

Кондитерская и хлебопекарная промышленность

4 (81) 2019

Экспорт

По мнению специалистов отрасли, экспорт — стратегически важное направление, в котором нужно развиваться российской пищевой промышленности. К 2024 году экспортные поставки кондитерских изделий могут достигнуть миллиона тонн в год.

18



фоторепортаж

Кондитерское производство АО «Эссен Продакшн АГ» — один из крупнейших частных инвестиционных проектов в кондитерской индустрии России. Открытие нового завода выводит предприятие на первое место в Поволжье по объему производства и вложенных инвестиций в своем сегменте.



маркетинг

Чертова дюжина вопросов к отделу маркетинга поможет проверить, насколько велико влияние маркетологов на увеличение маржинальной прибыли предприятия.



ВАШ ПАРТНЕР ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ШОКОЛАДА, ГЛАЗУРЕЙ И ЖИРОВЫХ НАЧИНОК.



Сотрудничая с нашими клиентами, мы разрабатываем наиболее эффективные линии для производства шоколада, глазурей и жировых начинок, тем самым, делая возможным производство лучших продуктов для Ваших потребителей. Используя шаровые мельницы CAOTECH, наши заказчики успешно работают в кондитерской отрасли, удовлетворяя самые строгие требования рынка.

Производительность наших установок составляет от 10 до 2000 кг/час, как для порционного, так и для непрерывного производства. Уникальная конструкция мельниц гарантирует оптимальную эффективность измельчения масс. Это позволяет использовать данное оборудование для производства таких теплоустойчивых масс, как молочный шоколад, шоколад без содержания сахара, белый шоколад.

Предлагаем Вашему вниманию основные преимущества нашего оборудования:

- Малая занимаемая площадь
- Эффективное потребление электроэнергии
- Низкие эксплуатационные расходы
- Превосходное качество конечного продукта
- Оптимальное распределение частиц в массе
- Более длительный срок хранения конечного продукта

Послепродажная поддержка клиентов - один из наиболее важных критериев в деловых отношениях. Мы поддерживаем регулярную связь с нашими заказчиками, оказывая им всяческую поддержку при первой необходимости. Благодаря партнерским отношениям с клиентами и гибкости нашей компании, мы достаточно быстро развивались в последние годы.

Сейчас компания CAOTECH является одним из мировых лидеров в области технологий измельчения для кондитерской промышленности.





ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖИРОВ И МАРГАРИНОВ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Официальный дистрибьютор – ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»
+7 (47234) 77-100, +7 (980) 32-77-100, food@efko.ru, www.efko-ingredients.ru



на правах рекламы



MIDDLE EAST

SWEET SUCCESS THAT TOPS IT ALL

JOIN US AT MENA'S LEADING SWEETS & SNACKS EVENT
DUBAI, 28 OCTOBER - 31 OCTOBER 2019



**GET
YOUR FREE
TICKET!**

WWW.YUMMEX-ME.COM

Powered by



Gulfood

Organisers



koelnmesse



دبي مركز التجارة العالمية
DUBAI WORLD TRADE CENTRE



КОРПОРАЦИЯ СОЮЗ
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПОСТАВЩИК МОСКОВСКОГО КРЕМЛЯ

Инновационный ассортимент Корпорации «СОЮЗ» без транс-изомеров и без глицидиловых эфиров для жировых, пралиновых начинок и конфет



soyuzcorp.com



Редакционная коллегия

В состав редколлегии ООО ИД «СФЕРА» входят профессионалы в различных отраслях народного хозяйства, ученые, общественные деятели. Редколлегия определяет приоритеты информационного сопровождения научных разработок и новых технологий в мировой и российской пищевой перерабатывающей отрасли.



**Джавадов
Эдуард Джавадович,**
доктор ветеринарных наук, академик
РАН, заслуженный деятель науки РФ.



**Глубоковский
Михаил Константинович,**
доктор биологических наук, директор
ВНИИ рыбного хозяйства и океанологии.



**Андреев
Михаил Павлович,**
заместитель директора «АтлантНИРО»,
доктор технических наук, член-
корреспондент Международной
академии холода.



**Забодалова
Людмила Александровна,**
доктор технических наук, профессор,
заведующая кафедрой прикладной
биотехнологии Университета ИТМО.



**Лисицын
Александр Николаевич,**
директор ВНИИЖ, доктор
технических наук.



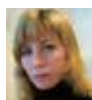
**Доморощенкова
Мария Львовна,**
заведующая отделом производства
пищевых растительных белков
и биотехнологии ВНИИ жиров.



**Тимченко
Виктор Наумович,**
кандидат экономических наук,
почетный член Национальной
академии аграрных наук Украины.



**Ванеев
Вадим Шалвович,**
основатель агрокластера «Евродон».



**Савкина
Олеся Александровна,**
ведущий научный сотрудник, руководитель
направления заквасочных культур
и микробиологических исследований
НИИ хлебопекарной промышленности,
Санкт-Петербургский филиал,
кандидат технических наук.



**Маницкая
Людмила Николаевна,**
исполнительный директор РСПМО,
кандидат экономических наук,
заслуженный работник пищевой
и перерабатывающей промышленности.



**Егоров
Иван Афанасьевич,**
доктор биологических наук, профессор,
академик РАН, руководитель научного
направления по питанию птицы.



**Лоскутов
Игорь Градиславович,**
заведующий отделом генетических ресурсов
овса, ржи, ячменя, доктор биологических
наук, профессор биологического
факультета Санкт-Петербургского
государственного университета.

*«По итогам 2017 года профессиональные
издания ИД «СФЕРА» – победители в номинации
«Лучшие отраслевые СМИ» Всероссийского
конкурса журналистов «Экономическое
возрождение России», организованного
Торгово-промышленной палатой РФ».*

PERFECT ENROBING

ENROMAT® THE KEY TO
"PERFECT ENROBING"



pechana



SOLLICH

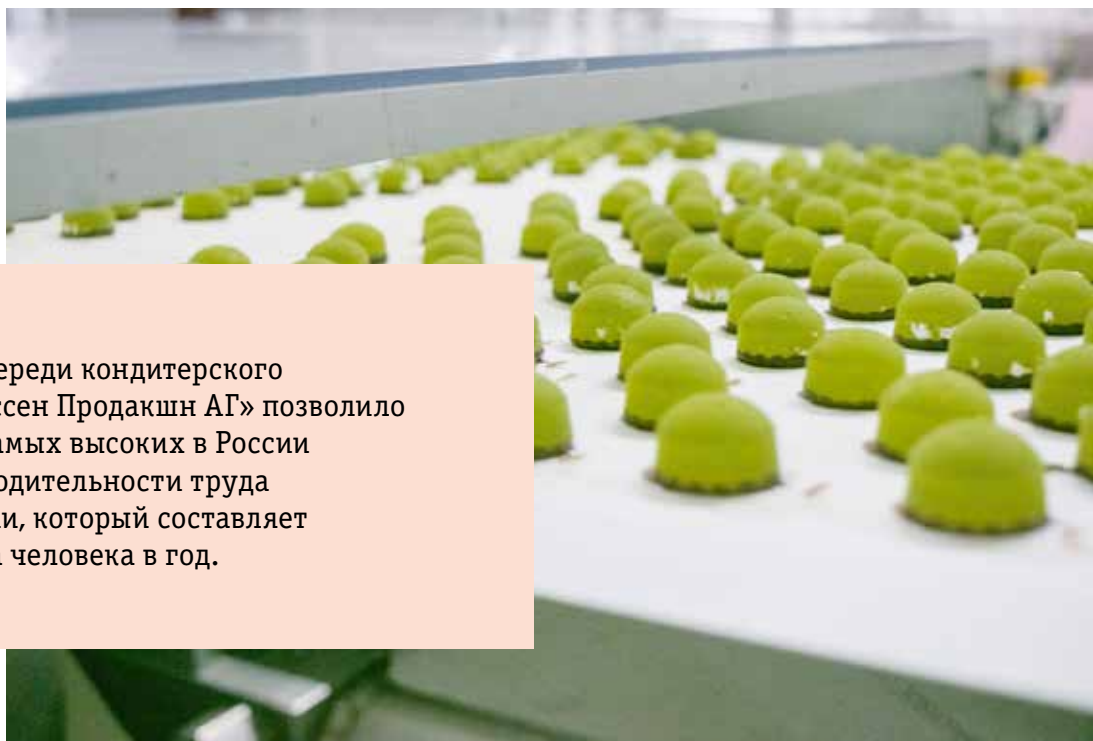


www.sollich.com

Содержание

32

Открытие второй очереди кондитерского производства АО «Эссен Продакшн АГ» позволило достичь одного из самых высоких в России показателей производительности труда в пищевой индустрии, который составляет более 13 млн руб. на человека в год.



- | | | |
|--|--|---|
| <p>8 Аналитика
Ключевые тенденции на российском рынке мучнистых кондитерских изделий</p> <p>12 Хлебопечение в ЮФО: состояние и перспективы развития</p> <p>18 Экспорт
Сладкий миллион</p> <p>23 Оборудование
Секрет лучшей выпечки: двухшнековый экструдер ContiMix™ от Bühler</p> <p>24 LoeschPack: упаковка «от и до»</p> <p>26 Wolf Spezialmaschinen: превращает отходы в доходы</p> <p>28 Фирма с традициями – надежный партнер для предприятий кондитерской отрасли</p> | <p>30 Ингредиенты
АЙБУМИН – универсальность применения: от безе и зефира до пирожных «a-la Павлова» и оригинального декора в виде меренги</p> <p>32 Фоторепортаж
Фабрика с прицелом на будущее</p> <p>38 Собственник
Леонид Барышев: «Платим больше, чем остальные, но бездельникам у нас тяжело»</p> <p>42 От слов к делу
Дорогое удовольствие: компания «Чёрный хлеб» развивает рынок органической продукции</p> <p>46 Регион
Сделано на Вологодчине</p> | <p>50 Маркировка
Проблема использования гостированных названий при производстве фальсификата</p> <p>54 Событие
IEG: SIGEP 2020 в центре мира, в центре инноваций</p> <p>56 «Конфитур» прошел с успехом</p> <p>60 Маркетинг
Чертова дюжина вопросов к отделу маркетинга</p> <p>64 Наука и технологии
Перспективы использования нетрадиционных видов растительного сырья для производства мучных кондитерских и хлебобулочных изделий</p> |
|--|--|---|

Сфера

хлебопечение / кондитерская сфера
(кондитерская и хлебопекарная промышленность) №4 (81) 2019

Информационно-аналитический журнал для специалистов кондитерской и хлебопекарной индустрии
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о Регистрации СМИ
№ ФЦ77-46400 от 31 августа 2011 г.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Адрес редакции:
Россия, 197101, Санкт-Петербург,
ул. Мира, д. 3, литера А, помещение 1Н,
тел./факс: +7 (812) 245-67-70,
www.sfera.fm

Управляющий:
ИП Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела
продаж и маркетинга:
Анна Шкрыль
a.shkryl@sfera.fm

Реклама:
Анна Самсонова
a.samsonova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Екатерина Полищук
e.polishuk@sfera.fm

Евгения Гненная
e.gnennaya@sfera.fm

Лилия Далакишвили
l.dalakishvili@sfera.fm

Екатерина Зенько
e.zenko@sfera.fm

Екатерина Неретина
e.neretina@sfera.fm

Редактор:
Полина Макаренко
makarenkopolina@yandex.ru

Дизайн и верстка:
Анна Писанова
a.pisanova@sfera.fm

Корректор:
Галина Матвеева

Иллюстратор:
Нина Кузьмина

Журнал распространяется
на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 4 раза в год.

Использование информационных
и рекламных материалов журнала
возможно только с письменного
согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии
и сертификаты.

Редакция не несет
ответственности за содержание
рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком **Р**,
публикуются на коммерческой основе.

Материалы, отмеченные значком **КХП**,
являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 05.09.19
Тираж: 3 000 экз.



P3RF3CT C4R4M3L

SUCROFILM® THE KEY TO
"PERFECT CARAMEL"



Please come and see us at:



Agro Prod Mash, Moscow
07.10. – 11.10.2019
Expocentre
Booth FC044

CHOCOTECH

www.chocotech.de

Автор:

Анна Чернышева,
специалист Департамента
конъюнктурных исследований
рынка компании IndexBox Russia

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ МУЧНИСТЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Рынок мучнистых кондитерских изделий (МКИ) в 2018 году оценивается на уровне 2,3 млн тонн, показав рост на 9 % к 2017 году. Рынок подразделяется на два основных сегмента: сегмент розничной торговли, на который приходится около 86 % потребления МКИ, и сегмент HoReCa (14 %).

В розничном сегменте в условиях отсутствия роста доходов населения после кризисных 2014–2015 годов наибольший объем потребления приходится на относительно дешевую продукцию с длительными сроками хранения: вафли, пряники, печенье и пр. Вместе с тем в последнее время можно наблюдать изменения в структуре потребительских предпочтений, связанные с растущим интересом к более полезной и диетической продукции на основе ржаной, кукурузной, овсяной муки, безглютеновым изделиям и изделиям с низким содержанием углеводов и снижением потребления мучного и сладкого на фоне популярности ЗОЖ и правильного питания. Наибольшее потребление такой продукции, как торты, пирожные, круассаны, маффины и тому подобное, характерно для сегмента HoReCa.

Таким образом, по итогам 2018 года в структуре потребления МКИ на российском рынке традиционно лидирующую позицию продолжают занимать печенье и пряники – порядка 66 %. На торты приходится около 11 %, вафли и пирожные занимают доли в 7 и 6 % соответственно.

Если говорить о наиболее перспективной продукции, выступающей в качестве драйвера развития в каждом сегменте, то для розницы это будет, в первую очередь, печенье; в сегменте HoReCa – замороженные полуфабрикаты различных видов.

Так, на протяжении 2013–2018 годов объем видимого потребления печенья в РФ показывал устойчивую положительную динамику. По итогам 2018 года объем потребления на рынке печенья составил 1365,5 тыс. тонн, что на 10 % выше уров-

Рисунок 1. Структура рынка МКИ в РФ в 2018 году, в % к натуральному выражению



ня предыдущего года. Рост спроса на печенье обусловлен главным образом снижением покупательской способности населения и структурным сдвигом потребления от дорогих кондитерских изделий к более доступной массовой кондитерской продукции длительного хранения. По видам печенья наибольший объем потребления приходится на сахарное, овсяное и крекеры (52 % от совокупного объема потребления).

Замороженные МКИ

Замороженные МКИ являются относительно новой продукцией для российского рынка, однако в условиях продолжающегося развития сегмента HoReCa и адаптации производителей к сложившейся экономической ситуации, набирают все большую популярность. По итогам 2018 года рынок замороженных кондитерских изделий показал рост +8 % к уровню предыдущего года и составил 554,7 тыс. тонн. Этому поспособствовало несколько ключевых факторов:

- развитие сегмента HoReCa и расширение федеральных розничных сетей, которые являются крупнейшими потребителями заморозки;
- адаптация производителей к сложившейся экономической ситуации;
- улучшение потребительских настроений на фоне восстановительных процессов в экономике;
- расширение предложения и выпуск новых видов продукции.

Дальнейшее развитие сегмента замороженных мучных кондитерских изделий будет также во многом определяться уровнем платежеспособного спроса.

Производство печенья и замороженных МКИ в РФ

Печенье российского производства практически полностью потребляется на территории РФ. Динамика выпуска данной продукции традиционно показывает ежегодный рост со средними темпами на уровне 6–7 %, что обусловлено высоким потребительским спросом на печенье.

Вместе с тем растущая конкуренция со стороны постепенно адаптирующихся к со-

Рисунок 2. Объем видимого потребления на рынке печенья в РФ в 2013–2018 годах, тыс. тонн



Рисунок 3. Объем видимого потребления на рынке замороженных МКИ в РФ в 2013–2018 годах, тыс. тонн



66 %

По итогам 2018 года в структуре потребления МКИ на российском рынке традиционно лидирующую позицию продолжают занимать печенье и пряники – порядка 66 %. На торты приходится около 11 %.

временным условиям производителей более дорогих кондитерских изделий (тортов, пирожных, шоколада и пр.) приводит к необходимости проведения дополнительных акций и скидок для стимулирования потребительского спроса на печенье, что приводит к снижению прибыли производителей. Производство печенья на российском рынке осуществляют множество игроков, в числе крупнейших можно отметить



50-ЫЙ РАЗ В КЁЛЬНЕ

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ НА ISM -
ВЕДУЩУЮ МЕЖДУНАРОДНУЮ
ВЫСТАВКУ КОНДИТЕРСКИХ
ИЗДЕЛИЙ И СНАЖКОВ

КЁЛЬН, ГЕРМАНИЯ
02.02.-05.02.2020
www.ism-cologne.com

Представительство
Кельнмессе в России:
ООО „Центр информации
немецкой экономики“
БЦ «Фили Град», 121087 Москва,
Береговой проезд, д. 5А, к.1, 17-й этаж
Тел.: +7 (495) 730-13-47
a.shelkova@koelnmesse.ru



Рисунок 4. Объем производства печенья в РФ в 2013–2018 годах, тыс. тонн



Рисунок 5. Объем производства замороженных МКИ в РФ в 2013–2018 годах, тыс. тонн



90 %

Если говорить о сегменте HoReCa и замороженных полуфабрикатах, то российские производители данной продукции обеспечивают около 90 % потребностей внутреннего рынка. По итогам 2018 года объем производства составил 531,9 тыс. тонн, что на 3,9 % больше, чем в 2017 году.

ООО «КДВ ГРУПП» («Яшкино»), АО «КО «ЛЮБИМЫЙ КРАЙ» («Посиделкино», «Штучки»), ООО «Объединенные кондитеры», а также локализованное на территории РФ производство крупного международного холдинга MONDELEZ INTERNATIONAL, INC. – ООО «МОН'ДЭЛИС РУСЬ» («Юбилейное», «Медвежонок Барни», «Орео»).

Если говорить о сегменте HoReCa и замороженных полуфабрикатах, то российские

производители данной продукции обеспечивают около 90 % потребностей внутреннего рынка. По итогам 2018 года объем производства составил 531,9 тыс. тонн, что на 3,9 % больше, чем в 2017 году.

На российском рынке замороженных изделий также наблюдается низкий уровень консолидации игроков. Лидерами являются компании ООО «Фациер», ЗАО «Фростмо» и ООО «Октион».

Производители замороженной продукции нацелены прежде всего на сотрудничество с крупными торговыми сетями и предприятиями в сегменте HoReCa, которые закупают большие партии продукции. В свою очередь в HoReCa в последние годы можно отчетливо наблюдать тенденцию перехода с собственного производства МКИ на закупку замороженных полуфабрикатов с целью оптимизировать производственные процессы. Так, если в 2013 году доля собственного производства предприятий составляла 70 % против заморозки (30 %), то к настоящему моменту доля собственного производства сократилась до 23 %. Важно также подчеркнуть, что ассортимент представленной продукции зависит от направления сбыта. Так, предприятия HoReCa приобретают главным образом мучные кондитерские изделия, замороженный хлеб и полуфабрикаты из сдобного теста, спрос со стороны сетевого ритейла формируется за счет замороженного хлеба и полуфабрикатов из слоеного теста.

Внешнеторговые операции на рынке печенья и замороженных МКИ

На российском рынке печенья преобладает продукция отечественного производства: по итогам 2018 года ее доля составила порядка 97 %. В кризисный период 2014–2015 годов наблюдалось существенное снижение поставок (более чем в 2 раза), связанное со снижением покупательской способности населения и переходом на более доступную продукцию российских производителей. После 2016–2017 годов с относительной стабилизацией экономики и курсов валют интерес к импортной продукции восстановился: объемы поставок росли в среднем на 30 % ежегодно. По итогам 2018 года объем импорта составил 44,2 тыс. тонн (+51,4 % г/г). Это во многом было обусловлено низкой базой 2014–2015 годов. Как ожидается, доля импортной продукции в среднесрочной перспективе так активно уже расти не будет. Основными поставщиками импортного печенья на российский рынок традиционно являются Беларусь, Польша и Италия.

На экспорт поставляется около 6 % произведенной российскими предприятиями продукции. Основными получателями кондитерских изделий отечественного производства являются Казахстан, Беларусь и Киргизия. В 2018 году на экспорт было отгружено около 83,2 тыс. тонн изделий, что на 7,8 % выше уровня предыдущего года.

Доля импорта на российском рынке замороженных кондитерских изделий составляет порядка 10 %. Основными поставщиками продукции на российский рынок выступают Франция, Италия, Германия, Финляндия, Швеция, Польша и другие стра-

В прогнозном периоде ожидается дальнейший рост объемов потребления печенья, а также расширение предложения – вывод на рынок новых видов продукции в условиях относительного улучшения социально-экономической ситуации в стране.

ны Европы. В 2018 году было импортировано 56,5 тыс. тонн замороженных МКИ (+21,7 % г/г).

На экспорт поставляется около 6 % произведенной в РФ продукции, при этом поставки осуществляются главным образом в страны СНГ (Казахстан, Беларусь, Узбекистан и др.). По итогам 2018 года объем экспорта замороженных полуфабрикатов составил около 33,7 тыс. тонн, что на 12,3 % выше уровня предыдущего года.

Перспективы развития рынка МКИ в РФ

Среди основных факторов, которые определяют состояние рынка мучнистых и кондитерских изделий, можно назвать в первую очередь общее состояние экономики в стране, которое, в свою очередь, влияет на уровень благосостояния населения и в конечном счете сказывается на объеме платежеспособного спроса в отрасли. К настоящему времени можно наблюдать относительный рост потребления МКИ, обусловленный в основном увеличением объемов потребления МКИ длительного хранения, главным образом печенья, а также замороженных полуфабрикатов в сегменте HoReCa.

В прогнозном периоде ожидается дальнейший рост объемов потребления печенья, которому будут способствовать постоянная рекламно-маркетинговая активность производителей печенья по увеличению присутствия своей продукции на рынке кондитерских изделий и повышению лояльности потребителей, а также расширение предложения – вывод на рынок новых видов продукции в условиях относительного улучшения социально-экономической ситуации в стране. В свою очередь, увеличение объемов потребления замороженных МКИ будет определяться главным образом расширением федеральных торговых сетей, чьи магазины оснащаются мини-пекарнями, развитием сегмента мини-пекарен и хлебных бутиков, дальнейшей популяризацией здорового питания и образа жизни (в части диетических изделий).

Таким образом, в рамках базового сценария развития, как ожидается, ежегодные темпы роста рынка мучнистых кондитерских изделий составят +102–103 %. К 2025 году ожидается увеличение объемов рынка печенья до 1677,4 тыс. тонн при ежегодном темпе прироста на уровне +3,1 %; в сегменте замороженных МКИ – до 694,4 тыс. тонн при ежегодном темпе прироста на уровне +2,4–3,9 %. **КХН**



www.prosweets.com

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ И СНЕКОВ

02.02.-05.02.2020



PRODUCTION AND PACKAGING TECHNOLOGY



PACKAGING AND PACKAGING MATERIALS



RAW MATERIALS AND INGREDIENTS



OPERATING EQUIPMENT AND AUXILIARY DEVICES



КУПИТЕ БИЛЕТЫ ОНЛАЙН СЕЙЧАС И
СЭКОНОМЬТЕ ДО 38%!

WWW.PROSWEETS.COM/TICKETS

Свяжитесь напрямую:
Представительство
Кельнmesse в России:
ООО «Центр информации
немецкой экономики»
БЦ «Фили Град», 121087
Москва, Береговой проезд,
д. 5А, к.1, 17-й этаж
Тел. +7 (495) 730-13-47
a.shelkova@koelnmesse.ru
www.koelnmesse.ru



Авторы:
**Юрий
Кацнельсон,**
президент РОСПиК
**Сергей
Литовченко,**
аналитик РОСПиК

В настоящее время развитие хлебопечения ЮФО сдерживают низкий уровень конкуренции, недостаток квалифицированных кадров в сфере хлебопечения и низкая доля хлебобулочных изделий функционального и специализированного назначения.

ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ В ЮФО: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Российская Гильдия пекарей и кондитеров (РОСПиК) более 20 лет представляет интересы субъектов хлебопечения России, в том числе – постоянно анализирует и оценивает состояние хлебопечения как в целом по стране, так и в регионах. Данный материал посвящен состоянию хлебопечения в Южном федеральном округе (далее ЮФО), проблемам и необходимым условиям для его развития.

По оценке РОСПиК, произведенной с учетом итогов выборочного исследования Росстата по бюджетам домашних хозяйств, а также объемов розничной торговли, производство хлебопекарной продукции в России по итогам 2018 года достигло 11,05 млн тонн, а продажа хлеба и булочных изделий в 2018 году выросла на 1,9 % и составила 728,9 млрд руб. Из этого объема порядка 0,7 млн тонн (5,9 %) производится в Южном федеральном округе. При этом продажи хлеба и булочных изделий в ЮФО увеличились на 1,4 % к 2017 году, достигнув 70,3 млрд руб. (табл. 1).

Из приведенной выше таблицы видно, что при росте продаж во всех регионах

26,9 %

Рост продаж в Республике Крым (на 26,9 %), Республике Адыгея (на 5,5 %) при падении производства (на 1,4 и 5,8 % соответственно) указывает на существенную долю завоза продукции из соседних регионов в структуре продаж.

ЮФО, кроме Волгоградской области и Республики Калмыкия, производство снижалось в большинстве регионов федерального округа. Это обусловлено рядом причин:

1. Повышением цен на основные виды хлеба и хлебобулочных изделий (в среднем по ЮФО повышение составило 5,2 %).
2. Завозом хлеба из соседних регионов (внутренний импорт).
3. Повышением доли изделий с высокой добавленной стоимостью.

Лидерами по выпуску продукции в ЮФО в 2018 году стали Краснодарский край и Ростовская область, на долю которых пришлось 42,7 и 26,3 % производства хлеба и булочных изделий соответственно. При этом

Таблица 1. Производство и продажи хлебопекарной продукции в ЮФО в 2018 году

Регион	Продажи, млрд руб.	Изменение, % (2018 к 2017)	Производство, тыс. тонн	Изменение, % (2018 к 2017)
Российская Федерация	728,9	4,34	11050	-2,3
ЮФО	70,3	1,4	656	-3,5
Краснодарский край	33,1	1,7	280,0	-3,3
Ростовская область	21,7	1,4	172,5	-2,8
Волгоградская область	7,0	-10,6	80,6	-9,2
Республика Крым	4,0	26,9	65,3	-1,4
Астраханская область	2,9	1,8	24,5	5,4
г. Севастополь	0,5	8,3	24,2	1,5
Республика Адыгея	0,7	5,5	5,9	-5,8
Республика Калмыкия	0,3	-0,3	3,0	-2,3

Таблица 2. Количество выданных патентов на право применения патентной системы налогообложения по виду предпринимательской деятельности – производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий в ЮФО

Наименование показателей	Количество выданных патентов, ед.		
	2016	2017	2018
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ	678	1428	2099
Южный федеральный округ	106	161	208
Республика Адыгея	0	3	5
Республика Калмыкия	0	2	1
Республика Крым	69	82	91
Краснодарский край	10	17	37
Астраханская область	0	5	3
Волгоградская область	5	17	20
Ростовская область	6	14	29
г. Севастополь	16	21	22

первое место в федеральном округе по объему продаж хлеба (33,1 млрд руб. в 2018 году, или 47,1 %) занимает Краснодарский край.

Рост продаж в Республике Крым (на 26,9 %), Республике Адыгея (на 5,5 %) при падении производства (на 1,4 и 5,8 % соответственно) указывает на существенную долю завоза продукции из соседних регионов в структуре продаж.

Снижение в последние годы доли индустриального производства в изготовлении и продажах хлеба и хлебобулочных изделий отражает общую тенденцию в отрасли. Проблемы в немалой степени заключены в отсутствии гибкости в удовлетворении меняющегося спроса, а также сложностях с источниками финансирования. Индустриальные предприятия не способны конкурировать с небольшими производителями по ассортименту предлагаемой продукции.

На снижение производства хлеба оказывают влияние, кроме прочего, рост тари-

фов ЖКХ и ставок аренды, которые платят индивидуальные предприниматели. Отсюда низкий уровень конкуренции, низкий уровень зарплат (номинальная начисленная среднемесячная заработная плата одного работника в ЮФО по виду деятельности «производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий», по данным Росстата, составила 23 251 руб., что составляет 86 % от среднероссийского показателя по отрасли). В итоге наблюдается невысокая доступность хлеба для населения.

По данным ФНС, лидером по количеству выданных патентов по виду предпринимательской деятельности «производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий» в ЮФО является Республика Крым (91 патент в 2018 году). Около 51 % выданных патентов за период 2016–2018 годов приходится на этот регион (табл. 2).

По оценке РосПик, доходы бюджета от выданных в ЮФО патентов в сфере хле-

бопечения в 2018 году составили свыше 10 млн руб. Однако стоимость патентов сильно отличается по регионам. Так, в г. Ростове-на-Дону стоимость патента на «производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий» составляет в 2019 году 210 540 руб. (по данным ФНС для г. Ростова-на-Дону при среднесписочной численности предприятия 10 чел.), а для других муниципальных образований Ростовской области стоимость патента составляет при той же численности предприятия 42 тыс. руб.

Субъекты Российской Федерации вправе устанавливать размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода в зависимости от средней численности наемных работников. Также размер стоимости патента может быть увеличен не более чем в пять раз на территории города с численностью населения более одного миллиона человек.

Уровень цен на хлеб и хлебобулочные изделия в ЮФО

Средняя потребительская цена на хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта составила 67,68 руб.; по категории «хлеб и булочные изделия из пшеничной муки 1-го и 2-го сортов» в ЮФО в июне 2019 года средняя цена составила 42,73 руб./кг. На хлебобулочные изделия из ржаной муки и из смеси муки ржаной и пшеничной средняя потребительская цена составила 46,4 руб./кг. В отличие от рынка зерна рынок хлеба не так подвержен ежегодным сезонным колебаниям цен.

Средние потребительские цены на хлеб и хлебобулочные изделия в Южном ФО, руб./кг. (данные Федстата) приведены в табл. 3–5.

Рост цен в регионах ЮФО в основном не превышает средние показатели.

Уверенное лидерство по ценам на хлебобулочные изделия держит Краснодарский край. По данным Росстата, в этом регионе фиксируются самые высокие средние потребительские цены на хлеб в ЮФО.

Уровень конкуренции на рынке хлебопечения в ЮФО

Известно, что одним из показателей уровня конкуренции на рынке хлебопечения является количество предприятий на 10 тыс. человек. В Российской Федерации этот показатель составляет менее одного предприятия (0,91) на 10 тыс. населения. В Южном федеральном округе в 2017 году этот показатель был на уровне 0,57, что говорит о низком уровне конкуренции и недостаточной доступности хлеба для населения (табл. 6).

0,44 %

Производство хлебобулочных изделий функционального и специализированного назначения в 2017 году в ЮФО составило 2989 тонн (0,44 % от производства хлеба и булочных изделий)

Из табл. 6 видно, что в Республике Адыгея, Астраханской области и Краснодарском крае показатель конкуренции находится выше, чем в среднем по округу. Наиболее неблагоприятно обстоят дела с конкуренцией в Республике Крым, в городе Севастополь и Республике Калмыкия. В этих регионах количество хлебопекарных предприятий существенно отстает как от уровня ЮФО, так и России в целом (в Европе данный показатель равен 3–4 единицам). Однако органами статистики не учитывается большое количество малых и микропредприятий в этих регионах. Исторически в структуре хлебопечения в нашей стране преобладали крупные промышленные предприятия, а за рубежом хлебопечением занимался в основном малый и средний бизнес. РОСПиК считает, что рост числа малых пекарен решит проблему конкуренции в регионах Южного федерального округа и сделает хлеб более доступным для населения как территориально, так и экономически.

Функциональное и специализированное хлебопечение в ЮФО

Доля функционального и специализированного хлебопечения в общем производстве в ЮФО находится ниже общероссийского уровня – 0,44 % (в РФ около 2 %). Региону нужна агрессивная политика по популяризации данной продукции среди населения, а также информирование производителей о ее важности и высокой рентабельности. Гильдия всегда уделяла много внимания этой теме, проводя посвященные ей конгрессы и обсуждая вопросы специализированного хлебопечения на других мероприятиях.

Производство хлебобулочных изделий функционального и специализированного назначения в 2017 году в ЮФО составило 2989 тонн (0,44 % от производства хлеба и булочных изделий).

По данным Росстата, большая доля функционального и специализированного хлебопечения осуществляется в Краснодарском крае (0,74 %).

Таблица 3. Средние потребительские цены на хлеб и хлебобулочные изделия в Южном ФО, руб./кг

Регион	2017	2018	2019 (июнь)	Динамика 2019 к 2018, %
Хлебобулочные изделия из пшеничной муки высшего сорта				
Российская Федерация	68,92	72,98	75,87	4,0
Южный федеральный округ	58,11	63,86	67,68	6,0
Краснодарский край	74,14	77,31	83,47	8,0
Волгоградская область	72,18	76,22	78,69	3,2
Астраханская область	58,97	62,82	69,03	9,9
Республика Калмыкия	52,88	61,01	64,41	5,6
Ростовская область	50,85	56,53	60,33	6,7
г. Севастополь	42,19	50,88	59,90	17,7
Республика Крым	48,02	55,65	57,27	2,9
Республика Адыгея	54,37	55,66	56,52	1,5

Таблица 4. Средние потребительские цены на хлеб и хлебобулочные изделия в Южном ФО, руб./кг

Регион	2017	2018	2019 (июнь)	Динамика 2019 к 2018, %
Хлебобулочные изделия из пшеничной муки 1-го и 2-го сортов				
Российская Федерация	45,41	48,81	49,96	2,4
Южный федеральный округ	36,83	41,29	42,73	3,5
Краснодарский край	47,65	50,96	53,79	5,6
Астраханская область	42,51	44,8	48,29	7,8
Республика Калмыкия	40,03	41,79	43,70	4,6
Волгоградская область	39,4	42,12	43,16	2,5
г. Севастополь	35,47	38,68	39,20	1,3
Республика Адыгея	40,74	45,40	39,19	-13,7
Ростовская область	32,53	37,12	38,71	4,3
Республика Крым	29,07	34,11	35,46	4,0

Таблица 5. Средние потребительские цены на хлеб и хлебобулочные изделия в Южном ФО, руб./кг

Регион	2017	2018	2019 (июнь)	Динамика 2019 к 2018, %
Хлебобулочные изделия из ржаной муки и из смеси муки ржаной и пшеничной				
Российская Федерация	45,84	48,13	50,54	5,0
Южный федеральный округ	42,13	43,75	46,4	6,1
Краснодарский край	58,05	61,32	63,84	4,1
Республика Адыгея	54,68	59,5	54,67	-8,1
г. Севастополь	42,9	49,05	50,29	2,5
Астраханская область	43,38	46,98	50,26	7,0
Ростовская область	38,11	43,06	45,84	6,5
Республика Калмыкия	41,34	41,21	44,77	8,6
Республика Крым	34,96	38,74	41,28	6,6
Волгоградская область	40,5	39,6	40,36	1,9

Таблица 6. Количество предприятий на 10 тыс. человек

Регион	Количество пекарен на 10 тыс. человек
Российская Федерация	0,91
Южный федеральный округ	0,57
Республика Адыгея	0,62
Астраханская область	0,58
Краснодарский край	0,57
Ростовская область	0,45
Волгоградская область	0,43
Республика Крым	0,40
г. Севастополь	0,27
Республика Калмыкия	0,25

0,74 %

По данным Росстата, большая доля функционального и специализированного хлебопечения осуществляется в Краснодарском крае (0,74 %).

Для пекарей выгода в занятии новой ниши очевидна: позиционируя свой хлеб как продукт для здорового образа жизни, он тем самым не только улучшает качество обслуживания населения, но и увеличивает доходы предприятия.

Развитие функционального и специализированного хлебопечения должно учитывать положения НП «Демография» в части Федерального проекта «Формирование системы мотивации граждан к здоровому образу жизни, включая здоровое питание и отказ от вредных привычек» (увеличение доли граждан, обеспеченных доступом к отечественным пищевым продуктам, способствующим устранению дефицита микро- и макроэлементов, до 50 % к 2023 году и до 60 % к 2025 году путем формирования у граждан ответственного отношения к своему здоровью) и Концепции обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения путем развития функционального и специализированного хлебопечения, в РФ до 2020 года (хлеб – это здоровье), утвержденной постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 14.06.2013 № 31.

Перспективы развития хлебопечения в ЮФО

В настоящее время развитие хлебопечения ЮФО сдерживают:

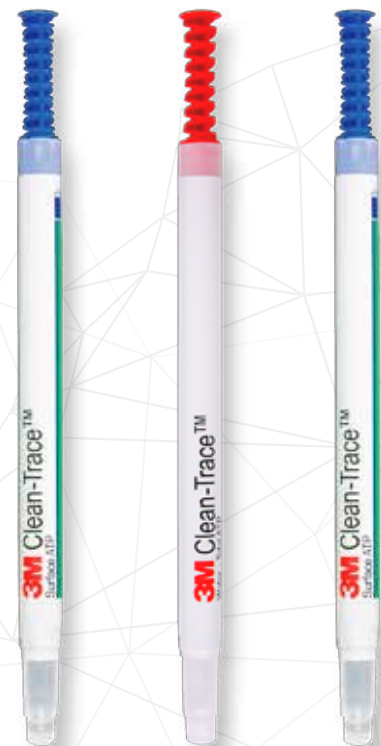
- низкий уровень конкуренции, количество предприятий на 10 тыс. населения составляет 0,57;
- недостаток квалифицированных кадров в сфере хлебопечения;
- низкая доля хлебобулочных изделий функционального и специализированного назначения.

Для улучшения ситуации в хлебопечении Южного федерального округа необходимо выполнить несколько условий:

- создать конкурентную среду для увеличения количества субъектов хлебопечения на 10 тыс. человек до показателя «2». Это необходимо для повышения экономической и территориальной доступности хлебопекарной продукции для населения региона;
- увеличить долю функционального и специализированного хлебопечения с 0,44 до 3 % от общего объема выпуска хлеба и хлебобулочных изделий;
- обеспечить хлебопекарные предприятия квалифицированными кадрами.

Для достижения этих целей Российская Гильдия пекарей и кондитеров видит ряд задач, реализация которых позволит улучшить состояние хлебопечения в ЮФО:

- создание региональных объединений пекарей и кондитеров при поддержке администрации регионов;
- подготовка РОСПиК совместно с Ассоциацией компаний розничной торговли (АКОРТ) специальной программы с целью расширения ассортимента и продвижения функциональных и специализированных хлебобулочных изделий. КХП



Новый люминометр

3M™ Clean-Trace™

экспресс-контроль чистоты производственных поверхностей и воды на пищевом предприятии



Food Safety Systems

Solutions for your success

Официальный дистрибьютор 3M в России

ООО «СИСТЕМЫ ПИЩЕВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»
+7 (495) 236-88-83 | fss@foodsafetysystems.ru

Оборудование и расходные материалы для лабораторий на пищевых предприятиях
www.foodsafetysystems.ru

«Агропродмаш-2019» транслирует мировые тренды

24-я Международная выставка оборудования, машин и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей промышленности «Агропродмаш-2019» состоится 7–11 октября 2019 года в Москве, в «Экспоцентре» на Красной Пресне.

Выставка «Агропродмаш» – неоспоримый хедлайнер на постсоветском пространстве. Статус мероприятия международного уровня подтверждают и состав участников, и тот факт, что самые актуальные и перспективные тренды рынка оборудования и решений для индустрии продуктов питания транслируются на данной площадке. Подтверждение тому – преeminence между выставками IFFA, главным событием для профессионалов мировой мясной индустрии, и «Агропродмаш». В этом году в экспозиции «Агропродмаш-2019» будут продемонстрированы современные тренды, которые активизируют спрос потенциальной аудитории:



– **автоматизация и роботизация** призваны обеспечивать высокую стабильность качественных показателей и снижение трудозатрат, повышать уровень производственной санитарии и гигиены;

– **экологический тренд – sustainable packaging** (упаковка, минимизирующая нанесение вреда окружающей среде) – связан с сокращением применения в упаковке пищевой продукции полимерных материалов, использованием экологически рациональных упаковок на основе ламинированного картона;

– **глобальная цифровизация машин и технических сервисов** в соответствии со стандартами «Индустрия 4.0». Развитие телекоммуникационных технологий позволяет существенно упростить обслуживание, наладку и устранение неисправностей в машинах нового поколения, отличающихся высокими интеллектуальными возможностями.

Главной интригой выставки «Агропродмаш-2019» станут российские премьеры новинок и инноваций, продемонстрированных на выставке IFFA-2019. Ведущие производители оборудования и поставщики технических решений намерены внедрять современные глобальные тренды мировой мясоперерабатывающей отрасли в российский пищеперерабатывающий сектор.

Получите ваш билет на сайте выставки www.agroprod mash-expo.ru – и до встречи на «Агропродмаше»!

Выставка №1*

**АГРО
ПРОД
МАШ**

ПИЩЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ИНГРЕДИЕНТЫ
АВТОМАТИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ
ПИЩЕВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
УПАКОВочные РЕШЕНИЯ
ХОЛОД

МИНПРОМТОРГ РОССИИ
При поддержке:
• Министерства промышленности и торговли РФ
• Министерства сельского хозяйства РФ
Под патронатом ТПП РФ

*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее – www.exporating.ru.

**7–11.10.
2019**

Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»

24-я международная выставка
«Оборудование, технологии,
сырье и ингредиенты
для пищевой
и перерабатывающей
промышленности»

www.agroprod mash-expo.ru

Организатор:
ЭКСПОЦЕНТР

Реклама 12+

Многие идеи изменяют мир...
Некоторые из нас устанавливают новые масштабы.

Как наши вафельницы, самые большие в своем роде: 1.000 x 350 мм*

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ
ПРЕВОСХОДСТВО

ИННОВАЦИОННЫЕ
РЕШЕНИЯ

ПЕРЕДОВАЯ
ИНЖЕНЕРИЯ

ФАБРИКА ИДЕЙ

* Устанавливать стандарты посредством продуманных идей – это наша традиция. Наша цель состоит в том, чтобы предлагать Вам реальные выгоды – например, в экономичности и надежности. Здесь задает стандарты наша вафельница максиформата 1.000 x 350 мм. Она гарантирует максимальную производительность при минимальной опорной поверхности и максимальный срок службы. Это только одна из многих идей для Вашего успеха.



HEBENSTREIT

ENGINEERED WAFERS AND SNACKS

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*



ПРОД ЭКСПО

**10–14
февраля 2020**

**27-я международная
выставка продуктов
питания, напитков
и сырья для их
производства**

Организатор:



При поддержке Министерства
сельского хозяйства РФ

Под патронатом ТПП РФ

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.prod-expo.ru

**Проверенные рецепты
для успешного бизнеса**

* Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее о рейтинге – www.exporating.ru.

10+

Реклама





—СТАЛЬНЫЕ—ЛЕНТЫ— ДЛЯ—ТОННЕЛЬНЫХ—ПЕЧЕЙ—

Пеките больше,
Пеките лучше,
Пеките экологичнее

Мы являемся крупнейшим в мире производителем сплошных и перфорированных стальных лент для тоннельных печей, который проектирует и поставяет эффективные транспортерные системы для производителей печей и конечных потребителей, а также обеспечивает поддержку благодаря повсеместной сервисной службе. И мы занимаемся этим с 20-х годов прошлого века.

Данный опыт не имеет себе равных, и он позволяет нам давать рекомендации, консультировать и оказывать поддержку производителям оборудования и кондитерским производствам по всему миру.

Стальная печная лента – это исключительный продукт: никакой другой материал не предлагает такого широкого набора качеств. Она не только обеспечивает надежную эксплуатацию в областях, где температуры могут достигать 400°, но при этом отличается чрезвычайной надежностью – срок службы более 20 лет уже не является редкостью.

И вы сами сможете убедиться в том, что основные характеристики лент сочетаются с рядом других преимуществ:



- Возможностью расширить ассортимент продукции и выйти на новые рынки.
- Низкими затратами на техобслуживание и исключительной надежностью для увеличения рабочего времени.
- Низким энергопотреблением/снижением следов углерода по сравнению с другими материалами.
- Плоской прочной поверхностью, обеспечивающей стабильно высокое качество выпечки по всей площади ленты.
- Простотой в очистке, обеспечивающей максимальную гигиену, минимальное время простоя, низкий расход воды и мощных средств.
- Наличием широких лент – до 3500 мм – для увеличения производительности без расширения производства.

Планируете ли вы приобретение новой печи или интересуетесь возможностью модернизации имеющейся линии для использования стальной ленты (ответ – «да»), обратитесь к лидеру отрасли. Обратитесь в IPCO.

Эксперт:

Ольга Денисова,

менеджер кондитерской фабрики Mars Wrigley,
ассоциация предприятий кондитерской
промышленности «Асконд»

СЛАДКИЙ МИЛЛИОН

Экспорт кондитерских изделий занимает четвертое место в экспорте товаров российского АПК. По мнению специалистов отрасли, это стратегически важное направление, обладающее большим потенциалом, в котором нужно развиваться российской пищевой промышленности. К 2024 году экспортные поставки кондитерских изделий могут достигнуть миллиона тонн в год.

В России производится огромное разнообразие кондитерских изделий, которые интересны как отечественному, так и зарубежному потребителю. Российский рынок кондитерских изделий стабильно развивается: несмотря на небольшое падение, которое наблюдалось в 2014–2015 годах, он растет примерно на 3 % в год (рис. 1).

В денежном выражении столь значительного роста не наблюдается, особенно после ослабления курса рубля. Но тем не менее, если говорить о 2018 году, то, по данным Росстата, рост составил 3,7 % по отношению к 2017-му.

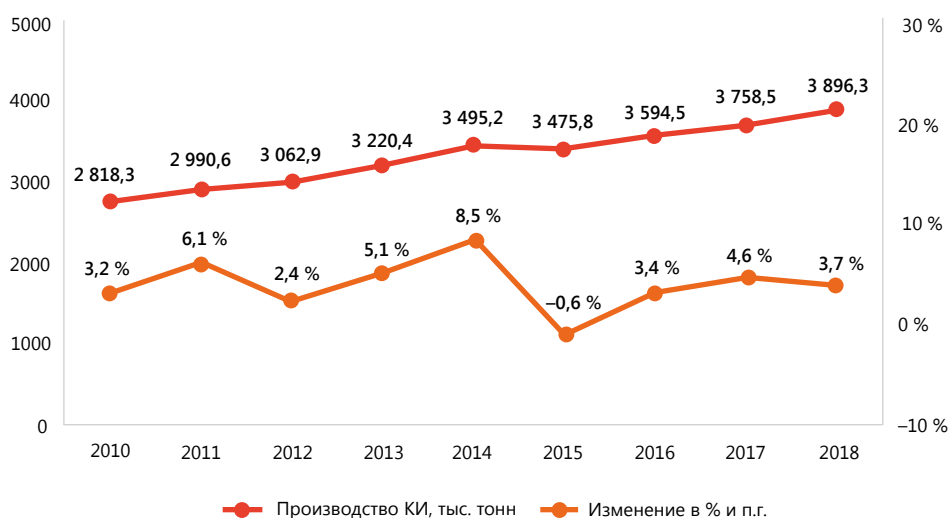
Положительная динамика отмечается также и в потреблении кондитерских изделий (рис. 2).

При этом необходимо отметить, что с 2000 по 2018 год население России увеличилось на 1,2 млн человек. Тем не менее мы видим устойчивый рост потребления кондитерских изделий, несмотря на падение в период 2014–2015 годов. Потребление постепенно восстанавливалось и к 2018 году рынок кондитерских изделий составил 3 млн 706 тонн, а потребление на душу населения – 25,2 кг на человека в год. Это весьма неплохой показатель, при этом обладающий потенциалом к дальнейшему росту. В европейских странах потребление на душу населения доходит до 32 кг в год. Если посмотреть на отдельные сегменты, то в России на душу населения потребляется около 4 кг шоколадных изделий, в Европе – 6 кг, а кое-где доходит и до 12 кг.

В 2018 году рынок кондитерских изделий развивался как за счет внутреннего производства, так и за счет импорта (рис. 3).

Говоря о внешнем торговом балансе и об объеме внутреннего рынка, можно отметить, что внутренний рынок растет – прирост составил 2,2 % к 2018 году. Заметно вырос и импорт (на 12 %), но хорошие показатели и роста экспорта – на 15 % к 2018 го-

Рисунок 1. Темп изменения объема производства кондитерских изделий в России, тыс. тонн



Источник: Росстат

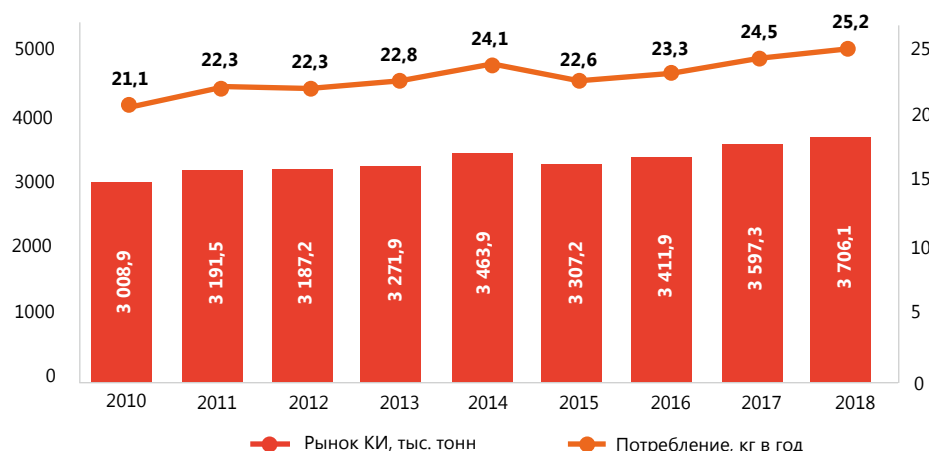
4 КГ

Если посмотреть на отдельные сегменты, то в России на душу населения потребляется около 4 кг шоколадных изделий, в Европе – 6 кг, а кое-где доходит и до 12 кг. Таким образом, можно говорить об имеющихся перспективах роста внутри страны.

ду по отношению к 2017-му. Россия уже экспортирует более полумиллиона тонн продукции и тренд на экспорт очень хороший. В 2010 году объем экспорта кондитерских изделий был в два раза ниже объема импорта, сейчас картина кардинально поменялась: страна экспортирует почти в два раза больше, чем ввозит.

Россия – важное направление импорта кондитерских изделий для наших партнеров по ЕАЭС. Однако, по данным экспертов, российский рынок близок к пределу своего насыщения. Рост потребления на внутреннем рынке за последние 10 лет редко превышает 3–4 % в год. И если компании-производители хотят обеспечить экстенсивный рост продаж своей продукции, они активно ищут выходы на рынки стран дальнего зарубежья. Поэтому сегодня уже почти 49 % российского экспорта реализуется за пределами стран ЕАЭС.

Рисунок 2. Суммарный объем рынка кондитерских изделий России, тыс. тонн; среднелюдовое потребление, кг/чел./год



Источник: Росстат, ФТС России

Рисунок 3. Внешнеторговый баланс и объем рынка кондитерских изделий России, тыс. тонн



Источники: Росстат, ФТС

Структура потребления продукции АПК кондитерской отрасли

Обратимся к структуре использования сырья в кондитерской промышленности (рис. 4).

Наиболее значительную часть составляет сахар (около 1 млн 400 тонн). Это почти треть всего сахара, который производится в Российской Федерации. Какао и орехи (650 тыс. тонн), пожалуй, единственная импортная категория, остальные (патока крахмальная, молочная продукция, жиры) отечественного производства. Таким образом, наращивая экспорт, Россия стимулирует в развитие локальных производителей сырья.

Вопрос: может ли экспорт сырья быть таким же успешным, как экспорт кондитерских изделий? Ответ скорее отрицательный: например, на ввоз сахара в Китай действуют заградительные пошлины в 55 %, что дела-

Россия уже экспортирует более полумиллиона тонн продукции и тренд на экспорт очень хороший. В 2010 году объем экспорта кондитерских изделий был в два раза ниже объема импорта, сейчас картина кардинально поменялась: страна экспортирует почти в два раза больше, чем ввозит.

ет затею совершенно бессмысленной. Но, экспортируя кондитерскую продукцию, мы тем самым экспортируем и сахар, и муку, и т. д. По статистике федерально-таможенной службы, в 2017 году таможенная стоимость тонны экспорта кондитерских изделий в 13 раз превышает стоимость тонны экспорта необработанных зерновых. Экспортная стоимость мучных кондитерских изделий за тонну выше стоимости экспорта зерновых почти в 10 раз. Если экспортировать готовые кондитерские изделия, государство от этого получает большую прибыль.

Экспорт кондитерских изделий

Доля стран ЕАЭС в структуре экспорта КИ РФ составляет более 50 % (рис. 5).

Россия импортирует порядка 25 % из евразийского экономического сообщества. Общероссийский экспорт составляет 456 тонн, чуть более половины его приходится на страны Евразийского союза, остальное – на страны дальнего зарубежья. У соседей картина иная: объем экспорта меньше, он идет в основном в страны ЕАЭС и в Россию. По нашему мнению, Республике Беларусь и Казахстану имеет смысл больше смотреть на перспективы дальнего зарубежья и пытаться выходить на эти рынки как с точки зрения прибыльности, так и с точки зрения наращивания оборотов.

Точки роста экспорта

Основу роста российского экспорта составили шоколадные изделия. На их долю пришлось 55 % или 626,1 млн долл. США продаж. В натуральном выражении этот показатель составил 44 % (232,3 тыс. тонн). В 2018 году поставки шоколадных кондитерских изделий выросли на 24,2 % по сравнению с 2017-м. Это самый высокий показатель по динамике роста среди всех видов кондитерских изделий, продаваемых за рубеж. Более того, скорость, с которой рос экспорт российского шоколада, привела к тому, что теперь на внешние рынки продается уже 30 % всех шоколадных кондитерских изделий, произведенных в России.

Экспорт мучных кондитерских изделий в 2018 году вырос на 14,9 %, до 228,8 тыс. тонн, в том числе в страны дальнего зарубежья – на 12,7 %, а в страны СНГ – на 15,4 %. Продажи растут и за счет расширения экспорта на относительно новых для российских игроков направлениях.

Среди экспортных категорий на первом месте можно увидеть конфеты весовые, на втором месте карамель, далее идут шоколад, вафли, печенье, ирис, пряники, бисквит и конфеты в коробках, зефир и пастила. И доля в 3 % состоит из халвы, новогодних подарков, драже, сухих завтраков, тортов (рис. 6).

По регионам экспорта ситуация выглядит следующим образом: в основном это Азия, Европа, Америка, Африка и Океания. В денежном выражении тренд положительный (рис. 6, 7).

Скачок экспорта произошел в 2014 году, появился Китай – огромный рынок, который надо завоевывать. Он очень хорошо растет и в объемах, и в деньгах.

По итогам 2018 года география поставок российских кондитерских изделий насчитывает около 70 направлений: от Сингапура и Австралии до Канады. Основными покупателями российских сладостей пока остаются страны ближнего зарубежья: Казахстан, Беларусь, Азербайджан, страны Средней Азии. Доля Казахстана в общем объеме экспорта составила 28 %, но темпы роста поставок в эту страну уступили показателям по Китаю и составили 23 %.

Из стран дальнего зарубежья в 2018 году в десятку основных покупателей российского шоколада вошли Объединенные Арабские Эмираты и Саудовская Аравия. В 2018 году они закупили свыше 9,2 тыс. тонн, это соответственно в 5 и 9 раз больше, чем в 2015-м. Китай стал самым динамично развивающимся направлением российского экспорта с 2016 года. В 2018-м в эту страну было отправлено 52,3 тыс. тонн кондитерских изделий, что на 35,6 % больше, чем в предыдущем году. Доля Китая составила 10 % в поставках продукции.

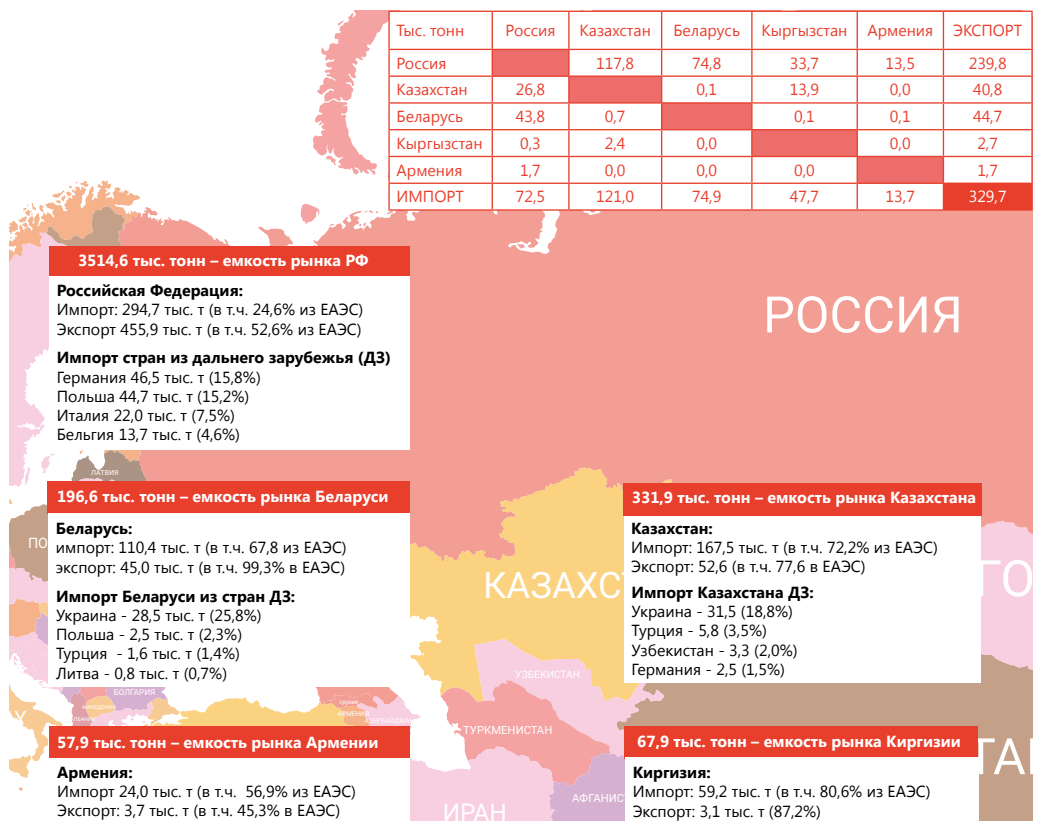
В I квартале 2019 года произошли некоторые изменения. В страны дальнего зарубежья поставлено на 8,7 % больше кондитерских изделий, при этом лидером по темпам роста российского кондитерского экспорта стала Германия (+44 % к аналогичному периоду прошлого года), вторым – Китай (+17 %). Самой востребованной категорией экспорта по-прежнему остался «Шоколад и изделия кондитерские из шоколада» (+14,8 %). При этом самыми высокими темпами росли поставки российского шоколада в Египет (+22 %), Ирак (+24 %), США (+53 %), Италию (+70 %), Грецию, Японию. Экспорт мучных кондитерских изделий вырос на 12,1 %, в том числе в страны дальнего зарубежья – на 14 %, страны СНГ – на 11,7 %.

Одним из потенциально интересных направлений становится Африка. По итогам 2017 года суммарно в страны Африки было поставлено 2200 тонн российских кондитерских изделий на сумму 5570 тыс. долл. США. Основными странами-покупателями выступают: Алжир, Египет, Ливия, Марокко, Тунис. В разрезе категорий наибольшей популярностью в Африке пользуются кондитерские изделия шоколадной группы. Только в Марокко поставляются в небольшом количестве (75 тонн) сахаристые кондитерские изделия. По итогам

Рисунок 4. Структура использования сырья кондитерской отрасли, тыс. тонн



Рисунок 5. Рынок кондитерских изделий, страны ЕАЭС, 2017 год



Источнику: International Trade Center

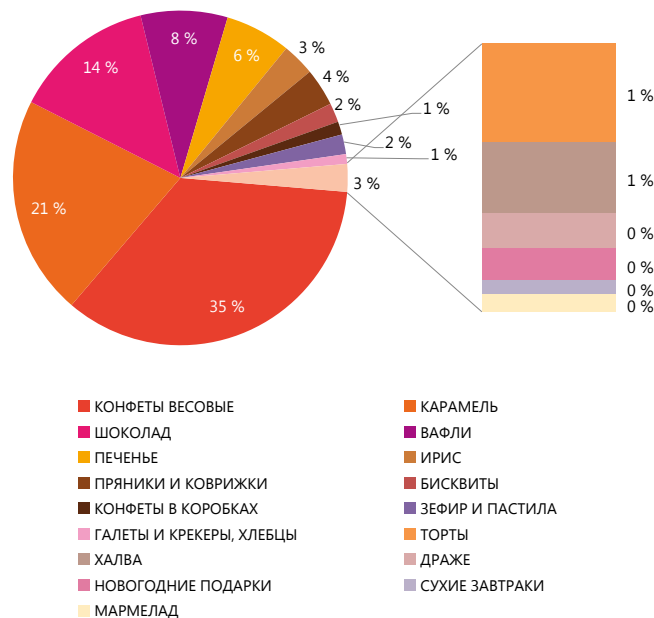
30 %

Скорость, с которой рос экспорт российского шоколада, привела к тому, что теперь на внешние рынки продается уже 30 % всех шоколадных кондитерских изделий, произведенных в России.

2018 года объем поставок российской кондитерской продукции в Африку составил уже 2792 тонн с ростом +26,9 % к уровню 2017 года. В денежном выражении объем российского экспорта кондитерской продукции в Африку в 2018 году составил 7270 тыс. долл. США (+30,5 % к уровню 2017 года).

Перспективы дальнейшего роста объемов экспорта российской кондитерской продукции на Африканский континент связаны со сроками подписания Соглашения о зоне свободной торговли между Евразийским

Рисунок 6. Структура экспорта КИ по категориям продукта в 2018 году

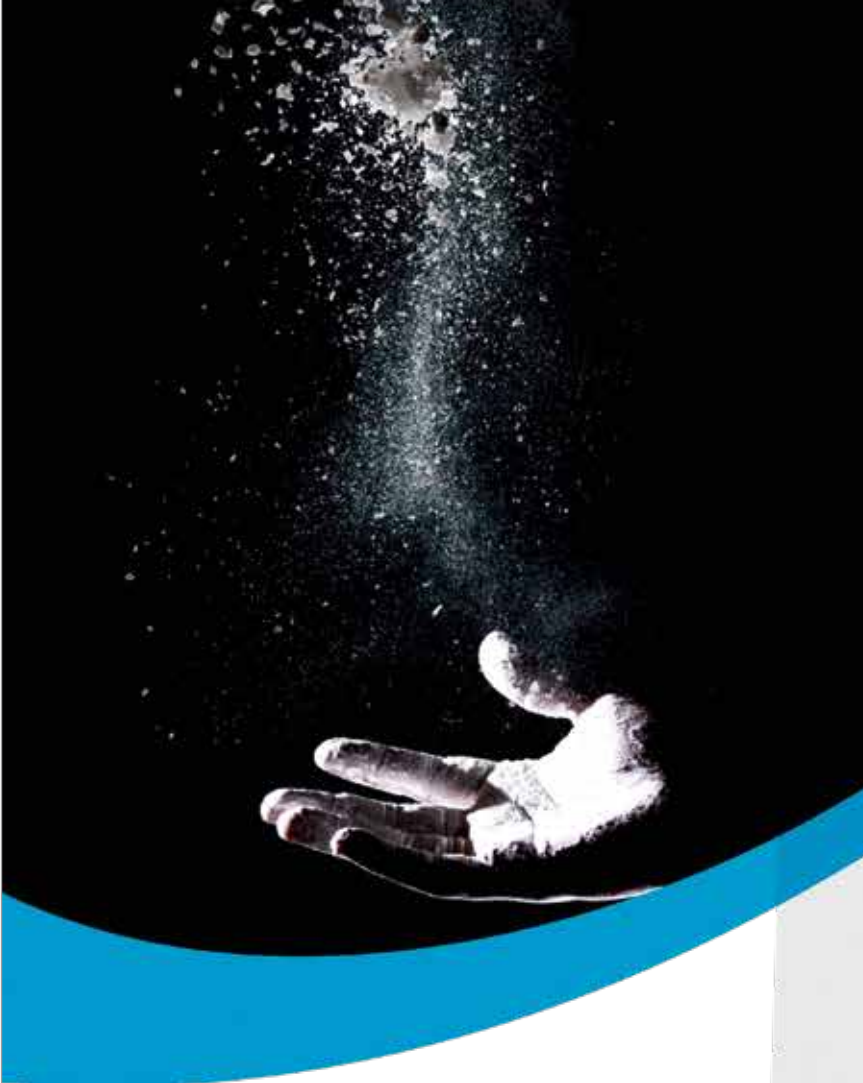


- КОНФЕТЫ ВЕСОВЫЕ
- ШОКОЛАД
- ПЕЧЕНЬЕ
- ПРЯНИКИ И КОВРИЖКИ
- КОНФЕТЫ В КОРОБКАХ
- ГАЛЕТЫ И КРЕКЕРЫ, ХЛЕБЦЫ
- ХАЛВА
- НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ
- МАРМЕЛАД
- КАРАМЕЛЬ
- ВАФЛИ
- ИРИС
- БИСКВИТЫ
- ЗЕФИР И ПАСТИЛА
- ТОРТЫ
- ДРАЖЕ
- СУХИЕ ЗАВТРАКИ

Группа КИ	Средний расход сахара на 1 тн ГП, тонн
КАРАМЕЛЬ	0,65
КОНФЕТЫ ВЕСОВЫЕ	0,6
ИРИС	0,6
КОНФЕТЫ В КОРОБКАХ	0,6
ЗЕФИР И ПАСТИЛА	0,6
ХАЛВА	0,6
ДРАЖЕ	0,6
МАРМЕЛАД	0,6
НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ	0,45
ШОКОЛАД	0,4
ВАФЛИ	0,35
ПЕЧЕНЬЕ	0,35
ПРЯНИКИ И КОВРИЖКИ	0,35
БИСКВИТЫ	0,35
ГАЛЕТЫ И КРЕКЕРЫ, ХЛЕБЦЫ	0,35
ТОРТЫ	0,35
СУХИЕ ЗАВТРАКИ	0,35

Источник: исследования «Асконд»

экономическим союзом (ЕАЭС) и Египтом. Египет с объемом экономики примерно в 340 млрд долл. США и населением в 100 млн человек является привлекательным рынком для производителей кондитерской продукции. При этом российским кондитерским компаниям для расширения экспансии на египетском рынке со всей неизбежностью потребуются дополнительные меры поддержки со стороны государства, прежде всего – в части компенсации логистических издержек и продвижения продукции на египетском рынке.



ПЕРЕРАБОТКА ЗЕРНОВЫХ: ПОЛНЫЙ ЦИКЛ

Группа компаний PAVAN вошла в структуру концерна GEA

Благодаря приобретению итальянских компаний Pavan и Golfetto Sangati в 2017 году, концерн GEA является мировым лидером в сфере проектирования и инженерной разработки технологических решений и процессных линий для производства продуктов питания на основе зерновых: от обработки сырья до упаковки готовой продукции. GEA изготавливает оборудование для производства сухих и свежих макаронных изделий, экструзионное оборудование для производства пеллетов, снеков, сухих завтраков и сухого корма для домашних животных, мукомольное оборудование. Компания GEA Pavan также поставляет упаковочное оборудование, матрицы и фильеры.

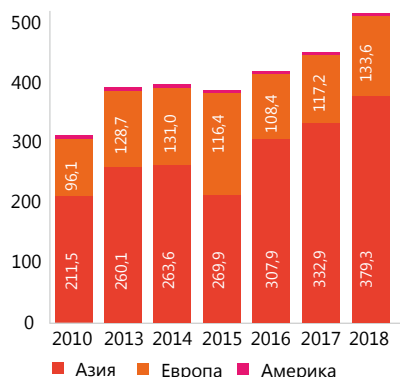
ГЕА участвует в международной конференции Мелькомбинат 11 и 12 сентября 2019 г. в Санкт-Петербурге.



Ждем Вас на стенде ГЕА на выставке Агропродмаш 2019 в Экспоцентре, павильон Форум, стенд FF070 с 7 по 11 октября 2019 г.

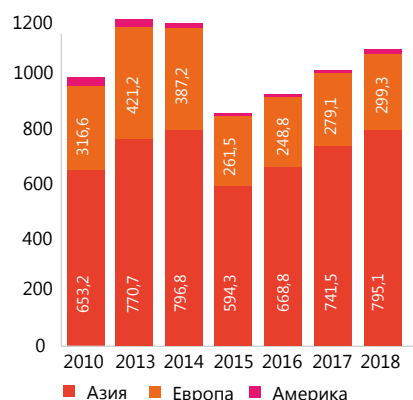


Рисунок 6. Экспорт кондитерских изделий по регионам, тыс. тонн



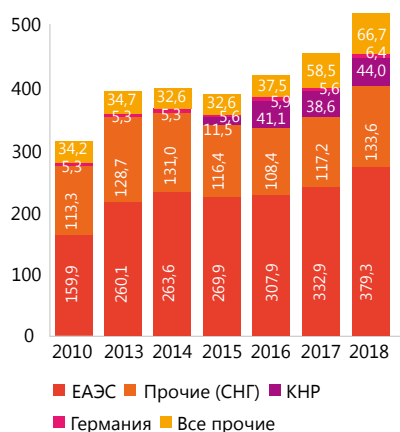
Источник: International Trade Center

Рисунок 7. Экспорт кондитерских изделий по регионам, млн долл. США



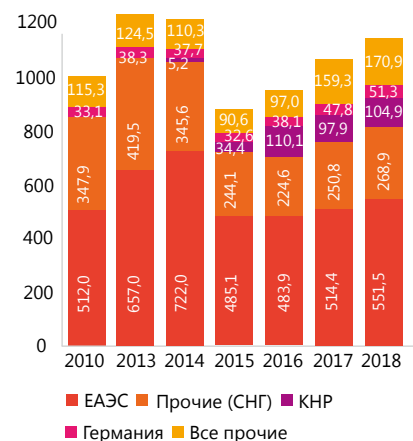
Источник: International Trade Center

Рисунок 8. Экспорт кондитерских изделий по странам, тыс. тонн



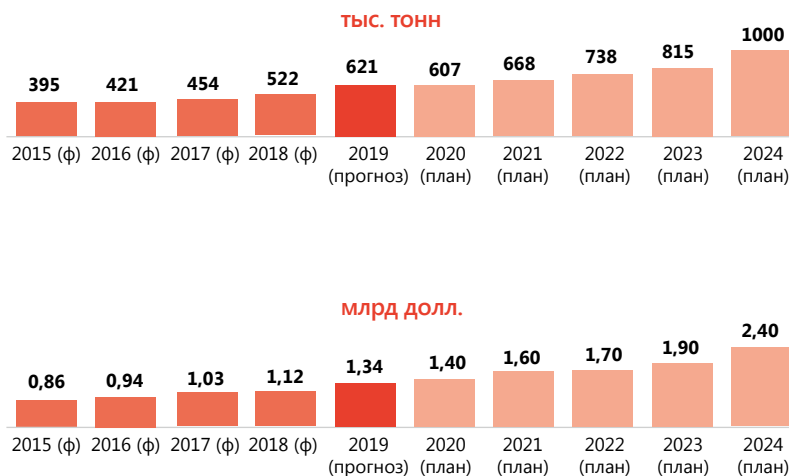
Источник: International Trade Center

Рисунок 9. Экспорт кондитерских изделий по странам, млн долл. США



Источник: International Trade Center

Рисунок 10. Экспорт кондитерских изделий, факт/прогноз до 2024 года



Что же касается перспективных планов и задач по развитию экспорта кондитерских изделий, то планируется, что к 2024 году экспорт будет увеличен до миллиона тонн. С этими цифрами согласны и в Минсельхозе РФ, и в ассоциации предприятий кондитерской промышленности «Асконд». В денежном выражении экспорт составит 2,2–2,4 млрд долл. к 2024 году.

Потенциал наращивания экспорта кондитерских изделий

По итогам первых пяти месяцев 2019 года Россия поставила экспортной продукции на 474 млн долл., что уже выше планируемых показателей. И это еще не предел: для кондитерских изделий характерна сезонность.

Что же касается перспективных планов и задач по развитию экспорта кондитерских изделий, то планируется, что к 2024 году экспорт будет увеличен до миллиона тонн. С этими цифрами согласны и в Минсельхозе РФ, и в ассоциации предприятий кондитерской промышленности «Асконд». В денежном выражении экспорт составит 2,2–2,4 млрд долл. к 2024 году. Для того чтобы все эти планы осуществились, отрасли необходима поддержка:

1. Наличие сырьевой базы в нужном объеме.
2. Конкурентная себестоимость и, как следствие, конкурентная цена конечного продукта.
3. Поддержка в области технического регулирования и компенсация расходов на сертификацию.
4. Отсутствие ввода новых тарифных/нетарифных ограничений и снятие некоторых текущих ограничений (Индия, Иран, др.).
5. Господдержка инвестиционных проектов, направленных на создание новой товарной массы для экспорта.
6. Масштабная поддержка продвижения продуктов питания – все инструменты медиа.
7. Совершенствование мер господдержки логистики. **КХП**



Компания: **Бюлер АГ**
Тел./факс: +7 (495) 786-87-63
office.moscow@buhlergroup.com
www.buhlergroup.com

Секрет лучшей выпечки: двухшнековый экструдер ContiMix™ от Bühler

Высокопроизводительный экструдер ContiMix™ применяется для производства слоеных изделий (круассанов), листовых изделий (типа пиццы), формованных изделий (булочек или мягких кренделей). С его помощью можно производить 800–1600 кг/ч готового теста с температурой до 18 °C, и 2400 кг/ч теста более высоких температур.

Закрытая зона обработки обеспечивает непрерывный поток продукта в соответствии с принципом «первый на входе – первый на выходе». Полоса теста (с шириной 600 мм и высотой 15–20 мм), выходящая из ContiMix™, сразу же готова к следующей фазе производства, что значительно сокращает время производства. В зависимости от конечного продукта, можно исключить или сократить объем последующего оборудования для расстойки теста и ламинации. Таким образом, инвестиции могут быть сокращены.



Благодаря закрытой технологической системе, ContiMix™ гарантирует самые высокие стандарты безопасности пищевых продуктов, а также простоту очистки и обслуживания.

Оптимальная механическая и термическая обработка, а также обработка под давлением создают однородное тесто с высокой пластичностью. Выпрессованная полоса сохраняет свою форму, что уменьшает количество обрезков. Кроме того, нелипкая поверхность теста позволяет полностью исключить использование муки для обсыпки. Выросший до 9 % (по сравнению со стандартными тестомесами) выход теста обеспечивает быструю окупаемость оборудования.

Тесто, полученное с помощью ContiMix™, обеспечивает существенные условия для улучшения объема и структуры мякиша, особенно при работе с маслом или маргарином. Короткий процесс с низкой температурой также благоприятно влияет на вкус хлебобулочных изделий.

Благодаря закрытой технологической системе, ContiMix™ гарантирует самые высокие стандарты безопасности пищевых продуктов, а также простоту очистки и обслуживания. **■**

Оборудование и технологии для производства:

- Какао, шоколада и орехов
- Кондитерских изделий
- Мучных изделий
- Кофе

Ждём Вас на нашем стенде №81B01 на выставке "Агропродмаш-2019" в Экспоцентре 7-11 октября 2019

**Feeling good
about food**

+7 495 786 87 63
www.buhlergroup.com

Компания: ООО «Леш Пак»

+7 (495) 643-19-34
Моб.: +7 (964) 531-12-77
artyom19772006@yandex.ru
danrus150@mail.ru
www.loeschpack.com
www.hastamat.com



Гости:



Маркус Цойх,
региональный
директор по
продажам
в Восточной Европе
и странах СНГ



Артём Павлов,
генеральный
директор компании
ООО «Леш Пак»

Автор:
Оксана
Ермолаева

Фото:
предоставлены
компанией «Леш Пак»



LoeschPack: упаковка «от и до»

Компания Loesch Verpackungstechnik GmbH входит в число ведущих мировых компаний в области разработки и производства упаковочных машин и комплексных упаковочных линий. Установки LoeschPack применяются во всех уголках земного шара для упаковки различных продуктов питания и непродовольственной продукции. Об одном из самых перспективных направлений кондитерского рынка – жевательной резинке и жевательном мармеладе – мы поговорили с региональным директором по продажам в Восточной Европе и странах СНГ Маркусом Цойхом и Артемом Павловым, генеральным директором компании ООО «Леш Пак».

– Рынок жевательной резинки и мармелада, пастилок сегодня находится на подъеме. Что, по-вашему, ждет этот рынок в России и в мире?

Маркус: Честно говоря, в последнее время мы наблюдаем определенную стагнацию на этом рынке в мире, и рост виден только на рынках стран третьего мира и Ирана, а основные европейские и североамериканские рынки насыщены. Однако в России, однозначно, намечается рост данного сегмента, прежде всего за счет местных небольших производителей и стран Средней Азии. Что касается мультинациональных производителей, рост их доли может произойти за счет вывода на рынок новых для нас продуктов, которые уже давно и успешно производятся ими в других странах.

– В чем главная сложность упаковки такой продукции? Расскажите, когда появилась в вашей линейке первая машина для этого и как она развивалась?

Артём: Основные сложности связаны с процессом производства продукта, который является комплексным и требующим внимания ко множеству факторов для полу-

чения продукции стабильно хорошего качества. От этого зависит и качество упаковки. Ведь что требуется от упаковки продукции, о которой мы говорим? Максимальная герметичность, защита от запахов, длительный срок хранения, привлекательный внешний вид. Все это мы можем обеспечить как для любого коммерческого формата, так и для нишевого решения продукции.

Первая автоматическая заверточная машина типа LOMATIC для жевательной резинки в виде пластинок была разработана у нас еще в 1970 году и стала базовой машиной для всех дальнейших машин этого сегмента. То есть упаковкой жевательной продукции, драже, пастилок мы занимаемся уже сорок лет, и на сегодняшний день у нас в линейке оборудования есть как отдельные машины, так и комплексные упаковочные линии для жевательной резинки в виде пластинок (классика), пастилок (мини-пластинок), подушечек, мармелада, жевательных конфет и тому подобного. Особенности наших машин – работа в высокоскоростном диапазоне и максимальная гибкость при разработке решений для новых видов упаковки. Упаковка в флоупаки,

обертка, загрузка, подача и упаковка в картон изделий из жевательной резинки – мы знаем это дело от и до, и имеем необходимое оборудование для выполнения любых задач. Наша высокопроизводительная упаковочная машина GW05, например, упаковывает до 2500 пастилок (мини-пластинок или табов) жевательной резинки в минуту!

– А может ли такое оборудование, например, использоваться и в фармацевтической промышленности?

Маркус: В принципе, да, однако выполнение некоторых предписаний при изготовлении оборудования для данной отрасли связано с большими временными и прочими ресурсозатратами (в частности, в плане документации). Но, несмотря на немалые сложности при разработке подобных решений, мы можем гордиться и клиентами-фармацевтами!

– Сколько сегодня ваших упаковочных машин работает на территории России и в мире?

Артём: На сегодняшний день нами установлено более двух сотен машин и линий



Упаковкой жевательной продукции, драже, пастилок мы занимаемся уже сорок лет, и на сегодняшний день у нас в линейке оборудования есть как отдельные машины, так и комплексные упаковочные линии для жевательной резинки в виде пластинок (классика), пастилок (мини-пластинок), подушечек, мармелада, жевательных конфет и тому подобного.

во всех уголках земного шара. Если говорить о российском рынке, то тут такого оборудования пока немного, поскольку и число производителей той же жевательной резинки, например, относительно невелико. По нашим прогнозам, спрос на такого рода оборудование в России будет расти за счет стремления местных производителей «нагнать» европейских и североамериканских производителей.

– А когда была поставлена в Россию первая ваша машина для упаковки жевательной резинки, не помните?

Артем: Точно можем утверждать, что в преддверии Олимпиады-1980 нами было поставлено несколько комплектных упаковочных линий для жевательной резинки в пластинках в тогдашний СССР. Последние наши поставки были на заводы мультинациональных компаний в России.

– Такое оборудование ориентировано на крупный бизнес?

Маркус: Конечно же, нет! В зависимости от поставленной нам задачи, мы всегда находим подходящее техническое решение для любого клиента в нашей программе.

– Не секрет, что отечественные производители всегда стремятся сэкономить. Ваше оборудование помогает им это сделать?

Маркус: Особенностью наших машин является то, что они очень гибкие, эффективные и при правильном обслуживании практически вечные. Это позволяет нашим заказчикам оптимизировать свои производственные затраты и себестоимость продукции, а это значительная экономия.



При выборе технического решения мы всегда рекомендуем нашим заказчикам сначала определить для себя, как и кому он планирует продавать свои продукты. Чтобы упаковка помогла продавать, должен быть подобран и соответствующий упаковочный материал, а сам продукт должен производиться на качественном производственном оборудовании. Наконец, заказчик должен сам определиться с видом упаковки и требуемой ему производительностью.

– О чем важно знать производителю, если он выбирает между вашим оборудованием и оборудованием других поставщиков?

Маркус: Мы не предлагаем слишком дешевых и «простых» решений, ведь наше оборудование оснащается самыми каче-

ственными компонентами для достижения первоклассного результата в плане упаковки. Более экономичные решения, имеющиеся на рынке, нередко предполагают «экономия» за счет снижения качества применяемых при изготовлении материалов и компонентов, а это автоматически отражается на эксплуатационном ресурсе оборудования, его надежности и качестве упаковки.

При выборе технического решения мы всегда рекомендуем нашим заказчикам сначала определить для себя, как и кому он планирует продавать свои продукты. Чтобы упаковка помогла продавать, должен быть подобран и соответствующий упаковочный материал, а сам продукт должен производиться на качественном производственном оборудовании. Наконец, заказчик должен сам определиться с видом упаковки и требуемой ему производительностью.

– А насколько экологично ваше оборудование?

Артем: Наше оборудование производится с нейтральным для атмосферы выбросом углекислого газа. Также мы постоянно работаем над тем, чтобы снизить расход потребляемых нашими машинами электроэнергии и сжатого воздуха. Кроме того, мы всегда рекомендуем нашим клиентам максимально пользоваться возможностями нашего отдела послепродажного обслуживания, чтобы максимально увеличить срок бесперебойной и эффективной эксплуатации наших упаковочных машин. В этом и заключается хозяйский подход к своему производству!

– Как обеспечивается обслуживание вашего оборудования в России? Это актуальный вопрос для всех отечественных производителей.

Артем: Наша сервисная служба работает в режиме 24/7. Также имеется сервис оперативной поставки запасных частей, а склад самых необходимых «критических» частей, по договоренности с заказчиками, может держаться на нашем складе в Москве. Кроме того, сервисный инженер компании всегда находится в «боевой готовности» и с удовольствием поможет в решении любых вопросов нашим клиентам. **Р**



Компания: **Lothar A. Wolf
Spezialmaschinen GmbH**

Max-Planck-Straße 55
32107 Bad Salzuflen
Tel.: +49 (0) 52 22 / 98 47 - 0
Fax.: +49 (0) 52 22 / 98 47 - 22
E-Mail: info@wolf-machines.de
Internet: www.wolf-machines.de

Автор: **Оксана
Ермолаева**

Wolf Spezialmaschinen: превращает отходы в доходы

*Проблема возвратных отходов стоит перед каждым кондитерским производством независимо от его масштабов. По оценкам специалистов, компании теряют до 15 % отходов, которые могли бы превратить в совершенно новые, востребованные на рынке продукты. В современных условиях жесткой конкуренции, постоянно дорожающего сырья, изменчивого потребительского спроса от кондитерского производства требуется гибкость и максимальная эффективность. О том, как превратить кондитерские отходы в инновационные продукты, рассказывает **Виктор Бауэр, главный менеджер по продажам компании Lothar A. Wolf Spezialmaschinen GmbH**, которая более 90 лет специализируется на оборудовании для кондитерского производства, в том числе безотходного.*

– Виктор, вопрос о том, что делать с кондитерскими отходами, действительно настолько актуален для производителя? Расскажите о том, как его чаще всего решают.

– Да, кондитерские отходы – это неотъемлемая часть любого кондитерского производства. Количество отходов зависит от того, какую продукцию производят на предприятии. Например, если представить себе вафельное производство, то процент отходов всегда большой – во-первых, это обычно большие производства, поэтому, чтобы заработать на вафлях, продать их, нужно очень много, а во-вторых, сама технология нарезки вафель предполагает наличие отходов. Часто производители не знают, что делать с отходами, некоторые дешево продают их, например, на корм пороссятам, а кто-то просто избавляется. А ведь из кондитерских отходов можно без труда создавать множество новых продуктов! Например, мини-козинаки, суфле, вафельные кубики, шарики из халвы – существует множество рецептур.

– А можете какой-то конкретный пример привести?

– У нас есть клиент, который производит вафельные рожки. У него оставалось



Виктор Бауэр:

«Часто производители не знают, что делать с отходами, некоторые дешево продают их, например, на корм пороссятам, а кто-то просто избавляется. А ведь из кондитерских отходов можно без труда создавать множество новых продуктов! Например, мини-козинаки, суфле, вафельные кубики, шарики из халвы – существует множество рецептур».

огромное количество крошки, которую он просто не знал куда девать. Мы предложили ему делать вафельную крошку в шоколаде, чтобы смешивать ее с мороженым. И дела у него пошли настолько хорошо, что он специально приобрел машину для изготовления крошки. Стал делать отходы, чтобы продавать их! Другой пример:

наш французский клиент производил шоколадные изделия, использовал около шести тонн шоколада в сутки. И около тонны каждый раз уходило в отходы. Поставив наше оборудование, он стал использовать свое сырье на все сто процентов. Отходы у него вообще исчезли, а себестоимость продукции значительно снизилась.

– Какое ваше оборудование предназначено для изготовления такой продукции?

– Прежде всего, это линейка ленточных машин WOLF типа DRA для накатки всех видов центров. Это оборудование активно покупают во всей Европе, но и в России его уже знают достаточно хорошо. Оно позволяет изготавливать широчайший спектр инновационных продуктов, при этом, в отличие от хорошо знакомого барабанного оборудования для накатки, может делать это для изделий абсолютно любой формы: шариков, кубиков, зверюшек, звездочек, орешков, ягод и др.

Линейка машин для шнекового темперирования с включениями специально сконструирована для подачи сыпучих продуктов, которые можно сразу протемперировать с шоколадом, и оборудование при этом не забивается. Продукция получается очень интересной по текстуре, конфеты или шоколад могут содержать любые включения, в зависимости от тех кондитерских отходов, что остаются на производстве: это и рисовые шарики, и крошка, и сушеные ягоды, и все что угодно.

Ну и конечно, не могу не отметить нашу новинку – порциоматы, которых в России пока что совсем немного, но перспектива у этого вида оборудования блестящая. Порциомат формирует смесь из сухих продуктов, смешивает ее с дозой шоколада и охлаждает. Получившаяся продукция получается очень насыщенной, с ярким вкусом всевозможных наполнителей, а это те самые кондитерские отходы, о которых мы уже говорили. Данный тип продукции исключительно востребован у молодого поколения, которых сложно заинтересовать традиционной кондитеркой. Пока что наши порциоматы есть только в Москве и Республике Бурятия, но я уверен, что они будут очень востребованы.

– Наверное, ваше оборудование рассчитано в основном на крупных производителей?

– Ничего подобного! Даже самый скромный производитель кондитерских изделий сможет подобрать подходящее оборудование для максимальной эффективности своего производства. Мы с удовольствием в этом поможем, потому что в нашем ассортименте есть машины для крупного, среднего и малого бизнеса. Кстати, для производства любого масштаба будет важно знать, что наше оборудование окупается очень быстро – мы постоянно общаемся с нашими клиентами, разрабатываем для них новые рецепты, и нам не раз говорили, что окупить нашу машину можно буквально за полгода.



Порциомат формирует смесь из сухих продуктов, смешивает ее с дозой шоколада и охлаждает. Получившаяся продукция получается очень насыщенной, с ярким вкусом всевозможных наполнителей, а это те самые кондитерские отходы, о которых мы уже говорили. Данный тип продукции исключительно востребован у молодого поколения, которых сложно заинтересовать традиционной кондитеркой.

– Это действительно важно! А как вы считаете, в чем еще преимущества вашего оборудования?

– Например, в его исключительной гибкости. Давайте представим, что предприятие покупает комплексную линию для производства монопродукта, вкладывает туда 2–3 миллиона евро, а продукт не идет! Или, например, сырье дорожает настолько, что выпускать продукцию становится невыгодно (знаю реальный случай, когда цена на фундук в один момент выросла в четыре раза). Что делать с этой линией? А наши машины для накатки центров уже через час будут готовы производить абсолютно новую продукцию на любом другом сырье.

Далее – раньше драже изготавливались на машинах барабанного типа. Это предполагало наличие опытных сотрудников, низкую производительность, большую зависимость от человеческого фактора. Если работает наша машина – никаких проблем, качество продукта всегда стабильно, производительность высокая. Выбрал рецепт, загрузил сырье, нажал кнопку – все просто.

После приобретения нашего оборудования никаких возвратных отходов на кондитерском производстве не остается, все идет в дело. Клиент может рассказать нам, с чем работает, а мы предложим ему новые продукты на основе его отходов. Знаете, некоторые называют нашу компанию «Фабрикой идей»! Мы постоянно разрабатываем новые рецептуры, и наши клиенты никогда не слышат слов: «Это невозможно».



Ленточная машина для накатки драже типа DRA-2000

Мы уверены, что любой, даже не очень интересный, продукт можно превратить в нечто особенное и продавать с огромным успехом. Вот, например, что вы думаете о халве?

– На мой взгляд, довольно традиционный продукт.

– А мы взяли шарики из халвы, покрыли несколькими слоями начинки, сверху накатали шоколад и повезли на выставку в Дубай. К нам выстроилась очередь! Все думали, что мы готовы поставлять этот продукт на рынок и хотели его купить, а мы просто хотели показать наши возможности.

– И последний вопрос: как обстоят дела с сервисным обслуживанием вашего оборудования? Есть ли в России сервисный центр, в наличии ли запчасти?

– При поставке оборудования мы всегда проводим полное обучение по его техническому обслуживанию. Если требуется обновление программного обеспечения или рецептуры, это делается удаленно через Интернет. Какие-то детали могут изнашиваться чисто физически, но 70 % запчастей можно приобрести в России и заменить силами сотрудников предприятия. Надо отметить, что все оборудование исключительно надежно. Я работаю в компании более 19 лет, и не помню ни одной ситуации, когда бы нашим клиентам понадобился выезд технического специалиста для ремонта оборудования, хотя если такая необходимость возникнет, конечно, мы его предоставим. **Р**

Компания:

Hänsel Processing GmbH

+7 (495) 643-19-34

Моб. +7 (964) 531-12-77

artyom19772006@yandex.ru

www.haensel-processing.com

Автор:

Вальдемар Майбах,

руководитель регионального
отдела продаж



▲ SUCROLINER®

Фирма с традициями – надежный партнер для предприятий кондитерской отрасли

Компания Hänsel Processing GmbH образована в 1911 году и уже более 100 лет производит оборудование для кондитерской отрасли. Основными направлениями деятельности фирмы являются проектирование и изготовление взвешивающего, дозирующего, варочного, дополнительного технологического оборудования и производственных линий для кондитерского производства, в том числе комплектных линий для производства карамели.

Нänsel Processing предлагает также оборудование и технологию для производства желейных, помадных и жевательных конфет, тоффи, ириса, батончиков, зефира, птичьего молока и других видов продукции. Для производства сахаристых кондитерских масс компания проектирует и производит следующее оборудование:

- автоматические станции взвешивания и смешивания сырья CONTIGRAV и THERMOGRAV;
- универсальные порционные варочники Unibatch, которые используются при порционной варке сиропов для мягкой карамели, желе, зефира, суфле, разнообразных начинок;

Фирма Hänsel Processing GmbH – солидный, интересный и надежный партнер предприятий кондитерской отрасли. Будем рады предоставить опыт и знания для успешной реализации планируемых вами проектов по организации производства кондитерских изделий.

- трубчатые варочники JellyStar и CrossFlow для варки сиропов в потоке при производстве желейных масс и леденцовой карамели;
- микропленочные варочники непрерывного действия ROTAMAT для варки в потоке разнообразных сиропов, в том числе содержащих молоко;
- вакуумные устройства;
- помадосбивающие установки HFD III;
- станции дозирования и смешивания в потоке ароматизаторов, красителей и кислоты;
- взбивающие и аэрирующие машины;
- комплексные линии для производства леденцовой, молочной, кашированной карамели и эклера.



▲ **ROTAMAT®**
Роторная варочная система

Инженеры компании ведут постоянную работу по созданию новых решений для кондитерской промышленности. Собственная лаборатория, оснащенная оборудованием нашей фирмы, дает возможность технологам компании совместно с заказчиком претворить в жизнь даже самые необычные идеи и технологии. Фирмой Hänsel Processing накоплен огромный опыт работы с потребителями во многих странах мира, в том числе и в России, Украине, Беларуси, Казахстане, Узбекистане. Как следствие, у нас есть понимание специфики конкретного рынка и вкусов потребителей.

Фирма Hänsel Processing GmbH – солидный, интересный и надежный партнер предприятий кондитерской отрасли. Будем рады предоставить опыт и знания для успешной реализации планируемых вами проектов по организации производства кондитерских изделий.

SUCROLINER®

Предлагаемые типомодели покрывают очень большой спектр производства от 500 до 4 тыс. кг/ч. В зависимости от рецептуры и от пожеланий заказчика выбирается подходящий варочник: CROSSFLOW или ROTAMAT. При помощи последующей запатентованной и постоянно совершенствуемой выгрузной шнековой системы сахарные массы бережно выгружаются из высокого вакуума непрерывным способом. Последующий динамический смеситель гарантирует превосходное качество



▲ **UNIBATCH®**
Универсальный варочник

перемешивания массы с вносимыми компонентами. Благодаря консольному закреплению выгрузного и смешительного шнеков обслуживание по сравнению с другими системами заметно облегчено.

Карамель, выработанная на установках Sucroliner, характеризуется малым возрастом содержания инвертных сахаров, поскольку масса обрабатывается очень бережно, непрерывным способом, без длительного времени пребывания массы в агрегате.

Из динамического смесителя масса выгружается на транспортер для непрерывного темперирования массы перед последующим формованием.



Собственная лаборатория, оснащенная оборудованием нашей фирмы, дает возможность технологам компании совместно с заказчиком претворить в жизнь даже самые необычные идеи и технологии.

UNIBATCH®

Универсальный варочник

Универсальный варочник UNIBATCH может использоваться как отдельная машина или как компонент общей установки. Установка применяется для порционной варки и вакуумирования масс для начинок, карамели, тоффи, жевательных конфет, связующих и других масс. Управление параметрами операционного контроля дает высокую воспроизводимость отдельных порций. На основе различных параметров можно задать точно выверенную последовательность процесса.

ROTAMAT®

Роторная варочная система

Технические особенности:

- Очень высокий коэффициент теплопередачи.
- Модульный способ монтажа, что делает возможным установку нескольких варочников параллельно или последовательно.
- Малое время нахождения продукта в варочнике благодаря минимизированному объему системы.
- Возможность простого и быстрого обслуживания.
- Специальные бесконтактные, статические сбрасыватели с длительным сроком службы для защиты от пригораний благодаря повышению турбулентности. **В**

Мы будем рады видеть Вас!

Павильон 8.1, стенд 81C01.

«Агропродмаш-2019», Москва, Экспо-центр на Красной Пресне 07.10.-11.10.2019

АЙБУМИН – универсальность применения: от безе и зефира до пирожных «а-ля Павлова» и оригинального декора в виде меренги

АЙБУМИН – смесь на основе сухого яичного белка для производства сбивных кондитерских изделий и полуфабрикатов. Продукт прост в применении, характеризуется хорошей пенообразующей способностью, отсутствием микробиологической обсемененности и высоким выходом белковой массы.

Благодаря последним разработкам наших технологов, у нас появилась возможность показать уникальные варианты применения данного продукта. Разнообразный ассортимент готовых изделий, технологические преимущества и универсальность использования смеси АЙБУМИН делаем ее незаменимой как для крупных предприятий, так и для мини-производств.

Легкие воздушные безе – классические ванильные или освежающие мятные, с насыщенными кофейными нотками или с ярким ягодным клубничным ароматом, – широкое разнообразие наших АРОМАПАСТ позволит вам создать свой, уникальный вкус данного продукта. Мягкий и тающий во рту зефир на фруктовом пюре или нуга с медом и орешками – необычайно вкусное лакомство как для взрослых, так и для детей! Клубничные мини-пирожные с кремом на основе АРОМАПАСТА КЛУБНИКА с сочным ягодным вкусом, украшенные декором в виде безе из смеси АЙБУМИН; классическое пирожное а-ля «Павлова» в интерпретации наших кондитеров – воздушная корзинка со свежими ягодами и заварным кремом; нежное лимонное пирожное с йогуртовым кремом или пирожное-сэндвич, скрепленное воздушными полуфабрикатами, отсаженными в форме улиток с прослойкой из шоколадно-карамельного крема, – все эти изделия идеально впишутся в ассортимент любого предприятия, будь то кондитерский цех или кафе. Лимонный курд на подушке из песочного теста, покрытый



Ягодный зефир на фруктовом пюре



Зефир



Нуга с медом и орехами



Безе в ассортименте



Пирожное «Клубничный поцелуй»



Пирожное а-ля «Павлова»



Пирожное «Лимонное»



Пирожное-сэндвич



Лимонный тарт с меренгой



Торт «Райская птичка»



Рулет «Меренговый»



Рулет «Подмосковные горки»

воздушной меренгой; классическое суфле на бисквитной подложке, глазированное темным шоколадом; меренговый рулет с кремом «Шантильи» или рулет «Подмосковные горки» с белковым кремом, закрученным в заварной полуфабрикат, все эти изделия смогут прекрасно дополнить ассортимент любой кондитерской.

На основе смеси АЙБУМИН можно также создать оригинальный декор в виде мини-безе или меренги, который сможет разнообразить отделку изделий.

Для получения более детальной информации по рецептурам просьба обращаться в технологический отдел нашей компании или к вашему персональному менеджеру. ■



ООО «ТРИЭР»
115516, Москва
Кавказский б-р, д.59, стр.1
РОССИЯ
тел.: +7 495 648-07-90
980-70-90
факс: +7 495 648-07-91
trier_msk@trier.ru
www.ireks.ru

Группа Компаний ТРИЭР:
Санкт-Петербург: +7 812 740-10-77
Новосибирск: +7 383 292-17-41
Нижний Новгород: +7 831 217-02-70
Ростов-на-Дону: +7 863 237-24-93
Воронеж: +7 473 246-22-26
Казань: +7 843 524-74-05
Хабаровск: +7 4212 20-44-79

ООО «ИРЕКС»
115093, Москва
ул. Щипок, д. 18, стр. 3
РОССИЯ
тел.: +7 495 959-71-39
959-71-40
факс: +7 495 959-71-38
ireks@ireks.ru
www.ireks.ru



HÄNSEL PROCESSING

Sweet Competence

Ваш партнёр для производства сладостей

Экономично

Автоматизировано

Индивидуально

**Минимизированные
энергозатраты**

CIP



Sucroliner®



Jelly Star®



HFDIII®



Rotamat®

Ваш партнёр для кондитерского оборудования
www.haensel-processing.com



Мы будем рады видеть Вас!
Павильон 8.1, стенд 81C01.
АГРОПРОДМАШ 2019 Москва, Экспоцентр
на Красной Пресне 07.10.-11.10.2019

more than
100
years



Компания:
АО «Эссен Продакшн АГ»

Находится:
**г. Набережные Челны,
Татарстан**

Создано:
2012 год

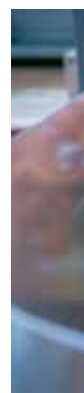
Специализация:
**кондитерское производство,
выпуск батончиков,
трубочек, конфет
с различными начинками,
а также на основе полых вафель**

Общая площадь предприятия:
33,7 тыс. кв. метров

Количество персонала:
660 человек

Объем производства, первое
полугодие 2019 года:
15,5 тыс. тонн продукции

Объем экспорта, прогноз, 2019 год:
780 млн руб.





Текст: Полина Макаренко

Фото: Нина Слюсарева

ФАБРИКА С ПРИЦЕЛОМ НА БУДУЩЕЕ

В августе на одном из самых крупных кондитерских предприятий России «Эссен Продакшн АГ» открыли линию по производству жевательной карамели. Это важное событие для всего предприятия – за счет открытия этой и следующей производственной линии «Эссен Продакшн АГ» увеличит выпуск продукции до 40 тыс. тонн (на 42 %) до конца года. Через несколько лет компания планирует войти в пятерку крупнейших производителей кондитерских изделий в России.



Экскурсию по заводу для представителей федеральных и региональных СМИ провел заместитель генерального директора по производству Дмитрий Жирнов. Он с гордостью сопровождал журналистов по всем цехам кондитерской фабрики, оснащенным самым современным оборудованием ведущих мировых производителей, и с большим энтузиазмом рассказывал о наиболее эффективных решениях для производства кондитерских изделий.

– У нас одна из лучших фабрик в России, при этом построенная с нуля, – уверенно заявил он. – В понятие «лучшая» я вкладываю организацию производства, оборудование, которое здесь находится, санитарию и, конечно же, наши технологии и знания, которые мы сюда привносим. Сама фабрика молодая, но все ключевые сотрудники обладают опытом работы в кондитерской сфере от 20 до 30 лет.

Масштабы производства действительно впечатляют. Завод по производству кон-

фет работает круглосуточно, сегодня здесь трудятся 660 человек, из которых 350 заняты непосредственно на производстве. Компания уделяет много внимания эффективности производства, и поэтому выбирает для себя только передовое оборудование, позволяющее максимально автоматизировать процессы.

– Вы, наверное, слышали о том, что рынок кондитерской продукции сейчас растет на 2–4 процента в год? – поинтересовался у экскурсантов руководитель производства. – А мы планируем свой рост аж на 42 процента! За счет чего? Во-первых, за счет инноваций – мы стараемся делать сладости, которые отличаются от уже имеющихся. Во-вторых, за счет высокой эффективности производства, грамотной организации труда, что в конечном итоге позволяет нам предлагать более выгодные цены на продукцию. На сегодняшний день мы являемся лидерами отрасли в России с точки зрения инвестиций в оборудование.



Открытие второй очереди кондитерского производства АО «Эссен Продакшн АГ» позволило достичь одного из самых высоких в России показателей производительности труда в пищевой индустрии, который составляет более 13 млн руб. на человека в год.





О том, что «Эссен Продакшн АГ» находится на пике инвестиционной активности, в ходе пресс-конференции и владелец компании Леонид Барышев:

– Сегодня мы угадываем конфеты, которые будут есть в 2020–2025 годах. Мы находим ниши, которые не заняты, ищем тенденции, которые сделают нас уникальными производителями той или иной конфеты в ближайшие несколько лет. Крупные производители кондитерской продукции в основном уже завершили инвестиционные циклы, и, наверное, вернутся к инвестированию, когда средний чек по «кондитерке» будет расти. Мы поставили перед собой задачу попасть в пятерку лидеров кондитерской индустрии, и чтобы этого добиться, нам нужно инвестировать по два миллиарда рублей в год в течение 5 лет.

Открытие второй очереди кондитерского производства АО «Эссен Продакшн АГ» позволило достичь одного из самых высоких в России показателей производительности труда в пищевой индустрии, который составляет более 13 млн руб. на человека в год.

В прошлом году кондитерское производство в Набережных Челнах произвело более 29 тыс. тонн продукции. Это хорошо знакомые россиянам конфеты и батончики на основе полых вафель, хрустящие снеки, конфеты с желевыми, помадными, комбинированными начинками, конфеты «трюфель», мармелад и другие под брендами «35», Cho Ko-Te, ESSEN, которые можно найти на полках федеральных и региональных ритейлеров. Предприятие активно сотрудничает с производителями сахара, муки, сухого молока, молочной сыворотки в РФ.

Гостям показали цех, где производятся вафельные конфеты, провели по линиям

Завод по производству конфет работает круглосуточно, сегодня здесь трудятся 660 человек, из которых 350 заняты непосредственно на производстве. Компания уделяет много внимания эффективности производства, и поэтому выбирает для себя только передовое оборудование, позволяющее максимально автоматизировать процессы.

для производства различных шоколадных конфет с начинкой, познакомили с работой цеха по изготовлению тоффи, суфле и помадки, продемонстрировали линию для производства жевательной карамели. По словам Жирнова, только на настройку этой линии ушло несколько месяцев.

– На этой линии мы производим конфеты, похожие на жевательную резинку, которые съедаются полностью. Основой являются сахар, патока, жир и желатин, мы используем также натуральные красители и ароматизаторы. Очень редко по такой технологии выпускают молочный продукт, но мы и это умеем. Данная линия была собрана производителем конкретно для нас и разрабатывалась вместе с нами. Мы можем регулировать степень карамелизации, структуру, цвет и вкус конфеты.



На предприятии функционируют 12 производственных линий, а к 2020 году планируют довести их количество до 15. В настоящий момент АО «Эссен Продакшн АГ» выпускает более 10 млн конфет в сутки.



Дмитрий рассказал также о тщательном подходе к проблеме возвратных отходов, которая очень актуальна для каждого кондитерского производства. Продуманные технологические процессы позволяют сократить количество таких отходов, что, в конечном счете, повышает эффективность производства.

Площадь нового производства и новых складов составляет 17,5 тыс. метров. Для наращивания производственных мощностей были закуплены и смонтированы четыре масштабные кондитерские линии общей мощностью 24 тыс. тонн в год, что позволит предприятию увеличить объем производства в два раза. Ранее здесь смонтировали и запустили инновационную линию по производству экструзионных сладостей – снеков под торговыми марками CrashBash и «Беседа», не имеющей аналогов на рынке России. Еще одна уникальная линия формо-



ванных конфет с различными натуральными фруктовыми добавками, взрывной карамелью, с хрустящими шариками и другими начинками под брендом Cho Ko-Te, совершила прорыв в детском сегменте кондитерского рынка в 2018 году.

Общая площадь всех производственных площадей фабрики составляет 33,7 тыс. метров, идет строительство еще 12 тыс. метров производственных и складских помещений. На предприятии функционируют 12 производственных линий, а к 2020 году планируют довести их количество до 15. В настоящий момент АО «Эссен Продакшн АГ» выпускает более 10 млн конфет в сутки.

Кондитерское производство АО «Эссен Продакшн АГ» – один из крупнейших частных инвестиционных проектов в кондитерской индустрии России. Открытие нового завода выводит предприятие на первое место в Поволжье по объему производства и вложенных инвестиций в своем сегменте. Инвестиции в последний этап строительства составили более 1,25 млрд руб. Общая

Кондитерское производство в Набережных Челнах обладает высоким экспортным потенциалом и нацелено на исполнение уже заключенных контрактов в Юго-Восточной Азии, включая Китай. На данный момент продукция реализуется в 34 странах ближнего и дальнего зарубежья, доля экспорта АО «Эссен Продакшн» за 2018 год составила 15 % от общего объема продаж компании.

сумма инвестиций – 6,5 млрд руб. Данный проект увеличит оборот кондитерского производства АО «Эссен Продакшн АГ» с 4,5 до 8 млрд руб. в год.

Кондитерское производство в Набережных Челнах обладает высоким экспортным потенциалом и нацелено на исполнение уже заключенных контрактов в Юго-Восточной Азии, включая Китай. На данный момент продукция реализуется в 34 странах ближнего и дальнего зарубежья, доля экспорта АО «Эссен Продакшн» за 2018 год составила 15 % от общего объема продаж компании.

Расширение производства позволит увеличить объем экспортной продукции Республики Татарстан в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». На настоящий момент объем экспортируемой кондитерской продукции предприятия составляет более 451 млн руб. в год, прогнозируемый объем в 2019 году – 780 млн руб. **КХП**



UNIC

Pure Effective Design Moulder



Автор:
Полина
Макаренко

Фото:
Нина
Слюсарева

Леонид Барышев:

«Платим больше, чем остальные, но бездельникам у нас тяжело»

Открытие второй очереди кондитерского производства позволило АО «Эссен Продакшн АГ» достичь одного из самых высоких в России показателей производительности труда в пищевой индустрии – он составил более 13 млн руб. на человека в год. Таких результатов невозможно было бы добиться без постоянной работы с персоналом, максимальной автоматизации труда и приобретения высокопроизводительного оборудования ведущих мировых марок. О том, как «Эссен Продакшн АГ» ищет и обучает кадры и почему отечественное оборудование не устраивает владельцев масштабного пищевого производства, рассказывает генеральный директор компании Леонид Барышев.

– Очевидно, что высокая эффективность – один из приоритетов компании. Применяются ли на вашем производстве методики для повышения эффективности труда персонала? Например, сейчас очень популярна японская система бережливого производства.

– Прежде всего, в ходе проектирования предприятий мы стараемся учесть все проблемы, которые могут возникнуть в будущем.

Что касается бережливого производства, то на сегодняшнем этапе постоянного запуска новых линий на кондитерском производстве на это просто нет ресурсов. Но на другом нашем производстве – соусном –

мы приглашали специалиста по бережливому производству, проводили тренинги, организовали конкурс инноваций для персонала. Поначалу «заразить» людей постоянными мелкими улучшениями оказалось легко. Сотрудники без труда находили вокруг себя то, что хотелось изменить, быстро исправляли и радовались результату. А вот дальше требуется работа на другом уровне: нужно не просто, скажем, переставить стол, но и поменять свое собственное поведение, сделать его привычкой. Это гораздо сложнее. Эффект, который мы получили, мне нравится, и на кондитерское производство уже приходили вдохновленные нашим соусным производством ребята, предлагали:

а давайте и здесь тоже такое организуем! Но прямо сейчас у руководства кондитерской фабрики другие задачи.

Тем не менее мы действительно много внимания уделяем эффективности. Например, на новых производствах мы охотно перенимаем опыт наших партнеров-поставщиков оборудования, прислушиваемся к их мнению. Какие-то «болезни» новых производств наши зарубежные партнеры давно изучили и объясняют нам, почему то или иное решение получается более эффективным в перспективе, хотя и более дорогим. Например, был случай, когда в смету на упаковочную линию было включено оборудование для автоматической смены рулона.



«Был случай, когда в смету на упаковочную линию было включено оборудование для автоматической смены рулона. Стоило оно 2000 евро. Мы удивились: да неужели мы сами рулон не поменяем? И вычеркнули эту позицию. А потом оказалось, что для наших масштабов производства вес упаковочного рулона составляет 500 килограммов!»

Стоило оно 2000 евро. Мы удивились: да неужели мы сами рулон не поменяем? И вычеркнули эту позицию. А потом оказалось, что для наших масштабов производства вес упаковочного рулона составляет 500 килограммов! До этого всем в России аналогичные рулоны поставляли весом в 30 килограммов, чтобы была возможность менять их вручную. Нужное нам решение сразу было заложено в предложении, но мы от него отказались! Конечно, потом вернули обратно.

– С точки зрения эффективности вы и работаете в основном с импортным оборудованием?

– Никто у нас в России пищевое оборудование делать не может.

– Оборудование такого уровня, вы имеете в виду?

– Да никакого не может. Все пищевое производство и оборудование находилось на Украине. Вся жировая промышленность находилась на Украине. Первые станки, которые я покупал, были станками одесского производства. Сейчас отечественные компании копируют западные разработки, а в Советском Союзе разработки были распределены по регионам. И пищевая житница была на Украине, где все основное производство и осталось. По большому счету нужно заново создавать эту промышленность в России, но рынка нет, так как нет инвестиционной активности. Видимо, это пока не на повестке дня.

– Вы говорили о том, что готовить кадры нужно со школьной скамьи. Что «Эссен Продакшн» предпринимает для этого?

– Каждый год мы во время каникул приглашаем школьников на производство, проводим для них экскурсию. А в Елабуге, где находится наш завод по производству майонеза, у нас уже сложилась традиция:

Путешествие длиною в 62 года...

Наша компания «Taniş Değirmen Makine San. Tic. Aş.» с 1956 года разрабатывает и производит все виды зерноперерабатывающего оборудования.

Основные сферы деятельности нашей компании:

- Мукомольное оборудование.
- Зерновое оборудование.
- Очистки и переработки всех бобовых и масленичных культур.
- Комбикормовые комплексы.
- Элеваторное оборудование

Многолетний опыт работы, прогрессивные конструкторские и технологические решения, позволяют в компактном виде или в комплексе сформировать любые производственные мощности по изготовлению высочайшей муки, кукурузной муки и качественных круп, включая чечевицу, горох, сою, маш и фасоль, а также при этом обеспечивается качество конечного продукта на уровне европейских и мировых требований.



www.tanis.com.tr

gaziantep@tanis.com.tr

Тг: +90 342 337 22 22

Тг: +90 532 134 00 30

Ру: +79 29 816 50 50



старшие школьники могут даже поработать 2–3 часа. Для нас это убыточный проект, конечно, зато ребята погружаются в работу, видят, что на производстве не все так ужасно, как они думают, и напрасно они все мечтают об офисе. Понятно, что есть ограничения по допуску, но тем не менее это очень интересный опыт для них.

Но, конечно, нас больше интересует интеграция с сузами и вузами. Мы ведем сейчас несколько проектов, когда студенты проходят у нас практику, и ожидаем, что после окончания обучения они к нам вернутся. Но тут у нас большая конкуренция: регион «заточен» на машиностроение, и наши учебные заведения в первую очередь дела-

– Каков средний уровень зарплат на вашем предприятии?

– Несмотря на то, что мы достаточно хорошо платим (линейный персонал может получать до 30 тысяч, а ключевые сотрудники от 50–70 тысяч рублей и выше), а по Елабуге – лидеры по зарплате, к нам не рвутся, потому что у нас надо работать. Мы даже электриков набирали с трудом! Спрашиваю у инженера: «Почему не можешь набрать персонал, вроде зарплата хорошая», а он говорит, что соискатели отвечают: «У нефтяников можно просидеть 12 часов и ни разу тебя не вызовут. А у вас не бывает такого случая, чтобы ты хотя бы полчаса посидел!» Мы платим больше, чем

предприятий на госсовете, у нас же есть в республике программа государственного жилищного фонда. Предлагаю вспомнить о старых добрых общежитиях, построить их, чтобы люди приехали сюда и могли где-то жить, пока не купят квартиру.

– Насколько сложно выстроить карьеру у вас в компании?

– Когда мы начинали, социальные лифты были... как ракеты! А сейчас вообще самое время делать карьеру здесь, на «кондитерке», потому что постоянно открываются новые линии. Все, кого мы набираем, имеют хороший потенциал в течение года дойти до нужного разряда и впоследствии стать заместителем по производству.

– А как устроен процесс обучения сотрудников? Есть какая-то своя библиотека, курсы, программы?

– У нас есть программа обучения для среднего персонала, в основном, конечно, для продавцов, где мы о продукции рассказываем. Им нужно регулярное обучение. Кроме того, каждый сотрудник имеет возможность выбрать 2–3 обучающих мероприятия, которые мы полностью оплачиваем, важно только, чтобы оно соответствовало нашему профилю. Если на курсы едет топ-менеджер, он должен дать рекомендацию, какие из посещенных им курсов он посоветовал бы среднему звену. Сейчас мы ведем переговоры с КХТИ о курсах специально для наших предприятий, о тех процессах, которые происходят на пищевом производстве. Многих сотрудников мы отправляем обучаться работе с Big Data, здесь страшный дефицит специалистов. Какие-то процессы мы можем отдать на аутсорсинг, но даже управлять программами нужно учить, несмотря на то, что у нас есть свой полноценный IT-отдел. Кроме того, нельзя не учитывать, что средний возраст наших топ-менеджеров начинает переваливать за 40, то есть пора делать кадровый резерв. Такую программу мы запустили 10 лет назад, с того «посева» у нас четыре топ-менеджера. Сейчас будем делать новый.

– Есть ли семейные династии на вашем предприятии?

– У нас достаточно молодое предприятие по мировым меркам, но, тем не менее, династии уже сложились. Мы вообще сейчас в тренде – достигнув пенсионного возраста, наши сотрудники на пенсию не уходят: остаются у нас как наставники. Ну и конечно, приводят к нам работать своих детей. **КХП**

Леонид Барышев:

«Спрашиваю у инженера: «Почему не можешь набрать персонал, вроде зарплата хорошая», а он говорит, что соискатели отвечают: «У нефтяников можно просидеть 12 часов и ни разу тебя не вызовут. А у вас не бывает такого случая, чтобы ты хотя бы полчаса посидел!» Мы платим больше, чем остальные, но бездельникам у нас тяжело. Поэтому люди очень быстро определяются, хотят ли они остаться с нами».

лись под него. Сейчас мы ищем партнеров, есть частный колледж, который пошел на встречу, и мы с ними пытаемся «сделать» пять технологов. Точнее, не совсем технологов, но все же дать молодым людям знания о процессах пищевого производства. Кондитерского технолога здесь, увы, никто не подготовит, это надо направлять в Москву, на Кубань и так далее.

– То есть определенные кадровые трудности есть?

– Да. Бывает и так, что находим человека проверенного, с рекомендациями, но он не хочет работать в Набережных Челнах, а хочет в Казани, например. А уж если кто в Москву уехал учиться, обратно уже не вернется. Поэтому и хотелось бы, чтобы здесь была возможность готовить специалистов хотя бы начального уровня.

остальные, но бездельникам у нас тяжело. Поэтому люди очень быстро определяют-ся, хотят ли они остаться с нами.

При этом интересно, что мы отмечали 20-летие компании и награждали поездками сотрудников, которые отработали у нас 5, 10 или 15 лет. Оказалось, что на награды могут претендовать 460 человек! А это очень серьезно, если учесть, что еще 10 лет назад нас было всего около 500 человек. У нас проблема не в текучке, а в найме нового персонала. По кондитерскому производству мы завышаем требования к линейному персоналу, ведь уже на второй день человек подходит близко к оборудованию, поэтому из десяти кандидатов мы жестко отбираем максимум двоих. У нас работают и вахтами, мы привозим сотрудников из Менделеевска, Заинска. Я постоянно поднимаю проблему с кадрами для

Мы будем рады видеть Вас!

Павильон 1, 1-218.

 **FachPack 2019**

Нюрнберг
24.09.–26.09.2019

Павильон 8.1, стенд 81C01.

АГРОПРОДМАШ 2019
Москва, Экспоцентр на
Красной Пресне
07.10.–11.10.2019



„Ваши продукты прошли испытание рынком!“

Высококачественные продукты заслуживают современную и одновременно понятную и привлекательную упаковку в точке продажи. Потому что именно там Покупателем принимается решение о покупке. На протяжении уже 100 лет наши эффективные комплексные и простые решения упаковывают Ваши идеи и „умело выводят Ваш продукт на сцену“ - от индивидуальной упаковки до шоубокса! Именно так и там, где это важно....

Испытайте 100-летний опыт, инновации и надежность истинно немецкого машиностроения: на выставках „FachPack-2019“ (павильон 1, стенд 1-218) и „Агропродмаш-2019“ (павильон 8.1, стенд 81C01).

HASTAMAT
PIEPENBROCK GROUP 

www.hastamat.com

100 | **LOESCH PACK**
1919–2019 | PIEPENBROCK GROUP 

www.loeschpack.com



Текст:
Оксана
Ермолаева

Фото:
предоставлены компанией
«Чёрный хлеб»



ДОРОГОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ: КОМПАНИЯ «ЧЁРНЫЙ ХЛЕБ» РАЗВИВАЕТ РЫНОК ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

За семь лет существования компания «Чёрный хлеб» под руководством бывшего олимпийского спортсмена Павла Абрамова наладила выпуск более 40 наименований органической продукции: зерна, крупы, муки, отрубей и хлопьев. Потенциал у органического бизнеса, безусловно, есть: спрос на «правильную» еду растет и в России, и в мире в целом. Правда, ситуация на российском рынке органики сегодня не очень ясна, и действовать приходится во многом интуитивно. Пока интуиция бизнесмена не подводила – динамика развития компании убедительно это доказывает.

Профессиональный волейболист, участник Олимпийских игр и турниров мирового уровня, обладатель престижных наград в области спорта Павел Абрамов заинтересовался сельскохозяйственным бизнесом семь лет назад – так сложились обстоятельства. Увидеть свободную нишу будущему предпринимателю помогла семья – родня увлекалась выпечкой, а качественной орга-

нической муки отечественного производства в продаже найти не могла. Планируя завершение спортивной карьеры, Абрамов приобрел землю в Тульской области, которая до поры до времени стояла неостребованной. Выяснилось, что приобретенные участки могут быть сертифицированы по стандартам органического земледелия. И все, как говорится, завершилось. В 2012 году

на площади в 200 га были посеяны первые озимые, в 2013-м – первые яровые культуры, собрали первый урожай. Овладевать азами агробизнеса, навыками продаж и закупок, умениями подбора персонала пришлось на ходу.

– Все начиналось с одного трактора и одного комбайна, – вспоминает Павел, – Бизнес-планы несколько раз корректирова-

**Досье:**

компания «Чёрный хлеб»

Расположена:Тульская область, Алексинский район,
д. Хатманово**Дата создания:**

2012 год

Специализация:производство органической
продукции — выращивание различных
зерновых культур (пшеница,
рожь, полба, спельта, овес и др.),
переработка зерна**Площадь посевных земель:**

около 900 га

Ассортимент продукции:

более 40 наименований

Количество персонала:

50 человек



Мы видим большие перспективы в отношении федерального ритейла, на специализированных полках ритейлеров наша продукция пользуется спросом, количество SKU может достигать до 30.

лись, цеха строились и реконструировались, постепенно приобреталось оборудование и техника. За все время существования компании инвестиции в нее составили около трех миллионов долларов.

Помимо частных инвестиций, «Чёрный хлеб» активно пользовался инструментами государственной поддержки: грантами на развитие производства, микрозаймами под низкий процент, всевозможными субсидиями (по лизинговым платежам, на модернизацию производства и т. д.). Конечно, по словам предпринимателя, для получения средств приходится заполнять массу бумаг и прилагать некоторые усилия, но очевидно, что результат это оправдывает.

– Новая совместная программа Минсельхоза и Росагролизинга для обновления парка техники для сельхозпроизводителей дает достаточно хорошие возможности сельхозтоваропроизводителям, – считает Абрамов. – Комплект документов для одобрения лизингового договора можно подготовить достаточно быстро, а сроки и ставки лизинга очень заманчивы. Мы этой программой уже воспользовались и планируем обратиться к ней еще раз.

Сегодня фермер с гордостью рассказывает о запуске нового цеха переработки, в котором работает три мельницы, из них две жерновых, один крупопех, в процессе запуска – модуль пропаривания и сушки. Недавно заработал новый цех по фасовке, с декабря 2018 года функционирует цех по очистке зерна с двумя аэродинамическими и одним фотосепаратором, триерной решетной машиной и шелушителем. В автопарке предприятия – четыре трактора, автомобиль УАЗ, в парке прицепной техники – две дисковые бороны, два культиватора, две сеялки, зубовые бороны, катки для прикатывания, два комбайна и зерносушилка. В ближайших планах бизнесмена – запуск модуля пропаривания и сушки. В тактической перспективе – строительство отдельного склада зерна в цехе по переработке. Стратегических планов Павел Абрамов не раскрывает, но упоминает о том, что парк самоходной техники и комбайнов также будет обновляться.

Рос парк техники, росли и посевные площади, увеличивалось разнообразие культур – на полях «Чёрного хлеба» выращивают рожь, ячмень, пшеницу, овес и голозерный овес, а также порядком позабытые, но весьма интересные культуры – полба и спельта.

Как сертифицированное органическое предприятие «Чёрный хлеб» обязан строго соблюдать все принципы органического земледелия и обработки зерна. Поэтому для обработки почвы применяются дисковые бороны, которые помогают сохранить структуру почвы, уменьшить ее эрозию и сохранить в ней влагу. При выращивании культур не применяются минеральные удобрения, почвоулучшители или стимуляторы роста растений, и, конечно же, в почву не вносят гербицидов, пестицидов, фунгицидов – с сорняками и вредителями борются другими способами (например, механически обрабатывая почву). Сеют зерно «по старинке», разбросным методом, который обеспечивает большую площадь питания для каждого растения. Для посева используют семена собственного производства. При уборке зерна забирают только колос, возвращая солому в почву для поддержания баланса. Затем зерно предварительно очищают и бережно сушат, чтобы оно могло храниться долгие месяцы и не потеряло всхожесть. Затем зерно отправляется на склад, где оборудовано несколько ступеней защиты от грызунов, а дезинфекция проводится только разрешенными экостандартами средствами.



Перед отгрузкой покупателю или попаданием на мельницу зерно подвергают вторичной очистке. При переработке зерна также не применяется никаких химических отбеливателей или улучшителей муки.



Павел Абрамов

генеральный директор и основатель компании «Чёрный хлеб»:

«Я верю в то, что употребление продуктов питания лучшего качества, пусть и в меньшем количестве, пойдет на пользу жителям нашей страны, да и всей планеты в целом».

Перед отгрузкой покупателю или попаданием на мельницу зерно подвергают вторичной очистке. При переработке зерна также не применяется никаких химических отбеливателей или улучшителей муки.

Постепенно прирастал и ассортимент: сначала продавали зерно, потом муку, отруби и хлопья, год назад в продажу поступили готовые наборы для выпечки органического хлеба. Предприниматель также рассматривает запуск производства и других культур, например органической коричневой гречки, но в целом готов сосредоточить усилия на производстве наиболее востребованной сейчас продукции.

Сертифицированная органическая продукция (а «Чёрный хлеб» с момента основания работает по жестким экостандартам и каждый год проходит сертификацию по СтО «Агрософия») быстро привлекла внимание крупных покупателей. Так, с 2014 года «Чёрный хлеб» сотрудничает с компанией Danone, и несколько лет подряд становился лучшим поставщиком биомуки для компании; также компания поставляет продукцию известному финскому производителю каш и хлопьев Myllyn Paras, сети пекарен «Волконский» и др.

– Мы почти не продаем продукцию в розницу. Основной объем наших продаж – это

мелкий опт для магазинов здорового питания, торговых сетей, частных пекарен, ресторанов, которые готовят каши и гарниры из нашего зерна и круп. Также мы работаем и с дистрибьюторами, отгружаем продукцию переработчикам и производителям детского питания, продаем семена и фураж в КФХ, – говорит Павел Абрамов.

Однако интерес к продукции компании есть и у частных покупателей: компании приходится регулярно отвечать на вопросы о том, где купить тот или иной вид муки или крупы, в соцсетях.

– Наша целевая аудитория – люди, которые заботятся о здоровье своей семьи, хотя покупать для нее продукты здорового питания. Люди, которые разбираются в том, что не каждый продукт с надписью «эко» в действительности является полезным и безопасным. Люди, которые имеют достаточный доход, чтобы покупать качественные продукты питания, – говорит Павел. – Поэтому мы видим большие перспективы в отношении федерального ритейла, на специализированных полках ритейлеров наша продукция пользуется спросом, количество SKU может достигать до 30.

Про доход Павел упоминает не случайно – органическая продукция, безусловно, достаточно дорогое удовольствие, а доходы



потребителей и покупательская способность уже который год падают. Кроме того, органика – это нишевая история, и пока что в России рынок органической продукции очень узок (по разным данным, в России работают от 50 до 100 производителей органической продукции во всех отраслях). Однако предприниматель смотрит в будущее с оптимизмом:

– У органической продукции есть возможность для расширения ниши, если государство будет грамотно регулировать эту область, а регуляция начнется уже в следующем году. Кроме того, есть определенные возможности и у нашей маркетинговой деятельности, у нашего отдела продаж. Что касается падения доходов, то я надеюсь, что мы скоро достигнем дна, оттолкнемся и устремимся вверх. И я верю в то, что употребление продуктов питания лучшего качества, пусть и в меньшем количестве, пойдет на пользу жителям нашей страны, да и всей планеты в целом.

Сегодня продукцию компании «Чёрный хлеб» можно купить только в России, экспортное направление пока не освоено, но планы по выходу на международный уровень есть. И не беспочвенные: «Чёрный хлеб» получил американский и европейский сертификаты (USDA Organic и Euro-leaf) на органическую продукцию, так что препятствий к представлению своей продукции требовательному зарубежному потребителю нет.

– Пока сложно говорить о планируемых объемах экспортных поставок, для начала получим еще сертификаты на продукцию растениеводства и на продукцию переработки, то есть на муку и крупу. После этого начнем переговоры с закупщиками из-за рубежа. Конечно же, планируем сотрудничать и с РЭЦ, и участвовать в зарубежных выставках, и пользоваться всеми положенными экспортерам субсидиями. Я уверен, что это очень хорошее дело – поставлять продукцию на экспорт и привлекать дополнительные финансовые потоки в нашу страну, – считает Павел Абрамов.

С 1 января 2020 года вступит в силу закон «Об органической продукции», и пока сложно сказать, как он повлияет на деятельность уже существующих предприятий. Тем более что в последнее время активно обсуждается и закон о производстве экологически чистой продукции, и это вызывает беспокойство у производителей:

– Наличие еще одного закона только запутает потребителя на внутреннем рынке, а экспорту это никак не поможет, – уверен Павел. – За рубежом есть четкое понятие в отношении того, что такое «органический продукт» или «биопродукт» или «экопродукт», терминология гармонизирована, эти термины эквивалентны и защищены законом. У нашего потребителя и так довольно низкое понимание, что такое сертифицированные органические продукты, чем они отличаются от продуктов, не имеющих такого сертификата, и было бы хорошо создать какую-то государственную программу для повышения информированности населения. Наиболее точно отражает суть органического агропроизводства, по моему мнению, принятый закон, но по российскому ГОСТу у нас пока сертификации нет, как нет и четкого понимания, чем новый закон для нас обернется. **КХП**

Мы строим печи для настоящих мастеров своего дела!



*Р / Черн,
РРР - Р / Приносящие
Р / Прибыль!*

- быстрая окупаемость инвестиций
- привлекательные условия финансирования сделки
- экономия трудовых и энергоресурсов
- достижение высокого объема производства
- новое – однородное и стабильное качество изделий
- срок службы печей – от 25 лет



ПОСЕТИТЕ НАС
7-11 октября 2019
ЦВК «Экспоцентр», Москва
ПАВИЛЬОН 8
ЗАЛ 1
СТЕНД № 81В80

Представительство J4 в РФ и странах СНГ

ул. Жуковского 9,
105062, Москва
Тел. RUS: +7 499 350 31 28
+7 926 522 42 33
Тел. CZ: +420 498 880 001
moskva@j4.cz
www.j4.cz
www.j4.eu

Наши партнеры:



www.j4.cz



Площадь территории:

144 527 кв. км



Население:

1 167 000 человек



Производство муки, 2018 год:

20 519,6 тонны



Производство хлебобулочных и кондитерских изделий, январь – июнь 2019 года:

38 900 тонн



Экспорт мучных и сахаристых кондитерских изделий, 2018 год:

25 996 тонн



Вологодская
область



Источник: Департамент сельского хозяйства
и продовольственных ресурсов Вологодской области

СДЕЛАНО НА ВОЛОГОДЧИНЕ: ХЛЕБОПЕКАРНАЯ И КОНДИТЕРСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РЕГИОНА

Вологодская область – один из наиболее экономически развитых индустриально-аграрных регионов Северо-Запада России. Агропромышленный комплекс вносит существенный вклад в социально-экономическое развитие области и является одной из базовых отраслей экономики. На весь мир знаменит регион великолепным сливочным маслом и другими молочными продуктами. Но и в иных областях пищевой промышленности вологжанам есть чем гордиться.

Основу агропромышленного комплекса Вологодской области составляет сельское хозяйство. Располагая 0,6 % сельскохозяйственных угодий и 0,8 % населения Российской Федерации, регион производит 0,6 % всей продукции сельского хозяйства страны (в фактически действовавших ценах).

Главной опорной базой аграрного сектора являются сельскохозяйственные организации: на их долю приходится более 70 % производства продукции сельского хозяйства. Население производит порядка чет-

По итогам 2018 года
хлебопекарная
отрасль в структуре
выпуска пищевой
продукции занимает
второе место после
молокоперерабатывающей
отрасли.

верти общего объема сельскохозяйственной продукции и около 4 % – крестьянские (фермерские) хозяйства.

Отрасль агропромышленного комплекса обеспечивает занятость порядка 13 тыс. человек (3,6 % от общей численности работающего населения).

В настоящее время сельское хозяйство Вологодской области обеспечивает население области молоком, картофелем и яйцами в размерах, превышающих потребность. В регионе ведется инвестиционная деятельность – строятся новые животноводческие,



зерносушильные и тепличные комплексы, приобретается эффективное технологическое оборудование и техника.

Объем производства продукции АПК Вологодской области в 2018 году составил 74,5 млрд руб., в том числе:

- в сельском хозяйстве (во всех категориях хозяйств) – 28,8 млрд руб., индекс производства сельскохозяйственной продукции составил 107,8 % к 2017 году;

- в пищевой и перерабатывающей отрасли – 45,7 млрд руб., индекс производства пищевых продуктов – 112 %, напитков – 100 % к 2017 году.

Пищевая и перерабатывающая промышленность – одна из приоритетных отраслей промышленности, которая является важной частью агропромышленного комплекса Вологодской области, призванная обеспечить устойчивое снабжение населения необходимыми продуктами питания. Этот сектор представлен отраслями молочной, мясной и рыбной переработки, переработкой овощей и ягод, производством хлеба, кондитерских, ликеро-водочных изделий, разливом минеральной и питьевой воды.

Пищевая и перерабатывающая промышленность Вологодской области объединяет 361 предприятие с общей численностью работающих около 14 тыс. человек. В общей структуре регионального промышленного производства пищевая индустрия занимает 8 %.

За январь – июнь 2019 года предприятиями пищевой и перерабатывающей про-

На территории Вологодской области деятельность по производству хлеба и хлебобулочных изделий осуществляет порядка 80 предприятий. Наиболее крупными предприятиями области являются: ЗАО «Вологодский хлебокомбинат», ОАО «Славянский хлеб», ОАО «Череповец хлеб», ООО «Тотемский хлебокомбинат», ПО «Хлебозавод», ПО «Сямженский хлебозавод», ПК «Сазоновский хлебозавод».

мышленности выпущено пищевой продукции и напитков на сумму 24,9 млрд руб. (+3,1 % к аналогичному периоду 2018 года).

По итогам 2018 года хлебопекарная отрасль в структуре выпуска пищевой продукции занимает второе место после молокоперерабатывающей отрасли.

На территории Вологодской области деятельность по производству хлеба и хлебобулочных изделий осуществляет порядка 80 предприятий. Наиболее крупными предприятиями области являются: ЗАО «Вологодский хлебокомбинат», ОАО «Славянский хлеб», ОАО «Череповец хлеб», ООО «Тотемский хлебокомбинат», ПО «Хлебозавод», ПО «Сямженский хлебозавод», ПК «Сазоновский хлебозавод».

В муниципальных районах области отрасль представлена меньшими по объемам производства предприятиями, рассчитанными на ближайшего потребителя, пекарнями районных потребительских обществ, обществ с ограниченной ответственностью и индивидуальных предпринимателей.

Производство хлебобулочных и кондитерских изделий динамично растет, за январь – июнь 2019 года составляет 38,9 тыс. тонн (+13,6 % к аналогичному периоду 2018 года), отгружено товаров собственного производства на 2,85 млрд руб.

Деятельность по производству муки на территории области осуществляют два предприятия ООО «Вологодский комбинат хлебопродуктов» и ООО «Шекснинский комбинат хлебопродуктов». В 2018 году произведено 20 519,6 тонн муки, за первое полугодие 2019 года произведено 10 610,8 тонн.

Численность работающих на предприятиях отрасли порядка 3,5 тыс. человек, 57 % занято на крупных предприятиях.

В региональном объеме выпуска хлеба и хлебобулочной продукции общая доля крупных предприятий ЗАО «Вологодский хлебокомбинат», ОАО «Череповец хлеб», ОАО «Славянский хлеб» составляет 46 %.

Ведущими предприятиями региона по выпуску кондитерских изделий являются: ЗАО «Русский бисквит», ИП Кислицына М. В. (торговая марка «АтаАг»), ЗАО «Кондитерская фабрика».

Доля этих предприятий в общем объеме выпуска кондитерских изделий составляет 87 %.

Для продвижения и реализации продукции местного производства, предприятия постоянно принимают участие во всевозможных региональных и федераль-

ных мероприятиях. Так, ЗАО «Вологодский хлебокомбинат» ежегодно принимает участие в региональных выставках-ярмарках «Настоящий вологодский продукт», «Сделано на Вологодчине», «Дни карьеры молодежи», «Хлеб Вологодчины», во Всероссийском молочном форуме «Вологда – молочная столица России», в Международной специализированной выставке хлебопекарного и кондитерского рынка ModernBakeryMoscow 2019, в Российской агропромышленной выставке «Золотая осень». На Международном смотре качества мучных кондитерских изделий «Инновации и традиции» в г. Москве предприятие получило гран-при «За высокое качество продукции», диплом I степени к золотым медалям «За высокое качество продукции» за торты «Вологодские узоры», «Наполеон», «Творожный», «Суфлейный с клюквой», «Брусничный», пирожные «Яблочный десерт», «Вишневое», «Картошка», «Колечко с творогом». Диплом II степени к серебряной медали «За высокое качество продукции» ЗАО «Вологодский хлебокомбинат» вручили за торты «Сметанный», «Ландыш», «Мармеладный», пряники «Вологодские», «Из Вологды», «Курабье бакинское» и вафли «Сливочные». Также Предприятие получило благодарность Губернатора Вологодской области О. А. Кувшинникова «За большой вклад в развитие перерабатывающей промышленности области, высокое качество и широкий ассортимент продукции».

ЗАО «Кондитерская фабрика» – официальные помощники Российского Деда Мороза (г. Великий Устюг). Продукция награждена золотыми и серебряными медалями, многочисленными дипломами межотраслевых, межрегиональных и международных выставок. Лауреат премии – Звезда качества России «За сохранение традиций качества», Дипломанты «100 лучших товаров России».

Продукция ИП Кислицыной М. В. под торговой маркой «АтАг» является постоянной участницей международных отраслевых выставок World Food, «ProdExpo», «Лучший экспортер года». Продукция отмечена гран-при, а также золотыми и серебряными медалями.

Компания «Русский Бисквит» – многократные лауреаты выставок World Food, ProdExpo и «100 лучших товаров России».

В Вологодской области разработана и действует система добровольной сертификации пищевой продукции «Настоящий вологодский продукт». Зарегистрирован товарный знак с одноименным названием, который присваивается только сертифицирован-



В Вологодской области разработана и действует система добровольной сертификации пищевой продукции «Настоящий вологодский продукт». Зарегистрирован товарный знак с одноименным названием, который присваивается только сертифицированным товарам, работам и услугам добросовестных хозяйствующих субъектов, и создает дополнительный уровень защиты от проникновения на потребительские рынки контрафактной, фальсифицированной и некачественной продукции.

ным товарам, работам и услугам добросовестных хозяйствующих субъектов, и создает дополнительный уровень защиты от проникновения на потребительские рынки контрафактной, фальсифицированной и некачественной продукции. «Настоящий вологодский продукт» – это гарантия качества пищевой продукции, произведенной на территории Вологодской области предприятиями агропромышленного комплекса.

В настоящее время пользователями товарного знака являются 66 организаций, которые маркируют этим товарным знаком 3756 наименований продукции (в 2016 году – 57 и 3007 соответственно, в 2015 году – 45 и 1644).

Открыто 166 магазинов под брендом «Настоящий вологодский продукт» на территории Вологодской области, 1 магазин в Москве, 5 магазинов в Ленинградской области, 17 магазинов в Санкт-Петербурге, в том числе 1 интернет-магазин, 3 тонара у метро; 13 магазинов в Архангельской области, 2 магазина в Великом Новгороде; также действуют 3 оптовых организации.

В основном поставка кондитерских продуктов осуществляется в Центральный федеральный округ, Архангельскую, Ленинградскую области, и в Санкт-Петербург, в Краснодарский край, а также вывозится в страны СНГ и незначительная часть в страны ближнего зарубежья.

В 2018 году экспортировано мучных и сахаристых кондитерских изделий 25 996 тонн. **КЭП**

Эксперт:

Елена Саратцева,
заместитель руководителя
Российской системы
качества (Москва)



ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСТИРОВАННЫХ НАЗВАНИЙ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ФАЛЬСИФИКАТА

Независимая некоммерческая организация «Роскачество» ведет большую работу по совершенствованию отраслевого законодательства, разрабатывает собственные стандарты качества, борется с фальсификатом во всех отраслях и предпринимает усилия по повышению уровня доверия потребителей к российским производителям. На II Международной конференции «Конфитур», которая прошла в Санкт-Петербурге, заместитель руководителя Роскачества Елена Саратцева подняла важный вопрос использования гостированных наименований для кондитерской продукции, не соответствующей ГОСТам. Роскачество предлагает изменить ситуацию на законодательном уровне.

Сегодня под фальсификацией мы понимаем введение в заблуждение потребителей посредством использования незаявленных ингредиентов или неиспользование тех ингредиентов, которые заявлены на маркировке. То есть до потребителя не доводится вся актуальная информация о составе продукции.

Немного истории. Состав шоколада стал предметом законодательного регулирования практически во всех странах. Идентификационные требования к этому продукту являются предметом регулирования нормативных правовых актов как в Европе, так и в США. Так, в Америке и Евросоюзе допустима замена не более 5 % какао-масла на растительный жир, в Великобритании – до 5 %, а в Бельгии и Франции до образования Европейского союза требовалось 100 % содержания масла какао-бобов в шоколаде. При образовании Евросоюза выработка

Под фальсификацией мы понимаем введение в заблуждение потребителей посредством использования незаявленных ингредиентов или неиспользование тех ингредиентов, которые заявлены на маркировке. То есть до потребителя не доводится вся актуальная информация о составе продукции.

единых требований к шоколаду стала камнем преткновения – все мы знаем качество бельгийского шоколада, и Бельгия была не заинтересована в том, чтобы его снижать. В то же время британский известный шоколад не мог претендовать на название «шоколад», так как он не соответствовал требованию и содержал до 5 % заменителей какао-масла. В 2000 году было выработано соглашение, которое действительно снизило требования к шоколаду, допустив эту пятипроцентную замену. То есть таким образом мы видим, что требования меняются, но все-таки единые идентификационные требования являются предметом законодательного регулирования.

Что происходит в России? С 2002 года начался процесс вступления в ВТО, поэтому также происходила и гармонизация принципов законодательства. В 2002 году в России был принят закон о техническом



**Будем рады встретить Вас всех с 7-11 октября 2019 г. в Москве на выставке
Агропродмаш 2019, в ЦВК «Экспоцентр», Павильон 8, зал 1, стенд 81D80**



реклама



**Lothar A. Wolf
Spezialmaschinen GmbH**

Max-Planck-Strasse 55 • 32107 Bad Salzufen
Telefon : +49 52 22 / 98 47 - 0
Telefax : +49 52 22 / 98 47 - 22
eMail : info@wolf-machines.de
Internet : www.wolf-machines.de
Facebook : www.facebook.com/wolfmachines

HUBBES Mischtechnik

**German
Quality
Worldwide**



Недавно Роскачество завершило исследование по зефиру. Идентификационное требование, установленное ГОСТом, которое часто не соблюдается при производстве данного продукта, – содержание массовой доли фруктового пюре. Как и другая продукция, большая часть зефира вырабатывается по ТУ, «зефир» в данном случае, как говорят производители, также является продуманным названием продукции.

регулировании, который установил два важных момента. Первый – требования, которые включены в технический регламент, являются обязательными, и с момента принятия технических регламентов иные требования обязательными являться не могут. И второй – идентификационные требования есть предмет технического регулирования и должны быть включены в технический регламент.

В 2011 году был принят горизонтальный технический регламент на пищевую продукцию и, к сожалению, в нем не было идентификационных требований к шоколаду. Таким образом, все остальные требования, которые устанавливали идентификационные признаки шоколада, не могут являться на сегодняшний день обязательными. Это показывают и результаты исследований Роскачества.

Согласно проведенным нами в 2017 году исследованиям, 90 % шоколадной продукции выработаны по техническим условиям, а не по государственным стандартам. 20 % таких товаров (то есть произведенных по ТУ) не соответствуют гостированным идентификационным требованиям к шоколаду, а именно не содержат того количества какао-масла и какао-порошка, которое предусмотрено ГОСТом. То есть фактически продукт при маркировке «шоколад», шоколадом не является. Однако в названии продукции используется слово «шоколад» как придуманное название. Производители, с которыми

мы проводили претензионную работу, заявляли, что слово «шоколад», которое нанесено на упаковку крупными буквами, является придуманным и не нарушает ничьих прав, поскольку продукт выработан по ТУ. Но мы отлично понимаем, что потребители, даже если покупают шоколад, сделанный по ТУ, рассчитывают получить продукт с какао. Я не рассматриваю термин «молочный шоколад» или иные виды шоколада, нам важен сам факт, что такой продукт не является шоколадом. Производители находят и другой выход: например, могут использовать словосочетание «шоколадные конфеты», то есть это не категория «шоколад», а категория «конфеты». Иногда переходят и на английскую версию: ведь можно написать choco, а можно писать sweet.

Еще один пример: недавно Роскачество завершило исследование по зефиру. Идентификационное требование, установленное ГОСТом, которое часто не соблюдается при производстве данного продукта, – содержание массовой доли фруктового пюре. Как и другая продукция, большая часть зефира вырабатывается по ТУ, «зефир» в данном случае, как говорят производители, также является продуманным названием продукции. И ничего, к сожалению, данные производители не нарушают.

Но мы действуем в интересах потребителя! И прекрасно понимаем, что потребитель не должен знать всех требований, не должен думать, какую продукцию ему вы-

бирать – по ТУ или по ГОСТу. Поэтому Роскачество в прошлом году выступило с инициативой изменения законодательства.

Сегодня в мясной отрасли действует ТР ТС 034/2013, в котором содержится положение о том, что нельзя использовать гостированные названия при производстве продукции, не соответствующей гостированным требованиям. Производя продукцию с гостированным названием, необходимо соответствовать тем техническим и идентификационным требованиям, которые установлены ГОСТом. Это требование было внесено, чтобы защитить такие традиционные названия, как «докторская колбаса», «молочная» и др. Почему бы не распространить этот положительный опыт на все категории продукции? Почему не запретить производить по ТУ продукцию с наименованием категории, на которую действуют идентификационные признаки ГОСТа? Такой продукт должен соответствовать идентификационным признакам своей категории. В противном случае это будет являться введением потребителя в заблуждение.

Именно с такой инициативой Роскачество выступило на заседании государственной комиссии по противодействию незаконного оборота промышленной продукции. Решением госкомиссии данное предложение было поддержано, поддержал его и общественный совет Роспотребнадзора. Для более оперативного прохождения этой инициативы Роскачество предлагает внести изменения в законопроект о стандартизации. Плюсы решения заключаются в том, что данный закон действует только на территории Российской Федерации. Он не будет распространяться на страны Таможенного союза, но в то же время вся территория Российской Федерации является сферой его действия. Таким образом, продукция, поставляемая в Россию, должна, если она называется в соответствии с той категорией, на которую есть ГОСТы, соответствовать тем идентификационным признакам категории, которые установлены ГОСТом. В настоящее время инициатива поддержана федеральными органами исполнительной власти, сейчас ее рассматривают в аппарате правительства Российской Федерации.

Мы рассчитываем на поддержку отрасли. Мы знаем, что кондитеры заинтересованы в сохранении своих традиционных названий продукции, такой как шоколад, зефир и многих других. Поэтому надеемся, что их поддержка поможет в реализации инициативы, направленной на защиту прав потребителя. **КЭП**

ПРИГЛАШАЕМ
НА ВЫСТАВКУ!



upakovka

PROCESSING & PACKAGING
28 – 31 ЯНВАРЯ 2020

МОСКВА

MEMBER OF INTERPACK ALLIANCE

UPAKOVKA-TRADEFAIR.RU





Sigep
RIMINI

Мероприятие:
SIGEP 2020

Дата проведения:
18–22 января 2020 года

Место проведения:
Выставочный центр Fiera di Rimini, Италия

IEG: SIGEP 2020 В ЦЕНТРЕ МИРА, В ЦЕНТРЕ ИННОВАЦИЙ

Всемирная выставка ремесленных кондитерских изделий, которую проводит Italian Exhibition Group с 18 по 22 января в выставочном центре Fiera di Rimini

SIGEP – это самый «сладкий» бизнес-опыт в мире. Большая выставка кондитерских изделий в сфере общественного питания проводится Exhibition Group, следующая выставка пройдет в выставочном центре Fiera di Rimini с 18 по 22 января 2020 года. Крупная международная выставка станет местом встречи в полном и логически интегрированном составе всех участников пяти представленных сфер: производство мороженого, кондитерских изделий, продукции ремесленных пекарен, шоколада и кофе.

Крупные мероприятия для представителей международного бизнеса и обучающие семинары высокого уровня – это основные характеристики SIGEP. В павильоне Sud будет сделан акцент на инновации, здесь гостей выставки будет ждать своего рода «мозговой центр», где спикеры и лидеры мнений отрасли представят свое видение развития сектора.

41-я выставка SIGEP предложит обзор тенденций в рамках **A. B. Tech Expo**, 6-й Международной выставки технологий и продуктов для хлебобулочных, мучных и кондитерских изделий.

Основные мероприятия – 2020

В павильоне Gelato Arena пройдет **Кубок мира по мороженому**, главное соревнование в сфере производства ремесленного

мороженого, которое проводится уже в девятый раз. За кубок будут бороться 12 команд со всего мира. В павильоне Pastry Arena пройдет **The Star of Sugar** (конкурсы на сахарные скульптуры и порционные сладости), **Итальянский чемпионат кондитерского искусства** и **SIGEP Giovani**, престижное соревнование для школ профессионального обучения. В павильоне Coffee Arena пройдут семь Итальянских чемпионатов искусства бариста, посвященных кофе, которые открывают доступ к престижным мировым соревнованиям World Coffee Events, а павильон Bakery Arena будет посвящен **Bread in the City** Международному конкурсу хлебобулочных изделий. **1300 обучающих мероприятий и SIGEP Academy**, где можно встретиться со знаменитыми мастерами и ознакомиться с новыми продуктами и новейшими технологиями.

Посол Made in Italy в мире

Рынок кондитерских изделий в сфере общественного питания имеет международный охват. SIGEP знакомит мир с эталонной итальянской продукцией, а Италию – с лучшей продукцией, которую может предложить мир. Дорожная карта – 2019 наполнена событиями: после Gelato festival в Майами, Флоренции, Риме, Турине, Милане, Окинаве и Барселоне выставка SIGEP бы-

ла представлена на мероприятии **National Restaurant Association Show в Чикаго**, после чего в июне прошел тип Gelato festival в Берлине, Бостоне и Варшаве. Затем в Вене и Лондоне, после чего **World of Coffee** – в Берлине. В августе Gelato Festival проходит в Чикаго и Иокогаме, в сентябре – в Вашингтоне и Западном Голливуде в Лос-Анджелесе. В Лас-Вегасе выставка будет представлена в рамках **IBIE-International Baking Industry Exposition**.

Альянс во имя компаний

SIGEP также поддерживает своих клиентов в партнерстве с профессиональными ассоциациями. В сфере мороженого: Acomag и UIF-AIIPA Gruppo Prodotti, Fipe Confcommercio, ICA, CNA Alimentare, Siga Associazione Italiana Gelatieri, Maestri della Gelateria Italiana, Gelato & Cultura; в сфере производства кондитерских изделий: Cast Alimenti, Accademia Maestri Pasticceri Italiani, Conpait, Relais Dessert; в сфере производства хлебобулочных изделий: Italmopa, Club Arti и Mestieri, Aibi-Assitol, Assipan, Fippa, Consorzio Sipan. В сфере кофе: SCA Italy и World Coffee Events.

Для получения более подробной информации, перейдите на веб-сайт: <https://en.sigep.it>

Gelato

Кондитерские
изделия

Шоколад

Хлебобулочные
изделия

Кофе



Sigep

41-й Международный салон
непромышленного производства
Gelato, кондитерских и
хлебобулочных изделий и кофе

ДОСТИЖЕНИЯ
«САМОГО
СЛАДКОГО»
БИЗНЕСА

**18-22
01. 2020**

Выставочный
комплекс
РИМИНИ
Италия

реклама

ru.sigep.it



Gambarini&Muti

В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С

ОСОБОЕ СОБЫТИЕ

ОРГАНИЗАТОР



PASTRY EVENTS
Чемпионат мира по женскому печенью
Итальянские чемпионаты кондитерского искусства

Партнёры



Da sempre a fianco del pasticcere.



Superarsi ogni giorno.

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Providing the future

Для получения информации и заказа бесплатных карточек VIP CARD обращаться: Итало-Российская Торговая Палата
Ирина Назарова - Тел. 007 495 9896 816 - irina.nazarova@ccir.it - ccir@mosca.ru - www.ccir.it



II Международная конференция
Конфитур 2019
Кондитерские изделия 2.0

Мероприятие:
**II Международная конференция
«Конфитур-2019»**

Дата проведения:
10–11 июля 2019 года

Место проведения:
Санкт-Петербург

Организатор:
Издательский дом «СФЕРА»



«КОНФИТУР» ПРОШЕЛ С УСПЕХОМ

В Санкт-Петербурге прошла вторая Международная конференция «Конфитур. Кондитерские изделия 2.0». Более 150 экспертов со всех уголков России и из стран ближнего зарубежья собрались, чтобы обсудить насущные проблемы отрасли, ознакомиться с новостями кондитерской индустрии, узнать о научных разработках и, конечно же, пообщаться и обменяться опытом с коллегами. Организатором мероприятия выступил ИД «СФЕРА».

Сегодня перед кондитерской отраслью стоит целый ряд непростых вопросов: как сохранить позиции при медленном росте рынка, как экспортировать и правильно инвестировать в сладкий бизнес. Кроме того, современные тренды здорового питания заставляют искать новые решения, ингредиенты, выпускать продукцию с сахарозаменителями и развивать бренды в диджитал-пространстве. Нельзя оставить без внимания и традиционные для «пищевки» стандарты качества и сертификации продукции.

Двухдневная программа семинара включала в себя пять сессий, посвященных наиболее актуальным аспектам кондитерского рынка. В рамках деловой программы «Конфитур» выступили 26 спикеров, в числе которых были представители крупных компаний – производителей кондитерских изделий и упаковки, федеральных торговых сетей, брендинговых агентств, научно-исследовательских институтов и общественных организаций.

Первую сессию, посвященную кондитерской индустрии в России и в мире, открыла исполнительный директор аналитического агентства IndexBox Екатерина Колина

с большим обзором рынка шоколада и мучных кондитерских изделий. Важную и исключительно популярную тему экспорта кондитерских изделий затронули в своих докладах руководитель обособленного подразделения РЭЦ Юрий Докукин и менеджер Mars Wrigley и представитель Ассоциации кондитерских предприятий Ольга Денисова.

Юлия Кудрявцева из компании goetzpartners Russia GmbH представила интересную презентацию о финансировании для компаний кондитерской промышленности.

Вторая сессия оказалась на редкость бурной. Неудивительно, ведь на ней говорили об одной из самых волнующих тем – качестве и безопасности кондитерской продукции. Модерировал сессию Всеволод Вишневецкий, руководитель организации потребителей «Общественный контроль».

Перед участниками конференции выступила заместитель руководителя «Роскачества» Елена Саратцева, поднимавшая тему использования гострированных названий для продукции, которая выпускается по ТУ. Затем слово взял сам модератор и рассказал о фальсификатах, которые его организация выявляет в петербургских магазинах.

Наталья Sommer, дивизиональный менеджер, руководитель отдела по обеспечению качества Metro Cash & Carry, продолжила тему борьбы с некачественной продукцией и фальсификатом, рассказав о жестких требованиях к качеству продукции и тщательном аудите поставщиков.

После обеда, во время которого все участники смогли познакомиться и обсудить только что прозвучавшие доклады и пообщаться в непринужденной обстановке, конференция продолжилась сессией, посвященной технологиям производства шоколадных, сахаристых и мучных кондитерских изделий. О состоянии рынка с точки зрения кадров и технического регулирования сделала доклад Ирина Святославова, ВНИИКП. Илона Панкина, доцент ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого», представила презентацию о перспективах нетрадиционных видов растительного сырья для производства мучных и хлебобулочных изделий, а Наталья Лаврентьева, старший научный сотрудник ФГБНУ НИИ ХП, обрисовала пути развития ассортимента кексов и пряников с повышенной пищевой ценностью.



С актуальными изменениями в требованиях безопасности к пищевым красителям и ароматизаторам слушателей ознакомил кандидат химических наук, доцент Наталия Рудометова из Всероссийского научно-исследовательского института кондитерской промышленности. Запрос потребителей на снижение сахара в кондитерских изделиях и использование заменителей не оставили без внимания. Доклады на эту тему сделали Марина Мойсеяк, профессор кафедры кондитерских, сахаристых, субтропических и пищевкусовых технологий ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств», Галина Ермолаева рассказала о заменителях сахара. Заместитель директора компании «Вкуснолето», выпускающей сладости на меду и стевии, Анатолий Смирнов поделился практическим опытом использования натуральных подсластителей и сахарозаменителей в кондитерских изделиях.

Первый день конференции завершился праздничным ужином и мастер-классом от бренд-шефа компании Barry Callebaut Игоря Мельникова. Он представил аудитории пять видов функционального шоколада, который можно встроить в любую диету или систему питания.

На следующий день конференция продолжилась сессией по маркетингу, продажам и упаковке. Вопросы здорового питания, размещения кондитерской продукции на полках ритейлеров, современные подходы к упаковке слушатели обсудили с Ольгой Пановой, директором агентства устойчивого развития FOX M, Сергеем Лишуком, генеральным директором компании Retail4you, Владленой Стефанцовой, директором проектов компании Coruna Branding, и Майей Арутюнян, директорами проектов Brandson Branding Agency.

▲ Двухдневная программа семинара включала в себя пять сессий, посвященных наиболее актуальным аспектам кондитерского рынка. В рамках деловой программы «Конфитура» выступили 26 спикеров, в числе которых были представители крупных компаний – производителей кондитерских изделий и упаковки, федеральных торговых сетей, брендинговых агентств, научно-исследовательских институтов и общественных организаций.

MODERN
BAKERY
MOSCOW



Международная
специализированная
выставка для
хлебопекарного
и кондитерского
рынков

17–20
марта
2020



Новые
даты!

Новый
павильон!

ЦВК
«Экспоцентр»

ПАВИЛЬОН

2

ОРГАНИЗАТОР  messe frankfurt



Доклады по качеству и безопасности пищевой продукции – обязательный аспект – необходимы как профессионалам, так и рядовым потребителям продукции. Рассказ о проводимых научных работах, достаточно предметных, а потому необходимых для практиков, аудитория восприняла с энтузиазмом.

Участниками конференции также стали и представители компаний – производителей оборудования для кондитерской промышленности. Виктор Бауэр, главный менеджер по продажам компании LOTHAR A. Wolf Spezialmaschinen GmbH, представил новейшие технические решения для безотходного кондитерского производства, накатки драже, снеков и конфет, темперирования шоколада. Руководитель направления упаковочного оборудования Евгений Кравченко из Ulma Packaging сделал доклад на тему «Автоматизированные решения упаковки кондитерских изделий». Его презентацию сопровождали также наглядные видеоролики, демонстрирующие те или иные виды оборудования.

По доброй традиции в холле отеля были представлены компании – производители товаров и услуг для кондитерской

отрасли: «Ялога-НТ» – российский производитель пищевых красителей и ингредиентов, компания АТЛ – эксперт в области микробиологического контроля, мониторинга гигиены, обнаружения аллергенов в сырье, готовой продукции и смывах для предприятий пищевой промышленности, компания «Парадайз Фрутс» – производитель сублимированной продукции), а также натуральных фруктово-ягодных желе-ных кусочков, шейпсов и паст и компания «Ровема» – производитель упаковочных машин и линий для различных областей пищевой промышленности.

Давним партнером конференции является компания «Мессе Франкфурт», организатор выставки Modern Bakery Moscow, которая подготовила эксклюзивное предложение для участников конференции – VIP-сервис на выставке Modern Bakery 2020 как для посетителей, так и для экспонентов.

Завершилась конференция сессией по стандартизации и нормативной базе. Об особенностях технической документации на кондитерские изделия рассказала руководитель отдела разработки центра сертификации «ГОСТ-маркет». С большим обзором этапов моделирования маркировки кондитерских и хлебобулочных изделий выступила эксперт по стандартизации Людмила Панасюк. Наталия Рудометова, заведующая лабораторией пищевых красителей и ингредиентов ВНИИПД, затронула актуальную тему изменений в требованиях безопасности. Эксперт-консультант Центра внедрения систем менеджмента Елена Алексеева рассказала о требованиях к менеджменту безопасности с учетом международных стандартов HACCP и ISO 22000:2018, а Марина Борисовна Мойсеяк подвела итоговую черту под конференцией интереснейшим докладом о внедрении профстандартов в кондитерской промышленности.

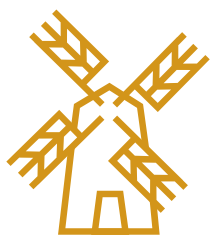
После окончания конференции участники отправились на познавательную экскурсию в Музей Фаберже.

– Международная конференция «Конфитур» продолжалась всего два дня, однако спектр вопросов, их разнообразие, обширность тематик и их уровень достойны внимания и уважения, – поделилась впечатлениями о мероприятии эксперт по стандартизации Людмила Панасюк. – Доклады по качеству и безопасности пищевой продукции – обязательный аспект – необходимы как профессионалам, так и рядовым потребителям продукции. Рассказ о проводимых научных работах, достаточно предметных, а потому необходимых для практиков, аудитория восприняла

с энтузиазмом. Как правило, участников подобных мероприятий пищевой индустрии в целом интересуют разработки стандартов на продукцию – в кондитерской отрасли, например, на торты, пирожные, мармелад и прочие. Вот и на «Конфитур-2019» прозвучали вопросы о новых разработках, которые, впрочем, пока остались без ответа. В связи с этим считаю целесообразным пригласить на «Конфитур-2020» представителей Технического комитета по стандартизации ТК 149 «Кондитерские изделия» (или МТК –149). Именно они осуществляют пересмотр действующих стандартов, актуализируя их требования к современным реалиям. Доклады сессии по маркетингу и упаковке были также интересны, оригинальны, сопровождались великолепными слайдами, но, на мой взгляд, сообщениям не хватало эксклюзивности. При этом подача материала и риторика были отличными.

Но предприятия-изготовители намного больше нуждаются в более конкретных материалах, которых не встретишь в Интернете. Таких, например, как у Виктории Провкиной, руководителя отдела разработки нормативно-технической документации Центра сертификации «ГОСТ-маркет». Тема о том, как экономить на разработках документов по стандартизации СТО и ТУ, как оптимально выполнять все документальные задачи по стандартизации и сертификации, стоящие перед изготовителями кондитерских изделий, не нарушая при этом законодательные нормативы, – интересно, понятно, необходимо! Именно на таких выступлениях слушатели всегда «просыпаются». Или, к примеру, выступление Наталии Рудометовой, заведующей лабораторией пищевых ароматизаторов и красителей, кандидата химических наук, доцента ФГБНУ «Всероссийский НИИ пищевых добавок», – несмотря на сложность самого материала, спикер превосходно выстроила его подачу, основанную на сравнении требований по формату «как было» и «как стало». Впервые от Марины Борисовны Мойсеяк, профессора ФГБОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств», мы услышали сообщение о внедрении профессиональных стандартов в кондитерской промышленности. Это действительно новейшая информация, полагаю, что вскоре эта тема станет суперактуальной. Наряду с огромными выставками пищевой продукции и проводимыми на них конференциями, мероприятия в формате «Конфитур» имеют все шансы на большую популярность, причем профессиональную. **КЭП**

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА»



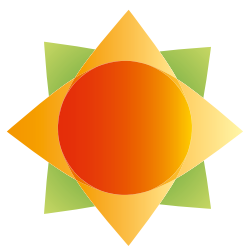
11–12 сентября 2019
Санкт-Петербург

III Международная конференция
«МЕЛЬКОМБИНАТ»
GRAIN AND MILL



30–31 января 2020
Москва

V Международная конференция
«РЫБА»
Технологии рыбопереработки
и аквакультуры



23–24 октября 2019
Санкт-Петербург

IV Международная конференция
«МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ»
Масла и жиры



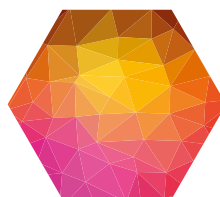
Март 2020
Санкт-Петербург

Региональный форум
«ПТИЦЕПРОМ»



Ноябрь 2019
Санкт-Петербург

Региональный форум
«АГРО.PRO»



Май 2020
Санкт-Петербург

VI Международный бизнес форум
«МИРОВАЯ СОЯ»



Июль 2020
Санкт-Петербург

III Международная конференция
«КОНФИТУР»
Кондитерские изделия 2.0

Регистрация и подробная
информация:

+7 (812) 245-67-70
sfm.events



Эксперт:
Роман
Калинин,
генеральный
директор компании
ВАТЕЛЬ
МАРКЕТИНГ



ЧЕРТОВА ДЮЖИНА ВОПРОСОВ К ОТДЕЛУ МАРКЕТИНГА

Тайны Атлантиды и Тунгусского метеорита – детская загадка по сравнению с тайной миссией отдела маркетинга. Чем именно должны заниматься маркетологи? Об этом написано немало статей, книг и диссертаций, и все же многие руководители по-прежнему озадачены. Они вроде и не спорят с тем, что маркетологи нужны, но за что те отвечают и как контролировать эффективность их работы, не совсем понимают. Разобраться в этом вопросе поможет эксперт по маркетингу хлебопекарных предприятий Роман Калинин.

К числу самых распространенных и справедливых версий «Цели и задачи работы отдела маркетинга» относятся:

- Рост объема продаж.
- Увеличение доли рынка.
- Повышение известности торговой марки.
- Продвижение продукции.
- Рост дистрибуции.
- Вывод новых продуктов.
- Формирование положительного имиджа предприятия и его торговых марок и т. д.

Если обобщить, то все задачи отдела маркетинга служат достижению одной цели – увеличению прибыли. И если маркетологи действительно влияют на увеличение маржинальной прибыли – они выполняют свою миссию и не зря едят свой хлеб. Если не влия-

ют, предстоит реформирование системы работы и функционала отдела маркетинга.

Проверить, насколько велико влияние маркетологов на рост маржи вашего предприятия, можно, воспользовавшись разработанным нами чек-листом. Ответив на 13 вопросов (которые стоит периодически задавать и себе, и коллегам), вы найдете рекомендации по дальнейшим шагам.

Инструкция по заполнению

На каждый вопрос предложено несколько вариантов ответа. Выберите только один вариант – тот, который максимально соответствует ситуации на вашем предприятии. Инструкция по оценке и рекомендации – после заполнения анкеты.

За каждый ответ «А» начисляется 3 балла, ответ «В» – 2 балла, ответы «С» – 1 балл, ответы «D» – 0 баллов. Посчитаем, что получилось, и посмотрим на результаты.

Вы набрали более 33 баллов – я вас поздравляю, вам удалось создать практически идеальный коммерческий блок, который успешно «рулит» и достигает отличных бизнес-результатов. Было бы приятно приехать к вам в гости – увидеть воочию, как вам удалось так здорово организовать работу отдела маркетинга и продаж и обменяться опытом.

Что можно рекомендовать. Нарращивайте компетенции вашей торговой команды и маркетологов, запланируйте тренинги. Корпоративное обучение – мощный ин-

1. На вашем предприятии есть маркетинговая стратегия?

Варианты ответов	Ваш выбор
Да, есть стратегия на 2 года и более	A
Есть план маркетинга / маркетинговых мероприятий на год, но стратегии нет	B
Нет стратегии, мы работаем над текущими и актуальными задачами	C
Ваша стратегия – ерунда, у нас работы и так хватает	D

2. За что отвечает маркетинг на вашем предприятии?

Варианты ответов	Ваш выбор
За рост маржинальной прибыли	A
За рост продаж	B
За продвижение наших торговых марок и бренда предприятия, за рекламу, PR и дизайн упаковки, организацию выставок и т. д.	C
За благотворительные программы, заказ этикеток, организацию праздников и ведение «Инстаграма»	D

3. Кому подчиняется отдел маркетинга на вашем предприятии?

Варианты ответов	Ваш выбор
Собственнику	A
Генеральному директору	B
Коммерческому директору	C
Директору по продажам	D

4. Какая система мотивации (зарплаты) у маркетологов вашего предприятия?

Варианты ответов	Ваш выбор
Оклад 60 % + KPI 40 % за увеличение маржинальной прибыли по курируемой группе продуктов или торговых марок	A
Оклад 80 % + премии или бонусы 20 % за выполнение плана продаж	B
Оклад 90 % + разовые премии (за выполнение спецзадач, поручений руководства) 10 %	C
Оклад 100 %	D

5. Какие виды отчетов отдел маркетинга ежемесячно предоставляет руководителю вашего предприятия?

Варианты ответов	Ваш выбор
Аналитические отчеты по динамике продаж, дистрибуции (в разрезе каналов реализации, товарных категорий с детализацией до SKU), маржинальной прибыли а также отчет о проделанной работе за месяц	A
Аналитические отчеты по продажам	B
Отчет о выполнении плана работ отдела маркетинга/маркетолога	C
Нам некогда заниматься подготовкой отчетов, много работы	D

6. Какой план выставляется руководством отделу продаж на месяц?

Варианты ответов	Ваш выбор
План по качественной (must list) и количественной дистрибуции (число получателей)	A
План продаж в тоннах и в рублях – по каждой товарной категории, группам продуктов, торговым маркам, новинкам	B
План продаж в тоннах и рублях – по товарным категориям	C
План продаж в тоннах – по товарным категориям	D

7. Кто на вашем предприятии разрабатывает план дистрибуции: в каких регионах, каких сетях, в каких форматах торговых точек и в каком количестве должна быть представлена ваша продукция?

Варианты ответов	Ваш выбор
Маркетологи	A
Коммерческий директор, начальник отдела продаж	B
Сотрудники давно работают, они все отлично знают, что и куда продавать	C
Нам такой план не нужен. Такой план составить невозможно. Никто его выполнять не будет	D

Все задачи отдела маркетинга служат достижению одной цели – увеличению прибыли. И если маркетологи действительно влияют на увеличение маржинальной прибыли – они выполняют свою миссию и не зря едят свой хлеб. Если не влияют, предстоит реформирование системы работы и функционала отдела маркетинга.

струмент повышения компетенций, получения новых знаний, формирования и закрепления навыков, усиления командного духа сотрудников компании.

Проведите стратегическую сессию. Это эффективный инструмент для формирования стратегического развития компании, поиска перспективных рынков, определения ресурсов для реализации стратегии. Лучшие стратегии разрабатываются внутри компании руководством и коллективом.

Ваш результат от 20 до 33 баллов – вы на верном пути: вашему коммерческому блоку удалось уже достаточно много сделать, есть ряд положительных моментов. В то же время есть куда развиваться и расти. Ваш отдел маркетинга хорошо справляется с тактическими задачами, помогает продажам и занимается продвижением торговых марок. Но для победы в маркетинговых войнах нужна ясная стратегия и более весомое влияние маркетинга на маржинальную прибыль предприятия.

Что можно рекомендовать. Проведите исследование существующего и перспективного рынков для поиска привлекательных ниш. Сформируйте или актуализируйте ассортиментные матрицы, определите количественные и качественные показатели по дистрибуции. Внедрите систему мотивации сотрудников отдела маркетинга и продаж, «заточенную» на выполнение поставленных задач.

Ваш результат до 20 баллов

Коллеги, так жить нельзя! В современной рыночной реальности предприятию с такими оценками сложно прогнозировать свое развитие. Результат говорит о том, что отдел маркетинга у вас играет даже не «вторую скрипку», а «последнюю». Маркетологи не нацелены на рост прибыли,

8. Как часто на вашем предприятии обновляются минимальные ассортиментные матрицы по форматам магазинов?

Варианты ответов	Ваш выбор
Каждые полгода, на основе анализа отдела маркетинга	A
У нас есть утвержденные год назад матрицы, отдел продаж по ним работает. Зачем что-то менять?	B
Матрицы давно есть, но по ним все равно никто не работает, значит, и менять не нужно	C
Нашему отделу продаж не нужны никакие матрицы, они и так прекрасно знают, как работать	D

9. Кто на вашем предприятии формирует цену на продукцию?

Варианты ответов	Ваш выбор
Отдел маркетинга	A
Финансовый директор / планово-экономический отдел / экономист	B
Коммерческий директор / начальник отдела продаж	C

10. На вашем предприятии есть ассортиментный план? Какой отдел отвечает за его формирование и реализацию?

Варианты ответов	Ваш выбор
Да, у нас есть ассортиментный план. За его формирование и реализацию отвечает отдел маркетинга	A
Да, у нас есть ассортиментный план. За него отвечает производственная служба (начальник производства, главный технолог и т. д.)	B
У нас нет ассортиментного плана	C

11. Какое участие отдел маркетинга принимает в разработке новинок?

Варианты ответов	Ваш выбор
Маркетологи ведут полный цикл работ по созданию новых продуктов: от исследования рынка, поиска ниш, расчета цен, разработки задания технологом до дизайна упаковки и промоматериалов для новинок. Замотивированы личной зарплатой на объем продаж нового продукта	A
Отдел маркетинга в основном занимается дизайном упаковки для новинок, рекламными материалами и акциями по продвижению новых продуктов	B
Отдел маркетинга занимается только дизайном упаковки для новинок	C

12. Кто руководит дегустационной комиссией на вашем предприятии?

Варианты ответов	Ваш выбор
Руководитель отдела маркетинга	A
Главный технолог, начальник производства, менеджер по качеству	B
У нас нет дегустационной комиссии	C

13. Кто на вашем предприятии ведет учет и проводит анализ рекламаций и жалоб покупателей?

Варианты ответов	Ваш выбор
Отдел маркетинга	A
Инженер по качеству; технолог	B
У нас продукция отличного качества. Жалобы и рекламации столь редки, что нет смысла их учитывать	C

выполняют «обслуживающую» или даже «декоративную» функцию, занимаясь преимущественно «освоением рекламных бюджетов», дизайном и благотворительностью. При таком положении вещей сложно конкурировать с теми предприятиями, на которых маркетинг отвечает за прибыль, систематически и досконально анализирует структуру и динамику продаж, клиентской базы, ставит отделу продаж планы по раз-

витию дистрибуции, является лидером процесса разработки и вывода новинок.

Что можно рекомендовать. безотлагательно провести ревизию работы коммерческого блока, аудит ассортимента и дистрибуции. Необходимо разобраться, что не так с ассортиментом и продажами и что изменить, чтобы предприятие зарабатывало больше денег. Если конкретнее, то аудит должен дать ответы на следующие вопросы:

Стратегическая сессия – эффективный инструмент для формирования стратегического развития компании, поиска перспективных рынков, определения ресурсов для реализации стратегии. Лучшие стратегии разрабатываются внутри компании руководством и коллективом.

• Соответствует ли структура вашего ассортимента и динамика реализации вашей продукции рыночным трендам? Насколько сбалансирован ваш ассортимент? Какие продукты являются генераторами тоннажа и маржинальной прибыли, а какие – балластом?

• Что можно и нужно сделать для балансировки ассортимента и быстрого наращивания тоннажа и прибыли?

• Что не так с внешним видом и качеством вашей продукции, что можно улучшить? Какие новинки нужны?

• Сколько тонн вы могли бы продавать, если бы пять самых ходовых продуктов продавали 90 % ваших клиентов?

А в конечном результате вы должны определиться со следующими пунктами:

• Каковы цели и общая стратегия развития компании?

• Создать план оптимизации текущего ассортимента (ротация, улучшение качества и т. д.).

• Определиться с запуском новинок.

• Утвердить целевые показатели и план развития количественной и качественной дистрибуции.

• Разработать ассортимент, развитие дистрибуции которого позволит быстро (в течение полугода) увеличить тоннаж.

• Создать пошаговый план изменений в отделе продаж и в отделе маркетинга (структура, новые сотрудники, функционал, система мотивации, обучение).

• Создать план изменений упаковки – редизайн существующей упаковки и разработка новых линеек.

Для реализации всего вышеописанного все эти задачи должны быть вписаны в календарный план – тогда шансы воплотить их в жизнь значительно увеличиваются. **КХН**

XVIII МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ
ВЫСТАВКА «ПЕТЕРФУД»

Peterfood

19-21 ноября 2019
Санкт-Петербург
Экспофорум

Кратчайший путь на полки 50 розничных сетей

Главное событие продовольственного
рынка Северо-Запада

300

Участников из 10 стран

200

Закупщиков из 50 розничных сетей

3500

Оптовых, дистрибьюторских
и компаний HoReCa

7500

Посетителей-специалистов

Комплекс инструментов
для входа в розничные сети



Центр Закупки Сетей™ —
индивидуальные переговоры
о поставках Вашей продукции



«Активные Сетевые Продажи» —
200 закупщиков оптовиков
в сопровождении гида на Вашем стенде



Конкурс «Выбор сетей» —
дополнительное преимущество
и подтверждение качества
Вашей продукции

Информация из первых уст



Стратегическая информация для
поставок в сети на 2020 на Форуме
«Торговля Большого Города»



Инструменты для работы с магазинами
на семинарах из Цикла «Звезды
Российского Консалтинга™»



Успешные кейсы по увеличению
продаж на мастер-классах от
экспертов продовольственного
бизнеса

Организатор:
forum
imperia

+7 812 327 49 18
peterfood@peterfood.ru

Воспользуйтесь преимуществом
раннего бронирования стенда

**ЗАБРОНИРУЙТЕ
ЛУЧШИЙ СТЕНД**
на www.peterfood.ru

реклама

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СИМПОЗИУМ ХЛЕБОПЕКОВ

13 – 14

ноября 2019 года,
г. Минск

Симпозиум – одно из основных
мероприятий

**Международного
хлебного салона,**

проводимого в рамках
25-й Международной
специализированной оптовой
выставки-ярмарки

«ПРОДЭКСПО»

с 12 по 15 ноября т.г.
(пр. Победителей, 20/2,
Футбольный манеж).



В ПРОГРАММЕ СИМПОЗИУМА:

- ♦ выставка фирм-производителей и поставщиков оборудования, упаковки, сырья и ингредиентов;
- ♦ актуальные отраслевые вопросы и проблемы развития хлебопечения в республике и за рубежом, пути их решения;
- ♦ диалог с ретейлом;
- ♦ опыт внедрения Кодекса добросовестных практик в России и других странах; инновационные научные исследования и опыт их внедрения в производство.

ВПЕРВЫЕ в рамках симпозиума будут организованы тематические фокус-сессии:

«ДЫХАНИЕ ХЛЕБА»:

- ♦ результаты мировых исследований потребительских предпочтений;
- ♦ ремесленный хлеб на натуральных заквасках в пекарнях и на промышленных предприятиях – миф или реальность?
- ♦ Презентация-дегустация Андрея Трегубова, практикующего технолога (РФ);

«ТЕХНИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ»:

- ♦ цифровизация и безопасность;
- ♦ глобализация и прогресс; оптимизация производств.

Заявки на участие принимаются до 30 октября 2019 года.

ОРГАНИЗАТОР: _____ ИЧУП «Овсянникова и К» –
издатель научного, производственно-практического журнала «Пекарь&Кондитер».
Тел.: +375 (17) 259-18-29, +375 (29) 111-89-88. e-mail: bcmagazine@list.ru. УНП 192590904

реклама

Автор:

Илона Панкина,

кандидат технических наук, доцент ФГАОУ
ВО «Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого», Высшая школа
биотехнологий и пищевых производств

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕТРАДИЦИОННЫХ ВИДОВ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Употребление специальных пищевых продуктов с заданным физиологическим действием (антиоксидантным, иммуномодулирующим, регулирующим и др.) может оказывать существенное влияние на состояние здоровья населения. Исследования отечественных и зарубежных ученых доказали, что использование современных технологий приводит к производству пищевых продуктов, в значительной степени обедненных полезными и крайне необходимыми макро- и микронутриентами. Поэтому в настоящее время особенное значение приобретают технологии, направленные на обогащение выпускаемых продуктов всеми необходимыми компонентами в питании современного человека. Это достигается введением в пищевые продукты различных добавок, в основном растительного происхождения.





Обогащение мучных изделий важнейшими компонентами питания путем внесения в рецептуры сырья, содержащего различные полезные нутриенты в рекомендуемых дозах, является в настоящее время очень актуальным.

Питание является одним из важнейших факторов, определяющих здоровье населения Российской Федерации. Научными исследованиями подтверждено, что большинство так называемых болезней цивилизации (сердечно-сосудистые, диабет, аллергия, анемия, нарушения обменных процессов) – это алиментарно зависимые заболевания, то есть связанные с питанием.

По результатам широкомасштабных исследований специалистов в области питания доказано, что в настоящее время в Российской Федерации наблюдается дефицит важнейших пищевых веществ: белка, витаминов, микро- и макронутриентов и других пищевых ингредиентов. Нарушение пищевого статуса современного человека вызывает развитие иммунодефицитных состояний, резкое снижение сопротивляемости организма воздействию негативных факторов окружающей среды, нарушение функционирования систем антиоксидантной защиты организма и др.

В настоящее время к важнейшим факторам нарушения питания относят:

- недостаточное потребление полноценного белка;
- дефицит витаминов и витаминоподобных веществ;
- дефицит микро- и макроэлементов.

При создании обогащенных пищевых продуктов теми или иными нутриентами специалисты в области питания руководствуются некоторыми важнейшими рекомендациями, используя сведения о нормах физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации [1];

- дефицит пищевых волокон – веществ комплекса полисахаридов (целлюлоза, гемицеллюлоза, пектиновые вещества, лигнин, и др.). Установленная нормативной документацией в РФ физиологическая потребность в пищевых волокнах для взрослого человека составляет 20 г/сут.

В настоящее время большинство развитых стран мира переживают бум в области создания новых технологий и производства специализированных продуктов питания. Такие страны, как Япония, США, Канада, сегодня являются лидерами по производству и потреблению обогащенных пищевых продуктов. В Российской Федерации число потребителей биопродуктов с полезными свойствами в последние годы также стремительно растет. Главные приоритеты государственной политики РФ в области здорового питания населения связаны с ликвидацией дефицита полноценного

питания со стороны представителей медицины, специалистов в области науки о питании. Исследования, проводимые на стыке этих научных областей, а также успехи ряда фундаментальных наук (биохимии, клеточной биологии, нутрициологии), позволили грамотно и научно обоснованно формировать пищевой статус современного человека.

Еще одним положительным моментом можно отметить в целом изменение отношения современного человека к употребляемой им пище. В сознании людей укрепилась формула «Здоровье – через питание!». Принципы здорового питания стараются

Одним из возможных путей обеспечения населения страны важнейшими макро- и микронутриентами является создание технологий и производство обогащенной пищевой продукции. Самыми популярными обогащенными пищевыми продуктами массового потребления являются хлеб и хлебобулочные изделия, молочные продукты, колбасы, консервы, кондитерские изделия, детское питание и др.

белка и микронутриентов; улучшением питания детей и подростков, беременных женщин и кормящих матерей; обеспечением качества, безопасности отечественных и импортных пищевых продуктов; повышением уровня знаний населения по вопросам здорового питания.

Одним из возможных путей обеспечения населения страны важнейшими макро- и микронутриентами является создание технологий и производство обогащенной пищевой продукции. Самыми популярными обогащенными пищевыми продуктами массового потребления являются хлеб и хлебобулочные изделия, молочные продукты, колбасы, консервы, кондитерские изделия, детское питание и др.

Здоровье – через питание

Важно отметить, что в последние годы резко возросло внимание к проблемам пита-

прививать с самых ранних лет: сначала в семье, затем – в детских дошкольных учреждениях, далее – в средних учебных заведениях, в вузах. Понимая при этом, что пища не только необходима для того, чтобы обеспечить организм питательными веществами и энергией, но и может оказывать на организм направленное действие. Для здоровья человека большое значение имеет не только полноценность питания, но и его лечебная и детоксицирующая функции.

Все вышеперечисленные факторы привели к созданию нового поколения пищевых продуктов, отвечающих требованиям и реалиям сегодняшнего дня: это продукты со сбалансированным составом, пониженным содержанием сахара и жира, низкой калорийности, функционального назначения, а также продукты быстрого приготовления и длительного хранения, комбинированные продукты.

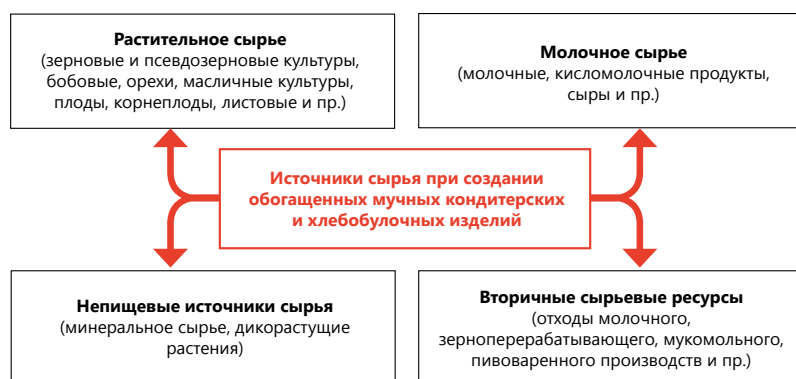


Рисунок 1. Источники сырья, используемого при создании обогащенных мучных кондитерских и хлебобулочных изделий

Источники полезных компонентов

К одним из самых потребляемых групп пищевых продуктов относятся мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, основным компонентом рецептуры которых является мука.

Мука состоит в большинстве своем из органических веществ и небольшого количества минеральных элементов. Минеральные вещества сосредоточены в основном в алейроновом слое, оболочках и зародыше. Чем выше сорт муки, тем меньше в ней содержится минеральных веществ. Несмотря на высокую энергетическую ценность, обусловленную значительным содержанием углеводов, зернопродукты не являются полноценными, так как не сбалансированы по аминокислотному составу – в них мало лизина и метионина, являющихся незаменимыми аминокислотами.

Обогащение мучных изделий важнейшими компонентами питания путем внесения в рецептуры сырья, содержащего различные полезные нутриенты в рекомендуемых дозах, является в настоящее время очень актуальным.

Обогащенный пищевой продукт – это функциональный пищевой продукт, получаемый добавлением одного или нескольких физиологически функциональных пищевых ингредиентов к традиционным пищевым продуктам в целях предотвращения возникновения или исправления имеющегося в организме человека дефицита питательных веществ [2].

Специалисты в области питания выделяют четыре группы источников сырья для создания обогащенных мучных кондитерских и хлебобулочных изделий. Их характеристика приведена на рис. 1. Наиболее часто используемыми при замене традиционного сырья нетрадиционными являются растения, в том числе и дикорастущие.

Рисунок 2. Семена и выработанные фракции муки чечевицы оранжевых и желтых сортов



По оценкам специалистов, потенциально пригодными к пищевому использованию являются более тысячи видов различных растений. Прежде всего, речь идет о различных видах муки: рисовой, кукурузной, льняной, амарантовой, муки различных видов зернобобовых культур.

Имеется достаточно большое количество отечественных и зарубежных разработок по использованию в качестве добавок к мучным смесям муки гороховой, нутовой, чечевичной, фасоловой, люпиновой, соевой. Процент замены традиционного сырья нетрадиционным видом муки чаще всего составляет не более 20–25 %.

Дело в том, что мука вышеперечисленных видов не содержит клейковину – одного из важнейших структурных компонентов теста. Поэтому при создании рецептур требуется внесение некоторых структурообразующих компонентов. Вместе с тем семена бобовых культур содержат

достаточно большое количество белка, поэтому их использование в рецептурах приводит к существенному обогащению готовых изделий белком. К тому же добавки такого сырья обладают некоторыми функциональными свойствами.

В этом плане определенный интерес представляет соевая мука. Соя богата особым ферментом – липоксигеназой. Липоксигеназа катализирует реакции перекисного окисления полиненасыщенных жирных кислот. Продукты этих реакций обладают выраженным окислительным действием, что способствует разрушению пигментов муки и укреплению клейковины. Под влиянием соевой муки тесто отбеливается, и мякиш готовых изделий становится более светлым. Особенно явно отбеливающий эффект проявляется в условиях активного доступа кислорода, например при более интенсивных режимах замеса теста. Кроме отбеливающего действия, соевая мука проявляет и эмульгирующий эффект, что способствует улучшению консистенции и реологических свойств теста.

В последние годы в производстве мучных изделий в качестве нетрадиционных видов сырья все чаще используют дикорастущие виды растений, а также продукты первичной переработки растительного сырья (жмыхи, шроты, экстракты, продукты сублимационной сушки и др.). Подготовка этого вида сырья включает такие стадии, как предварительное высушивание используемых растений или их плодов, измельчение до порошкообразного состояния.

Дикорастущие виды растительного сырья достаточно перспективны как источники основных пищевых нутриентов благодаря удачному сочетанию биологически и физиологически активных веществ, обладающих лечебным и профилактическим действием.

Определенный интерес специалистов привлекает использование в пищевых технологиях лекарственных растений, например



По оценкам специалистов, потенциально пригодными к пищевому использованию являются более тысячи видов различных растений. Прежде всего, речь идет о различных видах муки: рисовой, кукурузной, льняной, амарантовой, муки различных видов зернобобовых культур.

листьев и цветков первоцвета весеннего, листьев одуванчика, травы мяты перечной и чабреца, плодов шиповника, экстракта из листьев зеленого чая и др. [3]. Использование таких нетрадиционных видов сырья позволяет получить новые обогащенные различными полезными ингредиентами пищевые продукты, не уступающие по органолептическим и физико-химическим показателям изделиям, приготовленным по традиционным технологиям. Вместе с тем такое сырье характеризуется специфическими функционально-технологическими свойствами. Так, например, порошок шиповника является естественным улучшителем хлебопекарного производства, так как интенсифицирует процесс брожения теста благодаря сравнительно высокому содержанию аскорбиновой кислоты. Хлебобулочные изделия с содержанием в мучной смеси не более 1 % мяты перечной и чабреца, а также не более 3 % измельченных листьев и цветков первоцвета отличаются приятными травянистыми оттенками во вкусе и аромате. Использование листьев одуванчиков при замесе теста придает пикантный горьковатый привкус готовым изделиям.

Перспективной обогащающей добавкой в хлебопекарном производстве может служить побочный продукт переработки кедрового ореха – кедровая мука [4]. Введение не более 6 % кедровой муки в мучные смеси создает благоприятные условия для развития дрожжей, способствует ускорению созревания теста. У готовых изделий улучшаются органолептические и физико-химические показатели: они приобретают ярко выраженную окраску, тонкостенную и равномерную пористость, увеличивается удельный объем готовых изделий.

И вкусно, и полезно

В последнее время все большую популярность у потребителей набирают мучные кондитерские изделия (МКИ). Традицион-

Таблица 1. Процентное содержание различных видов муки в смеси

Наименование образца	Пшеничная мука	Рисовая мука	Мука из семян чечевицы
Контроль	100 %	–	–
Образец 1	50 %	–	50 % (желтая)
Образец 2	–	50 %	50 % (желтая)
Образец 3	50 %	–	50 % (оранжевая)
Образец 4	–	50 %	50 % (оранжевая)

ные МКИ отличаются высоким содержанием жиров, легкоусвояемых углеводов, следовательно, повышенной энергетической ценностью. В этой связи производители и специалисты в области здорового питания разрабатывают новые рецептуры мучных кондитерских изделий, обладающих низкой калорийностью с повышенными профилактическими свойствами.

Уже долгое время сотрудниками Высшей школы биотехнологий и пищевых производств Санкт-Петербургского политехнического университета ведутся разработки рецептур и технологий мучных изделий, востребованных отечественным потребителем.

Разработаны рецептуры бисквитных полуфабрикатов и кексов с использованием мучных смесей на основе амарантовой, соевой, нутовой, чечевичной муки [5]. Имеются разработки бисквитов с использованием фруктовых и овощных полуфабрикатов [6]. Использование добавок, богатых каротиноидами, а также добавок из плодово-ягодного сырья не только улучшает пищевую ценность, но и выполняет эстетическую функцию, придавая изделиям характерный цвет и аромат, например желтый при использовании продуктов переработки моркови или тыквы.

Внесение в рецептуры мучных изделий сублимированных растительных порошков позволяет повысить содержание неусвояе-

мых углеводов – клетчатки и пектиновых веществ. Хорошая сорбционная способность пектиновых веществ позволяет снизить содержание в пищеварительном тракте ионов тяжелых металлов, в том числе свинца и кадмия, что особенно важно для неблагоприятной экологической ситуации во многих регионах страны.

Если пшеница под запретом

Особое место среди всех пищевых продуктов занимают безглютеновые пищевые продукты для людей, страдающих целиакией. Это генетически детерминированное заболевание тонкой кишки, связанное с повышенной чувствительностью к глиадину (фракции растительного белка глютена) и характеризующееся атрофией ворсинок эпителия тонкой кишки. Возникновение целиакии характеризуется непереносимостью проламина – одного из компонентов белка злаковых культур. В составе белков злаков есть четыре фракции: альбумины, глобулины, проламины и глютенины. Проламины и глютенины называют «глютеном». Культурными с очень высокой концентрацией проламинов являются пшеница, ячмень, рожь. Единственный метод лечения целиакии и профилактики ее осложнений – строгое соблюдение пожизненной диеты. При такой диете запрещено

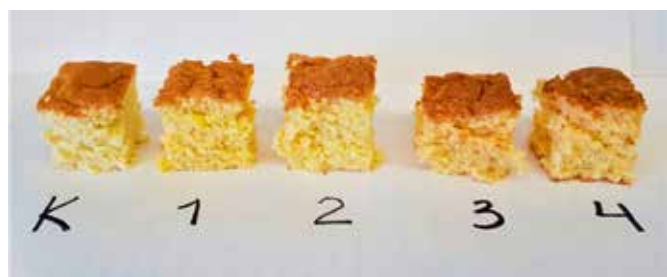


Рисунок 3. Образцы выпеченных бисквитных полуфабрикатов

употреблять: пшеницу (хлеб, кондитерские изделия, макаронные изделия), ячмень (пиво, крупы), рожь (хлеб, мюсли).

Специалистами ВШБиПП СПбПУ ведутся исследования и разработки научно обоснованных рецептур мучных кондитерских изделий для безглютеновой диеты из бисквитного, пряничного, песочного теста и др. [5; 7; 8]. Одной из важнейших задач при этом является грамотный подбор и использование источников сырья. В условиях политики замещения импорта, которая реализуется в настоящее время в Российской Федерации, большое значе-

В эксперименте использованы два сорта чечевицы с желтой и оранжевой окраской семян. Были составлены экспериментальные образцы мучных смесей с различным количественным содержанием сырьевых ингредиентов. Характеристика образцов отражена в табл. 1.

По результатам дегустационной оценки можно сделать вывод, что образцы безглютеновых бисквитных полуфабрикатов (рис. 3) с использованием муки семян чечевицы (номер 2 и 4) выгодно отличаются от остальных более привлекательным цветом, пышностью структуры, прият-

Таким образом, можно говорить о том, что использование нетрадиционных видов сырья позволяет обогатить мучные кондитерские и хлебобулочные изделия важнейшими пищевыми нутриентами, дает возможности расширения ассортимента продукции, адаптированной к вкусовым предпочтениям отечественного потребителя.

ние отводится базе отечественных сырьевых ресурсов, улучшению качества сырья, производству стабильно продуктивных сортов. В этом направлении большую работу проводят отечественные селекционеры, в том числе партнеры СПбПУ – сотрудники Всероссийского института генетических ресурсов растений им. Н. И. Вавилова (ВИР, Санкт-Петербург).

Как уже было сказано ранее, лидером по содержанию белка среди растительных источников являются зернобобовые культуры. С целью внесения высокобелковых добавок в разрабатываемые рецептуры ряда безглютеновых изделий использовали муку семян зернобобовых культур. Одной из наших перспективных новинок является разработанная технология производства бисквитных полуфабрикатов с использованием муки семян отечественных сортов чечевицы, имеющих высокое содержание каротиноидов, желтую или оранжевую окраску семядолей (рис. 2) [8].

ным вкусом и ароматом. Микроскопический анализ этих образцов показал, что введение чечевичной муки способствует увеличению количественного содержания пищевых волокон. Кроме того, разработанные полуфабрикаты характеризуются повышенным содержанием белка и увеличением более чем в 2–3 раза содержания таких элементов, как калий, фосфор, магний и железо. Разработанные полуфабрикаты пригодны для использования в питании больных глютеновой энтеропатией.

Таким образом, можно говорить о том, что использование нетрадиционных видов сырья позволяет обогатить мучные кондитерские и хлебобулочные изделия важнейшими пищевыми нутриентами, дает возможности расширения ассортимента продукции, адаптированной к вкусовым предпочтениям отечественного потребителя. При этом одним из важнейших моментов является использование сырьевой базы отечественных производителей. **КХП**

Литература

1. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации. Методические рекомендации. М.: Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора, 2009. 36 с.
2. ГОСТ Р 52349-2005 «Продукты пищевые функциональные. Термины и определения». М.: Изд-во стандартов, 2008. 8 с.
3. Функциональные продукты питания: учеб. пособие / Т. В. Меледина, Н. Н. Егорова. М.: КНОРУС, 2012. 304 с.
4. Калинина И. В. Влияние добавки кедровой муки на формирование качества, сохраняемость и пищевую ценность хлебобулочных изделий: дис. ... канд. техн. наук: 05.18.15. СПб., 2006. 195 с.
5. Панкина И. А., Белокурова Е. С., Севастьянова А. Д. Использование семян нетрадиционных культур при создании мучных кондитерских изделий. Материалы всероссийской НПК «Здоровьесберегающие технологии в вузе: состояние и перспективы». Орел, 2018. С. 142–147.
6. Белокурова Е. С., Котников И. В. Инновационная технология бисквитного полуфабриката пониженной калорийности. Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. Лучшие доклады. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 262–266.
7. Барсукова Н. В. Разработка технологии пряничных изделий на основе безглютенового мучного сырья: автореф. дис. канд. техн. наук: 05.18.15 / Н. В. Барсукова. СПб., 2005. 19 с.
8. Панкина И. А., Белокурова Е. С., Ерзикова М. О. Использование семян чечевицы при создании пищевых продуктов для диетического питания // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2018. Т. 7. № 2 (42). С. 34–38.



Умнее, быстрее, вместе.



Подход к работе с заказчиками компании Ishida можно коротко охарактеризовать так: «Умнее, быстрее, вместе».

Умнее. Ishida обладает 125-летним опытом в области разработок оборудования для упаковки и контроля качества хлебобулочной и кондитерской продукции.

Быстрее. Наша цель проста и понятна: мы стремимся к максимальной производительности, снизив до минимума потери продукта.

Вместе. Работая вместе с вами на каждом этапе проекта, компания Ishida поможет подобрать вам лучшее упаковочное оборудование.

ПРОВЕРЕННЫЕ РЕШЕНИЯ



БЕЗУПРЕЧНОЕ ИСПОЛНЕНИЕ

Полностью интегрированное решение для бесстрессовой разделки теста позволит доставить ваши традиционные продукты из пекарни на прилавок.

Мы понимаем, насколько деликатен процесс производства хлебобулочных изделий премиум-класса: необходима гибкая, быстро переключаемая технология, соответствующая санитарным нормам и обеспечивающая бесперебойную работу. В AMF мы тоже пекари; мы разрабатываем комплексные системные решения, включая полностью интегрированную бесстрессовую линию разделки AMF TROMP SFA, которая помогает пекарям изготовить и доставить на прилавок традиционные багеты и чиабатты. Сотрудничество с AMF поднимет ваш бизнес на новый уровень.

