

ВТО: СИТУАЦИЯ НА КОНДИТЕРСКОМ РЫНКЕ РФ

РОССИЯ ОБСУЖДАЛА УСЛОВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИИ
ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ 18 ЛЕТ И НАКОНЕЦ
ДОБИЛАСЬ СВОЕГО — ЛЕТОМ 2012 ГОДА ОНА СТАНЕТ
ПОЛНОПРАВНЫМ ЧЛЕНОМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Что даст «членский билет» отечественным компаниям, работающим в кондитерской отрасли? К каким необратимым последствиям приведут реформы и стоит ли ждать краткосрочного выигрыша от ВТО или же это даст положительный эффект только в долгосрочной перспективе? И будет ли он вообще — этот положительный эффект?

Журнал «Кондитерские изделия» решил обсудить за круглым столом эти и другие наболевшие вопросы с экспертами кондитерского рынка.

Максим Лопасов: Добрый день! Сегодня мы обсуждаем ситуацию на рынке кондитерских изделий в свете вступления России в ВТО. Безусловно, в настоящее время мы живем в период серьезных изменений на рынке и в законодательстве. Эти изменения зачастую очень важны и весомы, но участники рынка узнают о них, к сожалению, в самый последний момент. Круглый стол — это возможность донести актуальную информацию до участников рынка и дистрибьюторов, формируя таким образом отраслевое мнение и единую позицию бизнес-сообщества по ключевым вопросам.

Мнения в отношении вступления России во Всемирную торговую организацию остаются полярными, несмотря на то что переговоры по этому вопросу ведутся 18 лет. Ино-

В круглом столе участвовали:

ДМИТРИЙ АБРИКОСОВ,

генеральный директор компании «Товарищество А.И. Абрикосова Сыновей»;

АЛЕКСЕЙ ВИНОГРАДОВ,

коммерческий директор «КО Золотой трюфель»;

ВИКТОР ЗАСПАВСКИЙ,

коммерческий директор компании «Русский бисквит»;

МАКСИМ ПОПАСОВ,

заместитель генерального директора ИП «Март-Медиа» по коммерческим вопросам;

ГАПИНА ЧАЙКОВСКАЯ,

директор по маркетингу КО «Любимый Край»;

ДМИТРИЙ ШЕЙКИН,

коммерческий директор воронежского кондитерского комбината «Дон»;

ЕВГЕНИЙ ШАВЫРОВ,

коммерческий директор компании «Сладуница».

странцы очень хорошо себе представляют выгоды, которые они получат от вступления России в ВТО. Как отмечают в Европейской комиссии, российский рынок сможет принести европейским компаниям около 4 млрд евро.

Сегодня мы поговорим о том, как повлияет вступление в ВТО на работу российских предприятий кондитерской отрасли. Что мы приобретем? Что мы можем потерять после того, как страна окажется в ВТО? Улучшится ли инвестиционный климат на рынке кондитерских изделий

после вступления России в ВТО? Слово — Алексею Виноградову.

Алексей Виноградов: Считаю, что основные инвестиции в рынок шоколада уже сделаны. Поэтому я не уверен, что вступление в ВТО окажет существенное влияние на инвестиционный климат данного сегмента кондитерского рынка.

Максим Лопасов: В таком случае интересно, какие инвестиционные перспективы есть на рынке, скажем, мучнистых изделий?



ДМИТРИЙ АБРИКОСОВ,
генеральный директор
компании «Товарищество
А.И. Абрикосова Сыновей»



АЛЕКСЕЙ ВИНОГРАДОВ,
коммерческий директор
«КО Золотой трюфель»



ВИКТОР ЗАСПАВСКИЙ,
коммерческий директор
компании «Русский
бисквит»

Галина Чайковская: На мой взгляд, инвестиционный климат страны после вступления в ВТО станет более привлекательным для иностранных партнеров. Уже сегодня, например, некоторые иностранные компании, такие как Orkla или Fazer, владеют значительным количеством отечественных производственных площадок.

Дмитрий Шейкин: Стоит ли напоминать, что, пока у России были заградительные барьеры по ввозу иностранной продукции на территорию страны, отечественная кондитерская отрасль имела неплохую возможность развиваться? Понятно, что в будущем импортировать товар станет гораздо выгоднее и легче, а построить завод и произвести на нем качественную продукцию — сложнее. Таким образом, считаю, что инвестиций в местное производство ощутимо больше не станет.

Евгений Шавыров: Я, напротив, считаю, что вступление России в ВТО даст возможность российским производителям отстоять существующие и открыть новые экспортные рынки. Одна-

ко потребуются принятие ряда законов, защищающих права и интересы отечественных производителей, приводящих технические стандарты в соответствие с международными. Данные меры дадут иностранным инвесторам гарантии против дискриминации со стороны властей, тем самым резко улучшится единое экономическое пространство РФ. А улучшение инвестиционного климата является необходимым условием долгосрочного экономического роста — вне зависимости от вступления или невступления в ВТО.

Виктор Заславский: Думаю, что инвестиционный климат на рынке кондитерских изделий после вступления в ВТО если и изменится, то незначительно. Более того, я считаю, что изменение инвестиционного климата в лучшую сторону возможно только за счет внутренней экономической политики государства, а уж никак не за счет вступления в ВТО.

Дмитрий Абрикосов: Согласен с Виктором: вступление России в ВТО не изменит инвестиционный климат в России. Возрастет

импорт кондитерских изделий низкого качества из Китая и Восточной Европы. В премиальном шоколадном — самом интересном — сегменте с отечественными производителями вступят в борьбу компании, имеющие опыт работы в премиальном сегменте не одно столетие. В России на сегодняшний день очень слабые позиции производителей премиальных кондитерских изделий. А это самый высокодоходный сегмент на рынке. Значит, стоит ожидать роста экспорта дешевых и некачественных изделий, инвестиции в отечественного производителя сократятся.

Максим Лопасов: Предлагаю перейти ко второму вопросу. Есть ли сегодня у игроков рынка полное понимание того, на каких именно условиях страна вступает в ВТО? Есть ли доступ ко всей необходимой для оценки ситуации документации?

Галина Чайковская: Сегодня на сайте Минэкономразвития России можно найти информацию о таможенных пошлинах по каждой категории продуктов. Она, безусловно, доступна всем. Другое дело — вопрос сертифи-



ГАПИНА ЧАЙКОВСКАЯ,
директор по маркетингу
КО «Любимый Край»



ДМИТРИЙ ШЕЙКИН,
коммерческий директор
ВКК «Дон»



ЕВГЕНИЙ ШАВЫРОВ,
коммерческий директор
компании «Спагуница»

кации, по которому нет никакой информации, так как все находится в стадии подготовки к публикации. Какие-то вещи станут нам понятны только тогда, когда мы войдем в ВТО и начнем работать.

Дмитрий Шейкин: Информацию об условиях вступления нашей страны в ВТО я получаю по нескольким каналам. Во-первых, это федеральные телеканалы и журналы. В этом случае я принимаю во внимание, что данные информационные носители лоббируют наши сырьевики, иными словами, те, кто экспортирует металлы, нефть, газ и прочее за рубеж. Им вступление в ВТО, конечно же, будет выгодно. Что касается остальной информации в части законодательства, ее можно найти — я согласен с Галиной — на сайте Минэкономразвития.

Дмитрий Абрикосов: При вступлении в ВТО необходимо срочное принятие технического регламента по кондитерской промышленности. При отсутствии такого закона наш рынок не защищен от подделок и суррогата, и прежде всего по шоко-

ладной категории. Сегодня слово «шоколад» можно использовать и на изделиях, не содержащих необходимого количества какао-продуктов, а состоящих из различных заменителей. Поддержка государства должна заключаться в принятии законов, устанавливающих правила ведения честной конкуренции между отечественными и зарубежными производителями.

Евгений Шавыров: Я могу сказать, что абсолютно четкого понимания по условиям будущей работы у нас на сегодняшний день нет. В целом известно, что в течение первого года после вступления ни одна внешнеторговая пошлина не будет снижена. А в дальнейшем по разным группам товаров установлены «переходные» периоды от года до семи лет. Некоторую информацию можно найти на официальных сайтах Всемирной торговой организации и Минэкономразвития РФ.

Виктор Заславский: Вступление в ВТО уже давно превратилось в своеобразную мыльную оперу, заезженную пластинку. У меня даже седые волосы на голове успели появиться за то время,

пока проект обсуждался и принимался. Сколько раз уже был фальстарт, на который мы пытались как-то среагировать! Поэтому в последнее время мы к теме вступления в ВТО относимся достаточно индифферентно, учитывая, как пренебрежительно власть имущие отнеслись к мнению производственного сообщества на этот счет. Да, основной вопрос, который нас интересует, — это вопрос пошлин, с которым не до конца все понятно.

Максим Лопасов: Можно сделать вывод, что как-то влиять на процесс очень сложно. Вы вынуждены выступать в роли статистов.

Виктор Заславский: Безусловно!

Максим Лопасов: Готов ли кондитерский рынок Российской Федерации к экспансии со стороны стран — участниц ВТО? Нужно ли дополнительно создавать какие-то отраслевые организации, которые будут лоббировать интересы российского бизнеса при принятии решений самой ВТО?

Галина Чайковская: Мне лично не хватает такой отраслевой организации, которая куриро-

вала бы все вопросы вхождения в ВТО, формировала общественное мнение и пр.

Дмитрий Абрикосов: Опыт работы общественных отраслевых объединений в России показывает их полную несостоятельность. Дело в том, что

объединяться, высказывать свои мнения на заданную тему, получать информацию, которую кто-то бы генерировал и направлял. При этом существуют опасения, не превратится ли такая организация в очередной неэффективный бюрократический аппарат.

При вступлении в ВТО необходимо срочное принятие технического регламента по кондитерской промышленности. При отсутствии такого закона наш рынок не защищен от подделок и суррогата, и прежде всего по шоколадной категории

без административного ресурса в России ничего не работает. Мой личный опыт по созданию кондитерского кластера в Пензенской области демонстрирует, что после того, как в работу вступают федеральные органы власти в лице Минэкономразвития и начинает производиться финансирование весьма перспективного и нужного дела, схемы данного финансирования не позволяют работать и осуществлять защиту интересов мелких отечественных производителей. Определяющую роль при вступлении России в ВТО будет играть то, как импортеры построят свое взаимодействие с российским ретейлом, а также ценовая политика компаний. Пустых мест на полках нет, любая новая продукция будет вытеснять уже стоящую на полке.

Дмитрий Шейкин: Кондитерский рынок — лишь малая часть общеэкономического пространства страны. Поэтому отдельного представителя по отрасли в ВТО, конечно, не будет. Однако создание специальной курирующей организации необходимо, чтобы и крупные, и небольшие производители могли

Максим Лопасов: Возвращаясь к вопросу об экспансии. Насколько я могу судить, в ближайшей перспективе нам не стоит бояться чрезмерной активизации западных производителей. Вы можете согласиться с этим утверждением?

Дмитрий Шейкин: Боюсь, что не соглашусь с данным утверждением. Думаю, первым пострадает рынок конфет и шоколада, так как конфеты в Европе производятся давно и успешно. Стоит также ожидать появления новых ретейлеров, которые будут представлять в первую очередь европейские продукты питания. Что касается кондитерских изделий, то здесь есть определенная специфика, которая обусловлена особенностями потребления. Например, в Европе популярны локальные bakeries — небольшие пекарни, так как местные жители предпочитают свежую выпечку. В России подобное представлено слабо, и иностранные производители должны будут перестраивать свой бизнес под российские реалии. В любом случае мы получим крупного и мощного конкурента, причем основная угроза — это кондитеры из Китая, а не из Европы.

Евгений Шавыров: С одной стороны, многие мировые игроки уже присутствуют в России, и мы давно конкурируем с ними. С другой стороны, со вступлением России в ВТО доля импорта кондитерской продукции на отечественном рынке существенно увеличится. Мы считаем, что большая часть российских предприятий к таким переменам уже готова. По качеству и прочим параметрам российские изделия достигли лучших показателей в мире. Крупные предприятия кондитерской отрасли прошли модернизацию, и многие кондитерские фабрики работают на современном оборудовании с высокой производительностью и качественной продукцией. Кроме того, отечественная продукция зачастую даже выигрывает перед иностранной. С другой стороны, нельзя не отметить, что российский кондитерский рынок стал чрезвычайно разнообразным. Однако наши предприятия не способны выступить «единым фронтом» против иностранной экспансии. Наоборот, отечественные компании зачастую друг другу не дают работать, изматывая конкурентов судебными тяжбами. Для начала нужно добиться единства между игроками отечественного рынка. Думаю, нужен какой-то союз, который должен быть создан до вступления России в ВТО.

Максим Лопасов: Г-н Виноградов, что вы как представитель компании, занимающейся производством шоколадных изделий, думаете по поводу возможного усиления конкуренции со стороны иностранных предприятий в вашем сегменте? Оцениваете ли вы свои риски как более серьезные, чем у производителей мучнистых изделий?

Алексей Виноградов: Безусловно, конкуренция будет усиливаться, и это вполне логично.

Для большинства производителей будет достаточно сложно выйти на европейский рынок сразу после вступления в ВТО, что связано с более жестким внутренним и таможенным законодательством, которое применяется в Европе. А российский рынок достаточно прост и легок для входа любой продукции из ЕС. Поэтому в первую очередь удар придется по дешевой кондитерской группе. В последующем при условии увеличения уровня жизни населения Европа поглотит средний и дорогой сегменты нашего рынка. Насколько готова наша продукция конкурировать с импортной? Здесь основную роль сыграют торгующие организации: магазины и сетевые структуры. Большинство из них, например федеральные сети «Метро» и «Ашан», будут продвигать европейскую продукцию.

Максим Лопасов: А вы верите в возможность создания отраслевых объединений, способных изменить ситуацию к лучшему?

Алексей Виноградов: Нет, не верю.

Виктор Заславский: Я не соглашусь с Алексеем Виноградовым по вопросу возможного роста конкуренции в низком ценовом сегменте. Стоит учесть, что это почти 80% нашего рынка, если брать в натуральном выражении. Составить здесь конкуренцию нам почти никто не сможет. Другое дело, что в среднем и высоком ценовых сегментах у наших представителей при открытии рынка и вступлении в ВТО практически не будет возможности бороться с транснациональными корпорациями. Потому как эти продукты требуют гораздо больших инвестиций, большего финансирования. А такие возможности у наших производителей крайне ограничены.

Я не верю, что отраслевые организации смогут эффективно лоббировать интересы отечественных производителей. Ведь существуют определенные правила вступления в ВТО, о каком лоббировании тогда может идти речь?

Максим Лопасов: Каковы ваши прогнозы в отношении роста отпускных и розничных цен на товары кондитерской группы после вступления страны в ВТО?

Виктор Заславский: Считаю, что серьезной корреляции цен при вступлении в ВТО не будет. Дело в том, что стоимость то-

вара напрямую зависит от внутренних издержек, которые зависят от государственной политики, цен на электроэнергию и прочее. Сырье в основном производится в России, и при открытии границ его стоимость не уменьшится.

Максим Лопасов: Галина, действительно ли стоимость продукта зависит исключительно от прямых издержек? Или есть еще какие-то факторы, которые изменятся со вступлением России в ВТО, повлияв на отпускную цену?

Галина Чайковская: В том, что касается сырья, — здесь я согласна с предыдущим оратором, добавить нечего. Однако таможенные пошлины не дают оснований для того, чтобы на российский рынок пришли компании с более выгодной ценой, от которой мы могли бы проиграть. Я полагаю, что це-

нообразование мучных кондитерских изделий будет строиться по прежним принципам.

Максим Лопасов: Интересно мнение представителя шоколадного рынка, которого, по всей видимости, вступление России в ВТО коснется в наибольшей степени. Алексей, прокомментируйте ситуацию, пожалуйста.

Алексей Виноградов: Резкого скачка отпускных цен сразу после вступления в ВТО не произойдет. Конечно, мы будем исходить из создавшейся ситуации внутри страны. Имен-

Иностранные производители должны будут перестраивать свой бизнес под российские реалии. В любом случае мы получим крупного и мощного конкурента, причем основная угроза – из Китая, а не Европы

но поэтому сегодня невозможно предугадать, на какой процент вырастут или упадут цены в будущем.

Евгений Шавыров: На мой взгляд, рост либо снижение отпускных цен будут зависеть от стоимости сырья. Кроме того, на ценообразование окажет влияние конкурентная среда.

Максим Лопасов: Согласитесь, что вступление в ВТО может спровоцировать увеличение экспорта отечественной продукции. Сегодня многие игроки рынка склоняются к подобному сценарию развития событий. На ваш взгляд, насколько велик экспортный потенциал российских продуктов питания?

Галина Чайковская: У меня такое ощущение, что по экспорту мы вряд ли получим «зеленую дорожку», пока не разберемся

с одним из важных ограничений, а именно с вопросом сертификации качества. Уверена, что импорт будет расти гораздо быстрее экспорта. Кроме того, боюсь, что у европейского потребителя существует некий психологический барьер, связанный с негативным имиджем российских продуктов. Необходимо будет зарабатывать репутацию, выпускать торговые марки, ориентированные на Запад, рассчитанные на вкус и ожидания иностранных потребителей. Иначе мы будем, как сегодня, в основном «окучивать» аудиторию русских эмигрантов.

Дмитрий Шейкаин: Сегодня наша компания поставляет свою продукцию на экспорт — в Израиль и Канаду. Конечно, в основном поставки ориентированы на эмигрировавших граждан из России, которые ностальгируют по отечественной продукции. В Европе потребитель привык к совсем иным кондитерским изделиям. Например, у них не принято есть печенье с чаем, имбирные пряники выпускаются как сезонное лакомство к Рождеству и т. д. Поэтому роста экспорта нашей продукции за рубеж не произойдет. Вместе с тем, как уже неоднократно говорилось, значительно увеличится импорт, так как в нашей стране долгое время считалось, что европейский продукт априори является качественным и вкусным.

Виктор Заславский: Я поддерживаю выступивших участников круглого стола в том, что с точки зрения экспорта у отечественных игроков перспективы невысоки. В первую очередь, наша кондитерская промышленность очень отстала в технологическом плане, если брать в сравнение страны Европы или Северной Америки. Поэтому предложить нам цивилизованному миру, откровенно говоря, нечего. Во-вторых, определенные сложности связаны со сложившимися на зарубежных рынках тенденциями. Следует отметить стремление населения к большему потреблению продуктов с коротким сроком хранения. Надо понимать, что мы не можем производить продукты с коротким сроком хранения, иначе мы превратимся в локальных игроков. Все те продукты, которые мы делаем, — это продукты со сроком хранения от 3 до 12 месяцев, они не пользуются большим спросом на европейском рынке. И наконец, необходимо учитывать изменение цен на нефть, а также неустойчивость курса рубля. Существуют надежды на экспортный потенциал мясопереработки, остальные же сегменты пищевой промышленности шансов закрепиться на зарубежных рынках не имеют.

Евгений Шавыров: В прошлом году мы установили немецкое оборудование на нашей фабрике. Так

вот, немецкие партнеры заявили, что подобное оборудование приобретают, как правило, только российские производители. Более того, они были немало удивлены, что компания, расположенная в далеком сибирском городе, позволяет себе закупать такие мощные линии. Одним словом, я не соглашусь с Виктором Заславским, так как считаю, что многие российские компании обладают гораздо более серьезными мощностями и потенциалом, нежели европейские.

Галина Чайковская: Я также предлагаю не бояться конкурентов, а принять их как новую среду, которая станет хорошим поводом для дальнейшего развития. Ведь у отечественных игроков появится серьезный стимул бороться за место на рынке, а значит, стоит надеяться на решительные действия компаний. Единственное, чего отрасли не хватает для этого развития, — государственной поддержки. Я полагаю, что отраслевое объединение, которое, как мне кажется, все-таки нужно нашим производителям, должно потребовать участия государства в нашем развитии.

Максим Лопасов: Уважаемые участники круглого стола, мы благодарим всех за то, что смогли найти возможность поделиться своим профессиональным мнением. Всего доброго! 