

Цена вопроса — настоящие шпалы

И снова здравствуйте, уважаемые коллеги, партнеры по бизнесу и просто отличные друзья по совместной работе.

В последний раз мы встречались с вами на страницах этого уникального журнала в статье «Гвоздь программы снабжения» в ноябре прошлого года, где поднимался вопрос о насущности заблаговременного снабжения материалами ВСП и в частности шпалопродукцией в зимний период.

С удовольствием отмечаю, что, несмотря на новогодние каникулы и традиционное зимнее затишье, публикация вызвала неподдельный интерес, который выразился в массе откликов, поступивших на адрес моей электронной почты, а также на рабочий и мобильный телефон. Очень рад, что наши с вами предприятия, компании и организации нашли общий язык в решении этой проблемы.

И мне вдвойне приятно воспользоваться замечательной возможностью и от имени руководства Рязанского ШПЗ, и от лица всего рабочего коллектива завода выразить с этих страниц искреннюю благодарность за взаимопонимание и сотрудничество в общем деле, которое вы делаете с нами, делаете как мы, и делаете лучше всех. Делаете, как Рязанский ШПЗ сто тридцать

лет делает для вас настоящие шпалы.

Тема же статьи «Настоящие шпалы» выбрана не случайно, поскольку получила свое прямое и весьма неожиданное продолжение. В условиях набирающих силу сезонных поставок она звучит особенно актуально, но чтобы вникнуть в ее суть, коснемся предыстории вопроса.

По закону жанра, как это принято, все началось с кризиса 2008 года. Как следствие, одни потребители шпалопродукции начали оптимизировать свои финансовые издержки, другие, по старинке, — «экономить на спичках». И тут, как соблазн для новичков и испытание для искушенных, на рынке начала активно всплывать дешевая шпала неизвестного производства.

Правда, способ производства по ТУ был опознан как раз достаточно быстро. Так на отечественном рынке шпалопродукции появился и в последующие два года получил широкое распространение краткий, но емкий термин — «макалка». Из уст тех, кто успел поработать с этим продуктом, «макалка» — звучало как проклятье.

Фокус оказался до смешного простым. В емкости, именуемые «ванночками», сливаются отходы химпроизводств. Как наиболее распространенный пример — отработанное машинное



Виталий СПИРИДОНОВ,
коммерческий отдел
РШПЗ
spiridonov@rshpz.ru

масло. На несколько часов туда помещается исходное сырье — белая шпала. Для лучшего сходства порой добавляют немного каменноугольного масла. И — вуаля! — на выходе получается эрзац, действительно по цвету и запаху напоминающий оригинал, на чем, собственно, его сходство со шпалой автоклавной пропитки и заканчивается. Дальше начинаются разительные отличия.

Полтора-два года назад цена на «макалки» была на 100–150 руб. меньше, нежели на настоящие шпалы у традиционных заводов-производителей, и «макальщики» работали с фантастической, до 50% рентабельностью, против, например, 5–8% у специализированных шпалопродукционных заводов. И именно по цене было легко распознать, где мухи, а где котлеты.

А потом наступила и проверка временем. Срок службы «макалок» достигал максимум года-полтора. Именно в 2010 году среди соблазнившихся дешевой потребители начался массовый отказ от использования «макалки» и возвращение к давно проверенному автоклавному продукту со сроком службы, в зависимости от типа шпалы, в 10–15 лет. Кажется, на этом можно было бы и поставить жирную точку в эпопее с «макалками». Ан нет, история, как мною уже упомянуто выше, получила свое продолжение в этом году.

Теперь, ближе к сезону, на рынке начала появляться шпала с ценой лишь незначительно отличающейся от цены завода-производителя. Наученные горьким опытом потребители проявляют бдительность в своем искреннем желании не наступать на прошлогодние грабли. Они смело обращаются к нам на производство за консультациями, совершенно точно зная, что здесь

им не откажут, разъяснят и продемонстрируют, как самостоятельно отделить зерна от плевел. Опытом такого сотрудничества мне, собственно, и хотелось бы поделиться на этих страницах с теми, у кого его пока нет. Ведь, как говорится, предупрежден – значит вооружен.

В последнее время к нам стали всё чаще обращаться потенциальные заказчики с просьбой разъяснить вопросы ценообразования на шпалопродукцию именно с учетом доставки. Вызван такой неподдельный интерес следующим. При запросе от потенциального заказчика цены с доставкой к нему поступают предложения от якобы, как они сами себя называют и позиционируют на рынке, поставщиков и производителей автоклавных шпал, хотя названия их компаний практически ни о чем не говорят. Цена у них немного ниже, если речь идет об аналогичном заказе для Рязанского ШПЗ. Естественно, у нас просят скидки. Мы же предлагаем сначала разобраться с ценообразованием.

Тут как раз всё очень просто. Объясню на конкретном примере. Обращается заказчик с вопросом. Ему нужно 300 шпал 2-го типа с автомобильной доставкой в пункт Б. Рязанский ШПЗ в своем предложении указывает, что цена на складе составляет 845 руб./шт. С доставкой же в пункт Б на расстояние 950 км цена составляет 1025,50 руб./шт. А ему компания У предлагает шпалу уже с доставкой по 900 руб. У заказчика возникает резонный вопрос: почему такая разница?

Разбираемся вместе. Рассчитываем расстояние от места отгрузки, указанное в коммерческом предложении компании У. Оно составляет 1200 км. Рассчитываем стоимость доставки: 1200 км x 2 (в два конца) x 28,5 руб./км : 300 шпал = 228 руб. – это стоимость доставки одной шпалы. Теперь из цены шпалы с доставкой вычитаем стоимость доставки одной шпалы: 900 – 228 = 672 руб./шт.!!!

Даже с учетом отгрузки издаалека, из мест, где в силу географии сырье более дешевое, зная стоимость каменно-



Срок службы «макалок» достигал максимум 1-1,5 года. Именно в 2010 году среди соблазненных дешевой потребителями начался массовый отказ от использования «макалки» и возвращение к проверенному автоклавному продукту со сроком службы в 10–15 лет.

угольного масла и настоящей автоклавной пропитки, отпускная цена со склада предприятия для «гостовской» шпалы 2-го типа сейчас не ниже 770 руб. плюс доставка. То есть в данном случае «макалка» спрятана в логистике, и чтобы ее обнаружить, нужно произвести некоторые расчеты. После таких совместных «разборов полетов» клиент, получив в руки инструмент расчета и алгоритм его действия, в следующий раз уже вполне готов сделать для себя правильный вывод.

Еще пример, общий, без цифр. Прием рассчитан на невнимательность клиента. При проверочном расчете стоимости доставки она оказывается завышенной, как если бы вместо, скажем, 400 км, поставили 600. А стоимость шпалы на складе продавца, соответственно, заниженной. При верном расчете картинка кардинально меняется. И здесь, действительно, нужна определенная бдительность.

Итак, следуем далее. Получив подобного рода экономические расчеты, советуем заказчику напрямую обратиться к потенциальному поставщику за конкретными разъяснениями: объясните, откуда, мол, взялись такие цены, если на самом деле выходит так и так? Кто-то бодро, но невнятно начинает объяснять, в итоге так и не осветив лучом света тьму вопроса. А вот ответы других нас искренне заинтересовали. Не раз звучало, что шпалы де имеют рязанское происхождение, то

есть производства Рязанского ШПЗ и поэтому они дороже, так как, понятное дело, от посредника, но в итоге дешевле, потому как доставка чуть ли не бесплатно. Или же, напротив, шпалы рязанские, но дешевле, чем у самого производителя, потому что поставщик умеет так замечательно торговать, как если бы он был дилером Рязанского ШПЗ. Сразу предупрежу – никаких дилеров у Рязанского ШПЗ нет.

Впрочем, чаще всего у таких «производителей» исходное сырье – белая шпала и каменноугольное масло – почему-то обходятся по баснословно низким ценам. Хотя и то и другое легко проверить. Чтобы получить ответы, надо не стесняться задавать вопросы.

И еще мы не устаем повторять: при заказе шпалопродукции настоятельно рекомендуем делать запросы о наличии у поставщика сертификатов качества, а по предоставлении оных обращаться в них самое пристальное внимание на системы сертификации и органы по сертификации, после чего делать соответствующие выводы о гарантиях качества предлагаемой вам продукции.

Также не менее настоятельно рекомендуем требовать на каждую партию товара сертификат качества пропитки, что является дополнительной гарантией надежности сделки и качества продукта.

Следование этим простым правилам избавит вас от большой головной боли и уберезет от досадных разочарований.

Мы же со своей стороны всегда и искренне готовы помочь вам в решении этих насущных вопросов.



ОАО «Рязанский шпалопрпиточный завод»
390019, г. Рязань,
пос. Шпалозавода
Тел.: (4912) 30-76-01, 30-76-00
Тел./факс: 30-06-46
E-mail: post@rshpz.ru www.rshpz.ru