

«РОССИЯ В АГРАРНОМ ПЛАНЕ ОБРЕЧЕНА БЫТЬ ПРОФИЦИТНЫМ ГОСУДАРСТВОМ»

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ИНДУСТРИИ В МИРЕ, СТРАНЕ И КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ „Ъ-КУБАНЬ” РАССКАЗАЛ ДИРЕКТОР ЦЕНТРА ИЗУЧЕНИЯ МОЛОЧНОГО РЫНКА (DIA), ИЗДАТЕЛЬ И СОБСТВЕННИК THE DAIRYNEWS МИХАИЛ МИЩЕНКО



ЦЕНЫ НА МОЛОЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ МОГУТ ПОВЫСИТЬСЯ ИЗ-ЗА ВВЕДЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКИ

BUSINESS GUIDE: 23–27 мая в Новороссийске пройдет XII Молочная Олимпиада. Расскажите, пожалуйста, как появилась идея проведения такого мероприятия и каковы его цели?

МИХАИЛ МИЩЕНКО: Одиннадцать лет назад наше издательство собрало в Сочи 20 крупных представителей индустрии для «сверки часов», а в качестве досуга решили провести спортивные состязания. После посещения Всемирного молочного форума в г. Парма, масштаб которого произвел на меня сильное впечатление, мы решили двигаться дальше и поставили новую задачу — сломать границы между рынками. Мы начали приглашать к участию специалистов из других стран, Олимпиада стала стремительно расти. Сейчас по количеству участников это одно из крупнейших мероприятий отрасли в мире. В этом году, несмотря на сложность задачи, мы хотим разработать план по прогнозированию будущего отрасли, поскольку сегодня перед всей пищевой индустрией в целом и молочным рынком в частности стоит большое количество вызовов.

BG: Как сказались «ковидный» 2020 год на молочном рынке России и мира?

М. М.: Пандемия повлияла на молочную индустрию неожиданным образом. С введением ограничитель-

ных мер в апреле прошлого года потребление не замерло: мы наблюдали взрывной рост интереса к товарам первой необходимости, в том числе к молочку. В развитых странах увеличились онлайн-покупки молочных продуктов.

В России, стране с высоким уровнем выездного туризма, по статистике в 2019 году наши туристы оставили за рубежом \$35 млрд, или 2,3 трлн руб. Когда в июле прошлого года закончился локдаун, страна отметила рост внутреннего туризма: люди в основном, средний класс, потратили большое количество денег в регионах. Это дало мощный стимул развитию HoReCa и пищевой индустрии в целом.

BG: Каким кризисам подвержен молочный рынок?

М. М.: Сельское хозяйство отталкивается не только от законов экономики, но в первую очередь — от законов природы. Например, от момента рождения теленка до появления первого молока никак не может пройти меньше двух лет, и это — инвестиционный риск. Большие риски для отрасли связаны с различными природными катаклизмами, политическими событиями. Мы наблюдали это на примере Евросоюза в 2014 году, когда, помимо контрсанкций, введенных Россией, там отменили квоты на производство молока, что создало угрозу переизводства.

BG: В 2021 году стартует обязательная маркировка готовой молочной продукции в России. Как это повлияет на рынок?

М. М.: Обязательная маркировка для ряда молочных продуктов стартует с 1 июня. Непонятно, почему в России в первоочередной список отраслей, в которых будут внедрены системы прослеживаемости, было решено включить молочную индустрию. В этой отрасли фальсификата как раз меньше, чем в других. При этом на рынке уже есть система «Меркурий» Россельхознадзора, которая работает, на мой взгляд, неудовлетворительно.

Цифровая маркировка инициирована государством в формате частно-государственного партнерства. Но власти и частные лица, которые занимаются этой деятельностью, преследуют разные цели. Цель государства, насколько я могу предположить, — попытка сформировать систему прослеживаемости и посчитать объем рынка.

Сторона, которая зарабатывает на обязательной маркировке деньги, — ООО «Оператор-ЦРПТ». Лично я рассматриваю ее как частную налоговую компанию (25% уставного капитала общества принадлежит «Ростеху», 25% — бизнесмену Александру Галицкому и 50% — структурам Алишера Усманова).

В России в обороте находится примерно 25 млн тонн молочной продукции в пересчете на сырое молоко, можно предположить, что примерно 12,5 млрд руб. отрасль будет ежегодно платить ООО «ЦРПТ» только за покупку кодов маркировки. В конечном счете все это перекладывается на потребителя, а ответственным остается производитель. По цепочке рост цены товара из-за маркировки может составить до 1 рубля, который потребитель заплатит за то, что он якобы получит прослеживаемость.

При этом — и это важно отметить — на рынке есть примеры добровольной маркировки: завод «Галактика» в Ленобласти, который использует это в маркетинговых целях, в том числе для организации отчислений с покупок в рамках благотворительных акций. Хотелось бы подчеркнуть, что прослеживаемость по цепочке «ферма — завод — упаковка на полке» технически организовать возможно, но на сегодняшний день — только как частную инициативу крупных компаний, имеющих соответствующие ресурсы.

BG: Какие новые вызовы и возможности появились на молочном рынке в настоящее время?

М. М.: Россия — страна с очень большой территорией, и мы просто обречены на то, чтобы в аграрном плане быть профицитным государством. На сегодняшний момент мы еще остаемся дефицитными, более того, во время пандемии вырос спрос и, как следствие, дефицит. Но наиболее подготовленные компании-переработчики молока уже всерьез думают о выходе на новые рынки. Толчком к этому послужили санкции, а в большей степени — падение рубля, которое дало стимул для развития внутреннего производства и сделало его более конкурентоспособным.

BG: Какая доля сырого молока и молочной продукции импортируется?

М. М.: Сегодня, по нашим оценкам, это примерно 4,2 млн тонн. Но, например, в 2013 году мы импортировали почти 9 млн тонн. На ситуацию сейчас оказывают влияние два фактора: рост производства и снижение как валового, так и среднелового потребления молока из-за сокращения населения России, информационного давления, в том числе госорганов, изменения структуры потребления.



Хотелось бы отметить, что эксперты Центра изучения молочного рынка и The DairyNews не разделяют озвучиваемую с 2008 года точку зрения ряда экспертов, согласно которой снижение спроса на молоко в России обусловлено тенденцией снижения уровня доходов населения. Мы полагаем, снижение спроса происходит потому, что потребитель все больше отдает предпочтение альтернативам из самого широкого спектра, который присутствует на рынке. К сожалению, это не всегда молоко.

BG: Какие новые технологии внедряются в сфере производства молока и молочной продукции?

М. М.: В производстве молока в первую очередь это генетика. Сегодня коровы содержатся в максимально комфортных условиях, потому что высокая генетика требует очень бережного отношения к ним. Во вторую очередь это технологии контроля качества, которые находятся на высочайшем уровне. В-третьих, ведется серьезная работа над производством молока под конкретные продукты, например, сыр.

Если говорить об индустрии переработки молока, то нужно понимать, что молоко — это своего рода биологический конструктор из жира, белка, аминокислот и т.д. Индустрия переориентируется с производства традиционных продуктов на производство ингредиентов для других отраслей, например, для фармацевтики.

BG: Какую роль в молочной индустрии страны играет Краснодарский край?

М. М.: Краснодарский край по объему производства сырого молока находится на втором месте после Татарстана. Без учета личных подсобных хозяйств, здесь производится 1,1 млн тонн молока в год. В 1987 году в крае производилось 2,1 млн тонн. Надои в регионе очень хорошие, но если говорить о поголовье, то в 1987 году оно составляло 675 тыс. коров, сегодня — 154 тыс. Потребность в молоке в Краснодарском крае — 910 тыс. тонн в год при производстве в 1,1 млн т. При этом мы видим перспективу увеличения этого показателя до 2 млн тонн и выше. Кроме того, Краснодарский край — наиболее развитый регион Причерноморья, где с каждым годом растет население и туристический поток.

На мой взгляд, основная задача региона — трансформация из зернового экспортера в регион, лидирующий по производству пищевых продуктов, как для удовлетворения потребностей внутреннего рынка, так и для поставок на экспорт морским путем.

Понятно, что экспорт зерновых — это быстро и прибыльно, но по перспективам производства и экспорта пищевой продукции значение Краснодарского края переоценить практически невозможно.

Беседовал Дмитрий Михеенко



ЗА ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ СПРОС НА МОЛОЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ ВЫРОС