ФОТО: АРТЕМ КРАСНОВ/КОММЕРСАНТЪ

ПРОДУКЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА «КУБАНЬ-ВИНО» ВПЕРВЫЕ ПОПАЛА НА ПРИЛАВКИ ФИНЛЯНДИИ

ции, Румынии, Литве, Швейцарии, Сербии, США, Нидерландах, а также странах СНГ. Из них 18 субъектов МСП уже заключили экспортные контракты, 12 предприятий представили свою продукцию в шоурумах в Армении и Казахстане.

В 2020 году кубанские производители приняли участие в таких зарубежных мероприятиях, как выставка в сфере туризма Fitur в Испании и сельского хозяйства AgriTekAstana в Казахстане, а также в международных выставках, проходящих на территории России, «СРМ. Премьера моды», Prodexpo и «Агропродмаш-2020». Продукция края была представлена на коллективных стендах Краснодарского края.

«Помимо этого бизнес имеет возможность бесплатно разместить товары на международных электронных площадках, таких как Alibaba, All.biz, eBay, Epinduo. Этой услугой в 2020 году воспользовались более 40 субъектов МСП края. Так, региональный экспортер-производитель по итогам работы на крупнейшей платформе продажи товаров Epinduo заключил экспортный контракт на поставку натуральных банановых чипсов в Китай на сумму 25 млн руб.»,— сообщил директор Центра поддержки экспорта края Роман Воротников.

СПЕЦПОЕЗД ДЛЯ ЭКСПОРТЕРОВ

Субсидирование затрат на транспортировку продукции позволяет кубанским производителям поставлять свои товары по всему миру, в том числе и в довольно отдаленный от Кубани Китай. Для российских экспортеров организован специальный железнодорожный состав, формирующийся в Подмосковье. «Мало того что мы субсидируем затраты бизнеса на перевозку, доставка товаров в Китай по железной дороге осуществляется по спецтарифу. Продукция прибывает в страну за 14 дней, а не как обычно за 30 суток. Это намного быстрее, чем морским транспортом (30–40 дней). При этом стоимость доставки морем в данный момент практически одинакова с доставкой по железной дороге. Морские перевозчики в последнее время подняли цены на свои услуги, думаю, это связано с популярностью перевозок китайских товаров в предновогодний период. Скорее всего, после Нового года доставка морем снова будет дешевле»,— рассказал Владислав Есин.

Как сообщил директор Ростовского филиала «Первой грузовой компании» (ПГК) Вадим Жуков, за 11 месяцев 2020 года объем перевозок на экспорт в вагонах ПГК по Северо-Кавказской железной дороге (СКЖД) вырос почти на 20%, до 721 тыс. тонн. В частности, почти в три раза увеличилась погрузка сахара, до 108,6 тыс. тонн, за счет увеличения отгрузки краснодарскими и ставропольскими сахарными заводами. Более чем в два раза выросли перевозки продовольственных товаров — до 28,3 тыс. тонн. Грузоотправители также на четверть нарастили экспорт химикатов и соды в вагонах ПГК на СКЖД — до 73,5 тыс. тонн, на 2% химических и минеральных удобрений — до 215 тыс. тонн. Грузы отправлялись в основном в Азербайджан, Казахстан, Грузию и Узбекистан. 45% экспортного грузопотока в страны ближнего и дальнего зарубежья осуществляется через порты Азовского и Черноморского бассейнов. «Наш ключевой клиент — группа компаний ЭФКО, занимающаяся переработкой масличных культур, производством пищевых ингредиентов и кормов для животных, нарастила грузопоток почти в три раза, до 25 тыс. тонн»,— отметил Вадим Жуков.

ВЕТЕРИНАРЫ ВЛИЯЮТ НА АССОРТИМЕНТ

В числе проблем, с которыми сталкивается молочная отрасль при поставке товаров за рубеж, Константин Синецкий называет очень долгое оформление разрешения на вывоз в надзорных органах, которое занимает до 30 дней. «Исходя из сложившейся практики, молокоперерабатывающие предприятия должны предварительно пройти ветеринарную аттестацию в Россельхознадзоре и получить право на экспорт. Затем получить от принимающей стороны ее ветеринарные требования, произвести продукцию, которую в последующем нужно исследовать в аккредитованных лабораториях. Подготовленная к отправке партия предоставляется к осмотру ветеринарному специалисту. И только после этого на нее оформляется экспортный ветеринарный сертификат»,— рассказал он. Такая заорганизованность ограничивает ассортимент продукции, который может поставить предприятие за границу. В связи с этим Южный молочный союз направил в Госдуму предложения по упрощению процедуры отгрузки продукции на экспорт.

СТРАХОВАНИЕ ОТ НЕВОЗВРАТА ВАЛЮТНОЙ ВЫРУЧКИ ДЛЯ БИЗНЕСА ПЛАТНОЕ, ОДНАКО РИСКИ МНОГОКРАТНО ПРЕВЫШАЮТ ПЛАТУ ЗА ЭТУ УСЛУГУ

Генеральный директор ЗАО «Птицефабрика „Новороссийск"» Владимир Мхитарян отмечает, что география зарубежных поставок предприятия в последнее время сузилась из-за дороговизны кормов. «На сегодняшний день мы экспортируем в среднем 1,5 млн шт. яиц в месяц в ДНР, ЛНР и Абхазию, что составляет примерно 10% от производства. Ранее поставляли продукт в Иран, Армению и Грузию, но вынуждены были отказаться — не проходим по цене. Причина — дорогие корма, цена на которые зависит от доллара и евро. Их производителям не важно, за рубеж их продавать или отечественному производителю»,— сообщил господин Мхитарян.

Среди ключевых препятствий, с которыми сталкиваются российские экспортеры сельскохозяйственной продукции, Наталья Аседова отмечает усиление конкуренции и ограничения, связанные с колебаниями на мировых рынках, тарифы и нетарифные ограничения со стороны участников ВТО и прочих внешних игроков. Также играет роль отсутствие соответствующей инфраструктуры, которая позволила бы сократить логистические издержки и повысить скорость и эффективность экспорта продукции. «Потенциальное и действующее квотирование российских поставок на внешние рынки и применение пошлин (на экспорт пшеницы, кукурузы, ржи, ячменя, подсолнечника и рапса) создает дополнительные бюрократические барьеры для наращивания экспорта. В то же время является важным фактором стабилизации цен на внутреннем рынке»,— сообщил Евгений Миронюк.

НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ КУБАНИ

В числе перспективных направлений экспорта опрошенные эксперты назвали продукцию легкой промышленности, сельхозтехники, дальнейшее развитие продовольственных поставок в Китай. «Мы видим перспективу в продвижении традиционных русских молочных продуктов, таких как творог и сметана, сделанных по советским технологиям, уникальный кефир с настоящим кефирным грибком, варенец, ряженка и др. В одних странах просто не знают об этих продуктах, а другие не имеют возможности приобрести их из-за сложности и длительности процесса отгрузки»,— рассказал Константин Синецкий.

В качестве перспективного географического направления реализации молочной продукции эксперт назвал Китай. Сейчас в стране активно растет спрос на нее в связи с пропагандой полезности молока и здорового питания в целом. «В этом году Южный молочный союз наладил партнерские отношения с управлением коммерции и торговли города Чэнду КНР. Китайская сторона заинтересована в поставках молочной продукции из России. От одного из дистрибьюторов Китая „Русский дом" нам уже поступил запрос — крупнейший поставщик в Пекине ищет производителей в России. Для поставок рассматривается вся линейка молочной продукции, но наибольшее внимание дистрибутора направлено на сыры и сливочное масло»,— рассказал господин Синецкий.

О намерении осваивать новые экспортные направления заявили в компании «Инсипром». «Заниматься дальнейшим развитием экспорта будем обязательно. Проблема уничтожения отходов во всем мире становится актуальнее с каждым днем, в связи с этим к нам чаще стали поступать запросы из стран, в которых остро стоит вопрос накопления мусора. В период пандемии вырос спрос на инсинераторы, предназначенные для утилизации медицинских отходов. Что касается выхода на новые рынки, то мы уже сейчас ведем переговоры с Индией, Монголией, Лаосом, Вьетнамом, Германией, Латвией, Словений, Эстонией»,— отметила Юлия Ларина. В департаменте промышленной политики края прогнозируют повышение объемов экспорта сельхозтехники. «Это связано с принимаемыми на федеральном и краевом уровнях специальными мерами господдержки для производителей»,— рассказали в ведомстве.

Владислав Есин считает перспективным направлением экспорта продукцию текстильной промышленности. «На Кубани сформирован кластер легкой промышленности, который отшивает продукцию не только не хуже, но и лучше конкурентов. Это связано с тем, что многие предприятия закупили новое оборудование, а модели одежды разработаны мировыми лидерами в дизайне. Заказы, например, той же „Зары" (торговая сеть группы компаний Inditex) размещены на наших предприятиях. Продукция уже экспортируется, в том числе с использованием электронных торговых площадок»,— заявил эксперт. ■

МНЕНИЯ

ЮРИЙ ПЕЧЕНЕВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ЮГПРОМ»

Те ограничения, которые были введены весной и связаны с пандемией, безусловно, сократили количество живых контактов с клиентами, что повлекло за собой падение спроса на нашу продукцию — зерноуборочные комбайны и тракторы производства «Ростсельмаш». Нам пришлось перестраиваться, больше работать по телефону, скайпу, зуму, проводить совещания, аттестации, обучение. Корректировка цен на сельхозпродукцию увеличила спрос на нашу технику в Краснодарском крае в осенний период, и мы закончим год со 100% выполнением плана продаж.

Что касается наших инвестиционных планов на следующий год — мы будем ориентироваться на результаты наших продаж в 2021 году, посмотрим, какие сюрпризы нам принесет погода, какие виды будут на урожай в 2021 году. При благоприятном сценарии мы будем инвестировать в развитие нашего бизнеса. Однако сегодня мы придерживаемся стратегии экономии на издержках. Те новые условия, связанные с пандемией, в которые нас закинула жизнь, заставили нас обратить внимание на другие методы продвижения товаров, мы серьезно посмотрели на цифровую составляющую своего бизнеса. Мы пересмотрели свой взгляд на интернет-продажи. Жизнь показала, что старые методы маркетинга практически уже не так эффективны, поэтому будем направлять свои усилия на изучение и использование новых современных маркетинговых стратегий.

ЕВГЕНИЙ ХВОРОСТИНА, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АО ФИРМА «АГРОКОМПЛЕКС» ИМ. Н. И. ТКАЧЁВА

Если не брать всплески, которые были вызваны, прежде всего, паникой по поводу коронавируса, потребление несколько снизилось, мы видим, что люди начали жёстко экономить. Мы практически не поднимали цены на основные виды продукции: молочная продукция, колбаса, мясо по ценам оставались в прошлогоднем тренде. При этом, понимая, что спрос потребителя изменился в сторону эконом-сегмента, мы запустили в производство ряд новых линеек эконом-класса.

Коронавирус, естественно, внёс корректировки в рабочий процесс, но мы адаптировались за это время, ужесточили санитарный контроль, смогли локализовать очаги, держим всё под контролем. Объемы производства при этом не снижаем и оперативно реагируем на изменение спроса: весной мы фиксировали повышенный спрос на консервацию, поэтому перестроили график работы производства, работали круглосуточно, в три смены по 8 часов.

Все процессы отлажены, всё, что нужно было сделать для безопасности наших предприятий и сотрудников, сделано, поэтому в следующем году мы будем поддерживать эту систему работы. Если говорить о возможном ажиотажном спросе, ограничений в объёмах производства нет. Мы готовы к двукратному как минимум увеличению заявок по всей продукции, если возникнет такая необходимость.