участие в ее создании, передали технологию, программный продукт. Питерцы вложили деньги, мы – технологию. У них старт получился даже более динамичный, чем у нас.

– Им было легче, они воспользовались готовым опытом...

– Да. Ведь это мы в известной степени сформировали рынок дистанционных продаж, и правила игры на этом рынке нам известны лучше, чем другим. Я – автор проекта, у меня есть патент на эту технологию (впервые в России такой патент выдан на способ такой технологии). На внедрении этой технологии я защитил докторскую диссертацию.

Кудряков считает, что люди очень изменились за последние 10 лет. Прошла первая волна селекции, которая развернула народ в сторону рынка. Люди учатся понимать свою роль в государстве. Они стали более автономными и ответственными (не все, конечно, но основная масса). Стали понимать, что рассчитывать, к примеру, на хорошую пенсию, на обеспеченную старость со стороны государства по меньшей мере наивно. Сама жизнь это доказывает. Конечно, может быть, со временем что-то изменится к лучшему, но пока... Поэтому формировать себе достойное будущее надо самим. У тех, кому сегодня 20 лет, возможностей гораздо больше, чем было у нас. У них открыты глаза. Нет того идеологического напора, какой безмерно давил на нас. Мы ведь все были перекошенными, все страдали идеологическим сколиозом, невозможно было расправить плечи. У них сегодня все возможности есть. Они, например, могут учиться за границей, о чем мы даже мечтать не могли.

У Кудрякова две чудесные дочери. Старшая Нинель (то самое студенческое дитя) в день, когда мы с Игорем познакомились, защищала диплом. Вуз окончила, по семейной традиции, с отличием, никаких неприятных неожиданностей вроде не должно было произойти, Кудряков знал это, но все же немного волновался за дочку – отец есть отец. Младшая Люся – школьница. Учится прекрасно. Несмотря на юный возраст – вдумчивая, серьезная девчушка – в папу и маму. Тоже славный человечек растет. Надо думать, во взрослой жизни не потеряется.

Кудряков прекрасно понимает роль интеллектуальной подготовки для человека, который намерен жить, а не существовать в наше сложное, требовательное время:

– Сегодня любой бизнес должен быть пронизан высокими технологиями. Если этого нет, бизнес – не жилец. Надо все время совершенствовать то, что имеешь. Иначе в любой области можно стать монополистом лишь на две-три недели. Потом догонят и перегонят другие. Поэтому нужно постоянно иметь новые идеи, работать на перспективу. Одна из моих идей, основанных на «Службе 77», создать сеть магазинов, не имеющих товаров.

Самая большая сложность, с которой я сейчас сталкиваюсь, – собрать клан единомышленников. Окружить себя хорошими партнерами, подготовленным персоналом.

Увы, но 10 постсоветских, рыночных лет, даже столь стремительных и бурных, – слишком маленький срок, чтобы в масштабах страны создать школу бизнеса, школу новых экономических отношений, которые готовили бы специалистов

такого рода. «Служба 77» работает с федеральной службой занятости. Есть федеральная программа Минтруда по поддержке граждан слаботзащищенной в социальном плане категории. Она заключается в том, что работодателям в течение года компенсируется зарплата тех сотрудников, которые попадают под эту категорию. Это молодежь до 26 лет, не менее года назад закончившая какое-либо учебное заведение, и люди предпенсионного возраста. Их никто не хочет брать на работу, везде либо стоят возрастные ограничения, либо хотят иметь работника молодого, но опытного. Но где-то надо этого опыта набираться! Таким людям приходится очень трудно.

– Но эти категории нам подходят, – говорит Кудряков. – Мы набираем их, особенно людей предпенсионного возраста. Нам выделена квота на 500 человек (я планирую расширить ее до 2,5 тысяч). Они проходят у нас обучение и хорошо работают.

Фирма продвигает себя на рынке с помощью своих же клиентов. Они рассказывают своим знакомым о компании, приводят новых клиентов из их числа и получают за это по-



В кругу семьи

дарки, например, в виде скидок на заказы. То есть продвижение фирмы идет в основном не за счет рекламных роликов и растяжек, а за счет конкретных людей, которые двигают нормальное, хорошее, гуманное дело и получают за это небольшое вознаграждение.

– Мы ведь даже ничего не продаем, а просто рассказываем, как можно себя разгрузить и экономить время, как можно организовать свой бюджет, – говорит Кудряков.

85 процентов клиентов фирмы – женщины. Наверное, не стоит об этом писать, но, похоже, у нас общество скрытого матриархата. «Служба 77» проводит раз в полгода маркетинговые исследования, Кудряков присутствует на них и видит в зале в основном женщин. Мужчины у нас в стране более консервативны. Видимо, выросшие в советское время, когда любая инициатива подавлялась, три поколения мужчин в каком-то смысле выродились (не в обиду сильной половине будет сказано). А женщины сохранили себя. Они просто вынуждены были это сделать, будучи в ответе за семью, детей, за переживающего кризис мужа. Им некогда было стенать и плакать, они должны были искать выход. Искали и находили. Поэтому сегодня женщины более активны в социальном плане. На работу в фирму Кудрякова тоже приходят в основном женщины. Из ста человек, которых недавно приняли, 90 женщин.

Замечено: творить и работать с полной отдачей может лишь человек с защищенными тылами. А что у Кудрякова?

– Живу в окружении женщин: жена и две дочери, – делится он. – Еще с нами живет собака, трехлетняя черная гладкошерстная такса. Это самая умная порода. Таксы хотят быть похожими на человека, во все нос суют. Забавные зверьки!



На встрече в Московском Английском клубе

– А Ваша супруга чем занимается?

– Мы с Сашей поженились студентами, на третьем курсе у нас родилась старшая дочка, как я уже говорил. Мы с женой окончили институт одновременно по специальности «Ядерные ракетные двигатели».

– Есть женщины в русских селеньях!

– Какое-то время, когда я был офицером, Саша работала в авиации бортовым механиком. Потом у нас возникла идея создать свое швейное производство, поскольку Саша хорошо шьет. Это был наш первый бизнес.

Они начали практически с нуля, продав телевизор, единственную свою ценную вещь. У них неплохо пошли дела, они даже набрали 25 работников, женщин. Игорь руководил процессом, а Саша занималась технологиями. Два года Кудряковы играли в эту «игру», пока поток дешевых турецких и китайских товаров не смел их бизнес. Саша и Игорь не могли конкурировать с челночным бизнесом и вынуждены были закрыть свое производство. Но это был хороший опыт. Теперь Саша очень помогает Игорю, потому что все его идеи в основном обкатываются на его домашних и, в первую очередь, на ней. Сейчас жена в принципе выступает в роли его маркетолога:

– Я с ней всегда советуюсь, она первая, кто делает анализ новых идей, – говорит Кудряков. – Сейчас она возглавляет маркетинговое агентство, которое мы создали. Прекрасно справляется с этим делом.

Мы ведь на самом деле продаем не товары, а хорошее настроение. Создать компанию, которая устойчиво, из года в год не меняет свои параметры качества, очень сложно. Нас тоже штормит, у нас свои проблемы. Хотя розничный бизнес всегда стабилен, ведь есть и пить человек должен независимо от политической или экономической ситуации в стране. Конечно, он может искать более дешевые продукты, что-то выбирать, менять свои пристрастия. Но наша технология хороша тем, что мы в течение трех дней можем полностью поменять ассортимент.

– А как быстро вы доставляете заказ?

– Через два часа, практически в режиме он-лайн.

– И каковы перспективы?

– Все зависит от правильности наших маркетинговых ходов и от того, хватит ли нам финансов на дальнейшее развитие. У нас ведь 10 процентов клиентов – люди с ограниченной подвижностью, которые не могут выходить из дома либо в связи с преклонным возрастом, либо в связи с инвалидностью. Для того, чтобы заказ для нас был рентабельным, надо, чтобы он стоил не менее 1,5 тысяч рублей, в этом случае доставка будет бесплатной для клиента, а мы сможем что-то заработать. Но такая сумма для пенсионера непосильна. Тем не менее, люди находят для себя выход. У нас немало клиентов, которые кооперируются всем подъездом, встречают заказ у входа, потом разносят по квартирам, кто что заказал. Кому продукты, кому лекарства...

– Вы их тоже доставляете?

– Не все, конечно, но немалую их часть. У нас есть аптечная лицензия, так что какие-то повседневные медикаменты мы можем доставить. Если что-то клиенту не понравилось, он может вернуть товар, ему без разговоров заменят, никто не упрекнет, ворчать не станет. Наша деятельность не осталась без внимания. В прошлом году мы стали компанией года в номинации «За использование новых технологий в бизнесе». В прошлом же году журнал «Компания» присвоил мне статус «Лучший менеджер года» – тоже за этот проект. В этом году хотели выдвинуть на «персону года», но я отказался, потому что мы еще не вышли на тот режим, который нужен, я считаю, что пока нам нечем особенно гордиться. Тем не менее, я думаю, что мы выживем, должны выжить. Дело-то хорошее, доброе...

Кто же это так хорошо сказал: мы рождены, чтоб сказку сделать былью? Волшебная скатерть-самобранка, сберегающая наши время, силы, нервы, молодость и красоту (у бедных женщин за тысячелетнее таскание сумок с продуктами руки чуть не до коленей вытянулись!) явно присутствует в нашем быту. Спасибо Кудрякову и его замечательной фирме! Успеха ей и процветания!

Раиса ПЕТРОВА



Масленица. Проводы зимы