

«Свои сети сокращают риски»

Почти на сто процентов обеспечивает внутренние запросы по многим товарным позициям концерн «Белгоспищепром»

Как в отрасли стараются избежать зависимости от одного рынка

Почти на сто процентов обеспечивает внутренние запросы по многим товарным позициям концерн «Белгоспищепром». Да и за рубежом его продукцию уже хорошо знают и высоко ценят. Тем не менее на наших прилавках еще немало «заморских» брендов. Откуда и что поставляется в республику? Как развиваются собственные торговые сети? Есть ли возможность сегодня не зависеть от российского рынка? Ответы на эти и другие вопросы «СГ» — в интервью с заместителем председателя концерна Мариной Михальцевич.

— Марина Юрьевна, в обеспечении продовольственной безопасности страны «Белгоспищепром» на ведущих ролях. И без импортозамещения здесь никак не обойтись.

— Несомненно, и вопрос этот не одномоментный. Много еще предстоит сделать, но и на месте не стоим. К примеру, детское питание, которое десяток лет назад было не купить, сейчас на прилавках в избытке. Производим всю его гамму — от молочных смесей до мясных и плодоовощных консервов. Более 83 процентов внутреннего рынка пивоваренной отрасли тоже отечественный продукт. Объемы импорта здесь сокращены почти на треть в натуральном выражении и более чем на половину в стоимостном. 58 сортов производится по программе импортозамещения. Еще два года назад их выпускалось вдвое меньше. Или табачные изделия. Не самый полезный, может быть, товар, но без него не обойтись, и сегодня Гродненская табачная фабрика закрывает 80 процентов потребности в них.

— Думаю, нельзя не вспомнить и кондитерскую отрасль.

— Обязательно вспомним. Здесь сегодня расставляются новые акценты. Фейерверк сладкого вкуса дополняют витаминной составляющей, которая делает эти продукты полезными. Белорусы, оказывается, тоже знатные сладкоежки, как, впрочем, и все европейцы. Если в 1990 году потребление кондитерских изделий было около 16 килограммов в год на душу населения, то сегодня уже превысило планку в 30 килограммов. Для сравнения: в европейских странах удельное потребление сладостей — 22—27 килограммов. Кстати, емкость внутреннего рынка «кондитерки» — это 200 тысяч тонн продукции более тысячи наименований в год. Этот рынок близок к полному насыщению во всех сегментах. Свыше 50 процентов всей продукции выпускается предприятиями концерна «Белгоспищепром». А всего по итогам прошлого года объем продукции импортозамещающего ассортимента составил 345,3 миллиона долларов. Согласитесь, впечатляющая цифра.

— Вероятно, во многом такой результат достигнут благодаря модернизации предприятий отрасли?

— К ней мы приступили еще в 2010 году. Самые масштабные изменения — в сахарной отрасли. Новые мощности почти на всех кондитерских предприятиях. Так, в ОАО «Красный мозырянин» установлена автоматизированная линия по выпуску кондитерских пастильных изделий ускоренным способом с линией глазирования. На гомельском «Спартаке» открыт вафельный цех мощностью тысяча тонн продукции в час. На бобруйском «Красном пищевике» в этом году начали выпускать глазированный зефир на новой поточной модульной линии. После коренной реконструкции до полумиллиона тонн продукции может производить объединение «Мозырьсоль».

— Значит, инвесторы не остались в стороне?

— У нас с ними открытый диалог. Привлечение зарубежных инвестиций — это источник новых технологий, да и новые рынки для белорусской продукции. Скажем, в кондитерской отрасли реализовано три инвестпроекта. А в Слуцком районе готовится к открытию новый дрожжевой завод. Он построен недалеко от Слуцкого сахарорафинадного комбината. Ведь основное сырье для нового производства — меласса и патока — вторичные продукты переработки сахарной свеклы. Мощность на первом этапе — 20 тысяч тонн различных видов дрожжей: прессованных, сухих, гранулированных. Предприятие экспортно ориентированное. Планируется, что продукция будет поставляться на рынки Украины, России, стран Западной Европы. Реализация проекта позволит полностью исключить импорт.

— Но пока зарубежных продуктов на прилавках наших магазинов предостаточно, а некоторые и дешевле отечественных...

— У покупателя, безусловно, должен быть выбор, продукцию какого производителя купить. Что касается импорта, то здесь приоритет кондитерским изделиям из России — около 70 процентов от общего объема, и Украины. Кроме того, на белорусском рынке есть сладости немецкие, польские, из других стран. Некоторые действительно дешевле. Но надо иметь в виду, что, скажем, российские стандарты позволяют использовать заменители шоколадной глазури. Наши кондитеры остались единственными в СНГ, кто по-прежнему привержен еще советским стандартам. У нас во главе угла натуральность, экологичность, безопасность. Все это в наличии, но есть проблемы с сырьевыми ресурсами. Скажем, по рапсу. Мы несколько потеряли рынок майонеза, маргариновый. Так, с вводом в эксплуатацию нового подготовительно-прессового отделения по переработке маслосемян в ОАО «Витебский масложэкстракционный завод» мощности предприятия увеличились на 35 процентов, до 130 тысяч в год. Приходится отчасти загружать его импортным сырьем. Перерабатываем здесь и сою, получаем высококачественный жмых для животноводства.

— Перед реальным сектором экономики Правительством ставится и серьезная задача по росту экспорта.

— Мы здорово рванули в 2016 году. Предприятия концерна работают сейчас с 60 странами. Последние годы у «Белгоспищепрома» положительное сальдо внешнеторгового оборота.

— Однако до сих пор основным потребителем остается Россия. Если говорить о диверсификации рынков, в какую сторону смотрит сейчас «Белгоспищепром»?

— Стараемся уйти от зависимости от одного рынка. Сейчас активно работаем на дальней дуге, нацеливаемся на азиатские, африканские, рынки Америки, Канады. Может, пока не слишком велики успехи, но определенные сдвиги есть. К примеру, в пивоваренной отрасли. То же самое и по алкогольной продукции. Вышли даже в США — и Брестский ликеро-водочный завод, и минский «Кристалл». Значительно увеличены поставки в Нидерланды, Италию, Болгарию, Сербию, Сирию. Большие перспективы с Израилем. Уже 15 процентов экспорта приходится на дальнейе зарубежье.

— Мы научились производить брендовую продукцию, а вот выгодно продать зачастую почему-то не получается?

— Маркетинг сегодня выходит на первый план. Более 50 процентов успеха зависит от эффективности кампании по продвижению продукта. Служба сбыта и торговли ближе всего к покупателю, и она знает его запросы. По крайней мере, должна знать. У нас сейчас самые современные предприятия, оснащенные по последнему слову техники. Они всегда готовы перестроиться под новый вид продукции. Слабый маркетинг — один из самых серьезных сдерживающих факторов и внутри страны, и тем более на внешних рынках. Соглашусь, что здесь еще есть проблемы. Надо учиться

Александр Шевко. "Свои сети сокращают риски"

продавать. Все остальное для того, чтобы вести успешный бизнес, у нас есть — сырье, оборудование, квалифицированный персонал.

— Тем не менее немало своей продукции концерн реализует через собственные товаропроводящие сети...

— Если точнее, в прошлом году немногим больше 50 процентов. В чем здесь плюс? К нам возвращается дебиторская задолженность. Мы не испытываем таких рисков, как некоторые другие предприятия. Особенно это касается подакцизной продукции, скажем, алкоголя. А он сейчас пользуется спросом. В Москве открыли товаропроводящую сеть, за полгода его продали почти на 900 тысяч долларов. «Белгоспищепром» четвертый в стране, кто продает через свои сети собственные товары в таких объемах. Через товаропроводящую сеть реализуем сахар, хорошо идут конфеты «Коммунарки». Они уже поставляются в 66 российских регионов. Торгуем консервной продукцией, пищевыми концентратами. Диверсифицируем экспорт именно по этим направлениям.

— Во время большого разговора Александр Лукашенко анонсировал появление в магазинах шоколада «Президент»...

— Он разработан по поручению Главы государства. В оформлении упаковки использован национальный орнамент и изображен Дворец Независимости. В составе шоколада нет сахара, вместо него использовались натуральные подсластители — мальтит и экстракт стевии. Консультировались у специалистов НПЦ НАН Беларуси по продовольствию. Шоколад «Президент» теперь в продаже в 18 фирменных магазинах «Коммунарки».

— Сейчас особое внимание здоровой пище. Так сказать, веяние времени. Здесь особо важно мнение ученых.

— Сотрудничаем с ними очень тесно. На долю НПЦ по продовольствию приходится более 70 процентов объема научных исследований, необходимых предприятиям концерна, в том числе и по импортозамещению. Здоровые, натуральные продукты питания — это не только дань моде, это здоровье всей нации, ее будущее. Так, на кондитерской фабрике «Слодыч» освоен выпуск низкобелковых сладостей, Минский маргариновый завод начал производство диетического майонеза без уксусной кислоты, на Малоритском консервно-овощесушильном комбинате выпускают соки и пюре для детей, страдающих от сахарного диабета. Таких конкретных фактов десятки, всех не перечислишь. Так что концерн старается идти в ногу со всеми требованиями и запросами современности.

— Спасибо, Марина Юрьевна, за интересное интервью.