

Радости и заботы сыродела

Joys and sorrows of a cheesemaker

Ульрих Маршнер, директор по стратегическим проектам и
развитию бизнеса ООО «Хохланд Руссланд»
11-е сентября 2018 г.

Данная презентация отражает мнение автора и не может считаться официальным мнением компании «Hochland SE» и/или ООО «Хохланд Руссланд».



- Факторы, влияющие на наш рынок
- Молочный и сырный рынки в РФ
- Наше нынешнее положение и чему радуемся
- Что нас заботит

- Страна выходит из кризиса, но медленнее чем мы надеялись
- Рост ВВП предсказывают на 2018 на уровне 1,7 %, т.е. как в 2017 г.
- Инфляция снизилась в 2017 г. до рекордных 2,5 %
- Увеличение инфляции нужно ожидать с учетом повышения НДС и под влиянием курса рубля, который в свою очередь тоже реагирует на агрессивную санкционную политику США
- Ключевая ставка снижена до 7,25 %, но факторы, влияющие на повышение, есть
- Покупательная способность то растет, то падает, точно не выйдя пока на предкризисный уровень 2014 года.
- Российский рынок большей частью остается отрезанным от мирового молочного рынка, в чем есть плюсы и минусы.
- Санкции и контр-санкции – это, кажется, уже на очень долго, причем санкции постоянно наращивают под любыми предложениями.



- С декабря 2017 года мы наблюдали беспрецедентную динамику цен на сырое молоко. В декабре 2017 – январе 2018 гг. началось снижение цен, которое в некоторых регионах приобрело драматический размах. Такого в такое время по моей памяти никогда не было.
- Мы этому не рады, так как знаем, что сильное падение может закончиться таким же сильным ростом.
- Мы видим основную причину этого падения в отложенной реакции рынка молока на слабый спрос на готовую молочную продукцию у потребителей.
- Мы имели длительное время профицит молока. Но этот профицит не назовешь структурным, а скорее «конъюнктурным», вызванным падением спроса.
- Только с июля/августа мы видим первые сигналы выхода из этой ситуации, в том числе по ценам на сырье (особенно молочный жир).



- Мы боимся другой крайности – слишком крутого роста цен на молоко и молочное сырье. Это в свою очередь может привести к очень печальным последствиям, так как покупательная способность так не вырастет, а следовательно более высокие цены на готовую продукцию, компенсирующие рост цен на молоко, убьют спрос на нее, а следовательно опять на молоко.
- Карусель вверх-вниз может вращаться все быстрее, от чего никто не останется в выигрыше.
- Помимо цен на молоко цены на сыры также были очень низки, часто ниже уровня себестоимости. На это наложились большие запасы у производителей сыров с одной, а слабые продажи с другой стороны.



- Если сравнить темпы роста производства сыров и сырных продуктов за первое полугодие с досанкционным первым полугодием 2014 г. , то самый большой рост был в первом полугодии 2015 г.
- Потом «страсти» на фоне упавшей покупательной способности очень сильно улеглись.
- Исключение: опережающий рост сырных продуктов в первом полугодии 2017 г.
- Думаю также, что весь размах проблемы с производством и продажей сыров в 2018 г. мы еще не увидели в статистике.
- Сразу замечание/одна из наших забот:
 - Росстат, к сожалению, перестал после его переподчинения публиковать данные по сырам в прежней разбивке, что очень осложняет нам следить за развитием сырного рынка.
 - Когда сырные продукты попадут окончательно в «общий котел молкосодержащих продуктов», то возникнет вопрос, как и где Росстат их будет показывать в дальнейшем, что еще больше осложнит слежение за рынком.
 - Хотим ли мы этого или нет, эти продукты будут частью нашего с Вами рынка.



- У нас продажи в 2015 г. упали по сравнению с рекордным 2014 годом, но слава богу не сильно.
- И в 2016 г. мы уже превзошли 2014 г. и продолжали рост и в 2017 и в 2018 гг.
- По продажам брендов мы превзойдем 2014 г. в этом году.
- Что плохо: очень высока доля промо-акций с глубокими скидками. Это искажает восприятие потребителем справедливой цены на продукт. Но это не прихоть сетей, а дань реальной экономической ситуации.
- Что хорошо: Потребитель и в кризис ценит качество, чем мы в течение всех этих лет не рисковали и оказались правы.



- Их немало. И все нас постигают вместе с Вами одновременно.
- Назову главные для нас:
- Частые изменения законодательства:
 - Был принят ТР ТС/ЕврАзЭС) с включением туда сырных продуктов.
 - Все мы (добросовестные) перешли.
 - Опять изменения: Переименовали в молочосодержащие продукты с заменителем молочного жира. Новый статус этих продуктов, новые правила маркировки («табачные траурные» рамки), новые затраты на изменение упаковки, не исключено изменение на них НДС
 - Что мы получим: Еще больше производителей уйдет в «тень»
- Дайте нам, пожалуйста, работать после принятия новых законов/правил больше времени без изменений.
- Мне кажется, законные нормы в нашей отрасли принимаются часто поспешно, и так же поспешно потом корректируются, что влечет дополнительные большие затраты для производителей.



- ЭВС и маркировка в принципе
 - Мы несколько лет готовились к ЭВС, в том числе по готовой продукции, вложив в это очень много времени дефицитных специалистов и немало денег. Это не явилось результатом оценки полезности или неполезности ЭВС, а признанием того, что это принятое законодательство.
 - Буквально в последний момент готовая продукция была выведена из-под ЭВС.
 - С другой стороны по сей день сохранялось разночтение, что касается ГП в «транспортной таре».
 - Потом мы с ужасом узнали, что ЭВС по ГП будет заменена другой системой маркировки, которая предполагает по аналогии с табаком, шубами и т.д. маркировку КАЖДОЙ единицы продукции.
 - Исходя из сообщений СМИ мы посчитали, что только плата за эти маркеры на каждом продукте обойдется нам при наших объемах в 115 млн. Рублей/год

- При этом мы еще не знаем, как это будет поддержано технически, какое оборудование потребуется на производстве и сколько это будет стоить и каковы будут затраты на эксплуатацию.
- Мы также не знаем, какое из ведомств будет со стороны власти отвечать за данный проект (Минпромторг?)
- В СМИ это уже представляют как чуть ли не решенное дело, хотя официального правоустанавливающего документа я еще не видел.
- Впереди нас всех новое хождение по мукам и опять неуверенность, чем это закончится при больших тратах ресурсов людей и денег.
- Есть только уверенность, что цена для потребителя на нашу продукцию опять увеличится, что не может не сказаться на спросе.
- А потом, вдруг, в последний день опять отбой?
- В отличие от ЭВС, где уже был принят закон, здесь, как мы понимаем, дискуссия пока открыта. Для нас возникает по молочной продукции вопрос смысла такого шага.

- Фальсификат/контрафакт
 - Давайте договоримся на берегу, что так можно называть только продукцию, нечестно декларированную, создающую у потребителя впечатление, что он покупает один продукт, а на самом деле продукт другой.
 - То есть не все продукты с растительными жирами можно называть фальсификатом.
 - Мне понятно и близко стремление государства бороться с фальсификатом, но почему мы боремся со всей продукцией с растительными жирами?
 - От нововведений по этим продуктам «теневой сектор» еще увеличится, тем более если еще и будет увеличено НДС
 - На поступлении из-за границы такого фальсификата это никак не скажется.
 - Мы пока не видели эффективной борьбы именно с фальсификатом.
 - Я бы предпочел эффективную борьбу с фальсификатом борьбе с растишкой вообще на данном этапе, так как именно фальсификат снижает репутацию честных молочных продуктов.



- Контроль качества и безопасности продукции на полках магазинов, в том числе выявление фальсификата.
 - Мне представляется, что некоммерческие/общественные организации, рекламирующие себя как «борьцы за права потребителей» зачастую превышают свои компетенцию, предоставленную им ФЗ «О защите прав потребителей».
 - В том числе они присваивают себе властные полномочия, в частности признавать продукт фальсификатом.
 - Этим полномочием, на мой взгляд, обладает только РПН.
- При этом подобные организации зачастую действуют непрозрачно, что вызывает много вопросов к корректности применяемых ими процедур и мер контроля, а также выводов, что в свою очередь может привести к необоснованному опорочению деловой репутации производителей.
- Хотелось бы, чтобы государство навело тут порядок и указал этим организациям на свое место в системе защиты прав потребителей, оставляя за собой государственные функции в полном объеме.



- **Предсказуемость по Белоруссии**
 - Вечная тема, к сожалению.
 - Для нас это связано с постоянным авралом в своей системе закупок, особенно по СОМу и маслу. По СОМу это вопрос прежде всего качества, по маслу тоже вопросы цены.
 - Мы бы приветствовали долгосрочную предсказуемость, которой по сей день нет.
 - На наш взгляд, эта непредсказуемость лихорадит весь российский молочный рынок при том, что РБ тоже входит в ЕврАзЭС.
 - В том числе это лихорадит и производителей СОМа и масла в РФ.



- «Плохие слова»
 - Переработчик
 - Посредник
 - Трейдер
 - Сеть
- «Переработчик»
- Если следить за СМИ, то все эти, указанные выше, в разной степени плохи. Хороши только производители сырого молока, то есть село.
- Я высоко ценю их работу и их продукт, ибо от их работы и качества молока зависит все остальное.
- Но настойчиво муссируется мнение, что переработчики наживаются на них. Могу Вас заверить, это не так.
- Мы все живем в рынке. Его ничем не заменишь. То одному хорошо, то другому.
- Переработчик находится тоже в конкурентных условиях, и особо наживаться ему не дают ни его конкуренты ни кошелек потребителя.



- «Посредник и трейдер»
 - Посредник может быть дистрибьютор, распределяющий продукцию переработчика в определенном регионе.
 - Он выполняет работу, которую производитель не может выполнять так же качественно или за ту же цену. Дистрибьютор связующее звено между производителем и магазином.
 - Трейдер (тоже «посредник») – он снимает с переработчика задачу по закупкам разного рода сырья, оформлению отношений с поставщиками, возвратам и т.д. Он иногда лучше нас знает рынок и может за счет больших объемов предлагать лучше цены.
 - Если бы не трейдер, то нам нужно было бы создать соответствующий штат и компетенции.
 - По молоку трейдер может помогать закрывать пики в закупках, на которые нецелесообразно или невозможно заключать постоянные договора с поставщиками сырого молока. Он может реагировать быстрее нас. Но он не заменит прямые отношения с производителями сырого молока, а дополняет их.
 - Стоять в середине/быть посредником – это не позорно, это выполнение нужной функции в общей системе производства и продажи продуктов.



- Торговые сети
 - Они могут нам нравиться или нет.
 - Они – состоявшийся факт на рынке, и они будут дальше развиваться.
 - Бороться с ветряными мельницами смысла нет.
 - Они выполняют важную функцию в товаропроводящей сети и, видимо, выполняют ее эффективнее чем отдельно стоящие магазины, а то они бы не развивались
 - Мы уверены, что с ними нужно и можно работать и выстраивать конструктивные взаимоотношения.
 - Мы сами не всегда это понимали, но, несмотря на все сложности, убедились, что это возможно.



- С одной стороны, кажется, жизнь немножко налаживается.
- С другой стороны остается очень много непредсказуемого как на самом молочном рынке, так и в контексте, на него влияющем.
- Было бы очень хорошо, если бы регулирующее воздействие государства стало для нас более предсказуемым и решения, принимаемые в этой области, более долгосрочными после широкого и глубокого обсуждения готовящихся правовых актов соответствующим бизнес-сообществом с государством.
- Это ведь тоже влияет на инвестиционную привлекательность отрасли, где сроки окупаемости не самые короткие.

Спасибо за внимание!