

Елена Корень:

«Натуральность изделия — это здоровье потребителя и «честь мундира» производителя»

О современной ситуации на рынке мучных кондитерских изделий рассказывает **Елена Корень**, директор ДП ОАО «Киевхлеб» «Булочно-кондитерский комбинат»

— Елена Васильевна, как бы Вы оценили ситуацию на рынке мучных кондитерских изделий в целом? С какими проблемами в последнее время сталкиваются кондитеры?

— Рынок мучных кондитерских изделий — это устоявшийся и вполне сложившийся рынок. Поэтому тенденции из года в год остаются практически прежними. Небольшие колебания в ту или иную сторону происходят только между лидерами. Заглянув в любой супермаркет, можно четко увидеть общую картину рынка мучных кондитерских изделий: на полках в торговых сетях хорошо просматривается разделение изделий по ценовой сегментации, брендовая продукция лидеров представлена на уже «устоявшихся» полках.

2-3 года назад на рынок достаточно существенно повлияло развитие производства кондитерских изделий под собственными торговыми марками сетей, а также выпечка их в собственных кондитерских цехах торговых сетей.

Если, например, взять локальный киевский рынок, то, конечно, мы, как крупные производители, вынуждены уходить в регионы. Вот таким образом сказывается внедрение торговых сетей на наш рынок. Но это заставляет и нас не останавливаться на достигнутом, думать, развиваться, идти вперед. Прежде всего, приходится работать над упаковкой изделий, совершенствовать способы реализации продукции, улучшать оптимизацию логистики. При этом надо не упускать из виду и то, что в предпраздничные дни необходимо иметь запас прочности, так как кондитерские цеха торговых точек не обеспечивают спрос, который возникает в этот период.

Если говорить о мелких производителях, то они несущественно влияют на развитие рынка. Многие из них появляются и исчезают, так как не выдерживают конкуренции. Несмотря на то, что рынок устоявшийся, на нем достаточно жесткая конкуренция, и необходимо иметь большие средства, чтобы выстоять.

Сегодня предъявляются высокие требования к упаковке продукции. У нас на комбинате стоят полуавтоматы по упаковке. Безусловно, в связи с этим качество упаковки стало значительно выше, сроки хра-



нения больше, что для нас очень важно, так как мы поставляем свои изделия практически во все регионы Украины.

— Каковы основные потребительские предпочтения в области мучных кондитерских изделий на сегодняшний день?

— Потребитель стал более грамотным, просто ароматизаторами его не подкупишь. Сегодня на выбор продукции влияет не столько цена, сколько соотношение «цена-качество». Влиять на цену продукции производитель может только лишь за счет регулирования рентабельности. Изменение цен на энергоносители, бензин, топливо, пусть даже незначительный рост заработной платы, колебания на рынке сырья очень существенно влияют на снижение рентабельности кондитерского производства. А удерживать на должном уровне качество кондитерских изделий можно только за счет использования натурального сырья и натуральных ингредиентов. Именно эти составляющие входят в изделия нашего комбината. Благодаря такому подходу к производству на протяжении многих лет объемы продукции у нас не падают, и

на рынке мы стоим достаточно устойчиво, хотя в целом на нем наблюдается снижение роста производства.

— Как часто меняется ассортиментный ряд изделий? Какая продукция является визитной карточкой вашего предприятия? Есть ли новинки?

— Обновление ассортимента, безусловно, происходит. Около 10% в год нашего ассортимента относятся к группе новинок. Мы пробуем продвигать их на рынке, смотрим, насколько они соответствуют вкусам наших потребителей. Понравившиеся изделия остаются в нашей ассортиментной линейке. Как показывает практика, 13-17% потребителей любят пробовать новую продукцию, искать новые вкусы. Некоторые покупатели практически не изменяют своим вкусовым пристрастиям и покупают кондитерские изделия, которые полюбились им и 20, и 30 лет назад. Поэтому 20-25% нашего ассортимента — это продукция устоявшегося спроса, которую мы не можем убрать из производства, так как на нее есть стабильный покупатель. Но основной тенденцией является потребление продукции по классическим ре-

цептам и технологиям, которые зарекомендовали себя как изделия хорошего качества. Среди новинок можно назвать небольшого веса тортики с использованием натуральных ингредиентов (творожных масс, натуральных сливок, фруктовых начинок). Где-то они приживаются, где-то нет, но такая продукция уже набирает обороты по продажам. Но классика все равно в лидерах — торты «Грильяжный», «Грецкий орешек», «Киевский», пирожные «Заварные». Эта продукция производится на натуральном сливочном масле, с использованием натурального молока сгущенного, из натуральных сливок. Продукция под торговой маркой «БКК» уже 80 лет на рынке хлебопечения и 40 лет на украинском рынке мучных кондитерских изделий. И свою марку необходимо удерживать и за счет ассортимента, и за счет качества. Хотя рентабельность кондитерской группы снижается за счет тех факторов, о которых я вам говорила.

— Украинскому потребителю под этой маркой известны не только торты, но и пирожные.

— Пирожное — это сегмент, который четко занял свою позицию. Есть среди них лидеры рынка, те же «Заварные пирожные», которые мы выпускаем с 1980 года. Были попытки поменять начинку, например, сделать ее более легкой, заменив ею

сливочный крем. Но это не прижилось. Заварное пирожное все такое же, как и 30 лет назад. Для этого изделия мы подбираем лучшее сырье, лучшее сливочное масло. В прошлые годы были проблемы, так как сложно было найти настоящее сливочное масло без добавления растительных жиров. Сейчас легче решается этот вопрос, так как ужесточены требования к спредам.

В прошлом году мы приобрели холодильные туннели, и теперь у нас работает линия по производству трюфельных пирожных. Это крошковые пирожные, за основу берется ореховая, бисквитная крошка, сливочный крем. Это очень вкусные пирожные с начинками (молочная, фруктовая, орех с черносливом и вишня-конфитюр). Сделаны они в виде конфет трюфелей, и для них придуман конфетный вариант упаковки. Срок реализации этих изделий 6-10 суток, он вполне приемлем для продажи и доставки в регионы. Это одна из наших новинок. Но в целом группа пирожных всегда стабильно пользуется спросом.

— Сложно ли работать с торговыми сетями?

— Требования входа в торговую сеть и договорные требования достаточно жесткие, поэтому работать очень сложно. Мелкому производителю пробиться на полки торговых сетей сейчас непросто. Поэтому и во-

прос рентабельности на производстве стоит так остро, так как немалую часть средств приходится оставлять на торговые сети. Платим за вход на полку, за наименование, за все услуги, которые нам выставляют сети по продвижению товара и т.д. Они постоянно проводят рейтинги, поэтому если продукция не продается, они ее не берут на реализацию, поскольку такой товар не должен занимать их полку. Если мы продвигаем какую-то новинку, которую еще никто не знает, и нет никакой гарантии, что ее будут покупать, то мы за это должны отдельно заплатить.

— Кто ваши основные конкуренты?

— Основной наш конкурент — это корпорация Roshen. Но у каждого есть своя ниша, у каждого есть свой установившийся потребитель, так что я бы не сказала, что мы друг другу сильно мешаем. Понятно, что перераспределение на рынке есть всегда за счет увеличения продукции ТС, за счет собственных ТМ сетей. В прошлом году мы провели серьезную работу по увеличению сроков реализации продукции, но не за счет добавления консервантов, а за счет усиления контроля сырья, улучшения санитарных условий и гигиены производства. Безопасность качества продукции стоит денег, и, слава Богу, потребитель нас понимает. ■

Ирина Акинфьева

САЙЛЕНС

Хлебопекарное и кондитерское оборудование

UNIFILLER

Оборудование для производства тортов

Компания Unifiller - мировой лидер в области разработки и производства автоматических и полуавтоматических линий для изготовления тортов.

Предлагаемый ассортимент оборудования обеспечивает выполнение следующих операций: отсадка теста в формы, пропитка сиропом коржей, обмазка тортов сверху и с боков, нанесение крема на прямоугольные и круглые изделия, декорирование тортов.

Также компания производит весь спектр отсадочных машин (дозаторов), передающих помп и производственных модулей для кондитерской и хлебопекарной промышленности, - как стандартных, так и сконструированных по индивидуальным заказам клиентов.



Тел./факс: +38 044 468-95-86, Украина, 04074, г. Киев, ул. Автозаводская, 18, e-mail: info@silence.com.ua, www.silence.com.ua