

**Уважаемый коллектив
УП «Беллесэкспорт»!**

Примите искренние поздравления со знаковой датой в истории предприятия — 25-летием со дня образования!

Вот уже четверть века вы работаете над тем, чтобы продукция лесного хозяйства была востребована как на внутреннем, так и на внешнем рынках. За эти годы о качестве наших товаров узнали сотни покупателей из десятков стран мира. Тем самым наша страна заработала репутацию надежного делового партнера.

Профессионализм, целеустремленность, способность оперативно решать производственные задачи — вот главные слагаемые успешной работы УП «Беллесэкспорт». За всем этим сегодня стоит коллектив предприятия: команда, которая формировалась на протяжении многих лет.

В эти праздничные дни желаем УП «Беллесэкспорт» устойчивого развития и процветания! Пусть каждый день приносит радость от проделанной работы, успехи и желанные результаты.

С праздником!

С уважением, Министр лесного хозяйства Виталий ДРОЖКА и коллектив аппарата Министерства лесного хозяйства

» В прошлом году через «Беллесэкспорт» за рубеж отправлено продукции на 137 млн долларов. Но это лишь одно из направлений работы предприятия. О том, чем живет сегодня «Беллесэкспорт», какой рынок перспективнее европейского и почему лесхозам нужно развивать собственный маркетинг, мы поговорили с директором УП «Беллесэкспорт» Леонидом ДЕМЬЯНИКОМ.

— Леонид Юрьевич, как изменился ассортимент продаваемой за рубеж продукции за 25 лет работы «Беллесэкспорта»?

— В первые годы работы нашего предприятия круглый лес занимал около 80 % в структуре зарубежных поставок и лишь 20 % приходилось на пиломатериалы. Сейчас экспорт кругляка, с которого всё начиналось, практически сведен к нулю. Ежемесячно за рубеж поставляется около 70 тыс. кубометров пиломатериалов, 100 тыс. кубометров щепы, 4 тыс. тонн пеллет и 1,5 тыс. кубометров кольев. Это стало возможным благодаря тому, что лесхозы модернизировали свои деревообрабатывающие цеха. Лесная отрасль активно наращивает объемы лесопиления, углубляет переработку, добавляя, в частности, сушку. Это очень важно с точки зрения реагирования на запросы рынка. На высокотехнологичных линиях можно быстро увеличить производство продукции, которая в данный момент пользуется спросом, будь то сущеные пиломатериалы, оцилиндрованная или окоренная древесина, а где-то уже работают и линии сращивания. Но сегодня мало произвести и продать, нужно еще и доставить товар во двор покупателя, в какой бы части света он ни находился. Поэтому мы начали развивать логистические услуги, то есть доставку нашей продукции. Это выгодно экономически, мы уходим от посреднических услуг и повышаем экспортную выручку.

— Послужил ли запрет на экспорт круглого леса стимулом для реализации за рубеж продукции с большей глубиной переработки?

— Несмотря на запрет на поставку круглого леса за рубеж в 2018 году, экспортная выручка предприятий лесной отрасли не уменьшилась. Запрет на экспорт круглого леса стал толчком для производства другого ассортимента и поиска новых ниш на рынке. Многие лесхозы закупили сушильные камеры, сконцентрировались на производстве пиломатериалов и топливной продукции. Если в 2018 году доля круглого леса в общей структуре экспорта была 60 %, 20 % приходилось на пиломатериалы и 16 % — на топливную продукцию, то в 2020-м 64 % составил экспорт пиломатериалов и 30 % — топливной продукции.

— Самая дальняя страна среди ваших деловых партнеров — Китай. Насколько выгодно поставлять лесную продукцию за 7000 километров?

— Несмотря на большое расстояние доставки, Китай для нас сейчас наиболее перспективный рынок. Прежде всего он интересен своей безграничностью. Китай активно развивается, постоянно расширяет потребление пиломатериалов, плит и другой продукции из древесины. И это на фоне того, что европейский рынок заметно «просел» из-за пандемии коронавируса.

ПУТЬ НА МИРОВОЙ ЛЕСНОЙ РЫНОК ЛЕЖИТ ЧЕРЕЗ «БЕЛЛЕСЭКСПОРТ»



Фото Юлии Холдинской БЛГ

» Несмотря на большое расстояние доставки, Китай для нас сейчас наиболее перспективный рынок. Прежде всего он интересен своей безграничностью. Китай активно развивается, постоянно расширяет потребление пиломатериалов, плит и другой продукции из древесины. И это на фоне того, что европейский рынок заметно «просел» из-за пандемии коронавируса.

вается, постоянно расширяет потребление пиломатериалов, плит и другой продукции из древесины. И это на фоне того, что европейский рынок заметно «просел» из-за пандемии коронавируса. Есть и еще одна особенность китайского рынка, выгодная Беларусь. Там востребована древесина более низкого качества, синевой, которую на европейском рынке реализовать не получится. Мы продемонстрировали свои возможности поставлять пиломатериалы по ценам внутреннего рынка Китая, освоив логистическую схему перевозки товара как морским, так и железнодорожным путем.

— Китайский рынок консервативный, как удалось найти к нему подходит?

— До 1 января 2018 года Китай закупал у нас круглый лес. Когда была поставлена задача сконцентрироваться на более глубокой переработке сырья внутри страны, мы стали убеждать китайские компании продолжить сотрудничество с нами, покупая другую продукцию, например пиломатериалы. Для этого пришлось проделать большую подготовительную работу: разработать логистическую схему, согласовать стандарты погрузки, определиться с размерами пиломатериалов и условиями оплаты. В апреле 2019 года в этой стране побывала делегация Министерства лесного хозяйства, при поддержке Генконсульства нашей страны в Китае мы презентовали экспортный потенциал Беларусь. Когда все вопросы были проработаны, стало понятно, что Китай готов забирать нашу продукцию по выгодным для лесхозов ценам.

— Каковы перспективы развития экспортата в этом направлении?

— В настоящее время уже поставлено четыре контейнерных поезда в Китай. Начиная со

второго полугодия 2020 года планируется организовать ежемесячные поставки пиломатериалов в Китай, постепенно увеличивая количество поездов. Объемы будут зависеть от наличия у лесхозов достаточного количества сырья для отправки в этом направлении.

— Когда в Беларусь появилась универсальная товарная биржа с секцией торгов лесопродукцией, высказывались мнения, что «Беллесэкспорт» и биржа будут дублировать друг друга. Что показало время?

— Наше предприятие использует биржевые торги как один из инструментов продвижения продукции лесхозов на экспорт. И он неоднократно подтверждал свою эффективность значительным ростом цен во время торговой сессии в момент повышенного спроса со стороны покупателей. В годы стабильного спроса биржевой механизм давал возможность понять уровень биржевых котировок, то есть реальную стоимость древесины на основе баланса спроса и предложения. С другой стороны — многие иностранные компании не привыкли работать через биржу. Клиенты не понимают, как, договорившись с нами о поставке определенных объемов, о том, что мы будем с ними работать, установив какие-то рамочные договоренности, они должны еще идти на биржу и за эти лоты бороться наравне с остальными.

Конечно, биржевая сделка — это гарантия того, что товар будет получен. Но, как правило, компании привыкли к тому, что товар доставляется к ним на склад. А здесь необходимо на бирже купить доску, затем представитель покупателя должен приехать и проконтролировать качество доски при погрузке, так как, если товар не понравится по каким-либо причинам, иски позже приниматься не будут. Да еще надо внести

предоплату. Для иностранных покупателей это сложно и непонятно.

— Какую позицию должны занимать лесхозы при продвижении своей продукции на зарубежные рынки: положиться на «Беллесэкспорт» или параллельно развивать собственную маркетинговую службу?

— Лесная отрасль испробовала на практике оба варианта. Весь белорусский экспорт лесной продукции начинался путем проб и ошибок. Мы на ощупь пытались продвинуть свои товары за рубеж, составить конкуренцию на мировом рынке. Все торги проводились в результате прямых переговоров. Грузили и отправляли вагоны, а потом решали множество конфликтных ситуаций по срокам поставки, оплаты... Каждый лесхоз был и производителем, и торговцем, и логистом, и финансистом. Поэтому был вынужден содержать целый штат узкоспециализированных специалистов, которые были скорее менеджерами, чем лесоводами. Главный, но не единственный минус такой работы в том, что, конкурируя между собой за покупателей, за объемы, лесхозы перебивали друг другу цену, что шло только во вред экономике страны.

Кроме того, крупным зарубежным покупателям не интересно работать с десятками отдельных организаций по десяткам контрактов. Мы аккумулируем предложение, а главное, находим и продолжаем искать надежных партнеров, готовых сотрудничать на взаимовыгодных условиях.

— Тогда в чем роль лесхоза — быть лишь производителем продукции?

— Произвести качественный товар — это важная задача, но в современном мире этого недостаточно. Сегодня важно строить долгосрочную стратегию развития с учетом особенностей расположения лесхоза, расчетной лесосеки и других индивидуальных особенностей, следить за мировыми тенденциями на лесном рынке. Исходя из этого, планировать инвестиции, развивать современное мобильное производство. И тогда можно будет мобильно реагировать на потребности рынка и быть всегда на плаву.

— С учетом того, что в отрасли растет количество пеллетных производств, есть ли риск, что с увеличением объемов производства усложнится их реализация?

— При реализации пеллет важную роль играет отработанная система не только продаж, но и производства. Как правило, заключаются долгосрочные договоры на большие объемы реализации. И здесь важно, чтобы все лесхозы производили пеллеты высокого качества, чтобы можно было реализовывать их за максимально хорошую цену CIF корабельными партиями. Если это будет достигнуто, то можно будет продавать гранулы оптом по более выгодным предложениям.

— Что делать, если у продавца и покупателя разные подходы к оценке качества продукции?

— Это вполне закономерно, такая проблема существует не только на внешнем, но и на внутреннем рынке. Чтобы не возникало спорных моментов, мы развиваем независимую приемку, когда заключение о качестве поставленной продукции дает третья, независимая, сторона. Это мировая практика, и мы успешно отработали такую схему работы на некоторых крупных белорусских переработчиках древесины. В частности, на ИООО «СВУДС». И проблем с приемкой там сейчас нет. Чтобы реализовать независимую приемку, на территории потребителя должны быть созданы определенные условия, должна быть линия приемки. Современные сканеры сводят к минимуму участие человека в этих процессах, следовательно, минимизируют и погрешность.

— Какие задачи у вас в приоритете на ближайшую перспективу?

— Прежде всего поиск выгодных рынков сбыта пеллетной продукции, консолидация и централизация этих рынков. Задача в том, чтобы организовать реализацию производимых в лесхозах топливных гранул через порты и терминалы, выйти на конечных потребителей. Так же среди задач — дальнейшее развитие рынков сбыта пилопродукции и кольев. В частности, мы работаем над освоением дальнего зарубежья — рынков Канады и Америки. Что касается внутреннего рынка, это обеспечение лесным сырьем всех переработчиков в необходимом объеме, а также дальнейшее развитие независимой приемки поставляемой продукции.

Беседовал
Евгений ЖИБУЛЬ БЛГ
zhybul@lesgazeta.by