

## 'Слодыч' увеличил долю экспорта в объеме производства за счет новых рынков сбыта

Компании и рынки

17:39 | 04.10.2018 | Владимир ОРЕХОВ, агентство 'Бизнес-новости'

Кондитерская фабрика "Слодыч" снизила долю России в общем объеме экспорта за счет освоения новых рынков. Одним из них стал Китай. В компании не раскрывают объемы поставок и свои планы по отгрузке печенья на китайский рынок, но считают его одним из самых маржинальных.

Первую пробную партию печенья "Слодыч" поставил по контракту в Китай еще в 2014 году. На полное освоение китайского рынка компании потребовалось четыре года из-за сложного законодательства и специфических требований, ограничивающих импортеров и защищающих местных производителей, рассказывает начальник отдела маркетинга и рекламы Дмитрий Соловых.

Основная сложность заключалась в требованиях, связанных с сертификацией импортной продукции в КНР и подтверждением ее качества.

"На таможенную территорию КНР может ввозиться только сертифицированная в Китае пищевая продукция. То есть сначала необходимо получить сертификат, а это занимает от 12 до 24 месяцев, и только потом ввозить продукцию. Схожая система, кстати, действует у нас в стране при ввозе медпрепаратов", – пояснил Д.Соловых.

С одной стороны, китайский рынок на сегодня является высоко конкурентным, с другой, объемы потребления кондитерских изделий растут, что дает возможность компаниям, присутствующим на рынке, увеличивать поставки и продажи.

Данные официальной статистики это подтверждают. Например, объем экспорта сладкого сухого печенья из Беларуси на китайский рынок в январе-июле вырос в натуральном выражении относительно аналогичного периода прошлого

года в три раза до 78 тонн, в стоимостном выражении – в 2,8 раза до USD 119,3 тыс.

На данный момент "Слодыч" обеспечивает 100% экспорта белорусского печенья в Китай, и при сохранении устойчивого спроса можно прогнозировать рост экспорта продукции.

По итогам I полугодия доля экспорта в общем объеме выпуска продукции предприятием выросла до 13,0% (в 2017 году – 9%). География экспорта "Слодыча" охватывает несколько десятков стран (среди них – США, Израиль, Монголия, страны Средней Азии и Закавказья, Сербия), входящих в том числе в различные экономические объединения и торговые союзы, таких как ЕврАзЭС, Европейский союз.

Расширение рынков сбыта позволило "Слодычу" диверсифицировать поставки продукции на внешние рынки и снизить долю России, которая до нынешнего года составляла более 50,0% всего экспорта компании.

Главная проблема российского рынка – постоянная волатильность валют. Доходность здесь предугадать практически невозможно, констатирует Д.Соловых. При этом наибольшие "нормативные" трудности предприятию приходится преодолевать именно в отношениях с Россией, которая постоянно пытается за счет ряда инициатив повлиять на поставки продукции конкурентами (использование маргарина только с низким содержанием трансизомеров жирных кислот, внедрение светофорной системы маркировки продукции и пр.).

Из-за возникающих сложностей в текущем году поставки, например, сладкого сухого печенья белорусского производства в Россию снизились относительно прошлого года. За январь-июль на российский рынок было экспортировано 1,9 тыс. тонн продукции на USD 2,8 млн. В натуральном выражении экспорт снизился на 14,2%, в стоимостном – на 16,2%.

Тем не менее российский рынок кондитерских изделий остается перспективным для белорусских производителей. По данным Центра исследований кондитерского рынка РФ, мучные кондитерские изделия (печенье,

вафли, пряники) остались в 2017 году в лидерах по объемам потребления. На человека в среднем приходилось 9,6 кг данной продукции.

По данным исследования IndexBox Russia, объем российского рынка печенья в прошлом году составил 1 470,2 тыс. тонн. По сравнению с 2016 годом он вырос на 6,0%. Доля расходов российских потребителей на печенье, по итогам 2017 года, составила порядка 24% от всех расходов на мучные и сахаристые кондитерские изделия. Данный вид изделий остается наиболее популярным по причине доступности, особенно в низком ценовом сегменте, на фоне снижения уровня платежеспособности населения.

В среднесрочной перспективе, как ожидается, рост объемов потребления печенья будет составлять 2-3% ежегодно. Такой рост будет связан с действиями производителей печенья по увеличению присутствия своей продукции на рынке кондитерских изделий, а также благодаря расширению предложения новых видов продукции.

"Слодыч" в настоящий момент присутствует в России практически во всех основных сетях ("Ашан", "Окей", "Лента" и другие). Лучше всего в России реализуется печенье в 100-граммовых бумажных упаковках, на которое приходится 20,0% всего объема экспорта, а также продукция нового бренда Chitorio, выведенного на рынок только в прошлом году.

Впрочем, для "Слодыча" основным рынком сбыта является внутренний. Компания в настоящий момент занимает треть белорусского рынка печенья, конкурируя с российскими и украинскими производителями.

В частности, в импорте сладкого сухого печенья доля России и Украины в общем объеме импорта по итогам января-июля составила 95,0%. При этом со стороны украинских производителей конкуренция усиливается. За семь месяцев из Украины на белорусский рынок было ввезено 5,8 тыс. тонн печенья, или на 25,2% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Импорт из России в январе-июле незначительно снизился (на 1,1%), составив 6,3 тыс. тонн.

"До 2015 года основным нашим конкурентом в стране была по сути лишь фабрика "Спартак", которая выпускает идентичную "Слодычу" продукцию. О том,

что такое настоящая конкурентная война, мы узнали лишь три года назад, когда Россия перекрыла въезд украинским кондитерским изделиям. Вдобавок у соседей из-за хорошего урожая зерновых и сахарной свеклы упали цены на сахар и муку. Поэтому дешевая украинская кондитерка, которая раньше в буквальном смысле растворялась на просторах России, хлынула к нам. В регионах, где реализация печенья шла через структуры "Белкоопсоюза", белорусской продукции пришлось сильно потесниться", – вспоминает Д.Соловях.

По словам начальника отдела экономики предприятия Дианы Бондарчук, в себестоимости сырья почти 80,0% приходится на сахар, маргарин и муку. Между тем у основных конкурентов стоимость этих видов сырья ниже на 10-20%, что сказывается на конкурентоспособности.

За прошлый год "Слодыч" заработал BYN 37,6 млн выручки, или на 3,1% больше, чем в 2016 году. Прибыль от реализации выросла на 5,8%, чистая прибыль при этом сократилась на 24,1% до BYN 1,3 млн.

По итогам I полугодия этого года предприятие произвело более 7 тыс. тонн продукции, сохранив объемы выпуска на уровне прошлого года несмотря на сложности с продажами на внутреннем рынке. Всего фабрика реализует на сегодня порядка 170 товарных позиций. Львиную долю всего объема выпускаемой продукции занимает сахарное печенье. Рентабельность на сегодня составляет 8-10%.

Стратегия дальнейшего развития предприятия предполагает модернизацию существующего производства, диверсификацию продуктового портфеля и минимизацию издержек. За последние годы "Слодыч" инвестировал в развитие более EUR 2,0 млн. Средства были направлены на закупку датского и итальянского оборудования для новой линии по производству сдобного печенья экструзионным способом, а также на закупку упаковочного оборудования. В этом году "Слодыч" освоил производство нового для себя вида продукции – вафель.