

22 июня 2016

## **Интервью Константина Федосеева, генерального директора «БУМ МАРКЕТ»**

В сентябре 2015 года в Москве открылся первый магазин сети «БУМ» (Большой Универсальный Магазин). «БУМ» — новый проект розничной сети продовольственных дискаунтеров, особенно актуальный во время сложной экономической ситуации. Значимым блоком ИТ-среды стала учетная система, которая полностью автоматизирует основные бизнес-процессы будущей сети. Об особенностях нового магазина и о роли ERP-системы при поддержке бизнеса ритейлера рассказывает в интервью Константин Федосеев, генеральный директор «БУМ Маркет»

### **Почему появилась идея создать новый гипермаркет и в чем основное отличие «БУМ Маркет» от других торговых сетей?**

Основной костяк команды создателей «БУМ Маркет» – это специалисты, которые более 25 лет занимались оптовыми поставками продуктов питания во все существующие сети. Этот опыт дал основателям понимание того факта, что основную прибыль все существующие розничные сети получают не за счет фронт-маржи, которая рассчитывается как разница между закупочной ценой и ценой товара на полке, а за счет бэк-маржи. При этом основная нагрузка по маржинальному доходу ложится на поставщика, который



вынужден включать ее в цену товара, и конечная цена для покупателя получается неоправданно завышена. Именно по этой причине на столичный рынок и рынки крупных российских мегаполисов не могут прорваться многие региональные поставщики, которые не в состоянии оплачивать столь большие аппетиты розничных сетей.

Проанализировав многолетний опыт общения с сетями, было принято решение создать магазин, в котором отсутствует бэк-маржа и весь доход строится на фронт-марже. Соответственно, с поставщика не берутся никакая дополнительная плата. Условий для поставщика только два: минимальная цена и продажа своей собственной продукции. Конечно, мы также работаем с дистрибуторами, так как многие производители федерального уровня самостоятельно товар не поставляют, а работают через дистрибуторскую схему.

**Очевидно, что при такой схеме, покупатели получают самую низкую цену. Какие еще преимущества дает «БУМ Маркет» покупателям?**

Наше большое преимущество заключается в широкой продуктовой матрице, в широком ассортименте. Несмотря на то, что на момент открытия в сентябре 2015 г. наш ассортимент составлял только 900 видов товаров (SKU), сейчас нами подписано 9500 SKU, представленные 50 региональными производителям.

Конечно, у нас есть и известные всем товары, но мы постоянно стараемся вводить товары производителей, неизвестных широко столичной публике. Мы понимаем, что производители продуктов питания из регионов не готовы вкладывать большие инвестиции в рекламу в столице. Более того, если бы у

них нашлись бюджеты на рекламу на билбордах, по телевидению и в других средствах информации, то резко увеличилась бы себестоимость продукции и, как следствие, конечная цена товаров.

Такой подход, безусловно, является сдерживающим фактором для нас, потому что, покупатель скорее возьмет более дорогой, но известный ему продукт федерального производителя, который еще и красиво упакован. Однако если же мы поменяем стратегию и начнем заполнять полки известными всем товарами, то мы сразу потеряем все наши преимущества и превратимся в обычного фуд-ритейлера.

### **Когда впервые встал вопрос об автоматизации бизнес-процессов «БУМ Маркет»? Как шел процесс выбора конкретного решения по автоматизации?**

Команда основателей еще на этапе создания концепции магазина понимала необходимость автоматизации. Как известно, есть два подхода к реализации бизнес-процесса в любой компании: описать его и внедрить или внедрить, а потом описать. В отличие от почти всех российских розничных сетей мы пошли по пути симбиоза этих двух подходов. Мы до некоторой степени описали все свои бизнес-процессы, но в процессе их практической реализации остановились, чтобы не плодить ошибки. Только сейчас, по прошествии 10 месяцев после открытия первого магазина, мы поняли, что необходимо сделать, чтобы описать и реализовать под-процессные неделимые блоки в бизнес-процессах.

### **Чтобы вы могли посоветовать другим ритейлерам, которые выбирают ERP-систему?**

В первую очередь, никогда не создавать внутри ИТ-инфраструктуры своей компании «лоскутных одеял». Рано или поздно оно порвется и вы столкнетесь с необходимостью сопоставить разные части, существующие в разных информационных системах.

Во-вторых, при внедрении любой ERP-системы необходимо очень тщательно продумывать бизнес-процессы до уровня неделимых блоков. Кроме того, важный момент – сразу же автоматизировать учет и отчетность, так как обратная связь процесса автоматизации. Отсутствие обратной связи и реперных точек приводит к тому, что руководство может принимать неправильные решения, которые ведут к затратам на уровне всей компании.

***Комментарий Екатерины Кузьминой, руководителя службы по управлению бизнес процессами и качеством «БУМ Маркет»:***

Процесс внедрения систем был феноменально быстрым. Специалисты «КОРУС Консалтинг» постоянно были с нами на связи, мы сразу корректировали систему, собирая пожелания пользователей. На старте проекта мы расставили приоритеты по очередности внедрения модулей. Прежде всего были автоматизированы блоки, связанные с приемкой и реализацией товара – заведение номенклатуры, поставщиков, договоров и пр. – а также управления запасами. Далее были внедрены модули управления ассортиментом, ценообразования, маркетинга, планирование, блок производства и казначейства. Также была реализована интеграция с системой «1С: Бухгалтерия», POS-решением Set Retail 10 компании «Кристалл Сервис» и ЕГАИС для учета оборота алкогольной продукции. На очереди внедрение модуля учета и отчетности.

Мы довольны MicrosoftDynamicsAX, так как она предоставляет очень много функциональных возможностей и закрывает все бизнес-процессы розничной компании.

На этапе выбора конкретного программного решения мы долго анализировали рынок и смотрели несколько информационных систем. Однако после тщательного анализа тех решений, на которых работают другие сети, мы сформулировали основные принципы выбора решения для «БУМ Маркет». Во-первых, не нужно изобретать велосипед, необходимо использовать то, на что переходят сейчас другие сети. Во-вторых, не использовать «лоскутное одеяло». Под этим мы понимали составление всей автоматизированной инфраструктуры компании из разных информационных систем. Этим двум критериям удовлетворяла платформа Microsoft Dynamics AX.

Далее мы рассматривали несколько возможных партнеров, но в итоге остановились на «КОРУС Консалтинг», так как у интегратора был опыт реализации решения на платформе от Microsoft. Также «КОРУС Консалтинг» согласился реализовать проект в рекордные сроки – два с половиной месяца, - так как нам было важно запустить ERP-систему в работу одновременно с открытием первого магазина.

*Материал опубликован на портале 12news.ru июнь 2016 г*