



10 На что идут застройщики, чтобы увеличить продажи на падающем рынке

14 Почему новички рынка микрокредитования начали терять интерес к бизнесу

Производители продуктов питания из Сибири присмотрелись к китайскому рынку. Сегодня целый ряд региональных предприятий ведет переговоры о выводе своей продукции в китайские торговые сети. Эксперты объясняют возросший интерес к восточному соседу жесточайшей конкуренцией в России между производителями и сокращением реальных доходов населения.

Потянуло в Китай

— тенденции —

Интересный рынок

Сибиряки проявляют большой интерес к поставкам продуктов питания на китайский рынок. Экспорт товаров между регионами Сибири и странами-контрагентами за 11 месяцев 2016 года сократился до \$22,9 млрд (за аналогичный период 2015 года — \$25,9 млрд), сообщает Сибирское таможенное управление. При этом экспорт товаров в Китай вырос до \$3,7 млрд (за аналогичный период 2015 года — \$3,4 млрд). Объем экспорта продовольственных товаров в страны дальнего и ближнего зарубежья из регионов Сибири увеличился более чем в два раза, до \$559,1 млн (за аналогичный период 2015 года — \$254,4 млн). В числе стран, на которые приходится наибольшая доля экспортных поставок, — Китай. Как ранее сообщали СМИ со ссылкой на данные Российского экспортного центра (РЭЦ), в Китай больше всего поставляют мороженую рыбу — ее доля более 60%. За девять месяцев прошлого года было поставлено рыбы на \$710,4 млн. Следующие по популярности товары — соя (8,4%), подсолнечное (7,9%) и соевое масло (4,1%). По оценкам Федеральной таможенной службы, за девять месяцев 2016 года Китай закупил более 12 тыс. т шоколада на \$38,4 млн, что в четыре раза больше, чем в прошлом году. В три раза (до \$1,3 млн) выросли поставки фруктовых и овощных соков, в 3,8 раза (до \$1,8 млн) — виноградных вин. Первую партию из 17,6 тыс. бутылок в Китай крымская «Массандра» отправила летом. Винодельческий холдинг «Абрау-Дюрсо» вышел на китайский рынок два года назад.

По данным управляющего АО «ВЭД агент» Александра Дегтярева, с 2014 по 2015 год экспорт продуктов питания из регионов Сибири в Китай вырос более чем в 40 раз, до \$60 млн: «Рост, конечно, огромный, но во многом он объясняется эффектом низкой базы». В 2016 этот рост продолжился, отметил он. В свете западных санкций Россия и Китай сближаются на высшем уровне, и сейчас действительно возможны выгодные сделки по поставкам на китайский рынок потребительских товаров, тем более что девальвация рубля в 2015 году повысила конкурентоспособность российских продуктов, отмечают эксперты.

Продукты на вынос

Преимущества китайского рынка — в территориальной близости и росте благосостояния стран «большой Азии», что способствует покупательной способности и развитию выездного туризма жителей стран АТР, отмечает Александр Дегтярев. Китайский рынок растет в денежном потреблении, растет средний класс, который все больше интересуется качественной иностранной продукцией, говорит он.

«За год наша компания в несколько раз увеличила объемы экспорта мороженого в Китай из Сибири», — рассказал господин Дегтярев. — Это готовый продукт, и ввозить его в Китай проще, чем, например, полуфабрикаты, на ввоз в страну которых нужно получать специальные разрешения». Называть сибирских поставщиков мороженого он не стал, сославшись на коммерческую тайну. По данным Сибирского таможенного управления, за 11 месяцев прошлого года стоимостные объемы поставок мороженого из Алтайского края в Китай выросли в 30 раз. Ранее „Ъ“ сообщал, что, по данным на сентябрь 2016 года, китайцам было продано 70 т российского мороженого — на \$3,5 млн. По оценкам экспертов, в среднем россияне съедают по 3 кг моро-



За 11 месяцев 2016 года объемы поставок мороженого из Алтайского края в Китай выросли в 30 раз

женого в год на душу населения, европейцы около 6 кг, китайцы — менее 1 кг. В будущем Россия претендует на роль основного поставщика мороженого в КНР, говорит глава Союза мороженщиков России Валерий Елхов.

Перспективу развития на китайском рынке увидели также сибирские производители печенья и конфет. Одной из компаний, которая готовится наладить поставки своей продукции на китайский рынок, стала новосибирская «Шоколадная страна».

«Весь каталог продукции, представленной предприятием, интересен китайцам. Компания выходит на этот рынок пока с тремя видами: батончик, соломка и грильяж. В ближайшее время в Китай будет отправлена тестовая партия продукции», — рассказал гендиректор ГК «Экспорт Сибирь» Вячеслав Бондаренко, чья компания выступает партнером «Шоколадной страны» по налаживанию поставок в Китай. По его словам, китайский рынок интересен производителям прежде всего возможностью реализации текущих объемов производства и возможностью развития производственных мощностей. «Существенная часть сибирских предприятий, с которыми мы сегодня ведем работу по налаживанию взаимодействия с китайским рынком, производят обычные продукты повседневного спроса. Однако, учитывая резкое сокращение покупательной способности населения в России, местные производители все активнее выходят с такой продукцией на зарубежные рынки», — говорит господин Бондаренко. По словам директора компании SkylexConsulting (Гонконг) Людмилы Федоровой, многие китайские торго-

вые сети заинтересованы в поставках российской продукции, которая считается экологически чистой и пользуется большим спросом. При этом наценка в торговых сетях на некоторые виды российской продукции может значительно отличаться от цен поставщика. Например, на масло наценка варьируется в пределах 15–30%, на кондитерские изделия разница в цене на полке и цена фабрики может отличаться в 30 раз, отмечает эксперт.

«В кризисные 2015 и 2016 годы производители кондитерских изделий столкнулись с заметным снижением потребления сладостей в стране из-за сокращения доходов потребителей, поэтому экспорт для ряда игроков мог частично компенсировать это снижение», — говорит исполнительный директор Центра исследований кондитерского рынка (ЦИКР) Елизавета Никитина. По данным ЦИКР, на ноябрь 2016 года на Китай пришлось более 15% российского экспорта шоколадных кондитерских изделий и 11,5% экспорта мучных кондитерских изделий. При этом основными экспортными кондитерскими изделиями из числа регионов Сибири стали Кемеровская и Омская области.

Накрутить спэгетти

О планах выйти на китайский рынок заявляют и сибирские производители макаронных изделий. Так, Омская макаронная фабрика намерена продвигать в Китае свой бренд «Добродей». Компания планирует поставлять в китайские торговые сети около 300 т макаронных изделий в месяц. К выводу на внешний рынок компанию подтолкнул рост собственных производственных мощностей и жесткая конкуренция за российского потребителя. По словам менеджера по внешним рынкам предприятия Андрея Ма-

монова, осенью 2016 года на предприятии была пущена новая линия по производству макаронных изделий мощностью 1,2 тыс. кг в час. Инвестиции в ее установку превысили \$1 млн. Сегодня мощности омской фабрики по производству макаронных изделий — 2,5–2,7 тыс. т в месяц, а потенциальный рост — более 3 тыс. т. Увеличение производственных мощностей компании планировалось в связи с растущим спросом на продукцию. Однако экономическая ситуация в стране изменилась: цены на продукцию выросли, а конкуренция между участниками рынка резко усилилась. «Фабрики также нарастили свои мощности, на рынок выходят новые производители, в том числе иностранные. Легкая жизнь участникам рынка вряд ли будет обеспечена в ближайшей перспективе. Сегодня нам нужно резко увеличить рынок сбыта по макаронным изделиям», — сказал господин Мамонов.

«Сейчас емкость российского рынка макаронных изделий растет медленно — на 1–2% в год, с периодами резкого спада потребления во время кризисов и падения покупательной способности рубля», — отмечает аналитик «Алор брокер» Кирилл Яковенко. Россия входит в пятерку крупнейших мировых производителей макаронных изделий, при этом конкуренция на внутреннем рынке высока, говорит консультант практики АПК консалтинговой группы «НЭОцентр» Анастасия Панина. По оценкам Омской макаронной фабрики, выход на китайский рынок — хорошая возможность диверсифицировать сбыт. По данным Людмилы Федоровой, интерес к китайскому рынку также проявляют «Макфа» и «Ресурс» (ТМ «Увелка»). «Рядом макаронных изделий в Китае — на стадии зарождения, так что свободная потенциальная ниша на рынке Китая — хорошая воз-

можность для отечественных производителей», — говорит госпожа Панина.

Рост спроса на пасту в Китае, по данным Анастасии Паниной, связан в большей степени с признанием европейской кухни среди молодого населения страны. «Молодые потребители вскоре станут кормильцами и начнут прививать новую культуру потребления макаронных изделий уже подрастающему поколению, используя пасту как основной компонент пищевой диеты», — уверена она. Директор ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз» Дмитрий Востриков отметил, что исследование, проведенное Роскачеством в 2016 году, показало, что российские макароны, изготовленные из твердых сортов пшеницы, ничем не уступают итальянским аналогам. Сегодня российская макаронная продукция поставляется в первую очередь в страны СНГ, а также — в Бразилию, США, Китай, ОАЭ и другие.

Об интересе к китайскому рынку говорят и руководство компании «Алтан» (ТМ Granmulino). По словам заместителя гендиректора компании Ольги Карюкиной, выйти в Китай компания планирует с поставок муки: «Мы планируем со второй половины 2017 года начать поставки муки на китайский рынок. Затем, возможно, начнем поставки и такой „экзотики“, как классические макаронные изделия, которые, вероятно, могут пользоваться спросом в мегаполисах».

О взаимодействии

Интерес китайских потребителей к российским продуктам питания будет расти, говорят эксперты. Однако выход на этот рынок имеет ряд сложностей для отечественных компаний. «Известны случаи, когда „не пошел бизнес“ у ряда новосибирских компаний, которые пытались выйти в Китай с полуфабрикатами, например, с сибирскими пельменями», — говорит Александр Дегтярев. По его оценкам, минимальные инвестиции для самостоятельного выхода на китайский рынок составляют от \$1 млн. Людмила Федорова отмечает, что в среднем расходы на растаможку небольшой тестовой партии продукции (примерно 2 тыс. т), учитывая затраты на таможенные пошлины, НДС, составляют примерно \$4 тыс. «При этом самые большие расходы у российских поставщиков приходится на утверждение этикетки и получение сертификата качества при первом ввозе продукции», — говорит она. — Есть много нюансов. Например, одному из российских поставщиков суши пришлось менять упаковку для своей продукции, отправляемой в Китай: она реализовывалась в южных районах, где условия хранения такой продукции в перфорированной упаковке невозможны».

Часто проблемы российских предпринимателей в общении с китайцами связаны с непониманием бизнес-культуры друг друга, комментировал журналу «Коммерсантъ Власть» старший научный сотрудник Научно-исследовательского финансового института Минфина России Сергей Савинский: «Если брать сельское хозяйство, то проблем найти в Китае контрагентов, интересующихся экологически чистым производством, нет. Но искать контрагентов через интернет бесполезно, надо приглашать их к себе, убеждать в надежности, установить неформальный контакт, потратить на переводчика, на юридическое сопровождение». Иначе, считает господин Савинский, контакт может закончиться неудовольствием каждой из сторон.

Оксана Павлова

Субсидии для своих

— господдержка —

Финансовый рынок становится все более зависимым от федеральных программ господдержки корпоративного сектора. По меньшей мере половина кредитов, выдаваемых коммерческими банками сибирскому бизнесу, сегодня предоставляются на условиях бюджетного софинансирования. Тренд этот в 2017 году усилится, считают банкиры. Также они прогнозируют перерыв вкладов от региональных коммерческих банков в государственные и консолидационные фонды крупнейших игроков.

Вне конкуренции

По единодушному мнению финансовых экспертов, зависимость регионального банковского рынка

от госфинансирования усилилась в последние два-три года. «Желая поддержать реальный сектор экономики в условиях кризиса, федеральное правительство расширило финансовые возможности уже действующих институтов развития, таких как АИЖК, Корпорация МСП, «Роснано», и инициировало создание новых, среди которых Фонд развития промышленности, Корпорация МСП и Фонд развития интернет-инициатив, программы развития АСИ», — объясняет руководитель комитета по финансам и кредитованию малого и среднего бизнеса новосибирского отделения «Опоры России» Константин Каменщиков. — И сегодня процент, под которым можно получить кредит по программам институтов развития, несопоставимо ниже предложения коммерческих банков».

При средних ставках кредитования бизнеса 15–17% годовых, стоимость займов по программам МСП-банка (поддержка малого и среднего бизнеса) начинается от 9,6%, с учетом стандартной коммерческой накрутки банков-партнеров три процента пункта. А созданный для поддержки модернизации российской промышленности Фонд развития промышленности предоставляет кредиты по ставке 5% годовых сроком до семи лет в объеме от 50 млн до 500 млн руб. Промышленники сибирских регионов эти деньги активно привлекают. Например, в Новосибирской области фонд за два года выдал 75 млн ЗАО «Эндосервис», 150 млн ЗАО «НЭВЗ-керамикс», 223 млн НПО «Элсиб», 300 млн ООО «Плазмахимические технологии». Согласно выделению 300 млн руб. ПАО «Сиблитмаш», на рассмотрении нахо-

дится заявка ЗАО «Энергопром — Новосибирский электродный завод».

Особенно заметно в последние годы было участие государства в строительном секторе. «Программа субсидирования ставок по ипотеке запущена весной 2015 года и была рассчитана на период с 1 марта 2015 года по 1 марта 2016 года, но в феврале 2016 года власти продлили ее до 1 января 2017 года. Она была призвана стимулировать спрос на новостройки и тем самым поддержать строительную отрасль», — рассказывает руководитель розничного филиала ВТБ в Новосибирске Елена Зайцева. Программа господдержки ипотеки предусматривала субсидирование банкам ставки на 3–5% при приобретении частными заемщиками строящегося жилья.

Государственные программы льготного финансирования сегод-

ня вне конкуренции на отечественном банковском рынке, подчеркивают финансисты. «Ни один коммерческий банк не может привлечь пассивы по ставке 6,5%, чтобы предложить заемщикам ставку на уровне 9,5–11%. Физические лица, за которыми борются региональные банки, размещают вклады по ставке до 11% годовых», — отмечает Константин Каменщиков. — Добавьте сюда банковскую маржу и возрастающие риски невозврата кредита в условиях экономической неопределенности и падения потребительского спроса. Становится понятно, что оснований для уменьшения стоимости коммерческих займов нет, и в ближайшей перспективе не предвидится. Фактически весь рынок корпоративного кредитования сегодня в той или иной мере базируется на практике государственного рефинансирования».

Во избежание банкротств

В условиях очень дорогих и коротких денег в коммерческих банках переоценить влияние программ институтов развития на экономику сибирских регионов невозможно, считают эксперты. Во-первых, крупным и средним предприятиям, существенно влияющим на экономику региона, за последние два года был расширен доступ к финансированию, причем как за счет фондирования, так и за счет гарантийных обязательств. Во-вторых, господдержка благоприятно повлияла на ценообразование и, соответственно, на конкурентоспособность предприятий на рынке, в том числе межрегиональном. В-третьих, банки — участники госпрограмм за счет предоставляемого фондирования, несмотря на кризис, смогли увеличить свои корпоративные портфели. c14