

МОЛОЧНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

2(65) 2019



6

Михаил Мищенко:

«Чтобы развивать внутреннее потребление, необходимо создавать рынок»

14

РЫНОК: Что будет влиять на развитие мирового молочного рынка, с какими вызовами в ближайшее время придется столкнуться России и ее ближайшим соседям, какие направления экспорта стоит рассматривать отечественным производителям.



34

МИРОВОЙ ОПЫТ:

В Нидерландах производство козьего молока растет очень быстро, и в прошлом году достигло 15% от всего производства молока в Европе.

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.

18+

Реклама





СРЕДНЯЯ ПОСЕЩАЕМОСТЬ

60 000 уникальных
посетителей – специалистов портала
из разных стран мира в месяц

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ
ПОРТАЛ **SFERA.FM**



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».

до **2** ЛЕТ
ГАРАНТИИ**

ЧИСТОТА БЕЗ КОМПРОМИССОВ

Аппараты высокого давления
для молочной промышленности

Аппараты высокого давления Kärcher –
отличное решение для эффективной
чистки мест содержания животных
и производственных помещений



Аппарат высокого давления
с подогревом воды
HDS 9/18-4 M



Аппарат высокого давления
без подогрева воды
HD 7/10 CXF

Продажи. Аренда. Сервис.

8 800 1000 654
WWW.KARCHER.RU

Реклама

* Разница очевидна

** При условии регистрации на сайте www.karcher.ru

K'ARCHER

makes a difference*

Содержание

24

Модернизация производства Угличского завода осуществляется при участии Сбербанка и Минсельхоза. Бюджет первого этапа проекта составляет 998 млн руб., сумма кредитных средств – около 800 млн руб. Второй этап проекта – модернизация цехов по производству натуральных сычужных сыров и переработке сыворотки.



- | | | |
|--|---|---|
| <p>6 Гость номера
Михаил Мищенко:
«Чтобы развивать внутреннее потребление, необходимо создавать рынок»</p> <p>10 Аналитика
Ленинградская область: территория успешных инвестиций</p> <p>14 Рынок
Тенденции развития молочного рынка России и стран ЕАЭС</p> <p>19 Оборудование
Надежный союзник в битве за чистоту</p> <p>20 Регион
Вологодская область: потенциал для развития отрасли</p> <p>24 Фоторепортаж
Возрождая традиции сыроделия</p> | <p>30 От слов к делу
Сергей Ключников: «Я мыслю не в масштабах страны, а в масштабе своего региона»</p> <p>34 Мировой опыт
Молочное козоводство: голландский подход</p> <p>38 Мнение эксперта
Меж двух огней: внутренний рынок не покупает, внешнему не продаем</p> <p>42 Точка зрения
Александр Никитин: «Главная проблема молочной отрасли – низкий профессионализм решений»</p> <p>46 Стандартизация
Виды документов по стандартизации на пищевую молочную продукцию</p> | <p>50 Маркетинг
Новые тенденции в упаковке молочной продукции</p> <p>54 Визитная карточка
Будущее – за высокой эффективностью</p> <p>56 Событие
В центре внимания – корова: компания GEA рассказала о своих решениях для молочной отрасли</p> <p>58 Петербург принял участников XI Молочной олимпиады</p> <p>60 Безопасность
«МОЖНО ПОКУПАТЬ!»: подведены итоги конкурса по качеству продовольственных товаров</p> |
|--|---|---|

Сфера

молочная сфера
(молочная промышленность) №2 (65) 2019

Информационно-аналитический журнал для специалистов молочной, масложировой промышленности, федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации СМИ № ФС77-46400 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

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 2 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 **МП**, являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 02.09.19. Тираж: 3 000 экз.



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

ru.sigep.it



Gambarini&Muti

В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С



ОСОБОЕ СОБЫТИЕ

PASTRY EVENTS

Чемпионат мира по женскому печенью
Итальянские чемпионаты кондитерского искусства

Партнёры



Da sempre a fianco del pasticcere.



Superarsi ogni giorno.

ОРГАНИЗАТОР

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

Providing the future

реклама

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



Гость:
Михаил Мищенко,
директор Центра изучения
молочного рынка

Фото:
предоставлены Центром
изучения молочного рынка

Михаил Мищенко:

«Чтобы развивать внутреннее
потребление, необходимо
создавать рынок»



– **М**ихаил, только что закончился автопробег «Дорогу молоку!», в рамках которого вы посетили Удмуртскую и Кировскую области и Республику Башкортостан. Поделитесь впечатлениями, как все прошло, с какими сложностями сталкивается молочная отрасль в этих регионах?

– Впечатления, конечно, очень яркие, в чем-то противоречивые. К числу успешных регионов в плане развития молочной отрасли можно отнести Удмуртию и Республику Башкортостан. Эти регионы прежде всего примечательны тем, что здесь есть жизнь на селе: в Башкортостане сельских жителей 38 % от общего количества населения, а в Удмуртии – 34 %. Да и сама по себе плотность жителей и их количество выше, чем в Кировской области. В ней на площади в 120 тысяч квадратных километров проживает 1 миллион 270 тысяч человек, а на селе из них всего 288 тысяч (это 22 %). Проезжая по Кировской области, можно увидеть огромные пустые сельскохозяйственные территории. Тем не менее Кировская область является регионом-донором и поставляет много сырого молока на рынок. Также там находится один из крупнейших в России переработчиков – Кировский молоч-

Очень заметно внимание и отношение властей к сельской территории, особенно в Удмуртской Республике и Республике Башкортостан. Просто поразительно, насколько люди заинтересованы в предоставлении возможностей для молочной отрасли. Честно говоря, таких бы руководителей в каждый регион России!

ный комбинат, но этого для региона явно недостаточно. Тот объем молока, который производится на территории Кировской области, может быть полностью переработан там же и поставлен на рынок в качестве готовой продукции. Это может стать драйвером для развития региона. Но, на мой взгляд, руководство региона в большей степени нацелено на развитие производства сырого молока и в меньшей степени уделяет внимание развитию перерабатывающих мощностей, а тут необходим поиск баланса.

– **С чем связана такая позиция руководства, как вы думаете?**

– У администрации региона есть определенная политика и свое понимание про-

цесса. Они говорят о том, что область является донором, поставляет качественное сырье, которое востребовано и хорошо покупается за пределами региона. Я, конечно, не оракул, но все же думаю, что нужно сбалансировать производство молока и переработку. Нужны внешние инвесторы, нужна поддержка мелких производителей. Если мы посмотрим на общую картину в Кировской области, то увидим, что производства молока в фермерских хозяйствах практически нет. Это говорит о том, что несколько крупных покупателей закупают большие объемы молока, и регион по сути является сырьевым, а мы знаем, что сырьевая экономика – это не всегда правильно.

– Что вас порадовало в ходе пробега, какие положительные моменты вы могли бы отметить?

– Порадовало многое. Конечно, очень заметно внимание и отношение властей к сельской территории, особенно в Удмуртской Республике и Республике Башкортостан. Просто поразительно, насколько люди заинтересованы в предоставлении возможностей для молочной отрасли. Честно говоря, таких бы руководителей в каждый регион России! Кроме того, это все грамотные люди из бизнеса, которые понимают нужды отрасли, понимают основные задачи, они готовы учиться и прислушиваться к другому мнению, а это очень важно.

– Спасибо! Давайте поговорим о более глобальных вещах. В Петербурге на конференции о молочной отрасли прозвучало мнение о том, что стимулом для развития отечественного молочного рынка могли бы стать квоты. По вашему мнению, насколько это может решить отраслевые проблемы?

– На мой взгляд, проблемы пищевой отрасли в целом и молочной отрасли, в частности, квотами не решаются. Конечно, мы можем вообще от всех закрыться, ничего не ввозить и ничего не вывозить, но мне кажется, это приведет к ограничению конкуренции, это приведет к меньшей эффективности, к сокращению ассортимента. Думаю, наоборот, рынок должен быть более демократичным, а производители – более эффективными. Несомненно, государство должно поддерживать отечественное производство, какие-то ограничения вводить. Но это должно быть точно. Также необходимо поддерживать эффективность развития инфраструктуры. Квоты логичны, когда внутренний рынок развит, когда вы конкурентоспособны, но по каким-то причинам нет возможности глобально конкурировать. Но у нас же проблема отрасли в том, что в целом по стране не очень развита инфраструктура. Есть, конечно, регионы, где все достаточно неплохо, та же Республика Башкортостан, но и там есть много сложностей.

Если говорить о глобальных вещах, то необходимо развивать в первую очередь внутреннее потребление. А внутреннее потребление у нас, к сожалению, падает по ряду причин.

– Расскажите о них?

– Первая причина – государство на сегодняшний момент является крупнейшим работодателем. Бизнес крутится в основном



Системы работы с производителями в принципе нет. У нас говорится о некой «гильотине», но это очередная декларация. В результате количество требований к производителям растет, количество производителей – сокращается. Во многих регионах мы не видим явного желания государства, региональных властей развивать мелкое предпринимательство. А сельский рынок – это мелкое предпринимательство!

вокруг государства, мало того, государство стремится оказывать все большее и большее влияние. Соответственно, являясь крупнейшим работодателем, оно собирает налоги из ключевых отраслей, а на остальные отрасли просто не обращает внимания. А именно там, в сельском хозяйстве, развивается мелкое и среднее предпринимательство, которое необходимо поддерживать! Это, конечно, сложнее, это рискованнее для государства в какой-то степени. Но этого не делается. Вводится все больше барьеров и ограничений, которых уже и так предостаточно! То есть квоты вводятся, по сути, уже внутри страны. Например, тот же самый «Мерку-

рий», в результате которого появились серьезные сложности у тех, кто производит натуральную молочную продукцию, а те, кто производит продукцию с заменителем молочного жира, не имеют проблем.

– Что может предпринять государство для развития внутреннего потребления?

– Чтобы развивать внутреннее потребление, необходимо создавать рынок. Люди должны больше зарабатывать денег. В первую очередь, это должно быть снижение налоговой базы, должны быть всевозможные меры поддержки мелкого предпринимательства. Не в том виде, в котором оно



сегодня ведется. Например, при открытии бизнеса можно было бы освобождать от налогов на определенный период времени. Государство пока не готово на это пойти. Системы работы с производителями в принципе нет. У нас говорится о некой «гильотине», но это очередная декларация. В результате количество требований к производителям растет, количество производителей – сокращается. Во многих регионах мы не видим явного желания государства, региональных властей развивать мелкое предпринимательство. А сельский рынок – это мелкое предпринимательство! Та же проблема, кстати, со свиноводством – его пытаются сконцентрировать в руках крупнейших производителей, а мелких убрать. Но это хороший бизнес для села.

– Раз уж мы коснулись «Меркурия» и тех, кто производит продукцию с ЗМЖ... На сколько я помню, вы не раз говорили о том, что продукты с заменителями молочных жиров следует исключить из «Технического регламента о безопасности молока», так? Как это скажется на потребителях, на производителях, если такое произойдет? И может ли это в принципе произойти?

– При наличии политической воли – может. Была бы политическая воля... Смотрите: у нас есть понятие молокосодержащий продукт с заменителем молочного жира. Это продукт, в котором составная часть молока меняется, и молочный продукт превращается в другой продукт. Этот продукт у нас является молокосодержащим и регулируется Техническим регламентом «О безопасности молока и молочной продукции». То есть это молочная продукция. Во всем мире это не так. Если вы заменили какой-то молочный компонент на растительный, этот продукт перестает быть молочным и становится аналогом, который регулируется другим техническим регламентом. Такой продукт не может находиться на одной полке с молочными продуктами, не может участвовать в тендерах при проведении государственных закупок. Сейчас что происходит? Государство закупает для своих нужд большие объемы наиболее дешевой продукции, соответственно, в качестве главного критерия принимает стоимость. Чем ниже стоимость, тем больше шансов, что продукция будет куплена. Получается, в итоге государство регулирует своими законами деятельность по производству про-

дукции с заменителями молочного жира. Есть закон о государственных закупках, есть технический регламент и государство само себе позволяет покупать самую дешевую продукцию из ненатурального сырья, называя это молочной продукцией! В случае вывода продукции с ЗМЖ из технического регламента «О безопасности молока» можно заставить государство закупать более качественную продукцию, произведенную из натурального молока, что усилит спрос на нее. Мы поднимаем эту тему, молочное сообщество начинает этот вопрос обсуждать, есть идеи поднять эту тему для обсуждения в Государственной Думе. Надеюсь, что мы сдвинем этот камень.

– Говоря о заменителях, нельзя не коснуться горячей темы отмены льгот по НДС на пальмовое масло. Как это повлияет на молочный рынок?

– Думаю, на молочный рынок это никак не повлияет. Сравнить стоимость пальмового жира и пальмового масла и молочного жира, в общем-то, не представляется возможным, слишком большая разница. Думаю, это в большей степени изменит ситуацию в кондитерской отрасли. **МП**

Эксперт:

Вера Штокайло,
начальник отдела
развития инвестиционной
инфраструктуры
ГКУ «АЭРЛО»



ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ: ТЕРРИТОРИЯ УСПЕШНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

На протяжении последних лет Ленинградская область прочно удерживает позиции одного из самых растущих субъектов Российской Федерации по объемам инвестиций. Ежегодно по этому показателю регион прибавляет примерно треть, что характерно для самых успешных экономик мира. Об этом на конференции «Молочная отрасль в СЗФО», организованной компанией MarketMedia, рассказала Вера Штокайло, начальник отдела развития инвестиционной инфраструктуры ГКУ «Агентство экономического развития Ленинградской области».

Объем инвестиций в основной капитал в 2018 году составил 466,9 млрд руб. (рис. 1).

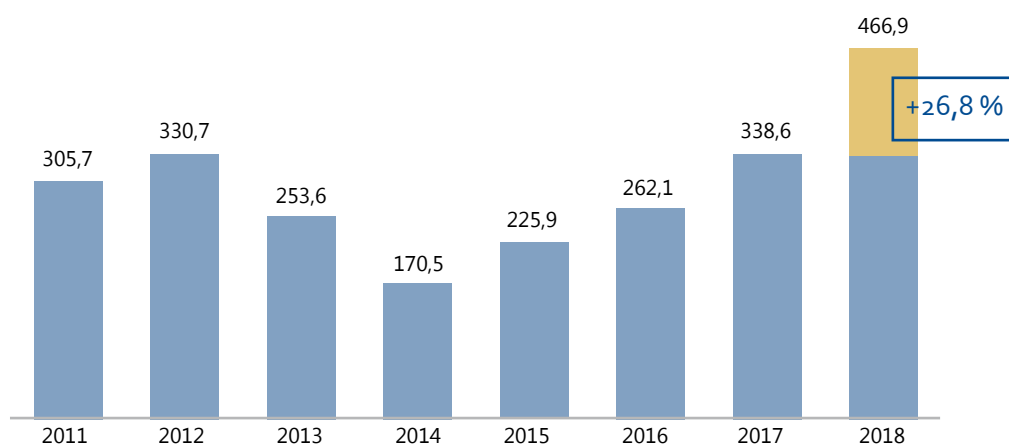
Доля инвестиций в ВРП составляет рекордные 44 %. Для сравнения: доля инвестиций в отечественный ВВП составляет около 17 %, а в новых индустриальных странах превышает 30 %. Ленинградская область вошла в десятку субъектов-лидеров по объему инвестиций на одного жителя. По оперативным данным Петростата, регион занимает 8-е место по этому показателю: на каждого жителя Ленобласти приходится 255 тыс. руб. (в среднем по России – 119,8 тыс. руб.). Таким образом, Ленинградская область обошла в рейтинге Москву, Московскую область, Татарстан и Санкт-Петербург. Объем поступивших в последние годы в Ленинградскую область прямых иностранных инвестиций непрерывно растет. Согласно

Согласно последним данным Центрального банка Российской Федерации, по итогам 2017 года Ленинградская область находится на 6-м месте среди всех субъектов РФ по объему привлеченных прямых иностранных инвестиций, сумма которых составила 4,8 млрд долл. США.

но последним данным Центрального банка Российской Федерации, по итогам 2017 года Ленинградская область находится на 6-м месте среди всех субъектов РФ по объему привлеченных прямых иностранных инвестиций, сумма которых составила 4,8 млрд долл. США.

Статус Ленинградской области как территории успешных инвестиций также подтверждается различными рейтингами. Так, Министерством экономического развития РФ Ленинградская область признана лидером среди регионов по эффективности управленческой команды. Отмечено также качество проводимой инвестиционной политики. Согласно рейтингу «Эксперт РА», Ленинградская область входит в группу 3A1 (пониженный потенциал – минимальный риск) и инвестиции в нее наименее рискованные (инвестиционный риск – 4-е место).

Рисунок. 1. Объем инвестиций в основной капитал, млрд руб.



Источник: Петростат

44 %

доля инвестиций
в ВРП17 % –
Россия8-е место среди всех
субъектов РФпо объему инвестиций на
одного жителя региона

4,8 млрд долл. США

объем прямых иностранных
инвестиций в 2018 году6-е место среди всех
субъектов РФпо объему привлеченных
прямых иностранных
инвестиций

В 2019 году Ленинградская область заняла 9-е место в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах РФ, поднявшись на три позиции по сравнению с 2018 годом. Международная шкала кредитных рейтингов Standard & Poor's оценивает Ленинградскую область на уровне BB+ (BB – эмитент платежеспособен, но неблагоприятные экономические условия могут отрицательно повлиять на возможности выплат).

Производство молока

Производством молока в регионе занимаются 90 сельскохозяйственных организаций, более 100 крестьянских (фермерских) хозяйств, а также личные подсобные хозяйства населения.

По данным Росстата, в 2018 году в регионе произведено 632,0 тыс. тонн молока

(101,9 % к 2017 году), что составляет 2 % от объема производства молока в Российской Федерации и 33 % от объемов СЗФО. По итогам 2018 года регион вошел в число 52 субъектов РФ, обеспечивших прирост объемов производства молока (рис. 2).

Ленинградская область характеризуется крупнотоварным сектором производства. Свыше 90 % молока производится в сельскохозяйственных организациях. По итогам первого полугодия текущего года, производство молока в хозяйствах всех категорий увеличилось на 6,7 тыс. тонн и составило 318,8 тыс. тонн.

Несмотря на то, что 2018 год оказался достаточно сложным для производителей молока Российской Федерации в целом и для Ленинградской области – в частности, ввиду существенного снижения закупочных цен на сырое молоко, регион занимает 1-е ме-

сто в России по молочной продуктивности коров (8531 кг), превышающей общероссийский показатель на 40 %, и 6-е место по производству молока в сельскохозяйственных организациях (595,2 тыс. тонн). Доля молочной продукции в структуре продовольственной корзины (стоимостная оценка) в различных регионах составляет от 20 до 30 %, в Ленобласти доля молока и молочных продуктов составляет около 22 %. Регион обладает значительным аграрным потенциалом, позволяющим полностью обеспечить потребность населения основными продуктами питания, в том числе и молоком. Сегодня обеспеченность молоком составляет 108 %.

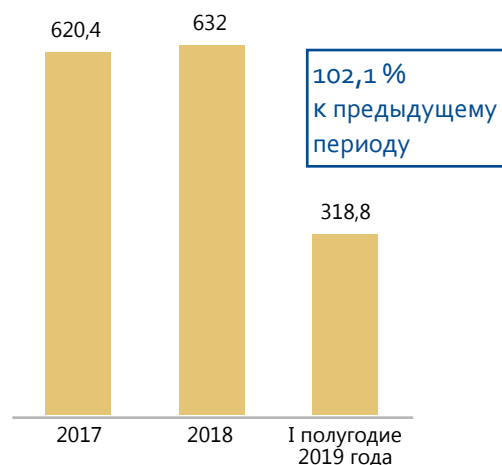
Молокоперерабатывающие предприятия

В 2018 году объемы переработки молока увеличены до 210 тыс. тонн, что составляет 116 % к 2017 году. Это стало возможным, в том числе, и за счет расширения сырьевых зон, развития собственной сырьевой базы и грамотной ценовой политики предприятий. В этом году объемы переработки молока сохраняются: сегодня предприятиями региона в сутки перерабатывается около 600 тонн молока-сырья, за первое полугодие 2019 года объем переработки молока (в пересчете на молоко б. ж.) составил более 107,0 тыс. тонн.

На сопровождении Агентства экономического развития Ленобласти находится крупный инвестиционный проект по молочной отрасли ООО «Галактика» – производителя широкого спектра молочных продуктов, по созданию производства свежих сыров в Ленинградской области. Проект предполагает организацию производства свежих и мягких сыров (моцарелла, рикотта, крем-сыр и др.) на базе действующего молочного завода в Гатчинском муниципальном районе Ленинградской области. Объем инвестиции в проект составит около 400 млн руб. «Галактика» полностью реализует всю цепочку производства молочных продуктов от фермы и до полки в торговой точке. Также на территории региона действуют такие крупные предприятия, как Гатчинский молочный завод, «Торосово», «Фермерское хозяйство Уварово», «Вкусные традиции», «Айсландия».

Деятельность по сопровождению инвестиционных проектов в режиме «единого окна» осуществляется фронт-офисом Администрации Ленинградской области по взаимодействию с инвесторами (на базе ГКУ «АЭРЛО»), который является структурным подразделением инвестиционной команды Правительства Ленинградской области. Сопровождение проектов по принципу «еди-

Рисунок 2. Производство молока, тыс. тонн



Источник: Росстат

90

с/х организаций

2 %

место среди всех от объема
производства молока в РФ

Личные

подсобные хозяйства
населения

В 2018 году:

>100

крестьянских
(фермерских) хозяйств

33 %

от объема производства
молока в СЗФО

Регион вошел в число

52 субъектов РФ,
обеспечивших прирост
объемов производства молока

ного окна» осуществляется на безвозмездной основе и обеспечивает комфортное взаимодействие инвесторов и представителей государственной власти. На сегодняшний день фронт-офис сопровождает более 270 инвестпроектов, 39 из которых – с иностранным капиталом. Для ведения диалога между органами власти и предпринимателями по вопросам инвестиционной деятельности действует Совет по улучшению инвестиционного климата под руководством Губернатора Ленинградской области А. Дрозденко. На заседаниях совета рассматриваются обращения инвесторов по вопросам осуществления инвестиционной деятельности на территории Ленинградской области. Фронт-офис координирует участие инвесторов в данном Совете.

По данным Росстата, в 2018 году в регионе произведено 632,0 тыс. тонн молока (101,9 % к 2017 году), что составляет 2 % от объема производства молока в Российской Федерации и 33 % от объемов СЗФО. По итогам 2018 года регион вошел в число 52 субъектов РФ, обеспечивших прирост объемов производства молока

Приоритетные задачи отрасли и меры поддержки

Основными задачами развития отрасли в Ленинградской области являются:

- продолжение мероприятий по техническому перевооружению и модернизации;
- повышение качества и расширение ассортимента импортозамещающей продукции;
- сохранение кадрового потенциала предприятий;
- внедрение ресурсосберегающих и безотходных технологий.

В качестве поддержки для реализации обозначенных целей для участников молочного рынка региона предусмотрены налоговые льготы и механизмы льготного кредитования. Так, для модернизации российской промышленности, организации новых производств и обеспечения импортозамещения по инициативе Министерства промышленности и торговли РФ был создан Фонд развития промышленности. Фонд предлагает льготные условия софинансирования проектов, направленных на разработку новой высокотехнологичной продукции, техническое перевооружение и создание конкурентоспособных производств, а также предоставляет целевые займы, стимулируя приток прямых инвестиций в реальный сектор экономики. Займы выдаются на создание новых продуктов, внедрение передовых технологий, организацию импортозамещающих производств.

Для привлечения инвестиций в экономику Ленинградской области был принят закон № 113-оз, гарантирующий предоставление инвесторам налоговых льгот в срок 35 дней, согласно которому:

- региональная часть налога на прибыль снижена до 13,5 %;
- налог на имущество снижен до 0 % (налоговые льготы действуют до 1 января 2023 года).

В настоящее время Правительством Ленинградской области готовится на рассмотрение в Законодательное собрание Ленинградской области проект областного закона «О налоговой ставке налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в областной бюджет Ленинградской области, для участников региональных инвестиционных проектов» (РИП) в целях реализации механизма стимулирования инвестиционной деятельности в сфере обрабатывающей промышленности, предусмотренного гл. 3.3 Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ). Участникам региональных инвестиционных проектов предоставляется пониженная до 10 % налоговая ставка налога на прибыль организаций,



Вера Штокайло:

«Несмотря на то, что 2018 год оказался достаточно сложным для производителей молока Российской Федерации в целом и для Ленинградской области – в частности, ввиду существенного снижения закупочных цен на сырое молоко, регион занимает 1-е место в России по молочной продуктивности коров (8531 кг), превышающей общероссийский показатель на 40 %, и 6-е место по производству молока в сельскохозяйственных организациях (595,2 тыс. тонн)».

подлежащего зачислению в областной бюджет Ленинградской области. Срок действия специального налогового режима устанавливается ст. 284.3 НК РФ – до 1 января 2027 года, либо до достижения налоговых льгот 50 % объема, осуществленных в целях реализации инвестиционного проекта капитальных вложений. Основными условиями для включения в реестр региональных инвестиционных проектов являются:

- объем капитальных вложений за период – от 50 млн руб.;
- доходы от реализации товаров, произведенных в результате реализации РИП, составляют не менее 90 % всех доходов организации, учитываемых при определении налоговой базы;
- вид экономической деятельности организации соответствует классификации ОКВЭД – Обрабатывающие производства.

Кроме того, предпринимателям Ленинградской области могут быть предоставлены гранты и субсидии от комитета по агропромышленному и рыбохозяйственному комплексу Ленинградской области, а также субсидии от комитета по развитию малого, среднего бизнеса и потребительского рынка Ленинградской области. **МП**

10 %

Участникам региональных инвестиционных проектов предоставляется пониженная до 10 % налоговая ставка налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в областной бюджет Ленинградской области.

ИНГРЕДИЕНТЫ для молочной ПРОМЫШЛЕННОСТИ

KIRSCH



ГЛЮКОНО-ДЕЛЬТА-ЛАКТОН

**mySTARTER
CULTURE**

заквасочные культуры
прямого внесения

mySECOREN

сычужный фермент

MUCOREN

микробиальный
коагулянт

MAYMIX

стабилизационные смеси
для мороженого

mayMICIN

натуральные пищевые
консерванты (натамицин)

mayNISIN

натуральные пищевые
консерванты (низин)

mayLYSOZYME
FOOD PRESERVATIVE

натуральные пищевые
консерванты (лизоцим)

ООО «Кирш»

+7(495) 136-67-34, +7(495) 136-67-35

e-mail: mail@kirsch.ru

www.kirsch.ru, www.maysa.ru

Эксперт: **Артем Белов,**
генеральный директор «Союзмолоко»

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО РЫНКА РОССИИ И СТРАН ЕАЭС

Благодаря целому ряду факторов спрос на молоко и молочные продукты будет расти во всем мире. О том, что будет влиять на развитие мирового молочного рынка, с какими вызовами в ближайшее время придется столкнуться России и ее ближайшим соседям, какие направления экспорта стоит рассматривать отечественным производителям, рассуждает генеральный директор Национального союза производителей молока Артем Белов.

По прогнозам ФАО ООН, мировая торговля молочной продукцией к 2027 году вырастет до 10 млрд долл. за счет роста потребления в Китае, странах Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и Африки.

В то же время 2018 год аналитики Deloitte называли еще одним годом турбулентности на молочном рынке. По их мнению, на рынок продолжают негативно влиять внешнеполитические факторы: неоднозначная ситуация со спросом в Китае, эмбарго в России и отмена квот в Евросоюзе. Однако, несмотря на это, эксперты видят на рынке и положительные изменения. Они выражены, в частности, в постоянном росте населения земли, растущих доходах жителей развивающихся стран, увеличении численности городского населения и потребительской моде на здоровое питание. Эти точки роста приведут к тому, что уже к 2020 году спрос на молоко и продукты на его основе вырастет на 2,5 %, уверены аналитики Deloitte.

Основные потребители – это Китай, Мексика, Малайзия, Египет, Бразилия, а ключевыми экспортерами молочного рынка являются страны ЕС, Новая Зеландия, Индия, Аргентина и целый ряд других стран.

В целом, если посмотреть на динамику мирового рынка молока в последние годы, становится заметным рост потребления основных молочных категорий: сухих молочных продуктов, сыров, сливочного масла. По прогнозным оценкам аналитиков Milknews, мировое потребление СМ составит в 2019 году до 4,1 млн тонн, СЦМ – 3,8 млн тонн, сыров – 20,1 млн тонн, сливочного масла – 10,2 млн тонн (рис. 1).

Есть несколько факторов, влияющих на рост потребления, в том числе это сокраще-

ние запасов готовой молочной продукции. В России рекордные объемы запасов молочной продукции, сформированные в начале года, значительно сократились вследствие рекордного же снижения импорта к его концу. По итогам 2018 года импорт стал минимальным за последние 15 лет. Кроме того, в Европе к концу 2017 года на складах накопился приличный объем СМ (около 370 тыс. тонн). Сложившаяся ситуация создавала серьезное давление на ценовую ситуацию не только в самом Евросоюзе, но и во всем мире. В 2018 году европейские власти всерьез взялись за проблему реализации образовавшегося стока и начали активно распродавать запасы. К концу ноября на складах оставалось 167 тыс. тонн сухого молока.

Не менее важным фактором в 2018 году оставался повышенный спрос со стороны Китая в результате сокращения собствен-

ного производства и увеличения численности населения (особенно в развивающихся странах Азии, Ближнего Востока, Африки). По сухим молочным продуктам торгуется до 50 % объема, по сырам и сливочным маслам – от 10 до 20 %. Именно эти продукты формируют спрос на мировом рынке, и если Россия планирует выступать в качестве экспортера на мировом молочном рынке, то объем и конкурентоспособность стоит обеспечивать за счет работы в сегменте B2B, хотя продукты в сегменте B2C тоже могут играть определенную роль.

Одновременно происходило улучшение социально-экономического положения отдельных групп населения в развитых и ряде развивающихся стран.

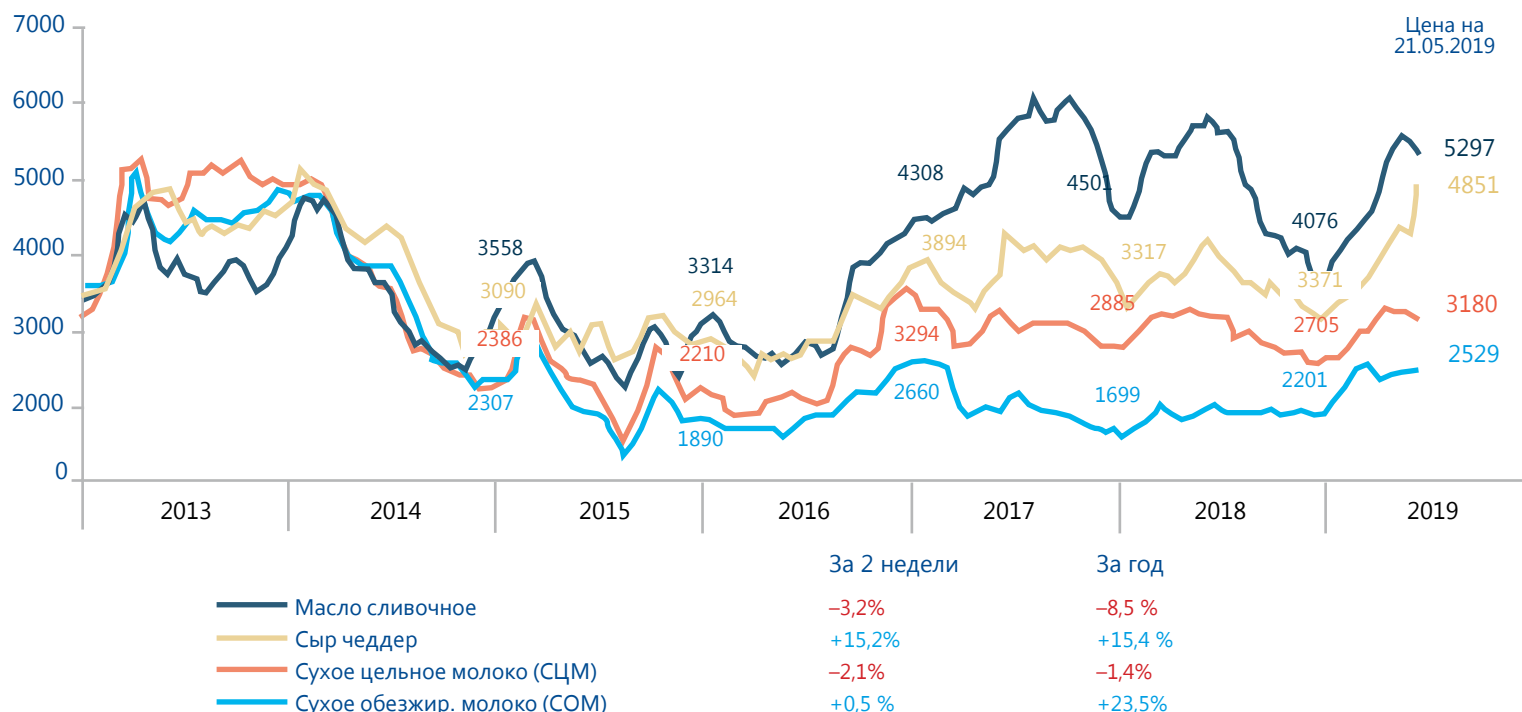
Еще одна важная особенность молочной категории в том, что урбанизация, изменение рациона питания вынуждает потреби-

Рисунок 1. Динамика мирового потребления молочных продуктов



Источник: АЦ MilkNews по данным USDA

Рисунок 2. Торги GDT как индикатор ценового тренда на мировом молочном рынке



Источник: АЦ MilkNews по данным GlobalDairyTrade

телей искать более «удобные» продукты. Широкая продуктовая линейка молочных продуктов (свыше 11 категорий) позволяет различным сегментам потребителей удовлетворять потребности в необходимых микроэлементах.

В результате объем производства молока-сырья продолжает расти. В четырех регионах, обеспечивающих 70 % мирового производства, достаточно неплохую динамику показывают развивающиеся рынки. Наращивание производства молока в таких странах, как Индия, Бразилия, Пакистан, осуществляется более быстрыми темпами, чем в развитых, что объясняется быстрым ростом населения, урбанизацией и улучшением экономического состояния. Индия и Пакистан в этом году наращивают поголовье и производительность.

Умеренный прирост по производству молока фиксируется в Европе, Африке, Новой Зеландии. В ЕС, США, Бразилии реализуется задача повышения молочной продуктивности. При этом в Новой Зеландии и Бразилии в этом году складывается благоприятная погода, что будет способствовать росту производства молока. В то же время в Австралии и ЕС стоит жаркая и засушливая погода, Китай, Пакистан, ЕС, Австралия, Аргентина фиксируют тенденцию удорожания кормов, а США и Китай развернули полномасштабную торговую войну. Все это вкупе с идущей консолидацией на рынках Китая,

Итак, мировой рынок молока динамично развивается, и производители с постсоветского пространства могут быть на нем конкурентными и успешно работать. Экспорт может стать главным драйвером дальнейшего развития рынка для России. Он развивается уже давно и достиг отметки в 310 млн долл., что сопоставимо с экспортом мясной продукции. России нужно активно искать и открывать новые рынки сбыта для молочной продукции. На ближайшие несколько лет это приоритетная задача для государства и ключевых отраслевых игроков

РФ, Аргентины и падения спроса в Украине будет негативно влиять на развитие рынка.

Устойчивый спрос на молочные продукты приводит к устойчивой динамике цен на ряд продуктов: СОМ, СЦМ, сыры, сливочное масло. Если посмотреть на цифры по GDT, можно отметить, что по всем основным позициям динамика за полгода позитивная (рис. 2).

Что будет влиять на развитие мирового рынка:

1. Политические и внешнеэкономические факторы: конфликты США с Китаем, Мексикой и Канадой, выход Великобритании из ЕС, курсы валют мировых экспортеров и импортеров, а также климатические факторы (засуха и ураганные ливни в Новой Зеландии и Австралии, погода в ЕС).

2. Развитие рынка в Китае, который остается крупнейшим импортером молочной продукции и где ожидается рост спроса и в 2019 году на фоне сокращения внутреннего производства в результате консолидации отрасли, роста затрат на корма и ужесточения ветеринарных и экологических правил.

3. Повышение спроса на развивающихся рынках в результате роста численности и благосостояния населения, стагнация спроса на развитых рынках ввиду насыщения рынка.

4. Повышение цен на готовую продукцию, обусловленное увеличением спроса на мировом рынке и ростом конкуренции за рынки сбыта.

5. Увеличение производства сырого молока в развивающихся странах (Индия, Бразилия и др.) при умеренном росте в ключевых странах-экспортерах (Новая Зеландия, ЕС, США).

6. Интенсификация производства молока (сокращение стада с одновременным ростом продуктивности коров – Аргентина, Австралия, Китай, ЕС, Новая Зеландия, Украина) и консолидация производства (Китай).

7. Рост потребления растительных альтернатив молока, рынок которых, по прогнозам аналитического агентства GIRA, в ближайшие годы может вырасти до 20 % или в четыре раза по сравнению с 2002 годом.

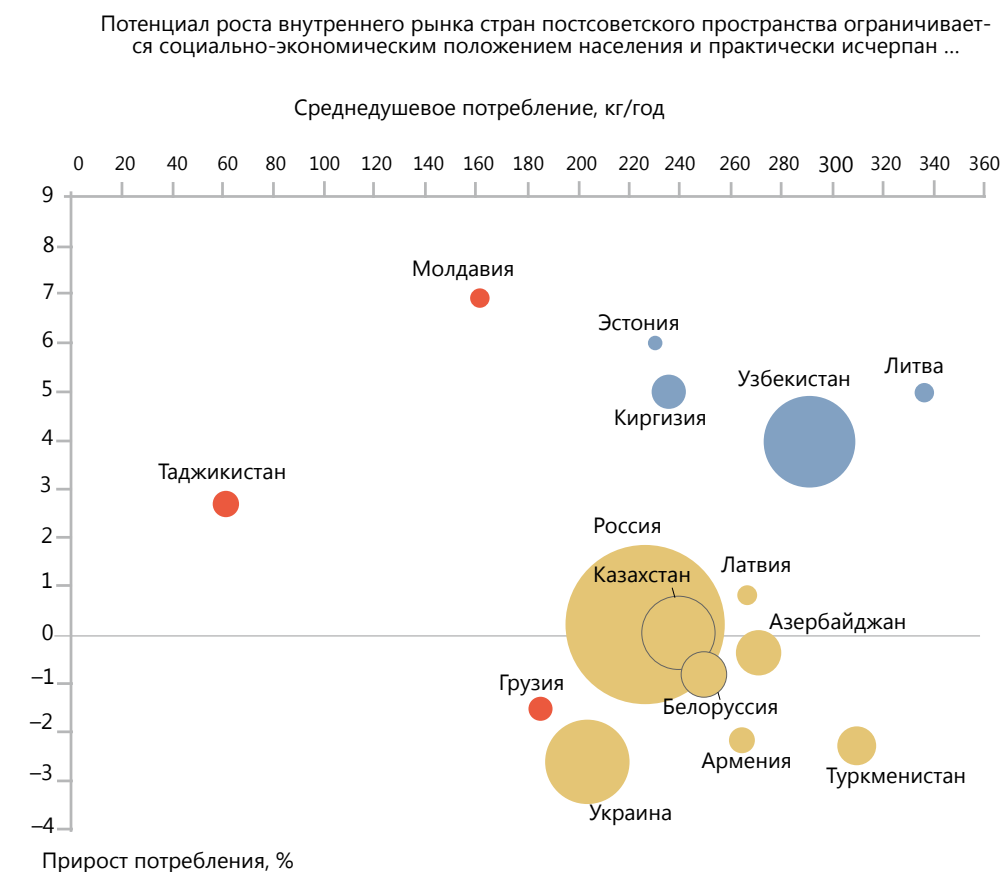
Безусловно, на мировом рынке нас никто не ждет, и процесс выхода на него очень непрост. Мы видим это по опыту Белоруссии, которая взялась за решение данного вопроса еще несколько лет назад и добилась определенных успехов: формально молочная продукция поставляется в 47 стран мира, в том числе в Китай, ЕС, Индонезию, ОАЭ. И несмотря на это, объемы их поставок за пределы СНГ пока не велики – 43 млн долл.

Страны постсоветского пространства

Внутренний молочный рынок стран постсоветского пространства близок к насыщению и обладает значительным потенциалом для расширения присутствия на мировом рынке. Как видно из иллюстраций, на постсоветском пространстве объемы достаточно существенны: все страны потребляют более 200 литров молока на душу населения в год. 80 % рынка постсоветского пространства формируют пять стран: Россия, Казахстан, Беларусь, Украина и Узбекистан (рис. 3). Вовлеченность крупнейших стран – производителей молочной продукции на постсоветском пространстве в мировую торговлю остается низкой.

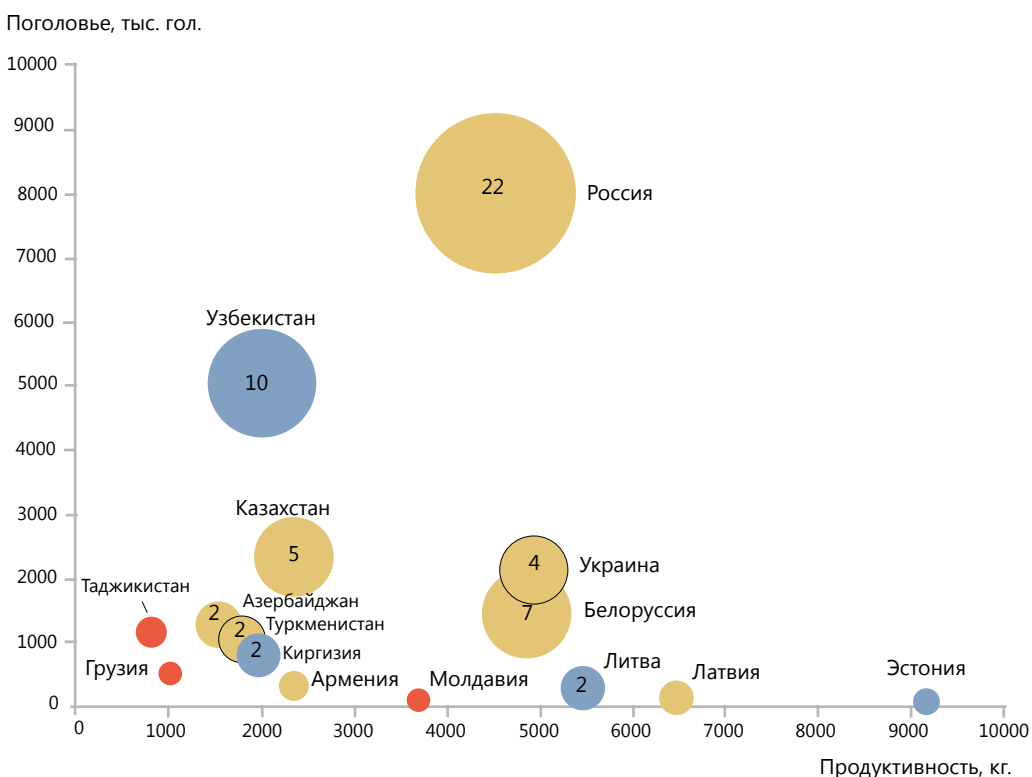
Сегодня торговля на территории СНГ в основном замкнута друг на друга: экспорт из России в третьи страны составляет не более 11 %, из Беларуси – около 6 %, из Казахстана – около 3 %, и лишь Украина экспортирует более 60 % продукции в третьи страны. Украина показывает позитивный пример активного выхода на новые рынки сбыта. Если до 2015 году ключевым внешним рынком Украины являлась Россия (поставка сыров), то после введения Россией ограничений на импорт Украина начала активно развивать экспорт в страны дальнего зарубежья. За последние пять лет страна смогла диверсифицировать свои поставки и переориентироваться. До 2014 года на украинском рынке 90 % поставок приходилось на СНГ, основной была Россия. Сейчас же 60 % идет в третьи страны, причем значительная часть – в ЕС.

Рисунок 3. Объемы внутреннего рынка молока и молочной продукции стран постсоветского пространства



Размеры шаров отражают объемы внутреннего рынка молока и молочной продукции

... высокий потенциал наращивания производства в сырьевом секторе формирует перспективы развития экспорта молочной продукции



Размеры шаров отражают объемы производства коровьего молока

Источник: АЦ MilkNews по данным FAO

На вышеуказанные рынки Украина поставляет сухие молочные жиры, сухое и сгущенное молоко и сливки, сыворотку, что должно стать для нас сигналом о том, на чем необходимо сконцентрировать усилия.

Китай – ключевой рынок для большинства молочных стран. Здесь интересен кейс Беларуси, которая за год в девять раз увеличила поставки в Китай. Большая часть экспортных поставок (95 %) – это сухие молочные продукты, жиры и сыворотка. На них и нужно концентрироваться. Отметим, что в Китае farm gate price в полтора раза выше, чем в России и Европе, поэтому, имея конкурентоспособный уровень и зная про высокие китайские цены, Россия сможет выйти на данный рынок.

Плохая новость состоит в том, что ключевые рынки в последнее время показывают отрицательную динамику. Нет прироста потребления в России, почти нет – в Беларуси, стагнирует спрос в Украине, устойчивая динамика роста наблюдается лишь в Узбекистане. Эта ситуация говорит о том, что возможность экспорта молока из России в страны бывшего СССР существенно ограничена. Если Россия хочет экспортировать, стоит ориентироваться на рынки третьих стран.

С какими вызовами придется столкнуться странам ЕАЭС?

1. Низкая территориальная и товарная диверсификация рынков сбыта: производимая молочная продукция практически полностью потребляется странами ЕАЭС/СНГ, экспорт в третьи страны только начинает развиваться, для Республики Беларусь Россия является основным рынком сбыта.

2. Сокращение платежеспособного потребительского спроса в результате снижения покупательной способности доходов населения.

3. Значительные возможности повышения эффективности (товарность, продуктивность) и доходности производства и переработки молока.

4. Экспортный потенциал: география, конкурентоспособность (при условии повышения эффективности).

Импортозамещение – тренд молочной отрасли России

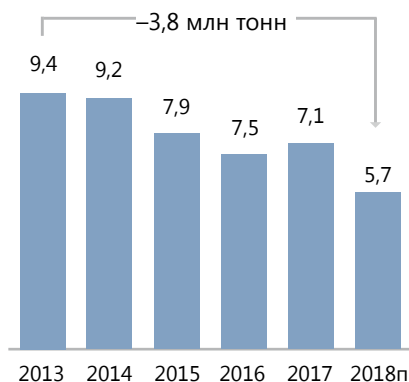
За период действия «санкций» в молочной отрасли удалось значительно снизить зависимость от импортной продукции, обеспечив устойчивое развитие собственного производства как сырья, так и готовой продукции.

В результате за пять лет уровень самообеспечения РФ молоком и молокопродуктами вырос на 8,1 п. п., до 84,2 % в 2018 году. По оценкам «Союзмолоко», реальный уровень самообеспеченности молоком и молочной

продукцией несколько ниже, так как реальную обеспеченность молокоперерабатывающих предприятий сырьем корректнее было бы оценивать только с учетом товарного молока. При расчете по товарному молоку уровень самообеспеченности в 2018 году составил 78,8 % (+11,9 п. п. за пять лет), при этом в последние годы темпы его роста сохраняются. Инициированные и реализуемые инвестиционные проекты, подкрепленные действующими механизмами государственной поддержки, обеспечивают устойчивый тренд на достижение порогового значения самообеспеченности молочной продукцией на уровне 90 %. Значительный рост производства товарного молока в последние годы позволил повысить реальную самообеспеченность до рекордного для России уровня.

Ключевым эффектом от введения ограничений на импорт из ряда стран стало снижение конкуренции на внутреннем рынке с импортной продукцией. Объем импорта молочной продукции в 2018 году оказался минимальным за последние 15 лет, а в сравнении с 2013 годом снижение составило 40 %, однако импорт по-прежнему продолжает оказывать существенное влияние на внутренний рынок (рис. 4).

Рисунок 4. Импорт молочной продукции в Россию



Источник: АЦ MilkNews по данным ФСТС

Уход с российского рынка молочной продукции из европейских стран (а именно они ранее обеспечивали значительный объем поставок) освободил на внутреннем российском рынке заметную нишу, однако, помимо отечественных производителей, ее успешно начали заполнять сначала внешнеторговые партнеры из Республики Беларусь, а в последние годы под влиянием конъюнктурных факторов растут поставки и из третьих стран – Уругвая, Новой Зеландии, Аргентины. Но основным внешним поставщиком молочной продукции в Россию остается Республика Беларусь, обеспечившая

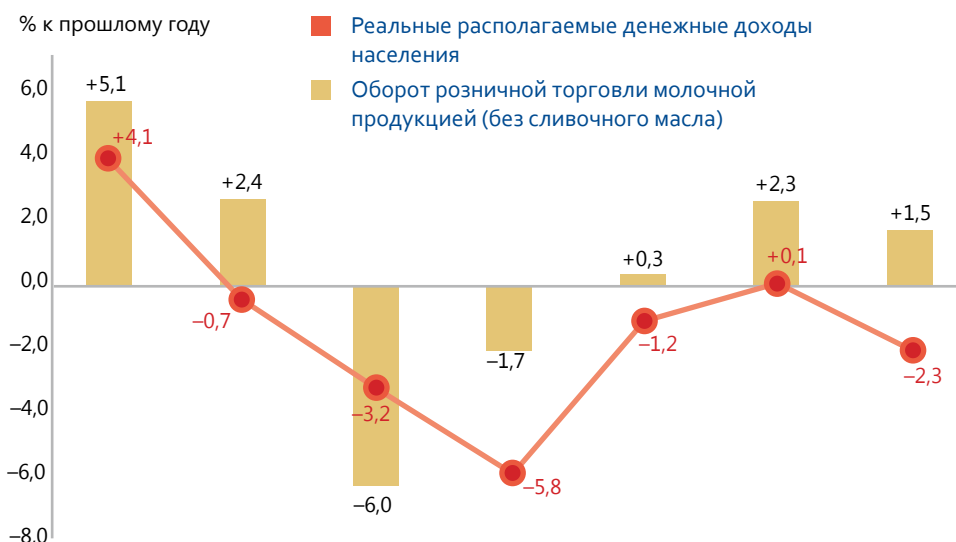
По итогам 2018 года средний показатель даже по сельскохозяйственным организациям составил 5,9 тонны, в то время как для современных комплексов базовым является значение в 8–9 тонн. Что же касается отрасли в целом (с учетом остальных категорий хозяйств), то средняя молочная продуктивность составила в 2018 году 4,5 тонны при среднегодовом приросте 3 %.

в 2018 году более 80 % импорта. В 2019 году РФ также занимает лидирующие позиции в импорте большинства видов молочной продукции: питьевого молока и сливок – 85 %, сухого обезжиренного молока – 76, кисломолочной продукции – 93, молочной сыворотки и продуктов из натуральных компонентов молока – 76 %, сливочного масла – 64, сыров – 83, творога – почти 100 %. Исключение составляют только мороженое, где доля Белоруссии составляет 38 %, и сухое цельное молоко – 49 % (в результате роста импорта из третьих стран – Уругвай, Новая Зеландия, Аргентина, Турция).

Вместе с тем, несмотря на частичное замещение импорта из стран, попавших под действие эмбарго, импортом из других стран, значительный санкционный эффект проявился в устойчивом росте производства сырого товарного молока. Разработанные и реализованные меры и механизмы государственной поддержки – компенсация части прямых затрат, снижение стоимости пользования кредитными ресурсами, субсидия на произведенный объем товарного молока и другие сопутствующие меры поддержки – позволили привлечь в отрасль новых инвесторов и обеспечить стабильные темпы роста производства товарного молока в России на уровне 2–3 % в год.

В 2018 году прирост производства товарного молока составил 2,3 % (до 21,5 млн тонн), в 2019-м ожидается прирост около 3 %. Этому способствовал ввод новых товарных молочных комплексов, работа над улучшением генетики стада, повышением молочной продуктивности коров и уровня товарности производства. В настоящее время поддержку отрасли оказывает также благоприятная ценовая конъюнктура в сырьевом секторе.

Рисунок 6. Реальные располагаемые доходы населения



Источник: АЦ MilkNews по данным ФСГС и собственным оценкам

Указанный прирост обеспечивают главным образом современные крупнотоварные молочные комплексы. Растет и молочная продуктивность коров: в сельскохозяйственных организациях среднегодовой прирост составляет около 6 %, однако текущий уровень продуктивности имеет существенный потенциал роста. По итогам 2018 года средний показатель даже по сельскохозяйственным организациям составил 5,9 тонны, в то время как для современных комплексов базовым является значение в 8–9 тонн. Что же касается отрасли в целом (с учетом остальных категорий хозяйств), то средняя молочная продуктивность составила в 2018 году 4,5 тонны при среднегодовом приросте 3 %. Вместе с тем ряд субъектов РФ, прежде всего те, где основной объем молока производится в сельскохозяйственных организациях, имеют достаточно высокие средние показатели: Ленинградская область и г. Москва – более 8 тонн, Кировская, Владимирская, Волгоградская, Белгородская, Калужская и Московская области, Краснодарский край – около 7 тонн. В 2019 году повышение молочной продуктивности продолжается: за первое полугодие прирост в сельскохозяйственных организациях составил 5,2 % (или 160 кг/гол).

Рост ресурсной базы позволяет наращивать производство готовой молочной продукции. В выигрыше оказались прежде всего производители молокоемких категорий: сыра и сырных продуктов, сливочного масла, сухого молока. Темпы прироста производства в этих сегментах наиболее значительные.

Однако ключевой проблемой, с которой столкнулся молокоперерабатывающий сектор в последние годы, является сни-

Падение спроса – ключевой фактор, сдерживающий дальнейшее наращивание производства. Слабый спрос способствует также снижению темпов интенсификации перерабатывающего сектора, модернизации и повышению эффективности производства, снижению себестоимости готовой продукции. В результате в молокоемких категориях сохраняется значительная доля импортной молочной продукции: в сырах и сырных продуктах, сливочном масле – 29 %, сухом обезжиренном молоке – 54 %, сухом цельном молоке – 37 %.

жение платежеспособного спроса на готовую продукцию. Причина – падение реальных располагаемых доходов населения, начавшееся в 2014 году и продолжающееся до сих пор. В том числе с этим связан более стремительный рост производства в молокоемких категориях: производство в указанных сегментах из-за более продол-

жительных сроков хранения готовой продукции в меньшей степени подвержено влиянию потребительского спроса, чем, например, в цельномолочном секторе. Более того, это экспортно ориентированные товары, поэтому основной объем прироста производства сырого молока направлен именно в эти категории (рис. 6).

Падение спроса – ключевой фактор, сдерживающий дальнейшее наращивание производства. Слабый спрос способствует также снижению темпов интенсификации перерабатывающего сектора, модернизации и повышению эффективности производства, снижению себестоимости готовой продукции. В результате в молокоемких категориях сохраняется значительная доля импортной молочной продукции: в сырах и сырных продуктах, сливочном масле – 29 %, сухом обезжиренном молоке – 54 %, сухом цельном молоке – 37 %.

По мнению «Союзмолоко», в настоящее время санкционный эффект полностью исчерпан: белорусская продукция успешно заместила значительную часть выпавшего импорта из европейских стран. Сегодня отрасль вышла на новый этап развития, должна решать новые задачи: интенсификация и повышение эффективности производства, снижение себестоимости производства и повышение конкурентоспособности на всех этапах, развитие экспорта как одного из направлений сбыта готовой продукции, и самое важное – стимулирование потребления молочной продукции внутри страны.

Прирост производства обеспечился достаточно комфортной ценовой ситуацией, которая сохраняется и сейчас. По итогам года цена будет стремиться к пиковым значениям 2017 года и сохранится на достаточно высоком уровне. В большинстве регионов она выше показателей за аналогичные прошлые периоды. Что будет с этим молоком с учетом того, что спрос на рынке достаточно вялый? Скорее всего, оно уйдет в запасы. Основной прирост производства сегодня идет по продуктам с высокими сроками хранения – сырам и сырным продуктам, и запасы по ним растут.

Если говорить о доходности производства и росте себестоимости, то для производителей молока эти цифры формируют важную задачу по повышению эффективности производства и снижению издержек.

Уровень государственной поддержки будет в 2019 году на уровне 2018-го, возможно, даже чуть выше. Пока нет полного понимания объемов поддержки по компенсации возмещенных затрат, и общая сумма увеличится – сейчас она составляет порядка 32 млрд руб., что обеспечивает конкурентоспособность российского производства, в том числе на мировом рынке. МП



Надежный союзник в битве за чистоту

Безукоризненная чистота на молочной ферме – это не только забота о биологической безопасности производства и конечном продукте, но и залог роста эффективности хозяйства. Ведь жесткое соблюдение санитарных норм позволяет снизить расходы на ветеринарное обслуживание, повысить надои и качество молока.

Для того чтобы экономическая выгода от соблюдения правил гигиены оказалась максимальной, уборочное оборудование должно быть надежным, универсальным, эффективным, ресурсосберегающим и удобным. В этом случае сокращаются издержки на его ремонт, замену и расширение функционала, уменьшается расход электричества, воды и моющих средств, а ежедневная уборка становится быстрой и легкой. Оборудование, обладающее всеми перечисленными качествами, предлагает молочным хозяйствам компания Kärcher – мировой лидер на рынке уборочной техники.

Не оставить пыли шансов

Пыль, остатки кормов и подстилки, пролитые жидкости – это идеальная питательная среда для размножения и распространения опасных микроорганизмов, плесневых грибов и насекомых (которые, в свою очередь, служат переносчиками различных заболеваний). Для очистки помещений и наружных территорий подходят мощные подметальные машины серии KM и профессиональные пылесосы NT для сухой и влажной уборки. Пренебрежение регулярной и своевременной уборкой ставит под угрозу здоровье животных и сотрудников фермы, а также может отразиться на качестве сырья, поставляемого на молокозаводы.

Водные процедуры

Но, разумеется, в животноводческих и доильных помещениях не обойтись без тщательной влажной уборки. Для нее компания

Kärcher предлагает широкий ассортимент аппаратов высокого давления без или с подогревом воды (HD и HDS). Они легко справляются с загрязнениями на любых поверхностях: горизонтальных и вертикальных, гладких и рельефных. Мойки могут быть стационарными и мобильными, работать на разных видах топлива или подключаться

Чтобы экономическая выгода от соблюдения правил гигиены оказалась максимальной, уборочное оборудование должно быть надежным, универсальным, эффективным, ресурсосберегающим и удобным. В этом случае сокращаются издержки на его ремонт, замену и расширение функционала, уменьшается расход электричества, воды и моющих средств.

к электросети. Техника Kärcher применяется для мытья не только помещений, но и молочных цистерн и доильного оборудования, то есть объектов, непосредственно контактирующих с пищевым сырьем.

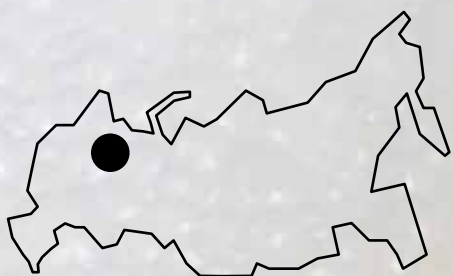
При использовании аппаратов высокого давления с подогревом воды предельные температуры достигают +155 °С, что позволяет отчищать самые стойкие загрязнения почти без применения химических чистящих средств. Результат – экономия денег и времени, а также снижение вреда, наносимого окружающей среде. Если

же кипятка не нужен, аппарат может работать в экономичном режиме с температурой воды +60 °С и минимальным расходом топлива (электроэнергии). Поверхности, обработанные горячей водой, быстрее сохнут после чистки, в целом время уборки сокращается примерно на 35 %. Надежность оборудования обеспечивается, в частности, встроенным термостатом, который отключит приводной двигатель, если температура станет слишком высокой, и встроенным фильтром очистки воды.

Широкий ассортимент дополнительных аксессуаров делает технику Kärcher, без преувеличения, универсальной. При этом различные аксессуары очень просто и быстро меняются благодаря запатентованной системе EASY!Lock. Значительно облегчает работу с аппаратами и инновационный пистолет EASY!Force. Сила отдачи водяной струи сама прижимает рычаг к руке оператора, так что для его удержания не требуется мышечного усилия.

У Kärcher есть удобное решение для хозяйств, которые уже обзавелись аппаратами высокого давления без подогрева, но теперь хотели бы ощутить все преимущества «горячей чистки» без полной замены оборудования. Мобильный водонагреватель позволит превратить холодную мойку в горячую с минимальными денежными затратами, чтобы на ферме, вне зависимости от ее размера и количества животных, всегда царил безупречная чистота. **Р**

Тел.: 8-800-1000-654 www.karcher.ru



Площадь территории –

145,7 тыс. кв. км

Население –

1167,7 тыс. человек

Поголовье коров в хозяйствах всех категорий, 2018 год, –

77 тыс. голов

Производство молока в хозяйствах всех категорий, 2018 год, –

532 тыс. тонн

Производство молочной продукции, 2018 год, –

21,8 млрд руб.



Вологодская область



Автор: Оксана Ермолаева

ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ: ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Вологодчина – старейший и известнейший в России регион молочного животноводства. Мировой известностью пользуется шедевр местного маслоделия – вологодское сливочное масло. Благоприятный для молочного животноводства умеренно-континентальный климат, наличие трудовых ресурсов, производственных площадок и свободных мощностей для переработки молока делают регион одним из самых надежных и привлекательных для инвестирования в России. Об этом в рамках XI Молочной олимпиады рассказал заместитель Губернатора Вологодской области Михаил Глазков.

Удачное географическое положение области, которая граничит с восемью субъектами РФ, близость к Москве и Санкт-Петербургу позволяет вологжанам налаживать эффективную логистику и говорить о значительном потенциальном рынке сбыта продукции (порядка 50 млн человек).

Из 26 муниципальных районов Вологодской области в 18 сельскохозяйственных деятельность связана преимущественно с молочным животноводством. Сельскохозяйственные угодья составляют более 1,096 млн га, на пашни приходится 717,5 тыс. га. Сегодня распаивается и обрабатывается порядка 350 тыс. га, поэтому резервы для увеличения производства молока немалые.

Молоко, в основном, производится сельскохозяйственными организациями, на их

В настоящее время вологодское масло по единому нормативному документу могут производить только восемь вологодских молокоперерабатывающих предприятий, владельцев наименования места происхождения товара.

долю приходится 93 % произведенного объема. Это особенность региона, который по производству молока сельскохозяйственными организациями занимает 2-е место по Северо-Западу и 12-е по России. Соответственно, доля Вологодской области в общероссийском объеме произведенного сельскохозяйственными организациями молока составляет 3 %, а по СЗФО – 31%. Производство молока (хозяйствами всех категорий) на душу населения составляет 454 кг, по этому показателю регион находится на 1-м месте в СЗФО и на 7-м – в РФ. Средний надой молока на корову в сельскохозяйственных организациях по итогам 2018 года составляет 7160 кг, а в целом по всем хозяйствам – 6944 кг.

Поголовье стада крупного рогатого скота составляет 165,8 тыс. голов, из них 77,0 тыс.

коров. В отличие от многих регионов, Вологодская область может похвастаться пусть и небольшим, но все же последовательным приростом поголовья коров на 1 % в год. 91 % маточного поголовья, или 70,2 тыс. голов, содержится в сельскохозяйственных организациях.

С 1904 года в области ведется племенная работа. Из порядка 160 хозяйств 34 имеют статус племенных организаций, в них содержится 57 % от общего поголовья коров (более 40 тыс. голов). Приоритет в разведении отдается скоту черно-пестрой породы – 70,4 % от пробонитированного поголовья КРС, холмогорская составляет 12,4 %, айр-ширская – 8,2 %. Также присутствуют ярославская и голштинская породы.

Объемы производства молока в последние 5 лет растут на 4–5 % в год. В 2018 году валовой объем составил 532 тыс. тонн. Хотя поголовье коров с 2005 года снизилось со 109,2 до 77 тыс. голов, рост валового производства молока к 2005 году составляет 113,2 % с хорошими результатами по росту продуктивности коров в сельхозорганизациях (рост с 2005 года – 170 %).

В регионе идет постоянная интенсификация производства, строятся новые фермы, модернизируются молочные комплексы, новые технологии позволяют сделать производство более эффективным и ведут к снижению затрат и повышению качества сырого молока. Так, ОАО «Заря» реализует проект по строительству животноводческой фермы на 3128 ското-мест (1400 коров и 1728 молодняка) вблизи д. Гончарка; АО «Племзавод Заря» возводит комплекс на 2400 голов КРС в д. Васильевское; СПК «Тотемский» строит роботизированный животноводческий комплекс на 800 голов КРС в д. Ивойлово; ООО СХП «Устюгмолоко» в д. Щекино и Васильевское ведет строительство комплексов беспривязного содержания почти на 5000 ското-мест.

В регионе сейчас работают 52 доильных роботов, которые обслуживают 5,1 % поголовья маточного стада. 26 % поголовья коров доятся в современных доильных залах, 68,9 % – в молокопроводах. К концу 2019 года будут введены в эксплуатацию еще 12 роботов на 660 коров. Уделяется огромное внимание качеству молока: по итогам 2018 года 98 % молока было отгружено высшим и первым сортом, в текущем году тенденция сохраняется. Доля жира вологодского молока составляет 3,76 %, доля белка – 3,18 % (по итогам 2018 года).

На молокоперерабатывающую промышленность приходится 53 % выпускаемой в области пищевой продукции. Мощности 17 областных молокоперерабатываю-



350 тыс. га

Из 26 муниципальных районов Вологодской области в 18 сельскохозяйственных деятельность связана преимущественно с молочным животноводством. Сельскохозяйственные угодья составляют более 1,096 млн га, на пашни приходится 717,5 тыс. га. Сегодня распахивается и обрабатывается порядка 350 тыс. га, поэтому резервы для увеличения производства молока немалые.

щих предприятий составляют 2 тыс. тонн перерабатываемого молочного сырья в сутки (700 тыс. тонн в год), реальная загрузка – 63 % от плановой мощности (в 2018 году переработано 441 тонн молока-сырья).

В Вологодской области производится цельно- и кисломолочная продукция, масло сливочное, молоко сухое и сгущенное, сы-

ры и мороженое. В 2018 году предприятия было произведено продукции на сумму 21,8 млрд руб., прогнозы на 2019 год также оптимистичны. В числе ведущих молокоперерабатывающих предприятий можно отметить ПК «Вологодский молочный комбинат» (занимает 29,5 % от общеобластного объема переработки молока), ОАО «Северное молоко» (24,9 %), АО «УОМЗ» ВГМХА им. Верещагина (15,6 %), ООО МЗ «Устюгмолоко» (6,7 %), ПК «Шекснинский маслозавод» (5,9 %).

В молокоперерабатывающей отрасли также идет активная модернизация, реализуются инвестиционные проекты. Так, компания «Северное молоко» проводит комплексную реконструкцию молочного завода и планирует повысить переработку до 500 тонн в сутки (сейчас – около 250 тонн). В г. Череповце реализуется инвестиционный проект по строительству завода по производству сыров и молочной продукции (ООО «Вологодский молочный завод»), на котором планируется перерабатывать до 200 тонн молока в сутки и выпускать до 500 тонн плавленых сыров и 500 тонн полутвердых сыров в месяц (около 12 тыс. тонн в год при полной загрузке) (реализация проекта осуществляется с 2016 по 2020 год). ООО «Вологодское мороженое» запустило новую линию по производству и фасовке знаменитого вологодского пломбира в стаканчиках мощностью до 25 тонн в сутки.



68,9 %

В регионе сейчас работают 52 доильных робота, которые обслуживают 5,1 % поголовья маточного стада. 26 % поголовья коров доятся в современных доильных залах, 68,9 % – в молокопровод. К концу 2019 года будут введены в эксплуатацию еще 12 роботов на 660 коров.

полнилось уже 15 лет, им может пользоваться 71 организация, сегодня в регионе выпускается 3541 наименование продукции с сертификатом, которая реализуется в 60 регионах РФ и 13 странах на внешнем рынке. Особенность «Настоящего вологодского продукта» в том, что это – добровольная сертификация с чрезвычайно жесткими требованиями по качеству. Сегодня открыто 204 магазина и торговых павильона под одноименным названием, где не менее 70 % товара должны быть именно с этим торговым знаком. На региональном уровне существует хорошая практика: при проведении государственных закупок продукция с таким знаком получает повышающий коэффициент. Таким образом, при приобретении партий продуктов питания для социальных нужд местные качественные и безопасные продукты имеют преференции.

С 2017 года на Вологодчине проходит Всероссийский молочный форум, где теория и практика молочного производства и переработки встречаются на региональной площадке. В мероприятии принимают участие представители науки и молочной промышленности, политики и ученые, преподаватели ведущих вузов страны, фермеры и многие другие – в прошлом году форум посетили 400 участников из 19 регионов России и зарубежных стран. В октябре этого года пройдет Третий молочный форум, который будет приурочен к 180-летию Николая Верещагина – подвижника молочного дела и основателя и создателя маслодельной и сыродельной отрасли России.

Вологодская область обладает значительным потенциалом для дальнейшего активного развития молочной отрасли. Здесь есть свободные мощности для производства молока и его переработки, производственные площадки для строительства новых комплексов и значительные трудовые ресурсы. **ММ**

170 %

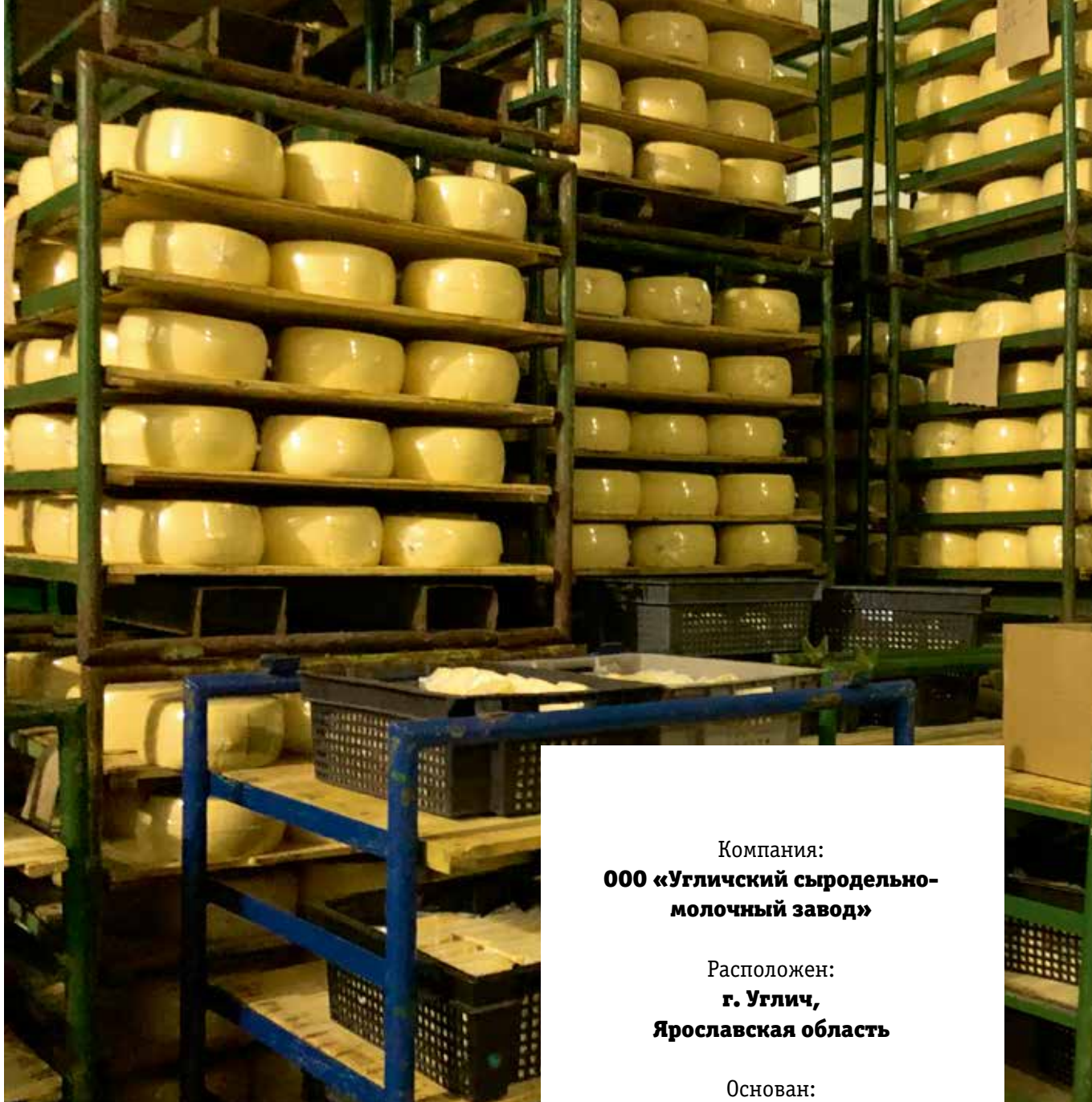
Объемы производства молока в последние 5 лет растут на 4–5 % в год. В 2018 году валовой объем составил 532 тыс. тонн. Хотя поголовье коров с 2005 года снизилось со 109,2 до 77 тыс. голов, рост валового производства молока к 2005 году составляет 113,2 % с хорошими результатами по росту продуктивности коров в сельхозорганизациях (рост с 2005 года – 170 %).

ООО СХП «Устюмолоко», ОАО «Северное молоко», ООО «Сухонский молочный комбинат», ООО «Устюженский агропромышленный комбинат» и ООО «Маслозавод Тотемский». В рейтинге узнаваемости общенациональных брендов вологодское масло входит в топ-10.

Очень интересен и региональный бренд «Настоящий вологодский продукт». Ему ис-

Администрацией региона и профессиональным сообществом предпринимаются все меры, чтобы поддерживать имидж продукции на высоком уровне. Ежегодно проходит смотр качества сырого молока среди предприятий-производителей, организуются семинары и конференции. В области создана дегустационная комиссия по органолептической кондиции сливочного масла, и ежегодно за счет средств областного бюджета проводится мониторинг рынка пищевых продуктов на соответствие требованиям безопасности и качества.

Визитной карточкой региона стали региональные бренды «Вологодское масло» и «Настоящий вологодский продукт». До 2002 года продукция под наименованием «Вологодское масло» производилась во многих регионах, и в конце концов ситуация с брендом и качеством продукции стала критической. Совместно с ВНИИМС были проведены шестилетние исследования, в результате которых в 2010 году произошло исключение вологодского масла из государственного стандарта. В настоящее время вологодское масло по единому нормативному документу могут производить только восемь вологодских молокоперерабатывающих предприятий, владельцев наименования места происхождения товара. Это АО «Учебно-опытный молочный завод» ВГМХА им. Н. В. Верещагина, ПК «Вологодский молочный комбинат», ОАО «Белокрестский маслозавод»,



Компания:
ООО «Угличский сыродельно-молочный завод»

Расположен:
**г. Углич,
Ярославская область**

Основан:
**1935 год – как опытная
база Академии
сельскохозяйственных наук;
1973 год – открытие завода**

Специализация:
**полутвердые
сычужные сыры, масло,
цельномолочная продукция**

Количество персонала:
160 человек

Владелец:
**с 2018 года – агрохолдинг
«АгриВолга»**





Текст: Оксана
Ермолаева

Фото: предоставлены
предприятием

ВОЗРОЖДАЯ ТРАДИЦИИ СЫРОДЕЛИЯ

В прошлом году в Ярославской области прошла презентация создания нового сырного кластера: агрохолдинг «АгриВолга» объявил о приобретении пакета акций ОАО «Даниловский сыродельно-маслосыродельный завод», а также имущества, расположенного в Угличе, ФГУП «Экспериментальный сыродельный завод», приобретенного на торгах в рамках процедуры банкротства предприятия. В реконструкцию заводов планировалось инвестировать 1,5 млрд руб. в течение двух лет. На момент приобретения мощности переработки Угличского завода составляли 150 тонн сырья в сутки и выпускали около 15 тонн сыров.



Сейчас на заводе полным ходом идет модернизация, но выпуск продукции на нем не закрыт: объемы производства составляют от 1 до 5 тонн сыров в сутки. После окончания модернизации Угличский завод сможет перерабатывать до 200 тонн сырья в сутки, а также существенно расширить линейку продукции.

Угличский сыродельный завод – предприятие с большой историей. Датой основания считается 1935 год, когда началось его строительство как опытной базы Академии сельскохозяйственных наук. В 1936 году приказом наркома пищевой промышленности здесь была создана научно-исследовательская лаборатория сыроделия. Ассортимент отечественных сыров дополнили такие известные сыры, как «Советский», «Ярославский», «Угличский», «Московский», «Горный Алтай» и др. В 1939 году объем производства сыров в СССР составлял 40 тыс. тонн. В предвоенные годы лаборатория приобрела статус всесоюзной. В начале войны коллектив специалистов лаборатории и самое ценное оборудование было эвакуировано, в 1943 году сотрудники вернулись на свои рабочие места, и в 1944-м в Угличе была открыта школа мастеров сыроделия.



Завод работает на 10–20 % от своей мощности. В 1970-х годах завод перерабатывал 150 тонн молока и производил 15 тонн сыра в сутки, а сейчас выпускает от 1 до 5 тонн в сутки.





В 1973 году был построен и введен в эксплуатацию экспериментальный маслодельно-сыродельный завод мощностью 150 тонн переработки молока в сутки. За прошедшие годы на предприятии изменилось многое, но традиции качества по-прежнему играют ключевую роль в деятельности завода. Несмотря на проходящую модернизацию, завод находится в рабочем состоянии и выпускает сыры и молочную продукцию: полутвердые сычужные сыры, масло, молочный сахар.

В 1973 году был построен и введен в эксплуатацию экспериментальный маслодельно-сыродельный завод мощностью 150 тонн переработки молока в сутки. За прошедшие годы на предприятии изменилось многое, но традиции качества по-прежнему играют ключевую роль в деятельности завода. Несмотря на проходящую модернизацию, завод находится в рабочем состоянии и выпускает сыры и молочную продукцию: полутвердые сычужные сыры, масло, молочный сахар.

Модернизация производства Угличского завода осуществляется при участии Сбербанка и Минсельхоза. Бюджет первого этапа проекта составляет 998 млн руб., сумма кредитных средств – около 800 млн руб. Второй этап проекта – модернизация цехов по производству натуральных сычужных сыров и переработке сыворотки, в том числе приобретение техники и оборудования может обойтись более чем в 650 млн руб. кредитных средств. Размер вложений собственных средств агрохолдинга «АгриВолга» в модернизацию завода – 350 млн руб. В целом бюджет модернизации завода в рамках сырного кластера составляет 1 млрд 800 млн руб.

Сергей Ключников, генеральный директор Угличского сыродельно-молочного завода, отмечает, что корпуса завода в целом находятся в неплохом состоянии, а вот оборудование за последние 50 лет сильно износилось, хотя и находится в работоспособном состоянии.



Завершение модернизации завода планируется в 2020 году. Реализация проекта позволит более эффективно использовать существующие основные фонды, расширить производство и выйти на новые рынки сбыта продукции. В регионе возрастут объемы производства молочной продукции и отчисления в бюджеты разного уровня, будут созданы новые рабочие места, повысится инвестиционная привлекательность территории.



Модернизация производства Угличского завода осуществляется при участии Сбербанка и Минсельхоза. Бюджет первого этапа проекта составляет 998 млн руб., сумма кредитных средств – около 800 млн руб. Второй этап проекта – модернизация цехов по производству натуральных сычужных сыров и переработке сыворотки, в том числе приобретение техники и оборудования может обойтись более чем в 650 млн руб. кредитных средств.

– Завод работает на 10–20 % от своей мощности. В 1970-х годах завод перерабатывал 150 тонн молока и производил 15 тонн сыра в сутки, а сейчас выпускает от 1 до 5 тонн в сутки, – говорит Сергей. – Мы хотим возродить традиции, сберечь старые рецепты, ведь сыры «Ярославский», «Угличский» сегодня забыты полностью. Или, например, сыр «Российский», который мы тоже делаем. Не тот, что везде лежит на прилавках, а тот, вкус которого мы помним с детства.

Пока в одних цехах устанавливается новое оборудование, другая часть производства работает на старых мощностях. В ближайшее время в эксплуатацию будет вводиться оборудование для молочного производства, приобретенное на первом этапе модернизации. Следующий этап – закупка и установка чешского оборудования для сырного производства. Завершение модернизации завода планируется в 2020 году. Реализация проекта позволит более эффективно использовать существующие основные фонды, расширить производство и выйти на новые рынки сбыта продукции. В регионе возрастут объемы производства молочной продукции и отчисления в бюджеты разного уровня, будут созданы новые рабочие места, повысится инвестиционная привлекательность территории.

После модернизации взглянуть на производство сыров и другой молочной продукции сможет любой желающий – цеха отгородят от зрителей прозрачной стеной. Через стекло можно будет наблюдать за работой на суперсовременном оборудовании, а часть старого оборудования обязательно перенесут в музей, бережно сохраняя традиции и историю предприятия. **МП**



Сергей Ключников:

«Я мыслю не в масштабах страны, а в масштабе своего региона»

Гость:
Сергей Ключников,
генеральный директор
«Угличского сыродельно-молочного завода»

Текст:
Оксана Ермолаева

Фото:
предоставлены
предприятием

Генеральному директору «Угличского сыродельно-молочного завода» Сергею Ключникову выпала нелегкая доля. Превратить предприятие-банкрот с устаревшим оборудованием в современный завод само по себе непросто. А если имя этого завода знакомо и профессионалам, и потребителям, и туристам, с удовольствием приобретающим сыры угличского производства в качестве вкусного сувенира, задача усложняется вдвойне. О ходе модернизации одного из самых известных молочных предприятий страны и планах на будущее он рассказал корреспонденту ИД «СФЕРА».

– **Сергей Владимирович, в каком состоянии находилось предприятие до начала модернизации в 2018 году?**

– Завод был построен в начале семидесятых годов, оборудование приобреталось в то же время. То есть на сегодняшний день ему почти 50 лет! Оно либо морально устарело, либо просто физически износилось.

Последнее десятилетие на заводе в основном занимались не столько выпуском, сколько прекращением выпуска того или иного вида продукции, потому что новое оборудование купить не было возможности. Назрела модернизация предприятия в полном объеме, так как 50 лет – это очень большой срок.



– Оборудование будет меняться в основном на импортное?

– Большая часть да, но и отечественное тоже будет. К примеру, емкости будут российскими, а вот обвязка – датчики, клапаны – импортные. Фасовочное оборудование большей частью зарубежное, оборудование для сыродельного цеха импортное.

– Предприятие не будет прекращать деятельность, пока идет модернизация?

– Нет. Мы останавливаем один цех, ремонтируем его: проводим новые коммуникации, обновляем полы, стены, потолки, окна, потом ставим новое оборудование. Постепенно, цех за цехом, будет модернизировано все предприятие. При этом часть помещений меняет свое назначение в соответствии с новой концепцией производства.

– Для более эффективного производства?

– Да, мы много думаем об эффективности. Например, при работе старого молочного завода на один килограмм переработанного молока приходится 5,5 кг воды. На современном заводе на переработку килограмма молока тратится 2,5–3 кг воды, почти в два раза экономичнее. Мы ставим новую SIP-мойку, которая будет работать по замкнутому циклу. Количество воды и электроэнергии, количество моющих средств – все сократится, снизятся и затраты предприятия, а также и нагрузка на очистные сооружения и окружающую среду.

– Нужно ли будет переучивать персонал для работы на новом оборудовании?

– Конечно, учиться придется. Если оборудование универсальное, мы отправляем сотрудников стажироваться на соседние предприятия, они учатся работать, а потом возвращаются к нам. По моим оценкам, 70 % сотрудников освоят новое оборудование без каких-либо проблем. Казалось бы, если в принципе знаешь, как работать с молочной продукцией, нажимать на кнопки не так уж сложно. Но, видимо, есть и психологический барьер: сотрудник может физически подойти и включить кран или отключить насос на старом оборудовании, но если то же самое надо сделать на компьютере, возникают затруднения.

– И как вы планируете с этим справиться?

– Думаю, все будут спокойно переучиваться.



Мы много думаем об эффективности. Например, при работе старого молочного завода на один килограмм переработанного молока приходится 5,5 кг воды. На современном заводе на переработку килограмма молока тратится 2,5–3 кг воды, почти в два раза экономичнее. Мы ставим новую SIP-мойку, которая будет работать по замкнутому циклу. Количество воды и электроэнергии, количество моющих средств – все сократится, снизятся и затраты предприятия, а также и нагрузка на очистные сооружения и окружающую среду.

– А сколько всего человек работает на предприятии и какой их средний возраст?

– Сейчас на заводе работает больше 160 человек. Средний возраст... знаете, я никогда об этом не задумывался. У нас есть и сотрудники пенсионного возраста, которые работают на отлично, и молодые специалисты. Костяк предприятия – люди, которые

проработали на заводе 10–15 лет, сейчас им около 40. Но к нам приходит и молодежь, хотя и не очень много. Для Углича мы хороший работодатель: зарплата немного выше, чем средняя по городу, полное соблюдение Трудового кодекса, так что потихоньку коллектив обновляется.

– Вы используете какие-либо популярные сегодня программы для стимулирования инновационной деятельности персонала?

– Сегодня наше предприятие похоже на стройку! Каждый месяц у нас отличается от предыдущего. А такие программы есть смысл вводить только на стабильно работающем предприятии. Но по всем модернизированным участкам мы пишем новую программу производственного контроля, определяем критические точки, обучаем персонал работать по-новому, организовывать систему контроля и учета. Это очень важно с точки зрения технологии, соблюдения безопасности пищевого производства, поэтому с самого начала мы обучаем персонал работать по-новому.

– После модернизации у завода появится возможность производить новые продукты?

– Долгое время завод выпускал сыры, сметану и творог. Мы хотим наладить производство выпуска кисломолочной линейки «Ярослава» – поначалу это будет молоко, кефир, сметана и творог, постепенно добавим топленое молоко, ряженку, йогурт. Но это длительный процесс. Модернизация идет уже полтора года и еще, наверное, полтора года будет идти.



Сергей Ключников:

«Было бы прекрасно, если бы цена на растительные жиры была бы такой же, как и на молочный жир, чтобы никому не было выгодно заниматься производством заменителей молочной продукции. Тогда мы были бы в равных условиях и сырный продукт исчез бы с полок магазинов. Правда, тогда вырос бы и спрос на сырое молоко, и оно бы подорожало, так что все не так однозначно...»

– Тема переработки молочной сыворотки сегодня на пике внимания. Что вы планируете в этом направлении?

– С сывороткой мы работаем уже сегодня, изготавливая молочный альбумин и молочный сахар, лактозу. Но мы будем менять технологию переработки, поставим установки ультра- и нанофльтрации, наладим выпуск новых продуктов на базе молочной сыворотки.

– Где сейчас распространяется ваша продукция и как изменится география поставок после модернизации?

– Радиус поставки нашей продукции сегодня – это 300 км от предприятия максимум. По молоку мы не планируем расширения, а вот когда запустим новый сыродельный цех, наши сыры будут уезжать гораздо дальше. Сейчас уже есть отдельные покупатели, например в Сочи. В страны СНГ мы поставляем молочный сахар.

– Если бы была возможность поставок сырной продукции за рубеж, как вы думаете, ваш сыр был бы успешен за границей?

– Дальнее зарубежье мы, по понятным причинам, не рассматриваем. Но расскажем историю. К нам приезжали французы,

Каждый месяц мы понемногу прибавляем в деньгах. А в планах через несколько лет – 200 миллионов в месяц! Если серьезно, я бы хотел, чтобы через два года мы перерабатывали 200 тонн молока в сутки. Это было бы очень хорошим показателем! Сейчас мы перерабатываем от 20 до 50 тонн молока в сутки, в среднем около 30.

с которыми мы обсуждали поставку оборудования на завод. И мы угостили гостей нашим сыром. Так вот француз, который 30 лет занимается поставками оборудования для сыродельных предприятий, сказал, что «Голландский сыр» – хороший, но слишком простой, а вот «Российский сыр»

достойн быть постоянно на его столе и продаваться во Франции. Я говорю – давайте мы вам сыр, а вы нам оборудование! (Смеется.) И француз ответил: «Я бы с удовольствием, но, увы, ваш сыр никто никогда не пустит на наш рынок...»

– Как ведется продвижение вашей продукции?

– Небольшие объемы производства позволяют нам обслуживать местный рынок, где у нас есть несколько договоров поставок. Там нас уже хорошо знают. Но так как новое оборудование еще не все заработало, мы активно его отлаживаем, встраиваемся, старое производство сворачиваем, больше просто не можем охватить, ведь мы должны пойти с готовым продуктом, а не просто с рекламой. Произведем продукцию, поставим на полку – и будем заниматься ее продвижением. Пока об этом говорить рановато.

– Какие задачи перед предприятием ставятся по объему продукции, производству?

– Каждый месяц мы понемногу прибавляем в деньгах. А в планах через несколько лет – 200 миллионов в месяц! Если серьезно, я бы хотел, чтобы через два года мы перерабатывали 200 тонн молока в сутки. Это было бы очень хорошим показателем! Сейчас мы перерабатываем от 20 до 50 тонн молока в сутки, в среднем около 30.

– Приобретаете молоко у разных поставщиков?

– Да. Но я думаю о качественном изменении пула наших поставщиков и хотел бы перейти на поставщиков, которые предлагают по 20–40 тонн стабильного по качеству молока в день. У нас есть такие предприятия в регионе, мы, думаю, будем переходить на новые современные комплексы, построенные за последние 10 лет,



на которых применяются новые технологии и оборудование. Совсем отказываться от маленьких ферм, конечно, пока не планируем, но изменения на этом направлении также назрели.

– Раз уж мы затронули тему качества, можно такой вопрос: сейчас активно обсуждается повышение НДС на пальмовое масло. Как вы считаете, это окажет влияние на молочный рынок?

– Я ценой пальмового масла вообще не интересуюсь, поскольку на нашем предприятии мы работаем только с молоком. Но сталкиваюсь я с растительными жирами регулярно на полке магазина, где сырое моего завода стоит от 500 до 800 рублей за килограмм. А продукт «сырный» предлагают за 300–350 рублей... я не знаю ни одного завода, который мог бы положить на полки магазина сыр по 300 рублей за кило-

грамм, это нереально. Для производства килограмма сыра нужно 10–11 литров молока. Мы покупаем его по цене около 30 рублей с НДС, то есть это только сырье. Вот и посчитайте. Сыры надо переработать, затем 45–60 дней они находятся на созревании, затем надо организовать поставку в магазины, дать им отсрочку платежа, и хорошо, если магазин сделает наценку всего 30, а не 50%! Сыр не может стоить 350 рублей, но, к сожалению, часть покупателей до сих пор этого не понимает.

– Но ведь теперь ритейлеры обязаны уведомлять потребителей о наличии растительных жиров.

– Да, закон такой ввели, но написано это очень мелко и не всегда понятно. В одном месте – этикетка БЗМЖ, СМЗЖ, а в ста метрах от нее написано, что это обозначает! Было бы прекрасно, если бы цена на расти-

тельные жиры была бы такой же, как и на молочный жир, чтобы никому не было выгодно заниматься производством заменителей молочной продукции. Тогда мы были бы в равных условиях и сырный продукт исчез бы с полок магазинов. Правда, тогда вырос бы и спрос на сырое молоко, и оно бы подорожало, так что все не так однозначно...

– Как, по-вашему, изменился спрос на молочную продукцию в целом?

– Вы знаете, я мыслю не в масштабах страны, а в масштабе своего региона. Могу лишь констатировать факт, что хотя на полке магазинов наши сыры не дешевы, но потребление их растет. Думаю, сейчас происходит глубокое разделение потребителей на тех, кто выбирает продукцию исключительно по цене, и тех, кто готов купить поменьше, но лучшего качества. **МП**

INTEK PROM MILK 2019

РОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«МОДЕРНИЗАЦИЯ
МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ
ПРОИЗВОДСТВ»

Екатеринбург
20 ноября 2019

Пятизвездочный отель
«Hyatt Regency Ekaterinburg»

Стратегические вопросы конференции

- Развитие отечественного рынка молока: тренды, прогнозы, вызовы.
- Развитие экспортного потенциала: собственными силами или механизмами государственной поддержки и регулирования.
- Меры по обеспечению добросовестной конкуренции для всех участников рынка.
- Обеспечение надлежащего качества продукции: борьба с фальсификатами как стратегический императив развития рынка.
- Строительство новых и модернизация существующих производственных мощностей.

Состав участников

Более 200 участников из России и СНГ:

- Представители союзов и ассоциаций.
- Представители проектных институтов.
- Представители предприятий молочной промышленности.
- Поставщики оборудования и технологических решений.

Контакты

intekprom.ru/milk2019
+7 (495) 777-96-71



МОЛОЧНОЕ КОЗОВОДСТВО: ГОЛЛАНДСКИЙ ПОДХОД

Герт ван дер Хайден – доктор ветеринарных наук, главный ветеринарный врач группы компаний Hunland и совладелец ветеринарной клиники, специализирующейся на скотоводстве. О том, как устроено молочное козоводство в Нидерландах, он рассказал на выставке AgroFarm.

Эксперт:



Герт ван дер Хайден,

главный ветеринарный врач группы компаний Hunland, Нидерланды

Сегодня существует несколько факторов, которые способствуют росту спроса на молоко в целом и на козье молоко в частности. Во-первых, увеличивается население земного шара: ожидается, что в следующие 8 лет численность населения возрастет на 1 млрд человек. Чем больше людей, тем выше спрос на продовольствие. Самый высокий показатель роста потребления, по данным FAO, приходится на свежие молочные продукты. На потреблении козьего молока сказываются и гастрономические предпочтения людей, и то, что козье молоко считается более полезным, чем коровье. Свою роль играет и фактор продо-

вольственной безопасности: если природных ресурсов для выращивания продуктов питания недостаточно, стране приходится их импортировать.

По данным на 2017 год, крупнейшими производителями козьего молока в мире являются Индия (26,4 %), Бангладеш (12,5 %), Судан (7,8 %), Пакистан (4,2 %) и Франция (2,9 %). Как мы видим, почти 40 % производства козьего молока приходится на Индию и Бангладеш, при этом у них нет промышленности, и молоко производится на маленьких домашних фермах, где содержится 1–2 козы. Коммерческое козоводство распространено в Европе,

Америке, Новой Зеландии и Австралии. Козоводством славятся Франция, Греция, Испания – однако доля производства козьего молока в Европе практически не растет, последние 10 лет она достаточно стабильна.

В Нидерландах, в 2000 году было произведено очень небольшое количество молока, всего лишь 3,5 % от общеевропейского. Тем не менее именно здесь производство козьего молока растет очень быстро, и в прошлом году достигло 15 % от всего производства молока в Европе.

Нидерланды очень маленькая страна, но сельское хозяйство здесь развито хорошо. На 2018 год в Голландии было 380 коммерческих козьих ферм с поголовьем более 500 голов, поголовье дойного стада составляло 400 тыс. голов. Общее производство молока достигло 450 тыс. тонн при среднем надое по всем фермам в 1,168 литра на голову в год.

Производство козьего молока ориентировано на спрос. Внутреннее потребление очень маленькое, и 95 % козьего молока используется для производства мягких и полутвердых сыров, которые отправляются на экспорт или для производства сухого молока для детского питания специально для рынка Китая.

Около 95 % коз, содержащихся на голландских фермах, – это молочные козы зааненской породы. Это высокопродуктивные длинноногие, с прямым вытянутым корпусом козы белого цвета, иногда с легким кремовым оттенком.

Средний размер фермы составляет 1100 коз, минимальное количество – 650 голов, а максимальное достигает 10 тыс. Средний надой от одной козы – от 800 до 1500 кг молока в год. Содержание жира в молоке порядка 4,10 %, а белка – 3,45 %.

В стране применяется интенсивный тип животноводства, козы содержатся на фермах закрытого типа на глубокой подстилке (рис. 3).

Основной рацион животных составляет травяной и кукурузный силос, люцерна, сено в сочетании с концентратами, содержащими высокоэнергетические компоненты (от 2 до 3,5 кг на животного в день). Однако разные фермеры могут применять разные схемы кормления, индивидуально подходя к этому вопросу. Наиболее экономически эффективными считаются следующие:

- только пшеничная солома в сочетании с 3–3,5 кг концентрата;
- сено райграс и 2–3 кг концентрата;
- силос райграс + солома и 2–3 кг концентрата;
- силос райграс + кукурузный силос + 1,5–2,5 кг концентрата;

Рисунок 1. Производство козьего молока в Европе

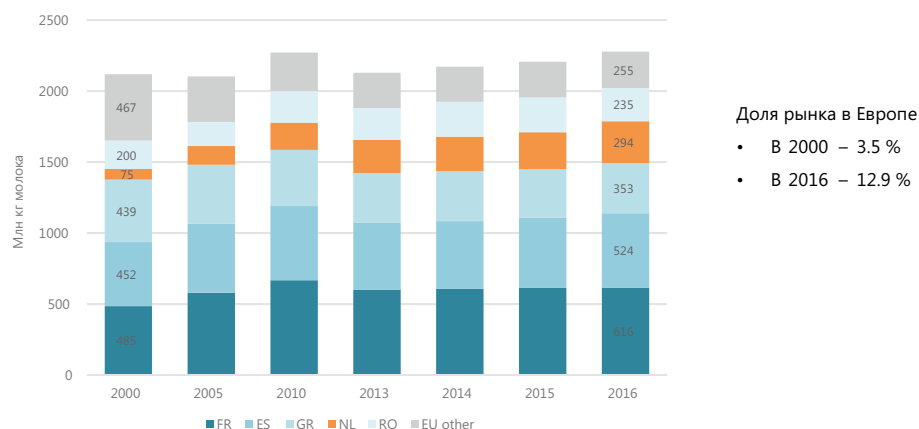
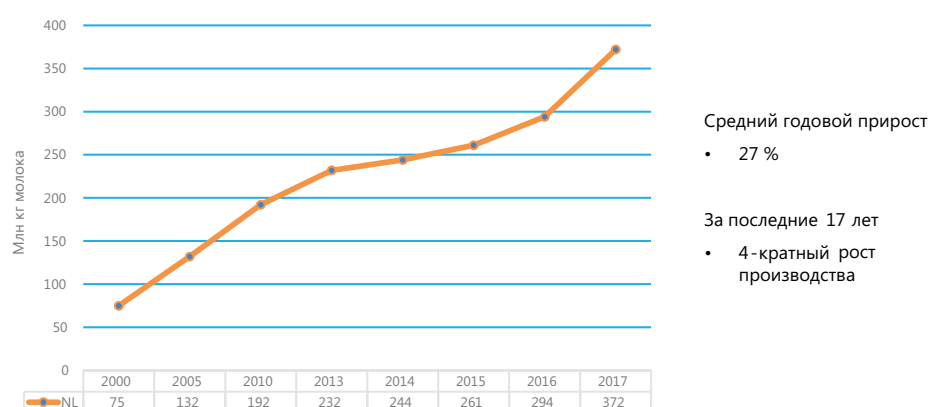


Рисунок 2. Производство козьего молока в Нидерландах



– искусственно высушенная люцерна, травяное сено и 1,5–2,5 кг концентрата и др.

Надо отметить, что огромное внимание в Нидерландах уделяется здоровью животных. Болезни – это экономически нецелесообразно, и каждый фермер предпринимает максимум усилий, чтобы их избежать. Нидерланды официально свободны от таких заразных заболеваний, как туберкулез, лейкоз, бруцеллез, ящур, оспа, нодулярный дерматит, сибирская язва, блютанг, чума мелких жвачных животных и чума КРС. Этот статус жестко контролируется государством. Кроме того, большинство голландских молочных коз происходят с ферм, свободных от таких болезней, как лептоспироз, псевдотуберкулез, артрит-энцефалит коз, скрепи, паратуберкулез.

Исключительно интересен опыт голландских фермеров по пролонгированной лактации коз. Эта система заключается в том,

что коза не приносит приплод каждый год. После первого окота в течение нескольких лет ее доят. Конечно, воспроизводство коз для нового поголовья необходимо, и все же фермеры стремятся к тому, чтобы козы как можно меньше приносили козлят и как можно больше использовались для доения. От 600 до 1500 дней после окота удои коз достаточно высокие: сразу после окота производство молока резко повышается, затем медленно снижается. К концу первого года этот показатель близок к 3,5 литра молока в день. Бывает, что этот показатель со второго года даже растет и содержание жира в нем также увеличивается (рис. 4).

Пролонгированная лактация обладает рядом преимуществ: это более высокие удои на козу, отсутствие сухостойных периодов, в любой сезон производство молока остается на высоком уровне. Кроме того, пора окотов является самым опасным периодом

Рисунок 3. Ферма закрытого типа для содержания коз



Рисунок 4. Схема пролонгированной лактации коз в Нидерландах

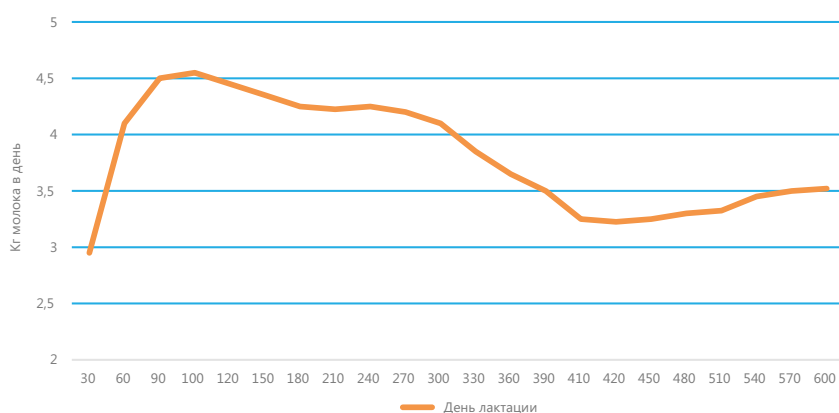
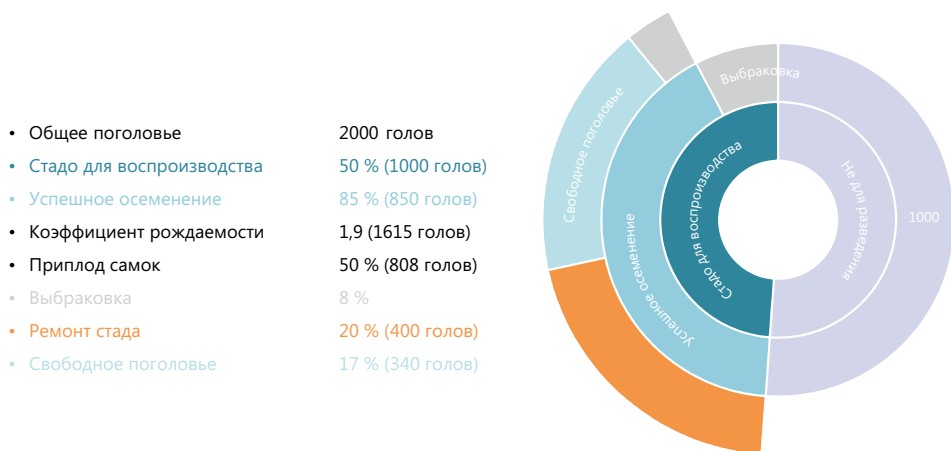


Рисунок 5. Формирование структуры стада молочных коз с пролонгированной лактацией



жизни для козы: в это время по разным причинам можно потерять от 5 до 10 % стада. И еще одно преимущество – когда козы меньше котятся, требуется меньше персонала, что также позволяет снизить затраты. Есть у этой системы и недостатки: снижается доход от продажи мужских особей на откорм, а женских особей – на разведение, замедляется генетическое улучшение породы, обостряются проблемы псевдобеременности и ожирения у коз. Лучшие козы дают большое количество молока, но все время используются для доения, хотя, может, было бы более рационально их разводить.

Фермы могут пойти по двум разным технологиям козоводства. Первая технология, при которой происходит улучшение характеристик стада за счет отбора лучших женских особей. Первый окот происходит в возрасте 1 года, 2–4 окоты – в возрасте 3–5 лет, после 320–1000 дня лактации осеменяется от 30 до 60 % поголовья. Эти 30–60 % – только лучшие козы.

Вторая технология предполагает улучшение характеристик стада за счет отбора лучших мужских особей. В этом случае первый окот также случается в возрасте около года, второй окот в возрасте двух лет, при этом после года первой лактации осеменяется 100 % поголовья. И после второго окота наступает период непрерывной пролонгированной лактации, а работа по воспроизводству полностью прекращается. Система пролонгированной лактации используется на большинстве голландских ферм.

В воспроизводстве голландских коз наблюдается определенная сезонность. Начало окотов приходится на декабрь, пик – на январь – март, завершение в апреле – июне. С июля по ноябрь окотов нет. Хотя в последнее время стал набирать силу тренд на проведение круглогодичных окотов.

Приведу пример формирования структуры стада молочных коз с пролонгированной лактацией (рис. 5). Допустим, общее поголовье составляет 2000 голов. Из них стадо для воспроизводства составляет 1000 голов, успешно осеменяются 850 голов. Коэффициент рождаемости составляет 1,9 (то есть 1615 голов), приплод самок – 50 % (808 голов). Выбраковывается и падеж – 8 %, ремонт стада – 20 % (400 животных) и свободное поголовье – 17 % (340 голов).

В прошлом году в Голландии произошел рост производительности молочного производства, что связано с повышением уровня здоровья коз на фермах, генетическими тестами и т. д. Постепенно надои увеличиваются до 6 литров в сутки с козы круглогодично, и я думаю, что в будущем мы придем к этому показателю на всех фермах. **МП**

Эксперт:

**Алексей
Фомичев,**

коммерческий директор,
компания Sofase



МЕЖ ДВУХ ОГНЕЙ: ВНУТРЕННИЙ РЫНОК НЕ ПОКУПАЕТ, ВНЕШНЕМУ НЕ ПРОДАЕМ

Потребление молочной продукции в России продолжает снижаться. В условиях падения спроса на внутреннем рынке производители, однако, не спешат переключать внимание на внешние. Геополитическая нестабильность и риски, связанные с экспортной торговлей, заставляют предпринимателей откладывать планы по расширению географии продаж в долгий ящик. Кроме того, эволюция потребительских предпочтений и изменяющийся ландшафт отечественного рынка вынуждают бизнес искать новые стратегии адаптации, что истощает и без того достаточно ограниченные ресурсы игроков отрасли. Оказывается, существуют финансовые инструменты, с помощью которых производители могут управлять рисками при выходе на новые рынки сбыта.

Последние несколько лет объемы производства молочной продукции в России стабильно растут. Так, например, за 2018 год объем производства в хозяйствах всех категорий вырос на 1,5 %, а в категории фермерских и крестьянских хозяйств – на целых 5,7 %. Развитию молочной отрасли во многом способствуют меры государственной поддержки, однако, как отмечают некоторые игроки рынка, государственное субсидирование – не панацея, так как до производителей молока в конечном итоге доходит не так уж много денег. Об относительно низкой эффективности существующих мер государственной поддержки говорит и долгосрочная динамика объемов производства – если посмотреть на «большую картину», можно заметить,

Развитию молочной отрасли во многом способствуют меры государственной поддержки, однако, как отмечают некоторые игроки рынка, государственное субсидирование – не панацея, так как до производителей молока в конечном итоге доходит не так уж много денег.

что за последние 10 лет объемы производства молока снизились на 5 % – с 32,2 до 30,5 млн тонн.

Снижается потребление молочной продукции домохозяйствами – в 2018-м годовой объем потребления молока на душу населения составил всего 225,2 кг при рекомендованной норме 325 кг. Негативная динамика личного потребления – следствие удорожания молочной продукции на фоне одновременного снижения реальных доходов населения. Еще один немаловажный фактор – изменение потребительских предпочтений, но на нем мы остановимся подробнее чуть ниже.

Казалось бы, в условиях снижения внутреннего спроса производителям молока выгодно было бы переориентировать

К новым горизонтам: как управлять экспортными рисками при выходе на зарубежные рынки

Несмотря на явную перспективность внешних рынков, многих российских производителей молочной продукции отпугивают риски, связанные с экспортной торговлей. В первую очередь это, конечно же, кредитные риски – большинство зарубежных покупателей просят поставить товар на условиях отсрочки платежа на 30, 60, 90 дней и даже больше с даты поставки. Многие отечественные предприниматели, не имея совершенно никакой информации об иностранном покупателе, никакой возможности оценить его благонадежность и кредитоспособность, предпочитают работать только по предоплате, и в результате, боясь «обжечься» на предоставлении отсрочки платежа, упускают существенную выгоду. Впрочем, хуже, когда российский экспортер отгружает, например, несколько тонн сухого молока, надеясь лишь на порядочность контрагента, а к назначенной дате не получает денег за трехмесячный объем поставок и не имеет ни финансовых, ни административных ресурсов, чтобы привлечь покупателя к ответственности.

Существует несколько инструментов, позволяющих минимизировать кредитные риски, присущие экспортной торговле. Первый из них – факторинг. Факторинг – это схема расчета, в рамках которой посредник-фактор сразу передает стоимость кредитной поставки поставщику, а сам получает право требования полной суммы торгового кредита от покупателя и комиссионные отчисления от поставщика. Иногда эти комиссионные отчисления достигают такой величины, что поставщик, продающий низкомаржинальную продукцию – питьевое молоко, кефир, некоторые виды йогуртов, – просто не может позволить себе услуги фактора.

Второй способ снижения кредитных рисков – создание внутренней процедуры кредитного менеджмента. Это крайне затратная задача. Для управления кредитными рисками на всех этапах работы с покупателями требуется целый ряд высококлассных специалистов, способных осуществлять большое число специфических функций – оценку благонадежности контрагентов, мониторинг платежной дисциплины, урегулирование неоплаченного долга и т. д. Относительно небольшим предприятиям, у которых на экспорт идет лишь часть производимой продукции, внутреннее управление кредитными рисками будет попросту экономически невыгодно.

Третий инструмент управления экспортными рисками, который стоит отметить, – кредитное страхование. Страхование поставок, осуществляемых на условиях отсрочки, позволяет поставщику получить страховое возмещение в случае, если покупатель не оплачивает поставку по каким-либо причинам в установленный срок. При этом страховая компания не только полностью берет на себя процедуру управления кредитными рисками поставщика, но и дает рекомендации по максимальной сумме торгового кредита, который можно предоставить тому или иному покупателю в зависимости от его финансовой устойчивости, а также организует процесс истребования неоплаченного долга в случае просрочки платежа.

75 %

На сегодняшний день российская молочная отрасль способна произвести только 75 % от общего объема продукции, необходимой стране в соответствии с целевыми значениями Доктрины продовольственной безопасности РФ, остальное – импорт, в основном из Беларуси.

часть производственных мощностей на экспорт. Однако сегодня российские бизнесмены только начинают осознавать потенциал внешних рынков: при общем объеме производства около 30–31 млн тонн в год на экспорт сейчас идет только 0,6–0,7 млн тонн продукции. Не так давно власти поставили перед аграриями задачу удвоить текущие объемы экспорта к 2024 году, однако, учитывая текущие неблагоприятные экономические тенденции в мировой и национальной экономике, так резко экспорт вырастет вряд ли – даже несмотря на низкую базу. Стоит также отметить, что на текущий момент основные внешние потребители молочной продукции российского производства – это страны СНГ (91 % от общего объема экспорта), а чтобы выйти на западные рынки, отечественным производителям придется отладить систему жесткого контроля качества. На текущий момент значительная часть российской молочной продукции не соответствует западным стандартам.

После введения продуктового эмбарго в отношении стран Евросоюза импортозамещения в молочной отрасли, на которое так надеялись власти, к сожалению, не произошло. Изменились лишь источники импорта. На сегодняшний день российская молочная отрасль способна произвести только 75 % от общего объема продукции, необходимой стране в соответствии с целевыми значениями Доктрины продовольственной безопасности РФ, остальное – импорт, в основном из Беларуси. В частности, в 2015–2017 годах на Беларусь приходилось около 80 % от всего импорта молочной продукции в РФ. Производство молочной продукции – бизнес затратный и сложный, вложения здесь окупаются не раньше, чем через 10–15 лет. Разумеется, такие сроки отпугивают инвесторов. Волнуют потенциальных



игроков молочного рынка и геополитические риски – что если через год власти отменят эмбарго на продукцию ЕС, и многомиллионные вложения, например в сырное производство, пойдут прахом, потому что товар не выдержит конкуренции как минимум с такой же качественной, но при этом более дешевой европейской продукцией?

Новый портрет потребителя

Спрос на молочную продукцию, как отмечалось выше, падает не только в результате увеличения ее стоимости и снижения располагаемых доходов населения, но и вследствие существенных изменений потребительских предпочтений.

За последние годы в российском обществе резко выросла популярность здорового образа жизни, а вместе с тем пошел вверх и спрос на здоровое и диетическое питание, продукцию фермерских хозяйств, «органические» сыры и молоко. При этом отношение к молочной продукции российского производства среди наших соотечественников, к сожалению, зачастую предвзятое – в первую очередь в этом виноваты недобросовестные производители, в погоне за прибылью выдающие продукты с заменителями молочных жиров за продукты полностью животного происхождения, продукты с добавлением консервантов – за продукты без таковых и т. д. Независимая или ведомственная лаборатория проводит контрольную закупку, осуществляет тесты, и выясняется, например, что 20–30 % от всех образцов сыра в магазине содержат растительные масла, не заявленные в составе. Лаборатория публикует пресс-релиз с броским заголовком, его с большим энтузиазмом подхватывают средства массовой информации, такое повторяется два, три, четыре раза – и вот уже бдительный

С одной стороны, есть поставленная государством цель по удвоению объемов экспорта к 2024 году, с другой – необходимость адаптации к изменениям на внутреннем рынке. От того, как бизнес расставит приоритеты и какие адаптационные стратегии выберет, будет зависеть его конкурентоспособность.

потребитель считает, что найти настоящий сыр или творог на полках обычного супермаркета – скорее удача, нежели норма, а раз так – нечего его и покупать, тем более что и цены «кусаются». В этом плане 2018 год выдался особенно неудачным для молочной отрасли – и без того болезненная для рынка тема фальсификата поднималась в информационном пространстве особенно часто. СМИ не будут освещать вопросы, которые мало интересуют массового читателя, поэтому для отрасли это важный сигнал – за активную борьбу против заменителей взялись не только надзорные органы, но и покупатели.

Мода на здоровое питание и органические продукты пришла к нам, как это обычно и бывает со всеми заметными трендами, с Запада, где и власти, и обычные люди уже давно озаботились вопросами осознанного

потребления. Если предположить, что Запад продолжит и далее оказывать влияние на эволюцию потребительского менталитета российских граждан, уже в скором времени можно ждать роста популярности «альтернативного молока» – соевого, овсяного, рисового, миндального и т. д. Казалось бы, полностью растительные заменители молока должны отпугнуть потребителя, но если учесть, что, например, в Соединенных Штатах люди часто ограничивают или даже исключают потребление животных продуктов из этических, экологических и диетических соображений (вспомним веганство, лактовегетарианство), высокий спрос на полностью растительные и «зеленые» альтернативы таких продуктов вполне логичен – а потому вполне возможно, что через несколько лет соевое «молоко» составит конкуренцию коровьему и на российском рынке, пусть и не в массовом сегменте.

Для российских производителей молочной продукции такие сдвиги в сознании потребителей влекут за собой и риски, и возможности. С одной стороны, молоко у наших соотечественников традиционно ассоциируется с пользой для здоровья, здоровым диетическим питанием, с другой – у некоторых особенно восприимчивых покупателей за годы бомбардировок сообщениями СМИ о фальсификате сформировалось устойчивое недоверие к продукции на полках магазинов. Чтобы переломить ситуацию в свою пользу, производителям стоит уделять больше внимания, во-первых, контролю качества, а во-вторых, что, возможно, даже важнее – правильному позиционированию своей продукции с учетом изменившихся потребительских предпочтений. Это, впрочем, тема для отдельного разговора.

Экономисты Софасе оценивают уровень деловых рисков в российском розничном секторе как средний, в сельском хозяйстве как низкий. Для молочной отрасли, которая, можно сказать, находится на стыке этих двух секторов, это вполне благоприятная обстановка. Важным фактором, который существенно ухудшает климат в молочной промышленности и который мы еще не отметили, можно считать высокую волатильность цен на сырое молоко – впрочем, эта проблема для предпринимателей не нова, поэтому если скачки цен не будут критическими, отрасль вполне с ними справится. В остальном же российским производителям в ближайшие годы предстоит большая работа. С одной стороны, есть поставленная государством цель по удвоению объемов экспорта к 2024 году, с другой – необходимость адаптации к изменениям на внутреннем рынке. От того, как бизнес расставит приоритеты и какие адаптационные стратегии выберет, будет зависеть его конкурентоспособность. **МП**

«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*

ПИЩЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ИНГРЕДИЕНТЫ
АВТОМАТИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ
ПИЩЕВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
УПАКОВочНЫЕ РЕШЕНИЯ
ХОЛОД

**АГРО
ПРОД
МАШ**

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+

Присоединяйтесь ко 2-му Международному молочному конгрессу – 2019

Планируется, что к 2025 году российский рынок молочной продукции достигнет 34,56 млрд долл. США. Крупные инвестиции в строительство молочных заводов в сочетании с ростом производства молока в стране являются ключевыми факторами, которые, как ожидается, окажут положительное влияние на рост рынка. Кроме того, рост дохода на душу населения и увеличение потребления молочных продуктов благодаря пользе для здоровья, вероятно, будут способствовать развитию рынка в будущем.

2-й Международный молочный конгресс в России в 2019 году нацелен на то, чтобы соединить местные и международные заинтересованные стороны, определить возможности для инвестиций, модернизации и торговли для российской молочной промышленности, оценить инвестиционные возможности, проработать стратегии модернизации и режимы торговли, изучить предпочтения потребителей к качеству требования вместе с торговыми миссиями, предложить новые технологии и каталоги молочных продуктов для расширения молочного сотрудничества в России.

В программе мероприятия:

День 1

Сессия 1. Молочная индустрия России: путь вперед

Сессия 2. Изучение возможностей молочных инвестиций в России

Сессия 3. Модернизация молочных предприятий России: современные цифровые меры

Сессия 4. Беспроигрышные режимы молочной торговли с Россией

День 2

Сессия 5. Отслеживание потребительских предпочтений в России и на мировых молочных рынках

Сессия 6. Изменение требований к качеству молочных продуктов и отслеживаемость решений

Сессия 7. Новые каталоги молочной продукции для российских потребителей

В фокусе:

- Перспективы государственной политики развития молочной промышленности России

- Ситуация с молоком в России: стратегии для местных и международных производителей



2-й Международный молочный конгресс в России в 2019 году нацелен на то, чтобы соединить местные и международные заинтересованные стороны, определить возможности для инвестиций, модернизации и торговли для российской молочной промышленности.

- Освещение движения за улучшение породы в России

- Инвестиционный проект на козьей ферме: пробелы и возможности

- Методы управления фермой на основе искусственного интеллекта для улучшения производства молока

- Диджитализация на молокоперерабатывающих заводах для обеспечения конкурентного преимущества

- Беспроигрышные режимы молочной торговли с Россией

- Молочные потребительские предпочтения на российском и мировом рынках

- Пример из практики: как разместить цветовую маркировку «Светофор» для молочных продуктов в соответствии с новыми требованиями законодательства?

- Новые молочные каталоги для российских потребителей

Для получения дополнительной информации о конференции свяжитесь с организаторами: Брюс Чжан, brucez@szwgroup.com **Р**

Dairy

2ой Международный молочный конгресс «Россия-2019»

Октябрь 15-16
Москва, Россия

Tel.: 86 21 58300710-8101

E-mail: brucez@szwgroup.com

[http://www.szwgroup.com/
global-dairy-congress-russia-ru/](http://www.szwgroup.com/global-dairy-congress-russia-ru/)



Эксперт:
Александр
Никитин,
совладелец
маслоперерабатывающего
«Порховский»
(Псковская область)

Фото:
MarketMedia

Александр Никитин:

«Главная проблема молочной отрасли – низкий профессионализм решений»

Выступление совладельца маслозавода «Порховский» Александра Никитина на конференции «Молочная отрасль в СЗФО» (организатор MarketMedia), которая прошла в Санкт-Петербурге, не оставило равнодушным ни одного участника. Ему удалось затронуть, пожалуй, самые наболевшие проблемы переработчиков: сложность конкуренции в регионе с высокой стоимостью молока, недочеты системы «Меркурий», отмену льготного НДС на пальмовое масло, сложности с банковским кредитованием для молочных предприятий. Приводим его речь с небольшими сокращениями.

– **Д**обрый день, уважаемые коллеги! Сегодня, кроме меня, здесь нет переработчиков, хотя обещали, что будет и Гатчина, обещали и Лугу... У меня двойственное чувство от нашего мероприятия. С одной стороны, я испытываю глубокую благодарность от того, что меня пригласили сюда и дали возможность высказаться. С другой – меня настораживает, что производителей молока на конференции единицы, а из переработчиков молока вообще никого нет, кроме

меня. Представители власти мероприятие практически проигнорировали, а те, кто был, предпочли уйти. Наверное, им неинтересно наше мнение. К сожалению, такая сегодняшняя тенденция: власть не слышит и не хочет слышать то, что происходит у бизнеса. Отсюда – низкий профессионализм тех решений, который принимается властью и который мы вынуждены потом исполнять. Низкий профессионализм, увы, отразился и на этом мероприятии. Мы ви-

дим, как очень прочные мифы культивируются, передаются из уст в уста, оседают в мозгах у народа, и самое плохое, что они оседают в головах представителей массмедиа. Это очень плохо, потому что именно СМИ потом разносят эти мифы далее. Сейчас я расскажу об этом на примерах.

Возьмем систему «Меркурий», которую нам преподносят как великое благо. С одной стороны, действительно, она была призвана стать благом: полная прозрач-

ность, хороший контроль, наведение порядка. По факту же никакой прозрачности «Меркурий» не принес. Все предприятия обсуждают это между собой, но вслух никто старается не говорить. А если что и говорят, то наверх это никогда не доходит, весь негатив остается внизу, что совсем не способствует оздоровлению системы. Между тем сама по себе система «Меркурий» была слабой, непродуманной с самого начала. Объясню почему: никто никогда об этом не говорил, никто никогда об этом не думал, но первое, с чего надо было начинать систему учета, – разобраться, а что такое молоко, каким образом оно перерабатывается и что потом из него получается? Господа, молоко это не только вода! Это жир, это белок и другие составляющие, в частности лактоза. Если на приемке молоко не разделить на эти составляющие, то потом совершенно бесполезно говорить о системе учета. Как вести учет, если мы на входе не учитываем жирность молока, если мы не знаем, сколько там белка? Система «Меркурий» не предусматривает такое разделение в принципе, и до тех пор, пока она не будет предусматривать разделение на фракции, она не будет показывать реальное состояние дел. Она будет симптоматически позволять контрольным органам куда-то ездить, безусловно, но в этом скрывается большая коррупционная составляющая.

Далее. Теперь мы платим зарплату сотрудникам, которые больше ничего не делают (кроме внесения данных в «Меркурий», – *Прим. ред.*). Для нашего предприятия пять высокооплачиваемых сотрудников это большая нагрузка, но мы еще можем ее выдержать. А что говорить о фермере? Что говорить о маленьком сыроваре, у которого и бизнес-то весь держится на самоэксплуатации единственного хозяина, который с утра встал, сварил сыр и на рынке его продал. Но закон один для всех, и он обязан себя в «Меркурий» вписать. Так к чему ведет наше государство. К увеличению производительности труда? Или мы идем к тому, чтобы каждого рассматривать под лупой, как бы чего не вышло? Так мы возвращаемся даже не к советским временам, и дальше будет только хуже: потому что количество тех, кто с ложкой, – растет, а количество тех, кто с поварешкой, – увы, нет. И, к сожалению, непрофессионализм замечен не только в молочной отрасли.

Так, крайним непрофессионализмом веет от последнего решения по лишению пальмового масла налоговых льгот. Мало того, было заявлено, что деньги, полученные от взимания дополнительного НДС,

Досье:

маслосырзавод «Порховский» – крупнейший переработчик молока в Псковской области

Объемы переработки:
около 200 тонн молока в сутки

Выпускает:
сыры под брендом «Аланталь», сырные продукты, спреды и др. – всего около 1300 тонн готовой продукции ежемесячно

Количество персонала:
около 500 человек

будут направлены на развитие молочной отрасли. Да первым же переработчиком пальмового масла НДС будет предъявлен к возмещению! То есть налог с одной стороны возник, с другой его сразу возместили и бюджет дополнительно ничего не получил. А если закон довести до его логического завершения, тогда надо и все продукты, содержащие пальмовое масло, лишить льготы по НДС. И тогда это глобальный передел всего рынка. Придется переоценить практически все масло, переоценить и изменить НДС на все кондитерские изделия, отобрать льготный НДС у всего фастфуда.

Как вести учет, если мы на входе не учитываем жирность молока, если мы не знаем, сколько там белка? Система «Меркурий» не предусматривает такое разделение в принципе, и до тех пор, пока она не будет предусматривать разделение на фракции, она не будет показывать реальное состояние дел.

Кроме того, нельзя сделать НДС на пальмовое масло повышенным, но при этом оставить соевое масло на 10 % НДС? Ведь тогда «пальма» моментально превратится в сою, и никто не заметит подмены! Пальмовое масло объявили врагом народа, и это один из мифов, который вдолбили в мозги всем, начиная с корреспондентов СМИ.

А что на самом деле? Наше предприятие занимается производством продуктов, содержащих растительные масла. Мы не за-

нимаемся фальсификатом, мы выпускаем продукцию, которая пользуется спросом на рынке и выходит из ворот предприятия с честным наименованием, как от нас того требуют. Хотя и эти гайки все больше и больше тоже закручиваются, требуют писать, что мы выпускаем продукцию с заменой молочного жира. Хотя по сути такие продукты ничем не хуже тех, что с молочным жиром. А по поводу диеты и грамотного питания еще можно поспорить, какой сыр полезнее: с заменой или без замены. Кому-то нравится, кому-то не нравится, но это дело рынка. Я всегда говорил о том, что не надо бороться с заменой молочных жиров на растительные. Надо бороться с фальсификатом! Потребитель должен знать, что он потребляет: замену на «пальму», замену на сою, замену на рапс... на этикетке должна быть полная информация, и это абсолютно правильно. Но, как показывает опыт, лоббисты ведут борьбу не с фальсификатом, они просто хотят, чтобы молоко продавалось дороже. И никак не могут понять, что они не могут продавать свою продукцию дороже совсем не потому, что кто-то фальсифицирует, а потому, что кто-то будет такую же продукцию производить дешевле. И это проблема внутренней эффективности, которую лоббисты пытаются решить за счет искажения действительности, искажения общественного мнения насчет конкретных продуктов.

Теперь хочу перейти к тому, что происходит в Северо-Западном регионе, на нашем рынке. К сожалению, на нашей конференции не прозвучало, что самое дорогое

молоко в России – в Ленинградской области. И это вроде бы хорошо, это якобы дает возможность производителям молока развиваться. Но по факту мы не видим серьезного роста производства молока в Ленинградской области, новых проектов нет, что дальше будет – не известно. Это говорит о том, что эффективность производства молока, связанная с географическим происхождением, в Ленобласти должна быть по факту высокой. Факторов,



Александр Никитин:

«Мы можем сколько угодно сравнивать себя с Бельгией, с Германией, с Голландией, но пока наши поля зарастают лесом, пока не растет поголовье КРС и количество заинтересованных предпринимателей, пока нет от власти реальной помощи в покупке скота, получении недорогих кредитов, гарантированной продажи молока, развития не будет».

снижающих эффективность, мы не наблюдаем – климатическая зона не хуже, чем в Прибалтике или Финляндии, много осадков, хорошо заготавливаются силосуемые корма. В принципе, сейчас уже научились выращивать зерновые. Концентрированные корма производить не менее выгодно, чем в других регионах России. Но молоко здесь дороже, чем в других регионах, на 5–6 рублей. Мы сейчас покупаем молоко по 28–29 рублей за литр, аналогичные нашему предприятию в Татарстане и в Баш-

манией, с Голландией, но пока наши поля зарастают лесом, пока не растет поголовье КРС и количество заинтересованных предпринимателей, пока нет от власти реальной помощи в покупке скота, получении недорогих кредитов, гарантированной продажи молока, развития не будет. В этом должна быть заинтересованность чиновников и предпринимателей, а я, к сожалению, не вижу ни того, ни другого.

И еще один важный момент, о котором забывают лоббисты, говоря «давайте за-

Нельзя сделать НДС на пальмовое масло повышенным, но при этом оставить соевое масло на 10 % НДС? Ведь тогда «пальма» моментально превратится в сою, и никто не заметит подмены! Пальмовое масло объявили врагом народа, и это один из мифов, который вдолбили в мозги всем, начиная с корреспондентов СМИ.

кирии покупают молоко по 22–25 рублей. Хорошо это или плохо? Да, колхозники получают больше за молоко, но даже имея такую цену на этом рынке, они не развиваются. Это говорит о том, что в Ленобласти нет ресурса, связанного с увеличением цены. И производителям придется искать пути к большей эффективности, чтобы развивать производство. От этого зависит их будущее. Мы можем сколько угодно сравнивать себя с Бельгией, с Гер-

претим «пальму» и все будет хорошо». Хорошо не будет! Мы производим продукцию с заменой молочного жира на растительный. Но весь молочный жир, который мы изъяли из молока, мы продаем как сливочное масло. Покупая на рынке молоко по 28 рублей, можем ли мы конкурировать с предприятиями, которые покупают молоко по 22 рубля? Сможем ли мы конкурировать с ними, если не будем заменять молочный жир растительным? Нет. Либо

мы должны говорить фермерам, что мы ваше молоко купим, но по 22 рубля? Вот эффект от запрета на пальмовое масло, вот цена непрофессиональных действий лоббистов. Давайте посмотрим, а куда можно деть молоко Ленинградской области? Дополнительно увеличить выпуск цельномолочной продукции? Это никому не нужно – в каждом регионе есть своя цельномолочная продукция. Цифры экспорта настолько мизерные, что о них говорить бесполезно. Куда деть сливочное масло, СОМ, сыры, сделанные из дорогого молока? Ведь это биржевая продукция, где каждая копейка на счету. Если бы сегодня управлением занимались профессионалы, они приняли бы совсем другое решение.

Каким оно должно было быть? Вернемся на 20 лет назад. Вспомним девяностые годы, когда у нас были «ножки Буша» из Америки, а наше птицеводство загибалось. Отечественное свиноводство было в таком состоянии, что мы начали забывать вкус докторской колбасы, она была только импортной. Тогда было принято решение ограничить импорт и ввести квоты. Изначально предполагалось ввести квоты и на сливочное масло, сыры и сухое молоко, однако благодаря лоббистам эту продукцию из списка исключили, что обернулось катастрофой для развития отрасли. Именно квоты – тот рычаг управления, который позволил вывести птицеводство и свиноводство на серьезный уровень. Такого рычага нет в молочной отрасли. Можно купить сыр в Чили, в Аргентине... несмотря на санкции, мы остаемся самым большим импортером молочной продукции в мире. Чудес не бывает!

И последнее, о чем я хотел сказать, – отношения с банками. Банки сегодня смотрят только на риски и статистику, и до тех пор, пока в отрасли будут приниматься непрофессиональные решения, они будут видеть высокие риски и плохую статистику, что сказывается на всей работе с молочной отраслью. Банки забывают, что в молочной отрасли кроется гигантский потенциал! Например, во всей Европе банки готовы субсидировать сыры на длительном созревании. Банк дает деньги под товар, который хранится на созревании, и это очень хороший твердый залог, а переработчики могут спокойно покупать молоко, не боясь, что завтра им его не на что будет купить. Если отношение банков не поменяется, дорогое молоко нашего региона очень сложно будет переработать в такой сыр. **МП**



**23–24
октября
2019**

Санкт-Петербург

IV Международная конференция

МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ

масла и жиры

Автор:
Людмила
Панасюк,
консультант
по стандартизации
пищевой продукции
(г. Калининград)



ВИДЫ ДОКУМЕНТОВ ПО СТАНДАРТИЗАЦИИ НА ПИЩЕВУЮ МОЛОЧНУЮ ПРОДУКЦИЮ

Предприятия молочной отрасли в производственно-хозяйственной деятельности используют различные виды документов на молоко и продукты его переработки (творог, сыр, сметану, сливки, закваски и иные) – ГОСТ, СТО и ТУ. До сих пор у производителей и переработчиков возникают вопросы: кто должен и имеет право разрабатывать эти документы? Об этом рассказывает консультант по стандартизации пищевой продукции Людмила Панасюк.

Федеральный закон «О стандартизации в Российской Федерации» [1] называет ГОСТ, СТО и ТУ документами по стандартизации (ст. 14 «Виды документов по стандартизации»):

1) документы национальной системы стандартизации (национальные стандарты (ГОСТ Р), предварительные национальные стандарты (ПНСТ), правила стандартизации (ПР), рекомендации по стандартизации (Р) и информационно-технические справочники);

2) общероссийские классификаторы;

3) стандарты организаций, в том числе технические условия;

4) своды правил;

ГОСТ Р разрабатываются в установленном порядке в соответствии с требованиями Государственной системы стандартизации (ГСС). В этом принимают участие научно-исследовательские институты, союзы промышленников, технические комитеты по стандартизации пищевой продукции и иные организации.

5) документы по стандартизации, которые устанавливают обязательные требования в отношении объектов стандартизации, предусмотренных...

Далее в ст. 2 «Основные понятия» ФЗ представлены определения каждого из этих документов. Нас интересуют следующие пункты:

пункт 5. «Национальный стандарт» – документ по стандартизации, который разработан участником или участниками работ по стандартизации, по результатам экспертизы в техническом комитете по стандартизации или проектом технического комитета по стандартизации утвержден федеральным органом исполнительной

власти в сфере стандартизации и в котором для всеобщего применения устанавливаются общие характеристики объекта стандартизации, а также правила и общие принципы в отношении объекта стандартизации»;

пункт 13. «Стандарт организации» – документ по стандартизации, утвержденный юридическим лицом, в том числе государственной корпорацией, саморегулируемой организацией, а также индивидуальным предпринимателем для совершенствования производства и обеспечения качества продукции, выполнения работ, оказания услуг»;

пункт 15. «Технические условия» – вид стандарта организации, утвержденный изготовителем продукции... или исполнителем работы, услуги...

Национальные стандарты (ГОСТ Р) разрабатываются в установленном порядке в соответствии с требованиями Государственной системы стандартизации (ГСС). В их разработке принимают участие научно-исследовательские институты (отраслевые), союзы промышленников, технические комитеты по стандартизации и пищевой продукции и иные организации. Так, стандарты на сыры и масло разрабатываются государственным научным учреждением «Всероссийский научно-исследовательский институт маслоделия и сыроделия» Российской академии сельскохозяйственных наук (ГНУ «ВНИИМС» Россельхозакадемии) и вносятся техническим комитетом по стандартизации ТК 470 «Молоко и продукты переработки молока» (ГОСТ Р 52686-2006 «Сыры. Общие технические условия» [2]. Национальные стандарты на молоко и сливки, а также их производные, разрабатываются государственным научным учреждением «Всероссийский научно-исследовательский институт молочной промышленности» (ГНУ ВНИИМ) (ГОСТ Р 52091-2003 «Сливки питьевые. Технические условия» [3]).

Зачастую соавторами стандарта являются иные государственные структуры, например Институт питания РАМН, Российский союз предприятий молочной отрасли (РСПМО), (ГОСТ Р 53914-2010 «Напиток молочный. Технические условия» [4]). Среди разработчиков целый ряд предприятий, выпускающих молочную продукцию (ОАО «Очаковский молочный завод», ОАО «Черкизовский молочный завод», ОАО «РосАгроКомплект», ОАО «Обнинский молочный завод», ЗАО «Валио Санкт-Пе-

тербург», ОАО «Смоленский молочный комбинат «Роса», ОАО «Петмол. Санкт-Петербургский молочный комбинат № 1», ООО «Данон Индустрия», ООО «Хр. Хансен»). Кроме того, стандарт разработан впервые по заказу Национального фонда защиты потребителей (Россия).

В более ранний период разработкой национальных стандартов также занимались Министерство мясной и молочной промышленности СССР или Государственный агропромышленный комитет СССР. Утверждение и введение в действие осуществлялось Постановлением Государственного комитета СССР по управлению

В Евразийском экономическом пространстве «работают» межгосударственные стандарты (ГОСТ). В настоящее время они действительно на территории пяти государств – членов Евразийского экономического союза: Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики и Российской Федерации.

качеством продукции и стандартам. Но тогда это были Государственные стандарты СССР (ГОСТ) (ГОСТ 718-84 «Консервы молочные. Какао со сгущенным молоком и сахаром. Технические условия» [5]; ГОСТ 10970-87 «Молоко сухое обезжиренное. Технические условия» [6]).

В Евразийском экономическом пространстве «работают» **межгосударственные стандарты (ГОСТ)**. В настоящее время они действительно на территории пяти государств – членов Евразийского экономического союза: Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики и Российской Федерации.

Межгосударственные стандарты также разрабатываются в установленном порядке по планам межгосударственной системы стандартизации, как правило, научно-исследовательскими институтами.

Вот некоторые из них (новейшие разработки):

- ГОСТ 33959-2016 «Сыры рассольные. Технические условия».
- ГОСТ 34372-2017 «Закваски бактериальные для производства молочной продукции. Общие технические условия».
- ГОСТ 33922-2016 «Консервы молочные. Сливки сухие. Технические условия».
- ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия».
- ГОСТ 33956-2016 «Альбумин молочный и пасты альбуминные. Технические условия», ГОСТ 33920-2016 «Казеинаты пищевые. Технические условия».
- ГОСТ 34254-2017 «Консервы молочные. Молоко сгущенное стерилизованное. Технические условия» [7–13].

Инициаторами разработки также могут быть представители государств – членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС), отечественные союзы молочной отрасли. Так, ГОСТ 34048-2017 «Продукт кисломолочный «Снежок». Технические условия» [14] подготовлен ТОО «КазВод-Консалтинг», внесен Комитетом технического регулирования и метрологии Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан, а принят Евразийским советом по стандартизации, метрологии и сертификации¹. Этот стандарт подготовлен на основе национального стандарта Республики Казахстан СТ РК 1061-2002 «Продукт молочный «Снежок». Технические условия». А ГОСТ 33480-2015 «Сыр творожный. Общие технические условия» разработан Российским союзом предприятий молочной отрасли (РСПМО) и секретариатом ТК 470/МТК 532 «Молоко и продукты переработки молока» [15]. Сразу пять ведущих научно-исследовательских организаций молочной отрасли являются равноправными участниками создания стандарта на мороженое: Государственное научное учреждение «Всероссийский научно-исследовательский институт холодильной промышленности» (ГНУ ВНИХИ), Российский союз предприятий молочной

¹ Евразийский совет по стандартизации, метрологии и сертификации (ЕАСС) представляет собой региональное объединение национальных органов по стандартизации государств, входящих в Содружество Независимых Государств. В дальнейшем возможно вступление в ЕАСС национальных органов по стандартизации других государств.



отрасли» (РСПМО), Государственное научное учреждение «Всероссийский научно-исследовательский институт молочной промышленности» (ГНУ ВНИМИ), Секретариат ТК 470/МТК 532 «Молоко и продукты переработки молока», ООО «Научно-технический комитет «Молочная индустрия» (ГОСТ 31457-2012 «Мороженое молочное, сливочное, пломбир. Технические условия» [16]).

В случае создания стандарта на любую молочную продукцию, предназначенную для детского питания, разработчиком обязательно является Научно-исследовательский институт детского питания (НИИДП) Российской академии сельскохозяйственных наук. (ГОСТ 32926-2014 «Ацидофилин для детского питания. Технические условия» и ГОСТ 30626-98 «Продукты молочные сухие для детского питания. Общие технические условия» [17; 18] и иные). Как видим, это было во все времена – и в доперестроечные годы, и в настоящее время: см. ГОСТ 30625-98 «Продукты молочные жидкие и пастообразные для детского питания. Общие технические условия»; ГОСТ Р 52783-2007 «Молоко для питания детей дошкольного и школьного возраста. Технические условия» – конкретный вид продукции» [19; 20].

До 75 % предприятий агропромышленного комплекса осуществляют выпуск продукции в соответствии с требованиями стандартов организаций (СТО) и технических условий (ТУ) и, в частности, разработанных на молочную продукцию.

Субъекты хозяйственной деятельности – изготовители молочных продуктов – могут работать как по стандартам организаций, так и по техническим условиям. Это следует из редакции толкования документов.

До 75 % предприятий агропромышленного комплекса осуществляют выпуск продукции в соответствии с требованиями стандартов организаций (СТО) и технических условий (ТУ) и, в частности, разработанных на молочную продукцию.

Кто же является разработчиками СТО и ТУ? Разработка стандартов организаций и технических условий осуществляется в двух форматах:

- самостоятельная разработка документов работниками изготовителя;
- обращение изготовителей к специалистам с компетенциями, профессионалам в области стандартизации. Разработка документов осуществляется в рамках договоров на коммерческой (и некоммерческой) основе в соответствующих организациях, а также специалистами с компетенциями.

В заключение следует обратить внимание, что стандарты организаций (СТО) и технические условия (ТУ) – это документы по стандартизации, находящиеся в одном ряду с национальными стандартами (ГОСТ Р). Стандарты организаций (СТО) и технические условия (ТУ) в настоящее время не являются техническими документами. **МП**

Литература

1. Федеральный закон от 29 июня 2015 года № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации».
2. ГОСТ Р 52686-2006 «Сыры. Общие технические условия», утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии № 457-ст от 27 декабря 2006 года.
3. ГОСТ Р 52091-2003 «Сливки питьевые. Технические условия», принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России № 220-ст от 30 июня 2003 года.
4. ГОСТ Р 53914-2010 «Напиток молочный. Технические условия», утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии № 366-ст от 10 ноября 2010 года.
5. ГОСТ 718-84 «Консервы молочные. Какао со сгущенным молоком и сахаром. Технические условия», утвержден и введен в действие Постановлением Государственного комитета СССР по управлению качеством продукции и стандартам от 25.03.85 № 780.
6. ГОСТ 10970-87 «Молоко сухое обезжиренное. Технические условия», утвержден и введен в действие Постановлением Государственного комитета СССР по стандартам от 24.02.87 № 594.
7. ГОСТ 33959-2016 «Сыры рассольные. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 93-Пот 22 ноября 2016 года).
8. ГОСТ 34372-2017 «Закваски бактериальные для производства молочной продукции. Общие технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 52-2017 от 30 ноября 2017 года).
9. ГОСТ 33922-2016 «Консервы молочные. Сливки сухие. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 93-Пот 22 ноября 2016 года).
10. ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 43-от 7 июня 2013 года).
11. ГОСТ 33920-2016 «Казеинаты пищевые. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 92-П от 25 октября 2016 года).
12. ГОСТ 33956-2016 «Альбумин молочный и пасты альбуминовые. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 93-П от 22 ноября 2016 года).
13. ГОСТ 34254-2017 «Консервы молочные. Молоко сгущенное стерилизованное. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 52-2017 от 30 ноября 2017 года).
14. ГОСТ 34048-2017 «Продукт кисломолочный «Снежок». Технические условия», принят Евразийским советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 51-МГС от 1 июня 2017 года).
15. ГОСТ 33480-2015 «Сыр творожный. Общие технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 82-П от 12 ноября 2015 года).
16. ГОСТ 31457-2012 «Мороженое молочное, сливочное, пломбир. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 41-2012 от 24 мая 2012 года).
17. ГОСТ 32926-2014 «Ацидофилин для детского питания. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 46-от 5 декабря 2014 года).
18. ГОСТ 30626-98 «Продукты молочные сухие для детского питания. Общие технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 14-98 от 12 ноября 1998 года).
19. ГОСТ 30625-98 «Продукты молочные жидкие и пастообразные для детского питания. Общие технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 14-98 от 12 ноября 1998 года).
20. ГОСТ Р 52783-2007 «Молоко для питания детей дошкольного и школьного возраста. Технические условия», принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 30 ноября 2007 года, № 341-ст.



10–11
декабря
2019

Санкт-Петербург,
КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»

12+

Разделы:

- ▶ Оборудование для разведения, содержания и кормления
- ▶ Оборудование для доения, первичной переработки молока и мяса
- ▶ Ветеринарные препараты, инструменты и услуги
- ▶ Корма и кормовые добавки

Организатор — компания MVK
Офис в Санкт-Петербурге



+7 (812) 380 6004/00
smartfarm@mvk.ru

Получите электронный билет
smartfarm-expo.ru



реклама

VI Международный бизнес-форум

МИРОВАЯ СОЯ

20–21 мая 2020

Регистрация и подробная информация:

+7 (812) 245–67–70

sfm.events
info@sfm.events

Организатор:
ИД «СФЕРА»



реклама

Автор:

Елена Пономарева,
кандидат
экономических
наук, основатель
и генеральный
директор компании
«Лаборатория трендов»



Рисунок 1

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПАКОВКЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Рынок молочной продукции является одним из наиболее конкурентных рынков продуктов питания. В гипермаркетах и супермаркетах регулярно можно увидеть потребителей, медленно идущих вдоль пристенного холода в поисках чего-то нового, вкусного и полезного.

В сегменте традиционной продукции «прорывные» новинки практически не появляются, не считая растительного молока, которое, по своей сути, молоком как таковым не является. Производители дифференцируются за счет дизайна упаковки и модификаций классических рецептов.

Интересным примером применения современных цифровых технологий к классическому продукту является новый бренд «Проверь» компании «Галактика», ядром целевой аудитории которого являются люди в возрасте от 25 до 45 лет, заботящиеся о своем здоровье и интересующиеся новыми технологиями. Дизайн соответствует тренду на минимализм, который прослеживается последние пару лет в упаковке, а с помощью QR-кода потребители еще до совершения покупки могут получить информацию о сырье и его поставщиках, о компании-производителе и о самом продукте. Это соответствует запросу современных потребителей на прозрачность и безопасность продукции (они хотят понимать, за что платят и что именно едят и пьют), работая на доверие к продукту и компании, его производящей. По данным, представленным компанией, объемы продаж нового бренда растут высокими темпами и оправдывают ожидания.

Среди попыток привлечь новую целевую аудиторию и удержать интерес потребителей к бренду можно выделить новые позиции в линейке бренда «Простоквашино» – сметанный соус с грибами или огурцами и зеленью, десертная сметана с клубникой или черникой. Все новинки ориентированы на людей, которые предпочитают экономить время на приготовлении пищи и для которых эти продукты могут стать удобными решениями. Идея сметаны с ягодами – скорее всего, ответ на привычку многих россиян есть оладьи и блины, смешивая сметану и варенье. Довольно близок к этой модели потребления соус с огурцами и зеленью, который популярен у россиян. Сложнее всего с точки зрения приготовления соус с грибами, поэтому, пожалуй, это та новинка, о приобретении которой задумаются даже те, кто предпочитают делать сладкую сметану и сметанные соусы самостоятельно. Удобство – это один из ключевых критериев позиционирования данных продуктов. Но если соусы потребители уверенно противопоставляют «вредному» майонезу, то в случае с десертной сметаной часть потребителей не видит существенной отстройки от йогуртов.

Еще две модификации традиционно-го продукта – это взбитая сметана и слад-



Рисунок 2–3



Рисунок 4

кая сметана бренда «Домик в деревне». Эти продукты аналогичным образом базируются на удобстве и, прежде всего, ориентированы на любителей готовить разнообразные торты и пирожные.

Заглядывая вперед, через 10–15 лет полноценными покупателями станут представители поколения Z, никогда не жившие без Интернета, удивить которых сложно и часть из которых уже осознанно отказывается от молока в пользу его растительных заменителей. Это значит, что уже сегодня производителям нужно начинать работу в этом направлении, чтобы успеть переориентироваться и не быть «морально устаревшими».

В целом же, характеризуя рынок традиционной молочной продукции, он продолжает движение в том же направлении, что и в последние 2–3 года – на полках соседствуют молочные пластиковые бутылки и тетрапаки формата family pack, появляется все больше «облегченной» продукции (со сниженным процентом жирности), в линейках кефира все активнее работает формат to go (кефир, который можно пить на ходу и носить в сумке), на полках сметаны появляются новые модификации, призванные удивить потребителей и переманить их от конкурентов. Если же говорить о дизайне, как и сам рынок, в подавляющем большинстве он является таким же традиционным, а если говорить о региональных производителях, устаревшим (даже если новинки выводились на рынок в последние пару лет). Однако вряд ли можно ожидать существенного изменения дизайнов на данном сегменте рынка в ближайшие 3–5 лет – в силу более низких цен для потребителей, чем в случае с функциональной молочной продукцией, и невысокой маржи у производителей, в этом нет большой потребности. В основном компании ограничиваются незначительным обновлением дизайна (например, недавнее изменение упаковки бренда «Простоквашино»), а также выведением модифицированной продукции под существующими брендами, не требующей разработки нового дизайна.

Принципиально новый дизайн понадобится продуктам с уникальными характеристиками (как, например, упомянутый

выше бренд «Проверь») или новым игрокам, решившим бросить вызов «старожилам». Но, заглядывая вперед, через 10–15 лет полноценными покупателями станут представители поколения Z, никогда не жившие без Интернета, удивить которых сложно и часть из которых уже осознанно отказывается от молока в пользу его растительных заменителей. Это значит, что уже сегодня производителям нужно начинать работу в этом направлении, чтобы успеть переориентироваться и не быть «морально устаревшими».

Сегмент высокомаржинальной продукции, продолжающий активный рост, с точки зрения тенденций в дизайне и упаковке напоминает кондитерский рынок, который в России, да и в мире в целом, является одним из законодателей моды в дизайне на рынке продуктов питания.

Какие же тенденции сейчас можно увидеть на этом рынке?

- Привлекать внимание к новинкам становится все сложнее, особенно если речь идет о молодой целевой аудитории, которая хочет не только покупать продукт, но и получать интересный потребительский опыт (customer experience) и эмоции.

Нашумевшая новинка – бренд Versa от компании Danone. Это первая линейка на рынке йогуртов, выполненная в черном цвете, традиционно используемом на рынке продуктов питания (и в целом в дизайне) для отражения премиальности. Бренд позиционируется в высоком ценовом сегменте, дополнительная потребительская ценность и наценка за бренд формируется за счет повышенного количества фруктов и их необычных сочетаний, например вишня, миндаль, гранат и мята. Йогурты представлены как в уже привычных для потребителей баночках, так и в стаканчиках с трубочкой, вслед за Activia (другим брендом Danone). Ключевым критерием для позиционирования делается удовольствие, часто используемое в конкурентной отстройке брендов Danone. Но, в отличие от Danissimo, слоган которого «Пусть весь мир подождет», уже давно пошел «в народ», в данном случае компания сделала ставку на молодежь, используя привычный для миллионной аудитории Instagram хештег #foodporn (его поставили в этой сети более 200 млн раз, он является одним из самых популярных хештегов). И если молодая целевая аудитория в этом увидела прогрессивность бренда и коммуникационный посыл «Я такой, как ты», то для старшего поколения «фудпорн» стал аналогом скандальной рекламы, к которой все чаще прибегают бренды, стараясь расшевелить целевую аудиторию, привлечь к себе внимание и запустить сарафанное радио.



Рисунок 5

- Продолжается игра со вкусами. На рынке представлен широкий ассортимент продукции, удивить потребителей непросто – предложения многих конкурентов похожи и базируются на уже привычных для россиян наполнителях (в зависимости от товарной категории – клубника, экзотические фрукты, вареная сгущенка и др.). В то же время доля людей, находящихся в постоянном поиске новинок и гастрономических экспериментов, постоянно растет (в обеих столицах их около 10 %). Это значит, что для производителей пришло время экспериментов.

Примерами являются использование набирающих в России популярность суперфудов (например, йогурты Activia с манго и чиа), йогурты, десерты и молочные коктейли со вкусом кофе (например, Danissimo Shake & Go) одновременно с увеличением полочного пространства, выделяемого под холодный кофе (Starbucks или Grand Cafe от Erhmann), а также появление на российском рынке овощных йогуртов (например, «Вкуснотеево» морковный фреш или сочная тыква).



Рисунок 6



Рисунок 7

Также производители пытаются удивлять потребителей за счет новинок, соответствующих ЗОЖ-трендам, в том числе добавляя в продукцию овсяные хлопья (например, Danone Activia Super или Еrica с голубикой) и все чаще используя упаковку «два в одном», позволяющую потребителям самостоятельно смешивать йогурты и наполнитель (например, йогурты с шариками «Апети», йогурты Еrica с гранолой).



Рисунок 8



Рисунок 9

• Появление «клонов», пытающихся привлечь к себе внимание за счет схожести дизайна с успешными и уже принятыми рынком продуктами.

На молочном рынке довольно редко встречаются бренды, похожие до степени смешения, однако, но копирование концепций происходит все чаще – в социальных сетях регулярно проходят волны вопросов потребителей: «Правда, похожи?» Сметана, масло, молоко, а теперь и глазированные сырки. Активно растущий бренд «Коровка из Кореновки», позиции которого довольно сильны на рынке мороженого и сгущенного молока, вывел на рынок сырки, имеющие концепцию, похожую на один из немногочисленных на российском рынке премиальных брендов «Б.Ю. Александров». Произошло ли это случайно или так изначально было задумано, но потребители неоднократно путали упаковки.



Рисунок 10–11

• Развитие формата to go и позиционирование на удобстве.

Российские покупатели все чаще потребляют пищу буквально на бегу или совмещая завтрак, обед или ужин с другими занятиями. На помощь к ним все чаще стали приходить производители высокомаржинальной молочной продукции. Уже упомянутые выше йогурты в стаканчиках с трубочками или йогурты с ложечками (например, «Молочная культура»).



Рисунок 12

Развитие данной тенденции приводит к появлению непривычных для товарной категории упаковки. Например, плавленый сыр Viola в дойпаках. Мягкая упаковка позволяет потреблять плавленый сыр при приготовлении бутербродов (сэндвичей), холодных или горячих блюд без использования ножа, что удобно не только для потребления дома, но и в офисе или на даче. С учетом того, что дойпаки широко распространены на рынке майонеза (его потребляет подавляющее число россиян) и на рынке соусов и кетчупов, переключение части потребителей на уже привычную мягкую упаковку на рынке сыра является вполне обоснованным решением производителя.

Все шире становятся детские линейки, привлекающие внимание яркой упаковкой, использованием героев на упаковке, коллаборациями с анимационными студиями и использованием геймификации через упаковку. Одновременно с этим йогурты и творожки становятся полноценным удобным перекусом за счет топингов в виде шариков, печенья, орехов, кукурузных хлопьев и др.

Именно с детского рынка можно ожидать более широкого распространения уже упомянутых выше дойпаков, но на рынке йогуртов.



Рисунок 13



Рисунок 14

Подводя итоги, можно сделать два ключевых вывода. Первый – рынок молочной продукции постепенно начал реагировать на изменения в моделях поведения потребителей, все чаще позиционируя новинки на удобстве, удивляя их и предоставляя им возможность для гастрономических экспериментов. Второй – проводниками изменений являются крупнейшие игроки рынка, имеющие большие бюджеты на продвижение и сильные R&D. На текущий момент они формируют спрос на новинки, тем самым прокладывая дорогу остальным игрокам рынка, в том числе нишевым производителям, которые быстрее, чем средний и крупный бизнес, реагируют на тренды и динамику внешней среды. **ММ**

Для иллюстрации материала использованы общедоступные ресурсы Интернета. Ссылки на источники:

- Рис. 1. http://promupac.ru/press_tsentr/novosti_ryinka/prover_moloko
Рис. 2–3. <https://www.utkonos.ru/item/3367407/smetana-prostokvashino-s-klubnikov-desertnaja-13--260g>
<https://lenta.com/catalog/moloko-syr-yajjco/molochnaya-produkciya/smetana/smetana-prostokvashino-s-gribami-smetannyj-sous-135-rossiya-145g/>
Рис. 4. <https://domik-v-derevne.com/uploads/categories/5/c5cb9b9c9d20a4.png>
Рис. 5. http://www.danone.ru/media/novosti/news/danone-zapuskayet-novyi-provokatsionnyi-brend-dlja-molodoi.html?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=c5333af64d3a1464b83ac870c86f5ac2
Рис. 6. <http://www.ehrmann.ru/products/grand-dessert/milk-coffee/>
Рис. 7. <https://duboo.ru/yogurt-vkusnotyeyev-morkov-750g/>
Рис. 8. <https://www.ozon.ru/context/detail/id/154340546/>
Рис. 9. <http://savushkin.by/products/yogurt-gustoy/>
Рис. 10–11. <https://lenta.com/catalog/moloko-syr-yajjco/molochnaya-produkciya/pudingi-deserty-syrki/syrok-glazirovannyj-byu-aleksandrov-tvorozhnyj-v-moloch-shokolade-s-vanilyu-26-rossiya-50g/>
<https://lenta.com/catalog/moloko-syr-yajjco/molochnaya-produkciya/pudingi-deserty-syrki/syrok-korovka-iz-korenovki-v-temnom-shokolade-23-rossiya-50g/>
Рис. 12. https://udobnomarket.ru/goods/Syr-Viola-Chetyre-syra-plavlenyj-doj-pak-45-180g-Valio-000#show_tab_2
Рис. 13. https://www.okeydostavka.ru/webapp/wcs/stores/servlet/ProductDisplay?urlRequestType=Base&catalogId=12051&categoryId=&productId=782067&errorView=ProductDisplayErrorView&urlLangId=&langId=20&top_category=&parent_category_rn=&storeId=10151
Рис. 14. <https://www.auchan.ru/pokupki/jog-chudo-detki-klub-malin-85gr.html>



Комментирует пресс-служба ООО «Валио»:

Прежде всего Valio бескомпромиссно подходит к вопросу сохранения качества и безопасности продукции. Эти приоритеты и определяют выбор упаковки для продукции компании. Также мы отмечаем, что растет потребительский запрос на разные форматы упаковок, поэтому Valio работает над максимальным расширением упаковочных решений, которые подойдут для различных ситуаций потребления продукции. Например, плавленые сыры Viola представлены в «треугольниках», которые удобны для использования в кулинарии, в мягкой упаковке – консистенция сыра в ней универсальна для использования на бутербродах, в формате ломтиков, которые удобно взять в дорогу или на пикник, а также в «ваннах» – это универсальный традиционный формат. Следует отметить также набирающий популярность запрос на перерабатываемые упаковки, Valio активно работает и в этом направлении, в том числе разрабатывая совместные решения с производителями упаковки. Яркий пример подобного проекта – упаковка безлактозного молока Valio Eila, которая сейчас на 100 % произведена из растительного сырья. Ее разработкой компания Valio занималась совместно с Tetra Pak.



Линия розлива с максимальными ВОЗМОЖНОСТЯМИ



Высокая эффективность

Линия розлива производит 12 000 упаковок в час

3 объема

Одна линия поддерживает объемы 500 мл, 750 мл, 1000 мл

2 формата упаковки

Bloc и Fit - для разных продуктовых линеек

Удобная упаковка

Просто открывать и легко наливать

Привлекательный вид

Выгодно выделяет продукт на полке

Долгий срок хранения

Не требует холодной дистрибуции и холодной полки



Гибкая линия розлива SIG позволяет производить различные жидкие молочные продукты в удобной и безопасной картонной упаковке разного объема.

Подробную информацию об особенностях производственной линии и упаковки смотрите на сайте www.sig.biz или узнайте по телефону +7 (495) 933-02-70

Досье:

Предприятие:

животноводческий молочный
комплекс КРС «Троицкий»
ГК «Агропромкомплектация»

Введен в эксплуатацию:

2019 год

Расположен:

д. Гнездилово, Железногорский район,
Курская область

**Количество животных,
конец 2019 года (план):**

4200 голов КРС голштинской породы

Площадь:

10 тыс. кв. метров



БУДУЩЕЕ – ЗА ВЫСОКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ

Летом 2019 года введен в эксплуатацию новый животноводческий комплекс «Троицкий». Это первый комплекс КРС группы компаний «Агропромкомплектация» на территории Курской области. Автоматизация новейшего молочного предприятия составляет 98 %. Высокая эффективность позволяет компании строить амбициозные планы: к 2020 году новый комплекс хочет выйти на показатель 30,2 млн литров молока в год.

В состав нового молочного комплекса «Троицкий» входят родильно-ветеринарный блок (с помещением для сухостойных коров, отельную и новотельную секции, где животных после отела держат в течение 3–7 дней.); две площадки для телят (телят до 3 месяцев содержат в индивидуальных домиках под навесами); 4 разновозрастных телятника; 4 коровника беспривязного содержания для дойных коров.

Доильно-молочный блок комплекса состоит из двух доильных залов: большой – 2 параллели по 40 мест и малый – 2 параллели по 10 мест, кроме того, в нем предусмотрено помещение для хранения охлажденного молока.

Кормовая база формируется собственным растениеводческим предприятием ООО «АПК-Черноземье». С 2018 года курские растениеводы Группы ввели специ-

Новый комплекс рассчитан на содержание 6 тыс. коров голштинской породы, что позволяет получать валовой надой 30,2 млн литров молока в год. Добиться таких показателей планируется в 2020 году.

альный севооборот, рассчитанный на выращивание однолетних и многолетних трав для формирования кормовой базы молочного комплекса КРС. В связи с этим, с учетом развития растениеводческого сег-

мента, было создано порядка 150 высокотехнологичных рабочих мест.

Работа комплекса выстроена по европейской технологии холодного беспривязного содержания, которая обеспечивает коровам условия, максимально приближенные к естественным. Помещения, где содержат поголовье, не отапливают – телята и взрослые коровы гораздо легче переносят охлаждение, чем перегрев. Поэтому в зимний период стабильная оптимальная температура поддерживается за счет выделяемого животными биологического тепла. Чтобы не допустить перегрева в летнее время, предусмотрены технологические решения, которые обеспечивают максимальный воздухообмен. Дополнительно во всех корпусах стоят приточно-вытяжные вентиляторы, создающие охлаждающий поток воздуха при повышении температуры.



Автоматизация во всем

Практически все производственные процессы в «Троицком» полностью автоматизированы – кормление, поение, навозоудаление, система вентиляции и освещение. Уровень автоматизации хозяйства достигает 98 %.

Для эффективного управления стадом, контроля качественных и количественных показателей его жизнедеятельности используется компьютерная программа, которая позволяет отслеживать множество жизненно важных параметров по каждому животному и анализировать информацию по доению, воспроизводству и ветеринарным мероприятиям.

Кормление стада осуществляется дважды в день полнорационной смесью, которая готовится на основе разных типов кормов с помощью самоходных миксеров-кормораздатчиков. Причем для каждой технологической группы животных формируется свой рацион. За санитарно-гигиенические условия в помещениях, где содержат коров, отвечает автоматическая система навозоудаления флэш-флюм с насосной станцией и оборудованием для разделения твердой и жидкой фракций.

Эффективное производство

Новый комплекс рассчитан на содержание 6 тыс. коров голштинской породы, что позволяет получать валовой надой 30,2 млн литров молока в год. Добиться таких показателей планируется в 2020 году.

Для оснащения нового молочного комплекса было выбрано доильное оборудование параллельного типа, которое не только обеспечивает эффективное доение (до 400 голов в час), но и позволяет отслеживать показатели состояния животных.

– Мы планируем, что в следующем году выйдем на полную производственную мощность по молоку – не менее 95 тонн в сутки по надое, – говорит Александр Сайков, директор департамента молочного животноводства ГК «Агропромкомплектация».

Ежемесячно в «Троицкий» поступает по 300 новых голов. При выходе предприятия на проектную мощность объемы производства молока по группе компаний в целом составят 84,7 млн литров в год.

Для оснащения нового молочного комплекса было выбрано доильное оборудование параллельного типа, которое не только обеспечивает эффективное доение (до 400 голов в час), но и позволяет отслеживать показатели состояния животных.

– У нас накоплен большой опыт работы с параллелями, мы хорошо знаем это оборудование, его особенности, вариан-

ты решения возможных проблем и можем использовать единый склад запасных частей. Кроме того, доильная система такого типа позволяет при выходе из строя одной параллели продолжать работать на второй абсолютно автономно, – рассказывает Иван Умеренков, директор животноводческого молочного комплекса КРС «Троицкий».

Как и во всех остальных комплексах, входящих в состав ГК «Агропромкомплектация», молоко, которое производит новое предприятие, проходит строгий многоступенчатый контроль качества и по всем показателям соответствует продукции высшего сорта.

Хорошие возможности для развития

При всех сложностях и проблемах у отечественного животноводства есть очень хорошие перспективы, считают в «Агропромкомплектации». Во многом это связано с тем, что изменился государственный подход к регулированию отрасли молочного животноводства. Введена новая электронная система сертификации ФГИС «Меркурий», которая позволяет контролировать качество не только сырого молока, но и готовой продукции. В целом, благодаря государственным регулирующим мерам, молочный рынок становится менее волатильным, и у производителей молока появилась стабильность в ценовой политике, которая позволяет планировать долгосрочные инвестиции. Кроме того, растет спрос на качественное сырое молоко, что дает ощутимое преимущество крупным молочным комплексам, так как мелким крестьянско-фермерским и личным подсобным хозяйствам очень трудно соблюсти все санитарно-гигиенические и технологические требования.

– Мы не стремимся стать самыми большими в молочном животноводстве, но мы хотим быть самыми эффективными. Вся наша деятельность направлена на повышение эффективности. Мы ставим производственные опыты, оцениваем эффективность различных ветеринарных протоколов, проводим большое количество кормовых опытов, используем системы электронного мониторинга за состоянием и поведением животных, ведем племенную работу, – говорит Александр Сайков.

В компании уверены, что будущее отечественного молочного животноводства за высокотехнологичным производством, а значит, у комплексов КРС в составе ГК «Агропромкомплектация» есть отличная возможность для роста и развития в ближайшие годы. **МП**



Мероприятие:
семинар «Мировой опыт GEA для пищевой промышленности России»

Место проведения:
Новосибирск

Количество участников:
более 40 специалистов



В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ – КОРОВА: КОМПАНИЯ GEA РАССКАЗАЛА О СВОИХ РЕШЕНИЯХ ДЛЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ

Компания GEA, один из крупнейших мировых поставщиков комплексных решений для пищевой промышленности, провела семинар для отраслевых специалистов, посвященный темам эффективного производства качественной продукции.

Мероприятие прошло в Новосибирске, где расположен один из офисов компании GEA в России. Более 40 экспертов в сфере производства мяса, молока, безалкогольных напитков и другой продукции из разных городов России обсудили вопросы создания качественной и востребованной продукции, имеющие значение для каждого из участников семинара.

На мероприятии прозвучали доклады о промышленном холодильном оборудовании и создании энергоэффективных предприятий, подкрепленные инженерными расчетами и практическими кейсами. Специалисты GEA рассказали участникам о новейших технологических решениях в производстве безалкогольных напитков, о различных вариантах оборудования для упаковки и фасовки пищевой продукции, о возможностях промышленных климатических установок и многом другом.

Значительную часть семинара посвятили одной из самых острых и волнующих тем – производству молока и молочной продукции. В этом направлении компетенции

GEA исключительно сильны. Участники мероприятия с удивлением узнали о том, что 25 % мирового объема переработки молока осуществляется на оборудовании GEA. Компания предлагает широчайший спектр решений для всех стадий производства и переработки молока, начиная от организации стойл и кормовых столов и заканчивая оборудованием для переработки молочной сыворотки и цифровыми технологиями для эффективной организации молочного предприятия любого масштаба.

О системном подходе GEA в организации молочного животноводства рассказал региональный директор по продажам оборудования для молочных товарных ферм Александр Кравченко. Он сообщил, что только в этом сегменте в компании занято более 2 тыс. человек в мире, клиенты GEA успешно развивают молочные комплексы разного уровня более чем в 100 странах. В зависимости от потребностей клиента, GEA предлагает автоматизированное и традиционное оборудование для доения, решения для автоматической подачи корма, все необходи-

мые компоненты для поддержания должного санитарно-гигиенического состояния помещений для животных, своевременно навозоудаления и многое другое.

– Оснащение молочных ферм – сложное и интересное направление работы. Наши клиенты активно интересуются созданием идеальных условий для содержания коров, глубоко вникают в технологии ухода за животными, – отметил он в своем выступлении. – Наша философия основана на том, что на молочном предприятии нет ничего важнее коровы, вокруг нее выстраивается весь быт и приобретается все необходимое оборудование. Разрабатывая наши решения, мы учитываем все нюансы содержания животных. В зависимости от типа производства и количества коров, мы можем предложить различные системы доения: в ведро, «елочку» или «карусель»; наладить системы автоматического доения и кормления, создать оптимальный микроклимат в стойлах; обеспечить полное отслеживание поведения и состояния каждой коровы. Роботизированные системы доения позволяют

обеспечить получение высококачественного молока, исключить возможность перекрестного заражения и сухого доения.

Надо отметить, что часть оборудования для молочных предприятий, а также моющие средства для промывки доильного оборудования и санитарной обработки вымени до и после доения GEA производит в России, используя немецкие технологии и рецептуры. Производственные площадки работают в Коломне – здесь выпускают стойловые секции, кормовые заборы, ограждения и калитки, боксы для телят и т. д. – и в г. Узловая Тульской области. Локализация производства позволяет клиентам не переплачивать за логистику и таможенную, а также быть уверенными в качестве и постоянном наличии всех необходимых компонентов.

Молочную тему продолжил Сергей Непряев, специалист подразделения «Решения для переработки молока» отдела продаж GEA в России. Он рассказал, что решения GEA позволяют изготавливать широкий ассортимент мягких и свежих сыров – от классической моцареллы, шариков или косичек моцареллы, до проволоны, скаморцы и сыра для пиццы. Спрос на такую продукцию на российском рынке стабильно растет, это высокомаржинальный товар, позволяющий переработчикам молока значительно расширить ассортимент и предложить потребителям наиболее востребованные позиции. Компания GEA производит системы для отделения сыворотки и созревания, различные машины для вытягивания сгустка, формовочное и дополнительное оборудование. GEA обладает патентом на технологию производства таких сыров с использованием паровых систем растяжения: она позволяет перерабатывать свежие и коммерческие сгустки любого происхождения, повышает выход продукта в диапазоне от 0,5 до 2 % и пригодна для производства целого спектра продукции.

Еще одно очень актуальное направление работы GEA – комплексные системы для переработки молочной сыворотки. Участникам семинара пришлось задуматься над вопросом: а что же такое сыворотка – головная боль переработчика или же выгодная инвестиция? Долгое время она была побочным продуктом для молочного производства, от которого стремились избавиться. Сейчас все больше молокоперерабатывающих предприятий начинают использовать молочную сыворотку для производства новой продукции и получения дополнительной прибыли. Традиционные методы переработки сыворотки обладают рядом недостатков: например, высоким риском

бактериального обсеменения, низким качеством продукта (что приводит к невысокой цене при реализации). GEA предлагает современный метод переработки сыворотки с применением технологий мембранной фильтрации – получение концентрата сывороточного белка, который востребован и широко применяется в мясной, молочной, кондитерской, фармацевтической и других отраслях. Технологические решения GEA позволяют производить линейку продуктов с высокой добавленной стоимостью, увеличенными сроками хранения, неизменно стабильным качеством.

– Глубокая переработка сыворотки – это максимально эффективное использование всех компонентов сыворотки, и прежде всего – сывороточного белка и лактозы, – считает Сергей Непряев. – Сывороточный белок имеет функциональную ценность в пищевых направлениях, это более маржинальный продукт на выходе, нежели жидкая или сухая сыворотка. Мы также предлагаем инновационную технологию микропартикуляции сывороточного белка.

В программе мероприятия особое место было отведено ключевой компетенции GEA в промышленном холоде. Аммиак или фреон? Специалисты, совместно с участниками, выбирали оптимальный хладагент для холодильных установок. Поиск путей экономии энергии на крупных комбинатах – одна из основных задач для любого энергетика. В этом вопросе GEA поделилась не только опытом поставки и реализации энергоэффективных холодильных установок на предприятиях пищевой промышленности, но и передовыми технологиями в области промышленного климата.

На семинаре также были затронуты вопросы сервисного обслуживания оборудования GEA и технической поддержки. Оказалось, что в России работают более 100 сервисных специалистов различных направлений, которые готовы консультировать клиентов в режиме 24/7 и проводить плановое и внеплановое обслуживание любого вида оборудования. Участники также познакомились с реализованными проектами в молочном животноводстве и переработке молока. ■



Компания GEA фокусируется на производстве техники и компонентов для производственных процессов в различных сегментах рынков и предлагает решения для выпуска качественной продукции, разрабатывая энергосберегающие и экологичные технологии. В 2017 году оборот GEA составил 4,6 млрд евро, общее количество сотрудников превышает 17 тыс. человек. В России и странах СНГ открыты шесть офисов GEA и три производственных площадки в разных городах. Годовой оборот компании в России и СНГ за 2018 год составил 200 млн евро. Только сервисным обслуживанием на российском направлении занимаются более 120 человек, которые круглосуточно обеспечивают техническую поддержку и бесперебойную работу оборудования.



Место:
Санкт-Петербург

Событие:
XI Молочная олимпиада

Даты:
26–30 мая 2019 года

Количество участников:
более 450 участников из 24 стран мира

ПЕТЕРБУРГ ПРИНЯЛ УЧАСТНИКОВ XI МОЛОЧНОЙ ОЛИМПИАДЫ

Несколько майских дней Санкт-Петербург был не только Культурной, но и молочной столицей России. В самом сердце города собрались ведущие мировые и отечественные эксперты, чтобы обсудить настоящее и будущее молочного рынка, поговорить о потенциале развития отечественной молочной промышленности, обменяться опытом и найти решения самых наболевших отраслевых проблем. Здесь прошла XI Молочная олимпиада.

Молочная олимпиада – крупное независимое отраслевое мероприятие, миссия которого – оценка потенциала развития молочной промышленности России и всего мира. Организаторами мероприятия выступили Центр изучения молочного рынка и информационное агентство The DairyNews, его поддержало Правительство Санкт-Петербурга.

Все дни Молочной олимпиады участники с большим трудом делали выбор в пользу того или иного доклада, семинара, дискуссии. Хотелось успеть везде: и услышать спикеров мирового уровня, и пообщаться с коллегами в кулуарах, и продегустировать представленные в холле молочные продукты, и посетить ведущие молочные и молокоперерабаты-

Успешно состоялся II Молочный форум регионов, в ходе которого докладчики и участники обсудили инвестиционный потенциал различных регионов России, познакомились с методами поддержки фермеров и развития региональных рынков в других странах.

вающие предприятия Петербурга и Ленинградской области. 27 мая полный зал собрал VII Летний молочный саммит, на котором выступили отечественные и зарубежные эксперты. Темы, затронутые на саммите, не оставили равнодушным никого. О будущем мировой молочной промышленности рассказал директор Центра изучения молочного рынка Михаил Мищенко, прозвучали доклады международных экспертов о сценариях развития и ключевых трендах Торстена Хемме (управляющий директор IFCN) и Кристофа Лафужера (управляющий директор аналитической группы Guya). О том, чего добиваются США на мировом молочном рынке, сообщил исполнительный вице-президент Совета по экспорту США Марк Бек. С огромным ин-



В XI Молочной олимпиаде приняли участие более 450 специалистов из 24 стран мира. Следующая, XII, Молочная олимпиада пройдет 6–10 апреля 2020 года в Дубае.

тересом участники выслушали доклады о ситуации на рынках Австралии и Новой Зеландии, рынках Ближнего Востока и Арабских стран, Индии, Беларуси... Об особенностях российского молочного рынка сделал доклад президент ГК «Эко-нива» Штефан Дюрр.

Следующий день оказался не менее насыщенным. Успешно состоялся II Молочный форум регионов, в ходе которого докладчики и участники обсудили инвестиционный потенциал различных регионов России, познакомились с методами поддержки фермеров и развития региональных рынков в других странах. За круглым столом «Молочная компания будущего» эксперты поговорили о тенденциях укрупнения молочных хозяйств, сокраще-

нии количества маленьких ферм и «старении» фермеров. Были затронуты и такие темы, как растущая популярность растительных продуктов, защита животных и окружающей среды, производство органической продукции. На конференции, посвященной качеству молока, обсудили российские и мировые требования к качеству, поговорили о выборе оптимальной породы КРС, затронули вопросы кормов, ветпрепаратов, санитарии на молочных предприятиях. В этот же день состоялась конференция с участием экспертов Молочного союза России на тему «Административные барьеры в молочной отрасли – реальные и мифические».

Для участников Молочной олимпиады был организован и ряд технических экс-

курсий на предприятия Петербурга и области. Специалисты посетили племязавод «Бугры», познакомились с работой компаний по производству молочной продукции «Нева Милк» и «Галактика».

О том, какой он – потребитель будущего, почему подростки не пьют молоко и как спрятать молоко в пищевых продуктах, обсудили на конференции «Новое поколение и молоко». Также в рамках мероприятия было проведено несколько практических семинаров, мастер-классов, прошла секция, посвященная биржевым молочным продуктам, и многое другое.

В XI Молочной олимпиаде приняли участие более 450 специалистов из 24 стран мира. Следующая, XII, Молочная олимпиада пройдет 6–10 апреля 2020 года в Дубае. **МП**

Источник: Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль», www.spbkontrol.ru

«МОЖНО ПОКУПАТЬ!»: ПОДВЕДЕНЫ ИТОГИ КОНКУРСА ПО КАЧЕСТВУ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Конкурс среди изготовителей продуктов питания, представленных на полках магазинов Северной столицы, восьмой год подряд проводит Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль». В этом году участниками стали изготовители из шести регионов России. Дойти до финала удалось не всем.



Цель конкурса – выявить на торговых полках честные продовольственные товары и донести информацию о них до потребителей. Победителем может стать только та продукция, которая успешно прошла лабораторные испытания на соответствие заявленному составу, а также дегустационный контроль, в котором принимают участие авторитетные специалисты в области качества пищевых продуктов. Важно, что «конкурсанты» поступают в лабораторию для независимой конкурсной оценки не со складов предприятий-изготовителей, а из обычных магазинов.

В борьбе за звание лауреата конкурса «МОЖНО ПОКУПАТЬ!» соревнуются как крупные, хорошо известные продовольственные компании, так и те, кто только недавно вышел на потребительский рынок. Яркий пример – номинация «Молочная продукция», в которой в этом году уча-

ствуют сразу девять образцов продукции из пяти регионов страны.

Оценку качества заявленных на конкурс товаров в этом году провели специалисты, представляющие авторитетные государственные экспертные учреждения региона: ФБУ «Тест-С.-Петербург», ФГБУ «Ленинградская межобластная ветеринарная лаборатория», Комитет по здравоохранению Санкт-Петербурга, ГУ «Санкт-Петербургская городская ветеринарная лаборатория», Северо-Западный государственный медицинский университет им. И. И. Мечникова, Национальный исследовательский университет ИТМО и Высшая школа товароведения и сервиса Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского Политехнического университета Петра Великого.

На конкурс были заявлены продовольственные товары 18 наименований в четы-

рех номинациях: «Молочная продукция», «Рыбная продукция», «Овощная консервация» и «Функциональные пищевые продукты». До второго этапа (дегустационная оценка) конкурсной комиссией было допущено 16 наименований продовольственных товаров. В ходе второго этапа из-за замечаний по органолептике конкурс покинули еще 2 образца-претендента. Таким образом, по решению экспертного совета конкурса победителями признаны 14 продуктов 10 изготовителей РФ.

В номинации «Молочная продукция» победителями конкурса стали:

- ЗАО «Племенной завод «Приневское» (Ленинградская область): молоко топленое ТМ «Приневское», м. д. жира 3,2 %.
- ООО «Санкт-Петербургский молочный завод «Пискаревский» (Санкт-Петербург): сметана ТМ «Пискаревская», м. д. жира 20 %.
- Агропромышленный холдинг «Лактика» (г. Великий Новгород): напиток кисломолочный «Снежок», ТМ «Заповедный луг», м. д. жира 2,5 %.
- ООО «Экомилк» (Москва): молоко пастеризованное ТМ «Экомилк», м. д. жира 3,2 %; творог ТМ «Экомилк», м. д. жира 5 %.
- ООО «Промконсервы» (г. Смоленск): молоко стерилизованное сгущенное цельное ТМ «Молочная Страна».

- ООО «Петрохолод» (Санкт-Петербург): мороженое пломбир ванильный с шоколадной крошкой ТМ «Петрохолод»; мороженое пломбир ванильный в вафельном сахарном рожке в глазури, ТМ «Как раньше».

По условиям конкурса победители могут наносить на упаковку знак «МОЖНО ПОКУПАТЬ!», но право использовать знак предоставляется только если изготовитель готов гарантировать «Общественному контролю» качество товара в течение всего календарного года. При этом общественная организация оставляет за собой право без предупреждения проводить проверку качества товара, маркированного знаком «МОЖНО ПОКУПАТЬ!». **МШ**

ПРИГЛАШАЕМ
НА ВЫСТАВКУ!



upakovka

PROCESSING & PACKAGING
28 – 31 ЯНВАРЯ 2020

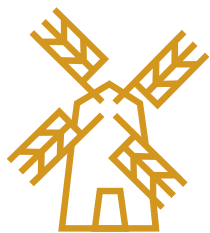
МОСКВА

MEMBER OF INTERPACK ALLIANCE

UPAKOVKA-TRADEFAIR.RU



ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА»



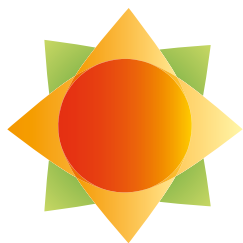
11–12 сентября 2019
Санкт-Петербург

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



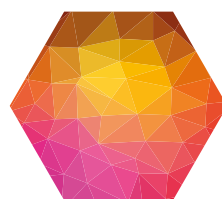
Март 2020

Региональный форум
«ПТИЦЕПРОМ»



20–21 ноября 2019
Белгород

Региональный форум
«АГРО.PRO: Свиноводство»



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

