



**11 млн т**

Согласно данным «Союзмолока», импорт молочных продуктов в РФ увеличился на 2 млн тонн: в 2013 году его объем в пересчете на молоко достиг 11 млн тонн при 8–9 млн тонн годом ранее.



**70 кг**

Сегодня среднее потребление молочных продуктов в России составляет менее 250 кг/чел. в год. Таким образом, до рекомендованной Министерством здравоохранения ежегодной нормы в 320–340 кг/чел нам не хватает как минимум еще 70 кг.



**40%**

Эксперты уверены, что расхождение официальной статистики с реальным объемом производства молока в России по итогам прошлого года превышает 40%: вместо 32 млн тонн (по данным Росстата) этот показатель равен всего 18 млн тонн.

издается с сентября 2004 г.

[www.sfera.fm](http://www.sfera.fm)

№ 2 (49) 2014

# молочная сфера

## Традиции или тренды.

На что делать ставку?

**8**



**16**



**32**



**36**



**42**



engineering for a better world

## GEA Refrigeration Technologies

### Москва:

105094, ул. Семеновский Вал, 6А

Тел.: (495) 787-20-11; факс: (495) 787-20-12

### Екатеринбург:

620028, ул. Фролова, д.31, офис 31

Тел./ факс: (343) 287-37-30

### Санкт-Петербург:

190031, ул. Гороховая, 53, лит. А, пом. 6Н

Тел. / факс: (812) 310-38-49

### Владивосток:

690091, ул. Набережная, 9

Тел. / факс: (4232) 65-02-80



# ГИБКАЯ. ДИНАМИЧНАЯ. АДАПТИРУЕМАЯ.

**Новая линия полых вафель GEKKO.**

КАК НАЙТИ GEKKO.

„ХААС“ НА ВЫСТАВКЕ „ИНТЕРПАК“

ДЮССЕЛЬДОРФ, ГЕРМАНИЯ

8 – 14 МАЯ, 2014г.

ЗАЛ 3 | СТЕНД № В22/В46

[WWW.HAAS.COM](http://WWW.HAAS.COM)

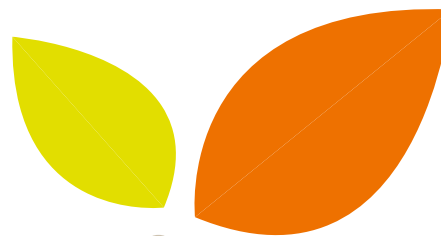


**Ждем Вас!**



**FRANZ HAAS**

18-я Международная выставка  
ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ,  
НАПИТКИ  
И ИНГРЕДИЕНТЫ



# interfood

**ST. PETERSBURG**

19–21 марта 2014

Санкт-Петербург  
ВК Ленэкспо





# Удачная комбинация для больших калибров

Надежно и экономно.

**TSCA 160**

Формовка, термосваривание и клипсование за один шаг в комплекте со шприцом

Автоматический процесс с удобным управлением посредством цветной сенсорной панели

Экономия затрат за счет использования пленки в рулоне

**НОВИНКА!**



Спрашивайте на сайте

[www.polyclip.ru/5302](http://www.polyclip.ru/5302)



**лидерство • новаторство • надежность**



ООО Поли-клип Систем • Tel. +7 495 2294670 • [polyclip@polyclip.ru](mailto:polyclip@polyclip.ru)  
[www.polyclip.ru](http://www.polyclip.ru)

**poly-clip®**  
**SYSTEM**

# ТЕХНОЛОГИИ ОЧИСТКИ СТОЧНЫХ ВОД МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

## ВЫСОКОКОНЦЕНТРИРОВАННЫЕ СТОЧНЫЕ ВОДЫ МОЛОКОЗАВОДОВ И СЫРЗАВОДОВ ПОДЛЕЖАТ ОЧИСТКЕ АНАЭРОБНЫМ СПОСОБОМ

Компания «Экополимер» применяет технологии анаэробного сбраживания сточных вод, разработанные компанией Biothane (Нидерланды). Все предлагаемые емкостные сооружения имеют абсолютно герметичные конструкции, что исключает выброс в окружающую среду вредных веществ.

# BIOTHANE

### 1. ТЕХНОЛОГИИ ОЧИСТКИ СТОЧНЫХ ВОД МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В АНАЭРОБНЫХ БИОРЕАКТОРАХ С ВЫДЕЛЕНИЕМ БИОГАЗА

#### UASB реактор

Используется при высоких показателях ХПК в сточных водах и при этом обеспечивает стабильный процесс очистки.



#### Biobed® EGSB

Более высокая нагрузка по ХПК на 1 м³ реактора (в 2 раза выше чем в UASB реакторах), что позволяет использовать реакторы меньшего объема.



**Технологии нового поколения Biothane® Advanced UASB и Biobed® Advanced EGSB.** Очистка сточных вод с содержанием ХПК – от 2000 до 24000 мг/л.

Технологии объединяют в себе преимущества **Biothane UASB** и **Biobed® EGSB**.

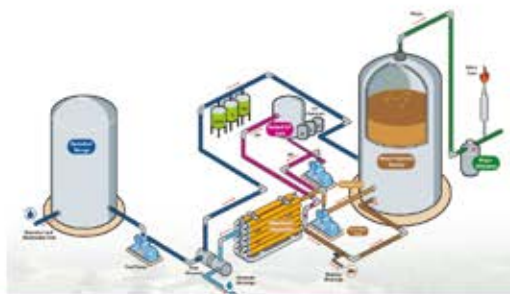
Основные особенности технологий:

- Высокоэффективный трехфазный сепаратор
- Улучшение работы реактора
- Малые эксплуатационные расходы
- Подтверждено многочисленными референциями
- Применяется новая система контроля **STAR Control™ SMART**
- Форма реактора может быть как радиальной, так и прямоугольной

### 2. ТЕХНОЛОГИИ ОЧИСТКИ СЫВОРОТКИ В АНАЭРОБНОМ МЕМБРАННОМ БИОРЕАКТОРЕ С ВЫДЕЛЕНИЕМ БИОГАЗА

**Memthane® Anaerobic MBR** - очистка сывотки и сточных вод, содержащих сывотку с ХПК – от 12000 до 80000 мг/л.

Новейшая технология для очистки высоконцентрированных сточных вод. Основана на использовании технологии мембранного разделения на базе УФ-мембран. За счет этого достигается рекордно высокая эффективность по ХПК : 92-99,5%



ХПК на входе = 60000 мг/л (слева).  
ХПК на выходе (пермеат) после  
Anaerobic MBR ≤ 200 мг/л (справа).  
Концентрация взвешенных веществ после  
Anaerobic MBR < 1 мг/л



# содержание

отрасль	14
Made in Poland	21
исследование	Рынок питьевого молока 24



Исследования показывают, что более 80% потребителей в России готовы пробовать новые продукты. Они не менее чем европейцы и американцы хотят видеть все больше креативных, необычных решений на продовольственном рынке.

8

тема номера	Традиции или тренды. На что делать ставку?	8	компании /события и факты	Новости	30
отрасль /события и факты	Новости	14	женские правила	Маргарита Попова: «Мне легче с тем, кто умеет и хочет работать»	32
	«Продэкспо-2014». Направления развития продовольственного рынка	16	в полях	Марина Рыжова: «Специалист по продажам должен «заражать» позитивом!»	36
/крупным планом	Отрасли нужна долгосрочная программа развития!	18	производство /события и факты	Новости	40
/регион	Made in Poland	21			
/исследование	Рынок питьевого молока: потенциал роста	24	/оборудование	Производительность труда. Удвоим?	42
industry /research	Drinking milk market: growth potential	24		Революция в производстве моцареллы	47
инфографика	Российский рынок молока: итоги и прогнозы	28		Энергосберегающее оборудование для очистки пеной	48



# содержание

<b>производство</b>	40
Производительность труда. Удвоим?	42
<b>ингредиенты</b>	<b>Тенденции производства напитков</b> 54



Упаковочная индустрия является важным фактором роста мировой экономики. По предварительным оценкам, объемы мировой торговли в 2012 году превысят 500 млрд евро. По прогнозам британского агентства маркетинговых исследований Euromonitor, в 2013 году будет реализовано свыше 4,1 млрд упаковок.

# 50

<b>/упаковка</b>	<b>Рост глобального спроса на современные виды упаковки</b>	50	<b>Сывороточный пермеат: улучшение вкуса и текстуры при снижении затрат</b>	58
<b>/ингредиенты</b>	<b>Тенденции производства напитков: курс на инновации</b>	54	<b>Сметанный продукт, или «русские сливки»</b>	60
	<b>Новый молочный белок – Promilk 600 A</b>	57	<b>/норма</b> <b>Распространение микотоксинов в кормах для крупного рогатого скота</b>	62

## молочная сфера

№2 (49) 2014

Информационно-аналитический журнал для специалистов молочной, масложировой промышленности

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 - 46399 МОЛОЧНАЯ СФЕРА 31.08.2011 г.

Адрес редакции:  
Россия, 199034, Санкт-Петербург,  
Большой проспект В. О., д. 18 лит. А,  
БЦ «Андреевский Двор», оф. 358,  
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,  
www.sfera.fm

Издатель:  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:  
Алексей Захаров

Директор по продажам  
и маркетингу:  
Ольга Паленова  
o.palenova@sfera.fm

Менеджер  
по административным вопросам:  
Лариса Цораева  
l.tsoraeva@sfera.fm

Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антимова  
n.antipova@sfera.fm

Анастасия Кочеткова  
a.kochetkova@sfera.fm

Наталья Баранцева  
n.barantseva@sfera.fm

Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:  
Виктория Загоровская  
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:  
Татьяна Путинцева  
t.putinzeva@sfera.fm

Дизайн инфографики:  
Нина Слюсарева

Корректор,  
литературный редактор:  
Анна Соколова

Иллюстрации в номере:  
Тимофей Яржомбек и Нина Кузьмина

Журнал распространяется  
на территории России и стран СНГ.  
Периодичность – 4 раз 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 **P**,  
публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает  
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».  
Подписано в печать: 24.02.14.  
Тираж: 5 000 экз.







## Задача – обновить ассортимент

Молочная промышленность функционирует на высококонкурентном рынке и тесно связана с постоянно изменяющимися потребительскими предпочтениями. В результате сегодня на рынок выводятся принципиально новые, ранее не выпускавшиеся продукты. Одновременно увеличивается скорость обновления и совершенствования существующих изделий.

Особенность инноваций в молочной промышленности заключается в том, что новые виды продуктов должны обеспечить решение следующих задач: рациональное использование поступающего на предприятие сырья; увеличение сроков годности готовых изделий; улучшение структуры белкового питания населения, направленного на ликвидацию дефицита белка, его качественной неполноценности; удовлетворение потребности в продуктах, обогащенных витаминами и биологически активными добавками, позволяющими ослабить фактор воздействия неблагоприятной экологии на человека; увеличение ассортимента диетических и диабетических продуктов.

Новые виды молочных изделий создаются на основе процессов фракционирования и модификации молочных компонентов с последующим их комбинированием между собой или с компонентами немолочного происхождения. Это позволяет выпускать продукты требуемого состава, а в сочетании с процессами специальной обработки – с новыми потребительскими свойствами и вкусовыми характеристиками (Галина Зомитева, канд. экон. наук, доцент Орловского государственного технического университета).

Инновационные продукты питания, выработанные из натурального сырья, способны обеспечить предприятию динамический рост производства, повышение уровня лояльности потребителей к бренду и его узнаваемости и превратить в сильного игрока даже при жесткой конкуренции со стороны европейских компаний в условиях ВТО.

Виктория Загоровская,  
редактор журнала «Молочная сфера»,  
editor@sfera.fm



Тема номера

# ТРАДИЦИИ ИЛИ ТРЕНДЫ.

*На что делать ставку?*



Автор:  
Виктория Загоровская



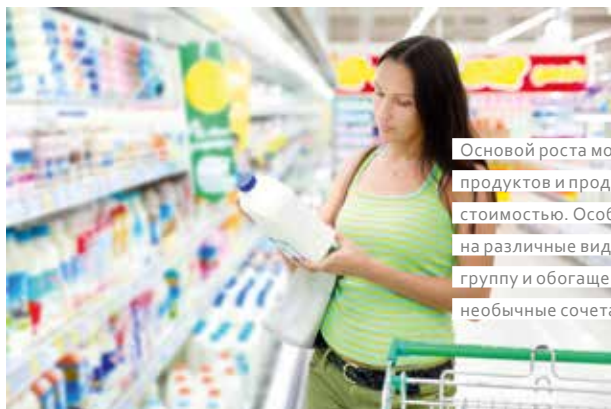
Иллюстрация: Тимофей Яковлев





Одной из основных характеристик современной пищевой промышленности является то, что продукты создаются с учетом актуальных потребностей рынка.

На российском рынке вслед за западными странами стало появляться все больше продуктов, полезных для здоровья и фигуры.



Основной роста может стать развитие «сложных» продуктов и продуктов с высокой добавленной стоимостью. Особое внимание следует обратить на различные виды йогуртов, функциональную группу и обогащенное молоко, а также на необычные сочетания продуктов, вкусов и форм.

Исследования показывают, что более 80% потребителей в России готовы пробовать новые продукты. Они не менее чем европейцы и американцы хотят видеть все больше креативных, необычных решений на продовольственном рынке.

Это привело к тому, что уровень ротации ассортимента в некоторых сетях достиг 30% и более, а количество новинок, выпущенных российскими производителями в основных сегментах рынка продуктов питания, в прошлом году превысило тысячу, и более ста из них относятся к молоку и молочным изделиям.

### Требуются новинки!

Об этом заявили представители топ-менеджмента сразу нескольких крупных розничных компаний, выступая на форуме «Торговля большого города» в рамках деловой программы выставки «Петербург». Именно поэтому ритейлеры ведут серьезную работу с ассортиментом. Так, у крупнейшей премиальной сети Петербурга «Лэнд» уровень его ротации в первой половине минувшего года по отношению к аналогичному периоду 2012-го составил чуть менее 34%. По словам **коммерческого директора «Лэнда» Светланы Андроникиной**, сегодня доля дохода от продаж товаров российских производителей составляет 43,9%. В целом ритейлер открыт для работы с отечественными компаниями, заверила она.

Среди групп товаров, в отношении которых сеть испытывает наибольшую необходимость в поставке новинок: молочные и диетические продукты, детское питание, мороженое, а также каши, хлопья и мюсли. В свою очередь российские производители реагируют на такой спрос расширением ассортимента. Наибольшая активность наблюдается в сегменте кондитерских и хлебобулочных изделий, на который приходится более 500 новинок. На рынке мясных продуктов и деликатесов выявлены более 250 новинок, в сегменте молока и молочных изделий, а также замороженных полуфабрикатов их количество превысило 100, в сегменте масел, жиров и соусов их насчитывается более 50.

Таким образом, по выпуску новых продуктов питания Россия догнала США. Согласно данным, опубликованным в конце года агентством INFOLine, Великобритания, Германия и Франция в 2013 году оказались лидерами – на их долю пришлось 44% новинок на рынке. Второе место разделили Россия и США – 24%.

### Натурализация продуктов

Одной из основных характеристик современной пищевой промышленности является то, что продукты создаются с учетом актуальных потребностей рынка. Среди ключевых можно выделить тренд натурализации продуктов и, соответственно, пищевых ингреди-

ентов. По данным РБК.Research, распространение натуральных ингредиентов на глобальном рынке отмечается в период 2007–2013 гг. Самые высокие темпы роста за пять лет продемонстрировал сегмент натуральных красителей (+12,9%), несколько хуже показатели натуральных ароматизаторов (+8,7%).

В числе основных видов натуральных красителей, пользующихся спросом, – куркумин, кармин, бета-каротин, лютеин и др. Помимо них, эксперты отмечают активное использование на пищевых производствах натуральных загустителей и подсластителей, например стевии. Это естественный подсластитель неуглеводной природы, который добавляют во многие изделия: от конфет до йогуртов.

Также, по данным INFOLine, на рынок выводится все больше новых продуктов, не содержащих глютен (gluten-free). Вместо него в состав включают крахмал тапиоки, рисовую муку, кукурузный, картофельный крахмал и др. Эта тенденция проявляется не только в России, но особенно в США, где безглютеновые продукты начали выпускать с 2010 года.

Современные научно обоснованные решения, направленные на поддержание здорового рациона питания для людей с непереносимостью отдельных компонентов пищи использует в числе прочих компания Valio. Сегодня она предлагает широкий ассортимент продуктов для тех, кто придерживается безглютеновой диеты.

Еще одна мировая тенденция – растущая популярность греческого йогурта, профильтрованного через ткань или бумажный фильтр с целью устранения сыворотки, что придает ему среднюю консистенцию между йогуртом и сыром, сохраняя характерный кислый вкус. Греческий йогурт не только представлен на рынке как самостоятельный продукт (в чистом виде или с различными наполнителями), но также входит в состав многих соусов, смузи, цельнозерновых батончиков, хлопьев и т. д.

В последние годы снижению количества сахара в пище для профилактики некоторых заболеваний, а также для диетического питания уделяется все большее внимание.

Сладость аспартама в 200 раз превышает сладость сахара, поэтому для достижения аналогичного вкуса этого подсластителя требуется гораздо меньше, чем сахара.

## Здоровая концепция

На российском рынке вслед за западными странами стало появляться все больше продуктов, полезных для здоровья и фигуры. Это сыры с пониженным содержанием жира, маложирные свежие молочные продукты, снижающие риск возникновения сердечно-сосудистых заболеваний, а также низколактозные и безлактозные варианты, предназначенные для употребления теми 25% населения России, которым молочный сахар противопоказан.

В последние годы снижению количества сахара в пище для профилактики некоторых заболеваний, а также для диетического питания уделяется все большее внимание. Согласно данным РБК.Research, по итогам 2012 г. объем рынка заменителей сахара (как искусственных, так и натуральных) в мире оценивается на уровне \$10,54 млрд. Ожидается, что к 2018 году рынок достигнет \$13,76 млрд. Искусственные заменители сахара долгое время были доминирующими, но затем тренд здесь также сместился в сторону натуральных.

Сегодня традиционными его заменителями являются фруктоза, ксилит, сорбит. Поскольку снижение содержания сахара приводит к меньшей сладости продуктов, для тех, кто не любит отказываться от привычного вкуса, Valio заменяет его на аспартам. Сладость аспартама в 200 раз превышает сладость сахара, поэтому для достижения аналогичного вкуса этого подсластителя требуется гораздо меньше, чем сахара.

В 2008 году компания Valio первой в России представила ассортимент безлактозной и низколактозной молочной продукции. Одна из новинок – безлактозное молоко Valio Eila ESL – было создано в Финляндии по технологии ультрапастеризации (ESL), благодаря которой оно имеет длительный срок хранения и может доставляться в удаленные регионы России. Во время Универсиады компания будет предоставлять безлактозные продукты молодым спортсменам.

Отдельным направлением деятельности, которое активно развивает Valio (в том числе и в России) является разработка и продвижение концепции здорового образа жизни, а также изготовление продуктов для сбалансированного питания. На российском рынке представлен широкий ассортимент натуральных молочных изделий с пониженным содержанием жира; функциональных



Компания Danone Bulgaria выпустила линейку молочных продуктов, разработанных специально для мужчин в соответствии с их вкусами и привычками в еде, – Danone for Men.

продуктов, регулярное употребление которых улучшает физическое и психическое здоровье человека, позитивно воздействуя на различные системы, органы и функции организма. Так, новый биоюгурт Valio A+, содержит ацидофильную закваску, которая благотворно влияет на микрофлору кишечника, и обогащен витамином D.

По оценке РБК.Research, самый быстрорастущий сегмент на глобальном рынке функциональных ингредиентов – пребиотики (CAGR +10,4%). В 2012 г. его объем оценивался в \$2,3 млрд. По прогнозам, к 2018 г. рынок может увеличиться в два раза – до \$4,5 млрд. В наибольшем количестве пребиотики используются для производства нутрицевтических добавок и детского питания. В структуре спроса доминирует инулин (40% рынка).

Так, например, Группа компаний «Галактика» выпускает йогурты, обога-

щенные пребиотиком инулином, который служит заменителем крахмала и сахара и легко усваивается, одновременно улучшая пищеварение, способствуя очищению организма от шлаков и снижая уровень холестерина.

## Альтернативный вариант

«Отличной альтернативой лимонадам и другим газированным напиткам могут стать освежающие сывороточные напитки, поскольку они более полезные, но не менее вкусные», – считает директор по маркетингу группы компаний «Галактика» Дмитрий Козлов.

Недавно производитель представил бодрящий напиток со вкусом кваса. Традиционный рецепт кваса дополнен сывороткой, которая по витаминно-минеральному составу близка к цельному молоку, но при этом в ней нет жиров. Негазированный напиток содержит натуральный солод, лактозу, минеральные вещества и витамины и благодаря уникальному составу подходит для приготовления окрошки и утоления жажды.

В преддверии летнего сезона «Галактика» расширила линейку напитков на основе молочной сыворотки MilkTime Cool кокосовым вкусом «ПинаКолада». Коктейль сочетает пользу натуральных соков грейпфрута и ананаса с природными свойствами сыворотки и подходит для диетического питания (42 ккал на 100 г). Инновационные безалкогольные коктейли MilkTime Cool соответствуют современному тренду здорового образа жизни и имеют хороший потенциал на рынке.

Кроме того, в прошлом году компания «Лосево» специально к летнему сезону выпустила два новых продукта на основе молочной сыворотки – освежающие напитки с натуральными черничным и брусничным соками. «Польза сыворотки – в способности снижать аппетит. Многие диеты основаны на ее употреблении и позволяют уменьшить вес легко и безопасно. Из углеводов



Группа компаний «Галактика» выпускает йогурты, обогащенные пребиотиком инулином, который служит заменителем крахмала и сахара.

Инновационные безалкогольные коктейли MilkTime Cool соответствуют современному тренду здорового образа жизни и имеют хороший потенциал на рынке.

в сыворотке содержится легко усвояемая лактоза, не вызывающая образования жиров», – комментирует **главный технолог завода «СХП Лосево» Ольга Путинцева.**

### Прицельное попадание

Потребителей все меньше привлекают стандартные продукты, они хотят получать персонализированные предложения, учитывающие их жизненные принципы и пожелания. Производители изучают потребности российских покупателей и создают, например, диетические йогурты для женщин или молочные продукты для детей.

В ассортименте Valio появились продукты, которые подходят для лактовегетарианцев (вегетарианцев, не отказывающихся от молока в своей диете) из-за полного отсутствия животного сычужного фермента, а также содержания большого количества витаминов и микроэлементов, необходимых для полноценного питания. Компания Danone Bulgaria выпустила линейку молочных продуктов, разработанных специально для мужчин в соответствии с их вкусами и привычками в еде, – Danone for Men. Линейка Danone for Men была создана в результате нескольких исследований компании, согласно которым мужчины предпочитают употреблять густые молочные продукты с высоким содержанием жира, натуральными ингредиентами и отчетливым вкусом. Чтобы удовлетворить эти ожидания, производитель и разработал густой йогурт, который можно есть даже вилкой, с 5%-ным содержанием жира, с добавлением айрана, молока с кусочками персика и молока с орехами.

### В любом месте хочется съесть их

Еще одно направление, пользующиеся популярностью, – продукты для еды на ходу, во время перекусов, в дороге, во время поездки... Например, в Адыгее в качестве альтернативы чипсам

стали выпускать сырные снеки. Для их приготовления сыр высушивают, сохраняя при этом все его полезные свойства и вкус. Кстати, сыр из Адыгеи оценили даже за рубежом – он быстро прижился на немецком рынке. А недавно, впервые в истории России, первые партии были отправлены в Японию. Специально для японцев пришлось изобрести новый сорт.



Компания «Фабрика «Фаворит»» освоила в Новосибирской области выпуск копченой моцареллы «CheeZQwik» в форме шариков и палочек.

«Мы научились делать сыр, который не нуждается в температурном хранении, то есть абсолютно спокойно выдерживает температуру от 0 °C до +20 °C. Срок годности его составляет больше пяти месяцев, и это с учетом натуральности продукта!» – поделился **Руслан Тешев, начальник отдела развития и маркетинга Красногвардейского молочного завода.**

Компания «Фабрика «Фаворит»» освоила в Новосибирской области выпуск копченой моцареллы «CheeZQwik» в форме шариков и палочек. Новинка производится из свежего молока, итальянской закваски, соли и коптится на натуральной буквой щепе. Такой сыр предназначен для легкого быстрого перекуса, его можно разогреть в микроволновой печи или на гриле.

В прошлом году «Галактика» освоила выпуск коктейлей с настоящим мороженым, подобрав для них функ-

циональную упаковку с крышечкой, квадратным устойчивым доньшком и скошенным верхом, – легко открыть, легко закрыть, удобно хранить или взять с собой!

### Вслед за модой

«Вступление страны в ВТО создало условия для повышения качества и конкурентоспособности российской продукции в результате увеличения потока иностранных товаров, услуг и инвестиций на внутренний рынок, – говорит **редактор направления «Потребительские рынки» агентства INFOLine Светлана Силенина.** – Теперь российские производители будут вынуждены конкурировать за покупателя и место на полке все с большим количеством компаний».

Уровень конкуренции на молочном рынке и без того крайне высок, причем к федеральным игрокам в каждом конкретном регионе добавляются свои местные заводы. При этом скорость устаревания продукта и упаковки продолжает увеличиваться. Потребители избавляются от них еще до окончания срока жизни лишь потому, что появляется более модный и интересный вариант. Это вынуждает компании предлагать инновационные решения, которые помогут постоянно улучшать ассортимент и удовлетворять требования потребителей. Если производители не станут предпринимать активных действий, есть шанс, что другие займут выгодную позицию с соответствующим продуктом.

Основой роста может стать развитие «сложных» продуктов и продуктов с высокой добавленной стоимостью. Особое внимание следует обратить на различные виды йогуртов, функциональную группу и обогащенное молоко, а также на необычные сочетания продуктов, вкусов и форм. Задача любого предприятия на ближайшее будущее – разработать и успешный вывод на рынок уникальных предложений! **МС**

**Как изменились предпочтения россиян при выборе молочных продуктов? Наблюдается ли их зависимость от пола и возраста? Кто относится к наиболее продвинутой аудитории?**

**Надежда Морошенкова:**

– На фоне роста цен на молоко спрос на него остается стабильным. Покупатели вынуждены расставлять приоритеты и оптимизировать покупки. Увеличение спроса в эконом-сегменте способствует росту продаж частных торговых марок. Поэтому производители брендов вынуждены все больше фокусироваться на дифференциации и выпуске товаров с добавленной стоимостью.

Среди продвинутой потребительской аудитории важным становится фактор экологичности упаковки. С каждым годом все больше потребителей уделяет внимание вопросам защиты окружающей среды и при выборе молока и молочных продуктов отдают предпочтение товарам в упаковке «Тетра Пак», отказываясь от ПЭТ-бутылок.

**Эльдар Беглов:**

– Не зря говорят «Все новое – это хорошо забытое старое», благо, что мы еще помним вкус натурального молока. Действительно, сейчас наблюдается рост интереса покупателей к натуральным продуктам, они чаще обращают внимание на сроки хранения и состав.

С одной стороны, особенно озабочены вопросами качества и натуральности семейные люди, у которых есть дети. С другой, молодежь, среди которой модно вести здоровый образ жизни и которая активнее реагирует на новинки. Это отражается не только на самих продуктах питания, но и на упаковке: она становится яркой, но в тоже время очень концептуальной и лаконичной.



**Надежда Морошенкова,**  
заместитель директора по маркетингу  
Группа компаний «Галактика»:

*«Увеличение спроса в эконом-сегменте способствует росту продаж частных торговых марок. Поэтому производители брендов вынуждены все больше фокусироваться на дифференциации и выпуске товаров с добавленной стоимостью».*



*Наиболее перспективными являются запуски продуктов, являющихся чем-то средним между «лакомством» и «здоровой пищей». В связи с этим в 2013 году на рынок были запущены молочные коктейли «Большая кружка» с настоящим мороженым.*

Другой вопрос, что такие продукты зачатую имеют высокую стоимость. И наша задача сделать их более доступными для россиян. Мы являемся уникальным производителем живой молочной продукции в Санкт-Петербурге, так как полностью контролируем производственный процесс, начиная от полей, где заготавливается корм для наших коров, фермы и молокозавода и заканчивая развозкой в точки продаж на собственных автомобилях-рефрижераторах. Более того, мы расширяем свою фирменную торго-

вую сеть, ассортимент которой также планируется увеличить, чтобы была возможность контролировать условия хранения продукта, что очень важно в связи с ограниченным сроком годности (пять суток).

Сейчас как никогда производить некачественный продукт стало не только неэтично, но и рискованно для имиджа компании и, как следствие, – убыточно. Сарафанное радио работает быстрее и эффективнее других каналов коммуникации.

Именно поэтому наша компания регулярно ведет диалог с потребителями, которые помогают вводить новинки и устранять возможные недостатки. Например, был период, когда наши бутылочки было достаточно сложно открыть. Благодаря покупателям мы быстро решили эту проблему. Клиент чувствует себя более лояльным к бренду, когда может влиять на него. А мы в свою очередь рады активному участию покупателей в совершенствовании новых продуктовых позиций!

**Как вкусы и приоритеты россиян отразились на ассортименте молочных продуктов, предлагаемых производителями, в частности, вашей компа-**



Наша компания регулярно ведет диалог с потребителями, которые помогают вводить новинки и устранять возможные недостатки.

Основу ассортимента, как правило, составляют молоко, кефир, творог, сметана. Модными считаются йогурты, творожная масса, бифилайф, ацидофилин.



**Эльдар Беглов,**  
генеральный директор СХП «Лосево»:

*«Производить некачественный продукт стало не только неэтично, но и рискованно для имиджа компании и, как следствие, – убыточно. Сарафанное радио работает быстрее и эффективнее других каналов коммуникации».*

**ний? Насколько активно в течение последнего года на рынок выводились новинки?**

**Надежда Морошенкова:**

– Современный потребитель проводит все больше времени вне дома. В связи с этим растет спрос на продукты, употребляемые «на ходу». Сегодня на рынке высок потенциал для выхода продуктов, рассчитанных на разные ситуации потребления – как перекус, сопровождение еды, замещение еды, «с собой в дорогу». Наиболее перспективными являются запуски продуктов, являющихся чем-то средним между «лакомством» и «здоровой пищей». В связи с этим в 2013 году на рынок были запущены молочные коктейли «Большая кружка» с настоящим мороженым (объемом 250 мл) и био-йогурты «Большая кружка» с инулином (объемом 330 мл).

Для молочных коктейлей мы выбрали традиционные вкусы, вокруг которых сконцентрированы основные предпочтения потребителей, – шоколад, клубника, ваниль и банан. А для био-йогуртов – двойные вкусы полезных фруктов и ягод: малина-банан, клубника-ежевика и клубника-земляника.

Клиент чувствует себя более лояльным к бренду, когда может влиять на него. А мы в свою очередь рады активному участию покупателей в совершенствовании новых продуктовых позиций!

**Эльдар Беглов:**

– Благодаря запросам покупателей, мы вывели на рынок молоко большей жирности – 3,5% (в ассортименте уже есть 1% и 2,5%), творожную массу с клюквой, бифилайф со злаками, сыворотку с натуральными черничным и брусничным соками. Последние являются сезонными продуктами, которые пользуются большой популярностью летом.

В декабре 2013 года был запущен новый цех по выпуску мягких и полутвердых сыров с короткими сроками хранения, однако они представлены

только в фирменной сети, так как производственные мощности пока ограничены. Всего на данный момент наш ассортимент насчитывает более 30 молочных изделий.

**Как будет меняться ситуация в ближайшем будущем? Какие направления и группы продуктов имеют хороший потенциал на рынке и могут стать основой роста компании?**

**Надежда Морошенкова:**

– В первую очередь развитие получат продукты йогуртной группы, а также сегмент «цветного» и обогащенного молока (с витаминами, минералами, кальцием, белком). В 2014 году мы планируем развитие категории молочных коктейлей под брендом «Большая кружка», а также разработку и запуск нескольких уникальных новинок.

**Какие именно продукты сейчас в моде? И в чем заключаются их преимущества перед стандартными предложениями?**

**Эльдар Беглов:**

– Молоко исторически является топовым продуктом, самые большие продажи принадлежат именно ему. Основу ассортимента, как правило, составляют молоко, кефир, творог, сметана. Модными считаются йогурты, творожная масса, бифилайф, ацидофилин.

Судя по нашим исследованиям, покупатель не может выделить один любимый продукт из молочной линейки. Обычно их несколько. У нас одни из самых популярных – йогурты с черникой и брусничкой. Их можно назвать имиджевыми, так как подобных продуктов с цельными ягодами на рынке больше нет, что очень подкупает потребителей. **МС**



## Импорт молока в РФ вырос на 47%

Объем импорта молока и сгущенных сливок в РФ за 2013 год вырос более чем в два раза по сравнению с 2012 годом и составил \$764 млн, говорится в материалах Федеральной таможенной службы России. В натуральном выражении этот показатель равен 214,1 тыс. тонн, что на 47% больше объема импорта за 2012 год.

Импорт сливочного масла в РФ за отчетный период также вырос на 52% в денежном выражении (до 683,6 млн долларов), а в натуральном – на 24% (до 142,1 тыс. тонн).

Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК) зафиксировала в 2013 году резкий рост импорта молока в страны Таможенного союза (ТС) из-за дефицита собственного сырья и в условиях членства в ВТО. ЕЭК пришла к выводу, что на такой рост поставок молочных продуктов из стран дальнего зарубежья повлиял прежде всего дефицит собственного сырья на рынке стран ТС. «Такая ситуация сложилась в связи с недостаточными капитальными вложениями в развитие молочного животноводства, недостатком кормов из-за их удорожания, в том числе после засухи 2012 года, и невысокими качественными характеристиками получаемого молока вследствие ухудшения состояния молочного стада», – считают в ЕЭК. Кроме того, снижение производства молочных продуктов связано с уходом с рынка малых и средних молокоперерабатывающих производств, нерентабельных на фоне сезонности поступления молока и возросших производственных затрат.

Еще одним поводом для роста импорта комиссия называет снижение ставок единого таможенного тарифа ТС в 2012–2013 годах на ряд молочных товаров в связи с выполнением тарифных обязательств перед ВТО. Так, например, адвалорная составляющая ставки на сливочное масло возросла с 15 до 17,5% и 18,3%, но специфическая сократилась с 0,4 евро/кг до 0,147 евро/кг, 0,19 евро/кг, 0,27 евро/кг на разные виды масла.

Помимо этого, цены на продукцию, произведенную на территории ТС, неконкурентоспособны по сравнению с предложением из стран дальнего зарубежья. Например, средняя контрактная цена сливочного масла при ввозе в Казахстан

из дальнего зарубежья за 11 месяцев 2013 года равнялась \$4,4 за кг, а из Белоруссии – \$4,9 за кг. Ситуация усугубляется и тем, что потребители все больше предпочитают продукцию с добавленными свойствами и высокого качества.

В ЕЭК предполагают, что рост импорта продолжится. Это может привести к тому, что цены на молочные продукты поднимутся в странах ТС из-за того, что импортное молоко сильно подвержено негативному влиянию мировых цен. Министр по торговле ЕЭК Андрей Слепнев предложил стимулировать специализацию стран на производстве определенных видов молочной продукции инструментами коллективной финансовой поддержки. Также стоит скоординировать политику в области государственного субсидирования молочного производства, считает он.

*foodnewsweek.ru*



## Производство мороженого

Рынок мороженого в России характеризуется низкой динамикой роста, а также существенным отставанием уровня потребления от европейских рынков, огромным влиянием сезонного фактора и недостаточным уровнем развития профессиональной розницы.

По данным ЕМИСС, в динамике производства мороженого и замороженных десертов существует определенная тенденция: наименьший объем производства мороженого традиционно приходится на четвертый квартал, а пик производства в 2011–2013 годах зафиксирован во втором квартале.

По данным ЕМИСС, в 2013 году объем производства в первом и втором квартале был выше показателя 2012 года на 4,7% и 2,5% соответственно. В третьем квартале объем производства снизился на 7,4% по отношению к показателю 2012 года.

По итогам трех кварталов 2013 года по объему производства мороженого лидирует Центральный ФО (87 688,2 тонн). В третьем квартале в Центральном ФО было произведено 24 933,7 тонн мороженого, что на 42,7% меньше, чем во втором квартале 2013 года. Второе и третье место занимают Сибирский и Приволжский федеральные округа – 70 064,6 и 68 020,2 тонн.

*Analytic Research Group (ARG)*

## Племенная база животноводства

Племенная база животноводства в России является основным фактором эффективного ведения отрасли. Генофонд сельскохозяйственных животных в настоящее время представлен 42 видами, 744 породами, типами и кроссами мировой и отечественной селекции. Практически по всем видам сельскохозяйственных животных создана племенная база.

В Государственном племенном регистре зарегистрировано 2 843 организации по племенному животноводству различных направлений продуктивности. Сюда входит 791 племенная завод, 1 674 племенных репродуктора и 96 генофондных хозяйств по разведению крупного рогатого скота молочного и мясного скотоводства, овцеводства, свиноводства, птицеводства, коневодства, звероводства, кролиководства, верблюдоводства, тутового шелководства и других подотраслей животноводства.

Молочный и мясной подкомплексы являются одними из основных жизнеобеспечивающих секторов отечественного аграрного производства, которые оказывают решающее влияние на уровень продовольственного обеспечения страны. На 1 января текущего года племенная база молочного скотоводства представлена 1 353 племенными организациями. Общее поголовье племенных коров составляет 1,1 млн голов, или 13% в общем маточном поголовье КРС. По численности поголовья доминирующее положение занимает крупный рогатый скот черно-пестрой породы – 58%, доля красно-пестрой породы составляет всего 8,5%, а симментальской породы – 6,3%.



Плембаза мясного скотоводства включает в себя 278 хозяйств с общей численностью коров 150 тыс. голов.

Основные разводимые породы – калмыцкая (34,4%), абердин-ангусская (24,7%), герефордская (20,3%) и казахская белоголовая (13,8%). В целом самой динамично развивающейся и востребованной можно назвать абердин-ангусскую породу. Численность этих животных за последние три года увеличилась с 6% до 24,7%.

*Минсельхоз России*

## Производство молока снизилось на 3,7%

Производство молока в хозяйствах всех категорий за 2013 г. составило 30,7 млн т, что на 1,2 млн т, или на 3,7%, меньше уровня 2012 г. В том числе в крестьянских (фермерских) хозяйствах производство молока увеличилось на 5%, в сельскохозяйственных организациях оно уменьшилось на 4,8%, в хозяйствах населения – на 3,6%.



К регионам, выполнившим взятые обязательства, относятся 16 субъектов РФ, среди них: Челябинская область, которая перевыполнила взятые обязательства на 8,3%, или на 38 тыс. т; Ростовская область – на 2,8%, или на 29 тыс. т; Республика Дагестан – на 3,3%, или на 24 тыс. т; Свердловская область – на 2,3%, или на 13,9 тыс. т; Приморский край – на 9,9%, или на 10,9 тыс. т; Воронежская область – на 1%, или на 7,7 тыс. т.

Надой молока от 1 коровы в сельскохозяйственных организациях за 2013 г. составил 5 007 кг, что на 19 кг, или на 0,4%, больше уровня 2012 г.

Производство яиц в хозяйствах всех категорий составило 41,3 млрд шт., или 98,2%. Средняя яйценоскость одной курицы-несушки в сельскохозяйственных организациях осталась на уровне 2012 г. и составила 306 шт.

На 1 января 2014 г. поголовье крупного рогатого скота в хозяйствах всех категорий составило 19,5 млн голов, или 97,7% по отношению к уровню соответствующего периода минувшего года, в том числе коров – 8,6 млн голов, или 97,3%.

*Минсельхоз России*

## Штрафы за неиспользование сельхозземель

Президент РФ Владимир Путин подписал федеральный закон, усиливающий ответственность за неиспользование земельных участков сельскохозяйственного назначения, сообщается на сайте Кремля.

Размеры административных штрафов за указанные правонарушения теперь будут исчисляться не в абсолютных цифрах, а в процентном отношении к кадастровой стоимости таких земельных участков.



Административные штрафы для граждан будут устанавливаться в размере от 0,3% до 0,5% кадастровой стоимости земельного участка, для должностных лиц – от 0,5% до 1,5%, для юридических лиц – от 2% до 10% кадастровой стоимости земельного участка.

*lprime.ru*

### Необходимость молочных интервенций

Российские власти уже через два-три года должны будут проводить интервенции на рынке молока. Об этом заявил вице-премьер Аркадий Дворкович на совещании по развитию сельского хозяйства.



Он добавил, что подобная практика уже распространена в некоторых других странах и такие интервенции являются способом стабилизации цен на рынке.

В России применяется модель государственных интервенций (закупочных и товарных – по продаже) на рынке зерна. Тиражирование такой модели на другие рынки обсуждается давно. Так, госинтервенции по закупкам сухого и стерилизованного молока, сливочного масла, твердых сыров обсуждались на уровне Минсельхоза России и Правительства РФ в 2009–2012 гг. При этом предлагалось расширить полномочия Объединенной зерновой компании (ОЗК), которая сейчас является госагентом по проведению зерновых интервенций.

В конце 2013 г. Федеральная антимонопольная служба возобновила дискуссию о необходимости введения интервенций на рынке молока. Поводом для обсуждения стали факты уменьшения поголовья молочного стада, вызванного повышением цен на корм. Это привело к сокращению производства сырого молока и, как следствие, росту цен на него. По сравнению с 2012 г. цены на сырое молоко в отдельных регионах к концу 2013 г. повысились более чем на 30%, что неминуемо оказывает влияние на стоимость молочной про-

дукции и спрос на нее. При этом в России наблюдается стагнация роста потребления молочной продукции.

*www.itar-tass.com*

### Игра «Начинающий фермер»

Организованная Российским союзом сельской молодежи интеллектуальная бизнес-игра «Начинающий фермер» продолжает свою реализацию с учетом пожеланий, высказанных ее участниками в прошлом году. Так, теперь попробовать в ней свои силы смогли студенты не только аграрных вузов, но и ссузов.

Также оргкомитет учел, что небольшой презентации не всегда достаточно экспертам для того, чтобы в полной мере оценить увиденные впервые бизнес-проекты. Именно поэтому в положение новой игры было внесено изменение, согласно которому команды-победители региональных этапов присылают свои работы в оргкомитет конкурса заранее, чтобы эксперты могли оценить их по ключевым параметрам.

В состав жюри под председательством статс-секретаря – заместителя Министра сельского хозяйства РФ Александра Петрикова вошли представители Минсельхоза России, РСМ, Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России, ОАО «Росагролизинг», ОАО «Россельхозбанк», Россельхозакадемии, Всероссийского



института аграрных проблем и информатики имени А. А. Никонова и Российской академии кадрового обеспечения агропромышленного комплекса.

В ближайшее время им предстоит оценить каждую присланную работу по таким критериям, как реалистичность, целесообразность, эффективность бизнес-плана; географическая привязка к местности; привлечение инвестиций; умение комплексно использовать ресурсы, а также экономическая и юридическая обоснованность бизнес-плана.

По каждому из этих параметров работа может получить до пяти баллов; на очную защиту проектов придут команды, набравшие наиболее высокие суммарные оценки жюри или авторы бизнес-проектов, лично рекомендованные экспертами к участию.

За право приехать в Москву на федеральный этап, который состоится в конце марта – начале апреля, от вузов соревнуются 43 работы из 33 регионов России, от ссузов – 24 работы из 19.

*Пресс-служба РСМ*



### Успехи Республики Карелия

По оперативной информации Министерства сельского, рыбного и охотничьего хозяйства Республики Карелия, за первый месяц текущего года в сельскохозяйственных предприятиях республики объем производства молока вырос на 4,4% по отношению к уровню 2013 года и составил 4,8 тыс. тонн молока (+ 202 т).

На фуражную корову надоедено 567 кг молока, что больше прошлогоднего показателя на 19 кг. В настоящее время суточный удой от коровы в республике – 18,8 кг, тогда как в среднем по России этот показатель составляет 11,3 кг.

По уровню молочной продуктивности по-прежнему лидирует ЗАО «Медвежьегорский молокозавод». В январе текущего года в этом предприятии от каждой коровы надоили по 700 кг молока, среднесуточные удои составили 22,6 кг.

Значительного роста производства молока достигли сельскохозяйственные предприятия Олонецкого национального муниципального района: ООО «Агрофирма «Тукса» – 143,5% по отношению к уровню 2013 г., ОАО «Совхоз «Аграрный» – 117,0%, ОАО «Племсовхоз «Мергега» – 108,8%; а также сельскохозяйственной Прионежского муниципального района: ООО «Маяк» – 133,8% и ОАО «Агрокомплекс им. В. М. Заичева» – 135,3%.

*Министерство сельского, рыбного и охотничьего хозяйства Республики Карелия*


## Превращая отходы в прибыль Tetra Alcross RO Lite – большая выгода для малых сыродельных заводов

Преимущества малогабаритной компактной фильтровальной установки обратного осмоса:

- Капитальные затраты на 30% ниже, чем для индивидуальных решений
- Увеличение концентрации сыворотки (до 18%) – увеличение прибыли

Посетите наш сайт [www.tetrapak.ru](http://www.tetrapak.ru), свяжитесь с нами по телефону +7 495 787 8097 или по электронной почте [processing.ru@tetrapak.com](mailto:processing.ru@tetrapak.com)

Посетите наш стенд на выставке «Молочная и мясная индустрия» 18-21 марта 2014, ВВЦ

Tetra Pak, , СОХРАНЯЯ ЛУЧШЕЕ являются зарегистрированными торговыми марками и принадлежат группе компаний Тетра Пак





**ПРОД  
ЭКСПО**  
10–14  
февраля 2014

Событие:

**21-я Международная выставка  
«Продэкспо-2014»**

Дата:

10–14 февраля 2014 года

Место проведения:

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Организатор:

ЗАО «Экспоцентр»

Количество участников:

2 300 компаний из 63 стран

Площадь нетто выставки:

48 500 м<sup>2</sup>

Источник: пресс-служба «Экспоцентра»



## «Продэкспо-2014». Направления развития продовольственного рынка

В ЦВК «Экспоцентр» с 10 по 14 февраля прошел крупнейший в России и Восточной Европе продовольственный форум – 21-й Международная выставка «Продэкспо-2014».

В этом году смотр по основным показателям побил свои прежние рекорды. В нем приняли участие около 2 300 экспонентов из 63 стран. На 100 тыс. кв. м (брутто) площади они продемонстрировали все многообразие мирового продовольственного рынка, новейшие технологии и тенденции пищевой и перерабатывающей индустрии.

По данным организаторов, 35 государств, включая Австралию, страны Европы, Азии, Африки, Северной и Южной Америки, были представлены

национальными экспозициями. Традиционно многопрофильные национальные стенды сформировали Германия, Испания, Италия, Австрия, Венгрия. Франция организовала 20-ю юбилейную экспозицию с участием около 60 компаний на площади более 700 кв. м. Существенно увеличили свое присутствие Польша, Китай, страны Прибалтики, Парагвай.

Вновь привезли национальные экспозиции Армения, Марокко и Черногория, дебютировавшие на государственном уровне в 2013 году. После продолжительного перерыва на «Продэкспо» вернулся национальный стенд Турции. Впервые национальным стендом участвовала Южно-Африканская Ре-



*В этом году смотр по основным показателям побил свои прежние рекорды. В нем приняли участие около 2 300 экспонентов из 63 стран.*

спублика. На выставку также возвратились Япония, Бразилия и Болгария.

В общей сложности зарубежная часть экспозиции «Продэкспо-2014» познакомила с продукцией и технологиями 912 фирм.

Россию на выставке представляли 1 377 предприятий пищевой промышленности из всех регионов страны. С коллективными стендами на нее приехали такие российские регионы, как Псковская, Смоленская, Тульская и Кировская области.

Крупными событиями деловой программы «Продэкспо-2014» стали: Всероссийский форум поставщиков продовольственных сетей, Форум производителей и ритейлеров, выездное заседание рабочей группы Государственной Думы ФС РФ «По поддержке отечественного регионального производителя», форум «Интеллектуальная собственность на рынке продуктов питания», конференция «Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности РФ на период до 2020 года» и другие.

Одним из приоритетных направлений «Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности России до 2020 года» станет увеличение производства качественной экологически чистой продукции с использованием биотехнологий, продукции инновационного характера. Об этом сообщил российский эксперт в области пищевой промышленности и продовольственного рынка **проректор Московского государственного университета технологий и управления им. К. Г. Разумовского Сергей Серегин**, выступая на конференции, посвященной этой теме.

Говоря о продовольственной безопасности страны, он привел предварительные данные за прошлый год. В 2013 году удельный вес отечественной продукции в общих объемах ресурсов внутреннего рынка достиг по зерну 98,5%, по растительному маслу – 81,3%, по мясу и мясопродуктам – 77,3%, по молоку – 77,1%.

При этом эксперт отметил, что после вступления России в ВТО импорт продовольствия в прошлом году вырос, а экспорт снизился. Но в целом структура оборота розничной торговли в стране увеличилась, достигнув в 2013 году 21,3 трлн рублей. Из них 47% приходится на товары пищевой промышленности.

«Чтобы внутреннее производство росло, нашему государству необходимо больше вкладывать в науку», – убежден Сергей Серегин.



**Сергей Серегин**,  
проректор Московского  
государственного университета  
технологий и управления  
им. К. Г. Разумовского:

«Одним из приоритетных направлений «Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности России до 2020 года» станет увеличение производства качественной экологически чистой продукции с использованием биотехнологий, продукции инновационного характера».

На проблемах обеспечения безопасности переработки и производства готовой пищевой продукции подробно остановился в своем выступлении **помощник руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) Алексей Алексеенко**. По его словам, «имеется большая группа рисков, которые реальны и крайне велики». Эксперт привел данные ВОЗ, согласно которым в мире ежегодно случается 2 млрд 200 млн острых пищевых инфекций, от которых погибают 1,5 млн человек. Противостоять таким рискам можно лишь при наличии высокоэффективной ветеринарной и санитарной службы.

Участники конференции обсудили возможности по стимулированию экспорта продовольствия в условиях ВТО, развитие агропроектов с глобальным потенциалом, внедрение современных технологий продаж на пищевых предприятиях и многие другие вопросы.

Премьерой 2014 года стал I Международный ЭкоБиоСалон на «Продэкспо», организованный ЗАО «Экспоцентр» совместно с международным «Эко Био центром» (Франция). 30 российских и зарубежных компаний-участников салона познакомили с продукцией более 200 биопроизводителей.

Конференция «Формирование рынка органической (био) продукции. Российский и зарубежный опыт», проведенная в рамках деловой программы выставки, дала ответы на многие вопросы отечественных производителей.

Как отметила **генеральный директор «Эко Био центра» Лилия ле Глонек**, органическая продукция, при производстве которой запрещено использование синтетических средств, для российских потребителей остается элитарной и экзотической. Мало кто может себе позволить такие продукты из-за их дороговизны (их цена выше в два-три раза). Сложно также продвигать их на российский рынок, потому что потребители не знают разницы между органической и просто натуральной продукцией. Кроме того, проблема ложной биопродукции (происхождение которой никому не известно и которую никто не сертифицирует) дискредитирует саму идею органического производства. Тем не менее, г-жа ле Глонек уверена, что у производства биопродукции в России огромный потенциал: «Через несколько лет Россия, может быть, будет кормить другие страны», да и «иностранцы специалисты готовы приехать, чтобы учить органическому земледелию».

Союз мороженщиков России в рамках «Продэкспо-2014» провел «Салон мороженого». Специалисты отрасли собрались на круглом столе «Новости рынка мороженого. Итоги 2013 года. Новые нормативно-технические документы, основные мероприятия 2014 года».

Как рассказал **генеральный директор Союза мороженщиков Валерий Елхов**, отрасль мороженого в России – это около 150 предприятий холодильной, молочной и пищевой индустрии. Общие производственные мощности могут обеспечить выпуск около 650 тысяч тонн в год. Непосредственно производством мороженого занято более 30 тысяч человек.

«В отрасли лишь в последние годы началась разработка стандартов на продукцию, – отметил Валерий Елхов, – а до 2005 года действовал лишь один стандарт на мороженое на молочной основе, принятый еще в 1941 году. И лишь с созданием союза был разработан и утвержден национальный стандарт «Мороженое молочное, сливочное и пломбир». Для нас разработка стандартов не самоцель, а эффективный инструмент обеспечения качества продукции».

Выставка также стала местом проведения и подведения итогов престижных профессиональных конкурсов. Состоялись многочисленные презентации и мастер-классы. Высокую оценку участников и посетителей-специалистов получила работа Центра закупок сетей, а также проекта «"Экспоцентр" – за выставки без контрафакта». **МС**

Источник:  
Национальный союз  
производителей молока  
«Союзмолоко»

Фото:  
www.mcx.ru



Участники съезда отметили, что производство молока в стране за последние пару лет сократилось на 2 миллиона тонн. Кроме того, снижение ввозных пошлин после вступления России в ВТО и Таможенный союз привело к резкому росту импорта.

## Отрасли нужна долгосрочная программа развития!

В рамках деловой программы международной специализированной выставки AgroFarm 2014 состоялся V Съезд Национального союза производителей молока «Союзмолоко».

В мероприятии приняли участие заместитель председателя правительства РФ Аркадий Дворкович, заместитель министра сельского хозяйства РФ Дмитрий Юрьев, руководитель Россельхознадзора Сергей Данкверт, помощник председателя правительства Геннадий Онищенко, заместитель Председателя комитета Госдумы по аграрным вопросам Айрат Хайруллин, председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко и другие.

Участники съезда отметили, что производство молока в стране за последние пару лет сократилось на 2 миллиона тонн. Кроме того, снижение ввозных

пошлин после вступления России в ВТО и Таможенный союз привело к резкому росту импорта.

«Предприятия страны переработали в 2013 году всего 12 млн т, а объем импорта в пересчете на молоко достиг 11 млн т, – подвел итоги **заместитель председателя комитета Госдумы по аграрным вопросам, президент Национального союза производителей молока Айрат Хайруллин**, указав на то, что официальная статистика зачастую не отражает реальной картины состояния отрасли. – Есть предположение, что мы производим молока гораздо меньше, чем официально об этом отчитываемся».

«Россия живет в условиях молочного голода, – поддержал его **помощник премьера Геннадий Онищенко**. – В среднем один россиянин в год потребляет 247 кг молочных продуктов в пересчете на мо-

локо, тогда как необходимо довести эту цифру хотя бы до «скромной физиологической нормы» в 340 кг. Получается 100 кг дефицита, и наша стратегическая задача – накормить население».

«Сегодня рост глобального потребления молока и молочной продукции таков, что мировых запасов не хватает. И если российский рынок продолжит падение, то, к сожалению, произойдет дальнейший рост цен на сырое молоко, а хорошая натуральная продукция окажется доступной только для богатых. И конечно же, увеличится доля фальсификата», – утверждает **председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко**.

По его словам, сегодня до половины молочных продуктов на полках российских магазинов не соответствует нормативам качества. Больше всего



фальсификата среди сыров и сливочного масла. Производители делают их на основе растительных жиров, которые в разы дешевле натурального молока.

Одной из причин сокращения производства стал неурожай 2011–2012 годов, вследствие чего сильно подорожали корма и сократилось поголовье дойных коров. Ситуацию в отрасли обострили задержки по выплате субсидий, отмена льгот на топливо и удобрения. Еще одна беда для производителей – постоянно меняющиеся правила предоставления субсидий на литр молока. Отсюда невозможность точно прогнозировать показатели финансовой деятельности, разброд закупочных цен, нехватка сырого молока на переработку.

«Без господдержки российские производители не выживут, – полагает **председатель совета директоров «Русмолко» Наум Бабаев.** – В течение ближайших десяти лет нужно вкладывать порядка 40 миллиардов долларов, чтобы обеспечить продовольственную безопасность. Нам нужны «длинные» деньги – инвестиционные кредиты сроком до 15 лет, полное погашение ставки рефинансирования из федерального бюджета, а также дополнительная компенсация процентной ставки по кредиту из средств регионов».

В нынешней сложной ситуации необходима отдельная программа развития молочной отрасли, рассчитанная до 2030 г., с прописанными объемами государственного финансирования до 2020 г. Документ должен включать в себя три сценария в зависимости от величины господдержки, пояснил Андрей Даниленко.

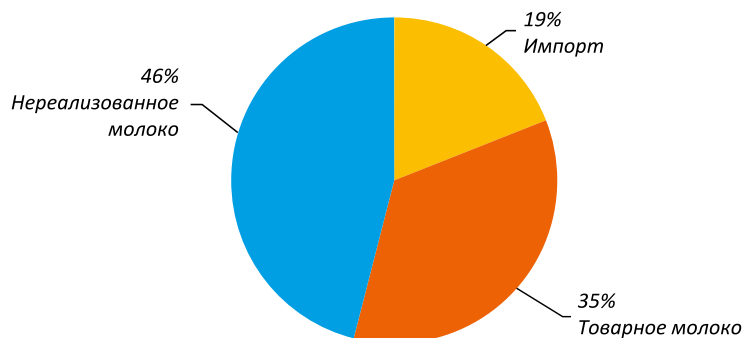
«Необходима долгосрочная программа, чтобы инвесторы четко знали, на что они могут рассчитывать, и не важно, кто министр сельского хозяйства и кто руководитель департамента животноводства, – заявил он. – Молочная отрасль до сих пор не имеет отдельной строки в бюджете. Из-за непонятных механизмов господдержки снижается ее инвестиционная привлекательность».

**Заместитель председателя правительства Аркадий Дворкович** напомнил, что в Минсельхозе России создана рабочая группа, которая ведет работу по совершенствованию мер государственной поддержки молочного животноводства. В частности, он сообщил, что российское правительство намерено сохранить субсидии на 1 л молока, а приоритетом работы на ближайшее время назвал полное погашение бюджетной задолженности по поддержке кредитов,

Экспорт/импорт молока в 2012 г., млн тонн



Структура рынка молока РФ, 2012 г., млн тонн



Объем производства молока, млн тонн



Источник: компания «Русмолко» на основе данных Росстата, «Союзмолока», ФАО и Минсельхоза

## Из резолюции V Съезда Национального союза производителей молока «Союзмолоко»

### Свидетельства кризисной ситуации в отрасли:

- Сокращение поголовья коров и производства молока на 1,3 млн т, или около 4% от «статистических» объемов товарного молока и около 10% от реальных. Отсутствие новых инвестиций.
- Отставание уровня потребления от медицинской нормы.
- Дефицит сырого молока и рост цен на него, который составляет 30% согласно официальной статистике и 50% по данным переработчиков.
- Снижение производства масла, сыров и сухого молока более чем на 10%.
- Рост импорта всей молочной продукции до 11 млн т, что значительно выше, чем 8–9 млн т годом ранее.
- Рост фальсифицированной молочной продукции с использованием жиров немолочного происхождения до 10% от объема потребления.

### Комплекс необходимых мер:

1. «Статистическая амнистия» для принятия адекватных управленческих решений государством, бизнесом, инвесторами.
2. Приведение целевых показателей Государственной программы в соответствии с планируемыми объемами финансирования.
3. Специализация регионов и выделение регионов, неблагоприятных для ведения сельского хозяйства, с целью формирования дополнительных механизмов поддержки в рамках ВТО.
4. Выделение основных направлений поддержки молочной отрасли в рамках Государственной программы в отдельные разделы (субсидирование процентных ставок, субсидия на литр, племенная поддержка, региональные программы) для обеспечения прозрачного финансового планирования и оценки бюджетной эффективности ее работы.
5. Формирование механизмов поддержки минимального/максимального уровня цены на молоко, приемлемой как для производителей, так и для переработчиков.
6. Формирование таких условий государственной поддержки, которые позволят обеспечить равные условия конкуренции с производителями из ЕС и стран ТС.
7. Безусловное выполнение всех обязательств по финансированию отрасли в рамках субсидирования процентных ставок.
8. Проведение Министерством сельского хозяйства Комиссии по отбору инвестиционных проектов для последующего субсидирования. На комиссии необходимо рассмотреть проекты, направленные в Министерство в 2012–2014 годах.
9. Финансирование субсидирования на литр молока в соответствии с заложенными в Государственной программе объемами. Изменение принципов субсидирования: не должно зависеть от сортности, таких критериев, как содержание белка, жира, выход телят.
10. Выделение дополнительных средств на финансирование 15-летних кредитов.
11. Разработка долгосрочной Программы развития молочной отрасли до 2020 года.
12. Включение в Государственную программу развития сельского хозяйства до 2020 года раздела по «стимулированию потребления молочных продуктов» на базе подготовленной «Союзмолоком» программы «Три в день».
13. Создание системы стимулирования производителей к улучшению генетического фонда КРС.
14. Модификация существующей системы сельскохозяйственного образования и привлечение квалифицированных кадров на предприятия.
15. Создание системы экономически эффективного кормопроизводства.
16. Стимулирование развития мясного производства на базе молочного.

которые были предоставлены до 2014 года. Причем срок финансирования увеличивается до 15 лет. «Чем быстрее мы это сделаем, тем быстрее начнем принимать к субсидированию новые проекты», – подчеркнул Аркадий Дворкович.

**Заместитель министра сельского хозяйства России Дмитрий Юрьев** уточнил, что на текущий момент доля кредитов по молочному животноводству составляет около 14%. Расчетная потребность в субсидиях на 2014 год – 9 млрд рублей.

Также заместитель министра сообщил, что проведенный сравнительный анализ эффективности субсидий на 1 кг реализованного товарного молока и субсидирования инвестиционных кредитов показал, что последний вид поддержки позволяет обеспечить, по оценкам экспертов, до 5 руб. господдержки в расчете на 1 кг. По его мнению, субсидирование процентных ставок по инвестиционным кредитам, в отличие от субсидирования на 1 литр молока, стимулирует сельхозтоваропроизводителя к модернизации, хотя представители молочного бизнеса имеют иную точку зрения.

В ответ на заявления участников съезда о недобросовестной конкуренции со стороны членов Таможенного союза, Аркадий Дворкович заверил, что Россия может ввести меры в отношении Белоруссии, чтобы защитить свой рынок. По данным отраслевого союза, ввоз в Россию молока и цельномолочной продукции из Белоруссии в первой половине 2013 года по сравнению с соответствующим периодом 2012-го увеличился в 1,5 раза – до 123 тыс. тонн, сыров – на 11,3% (до 48,4 тыс. тонн).

Кроме того, в целях поддержки спроса на отечественную сельхозпродукцию в 2015 году должна начать работать специальная программа. Это позволит обеспечить дополнительную финансовую поддержку со стороны потребителей продукции, прежде всего, через системы социального питания и помощи малоимущим семьям.

«Хорошо, что в отрасли постепенно выстраивается система саморегулирования и формируется координация между основными группами производителей, появляется сила, способная вести конструктивный диалог с органами регулирования», – отметил Аркадий Дворкович и обещал учесть все предложения из программы развития отрасли до 2020 года, которую «Союзмолоко» планирует подготовить к августу, но с поправкой на бюджетные ограничения. **MC**

Автор:



**Виктория  
Загоровская**

Основными торговыми партнерами Польши являются страны ЕС. В 2012 г. стоимость экспорта агропродовольственных товаров в эти страны составила 13,8 млрд евро.



## Made in Poland

*Потребители все чаще обращают внимание на качество продуктов питания и их происхождение. Растет спрос на изделия, снабженные узнаваемыми и признанными знаками, подтверждающими их качество и превосходный вкус. Как раз такими являются многие польские продукты. В настоящее время 34 местных продукта зарегистрированы Европейской комиссией и подлежат юридической охране, что подтверждает их уникальные изысканные качества, а также соответствие регламента приготовления старинным рецептурам. Например, право на использование логотипа PDO (защищенное обозначение происхождения) получили некоторые виды сыров.*

### Молоко польской коровы

На примере польского сельского хозяйства и пищевой индустрии видно прекрасное сочетание традиций и современности. Молочная промышленность располагает технологиями на высшем мировом уровне, а молочные продукты успешно конкурируют с другими

не только с точки зрения питательной ценности, но также привлекательности внешнего вида, разнообразия, функциональности, вкуса и цены.

Польша уже много лет принадлежит к ведущим производителям и потребителям молока. В связи с природными условиями и давними традициями

выращивания скота страна особенно предрасположена к этому направлению сельского хозяйства. Малая концентрация стад позволяет использовать пастбища, которые, кроме натурального корма, обеспечивают также благополучное содержание животных без ущерба для окружающей среды.

Руководство ветеринарно-гигиеническими стандартами ЕС при получении, хранении и транспортировке молока, а также их строгое соблюдение привели к повышению качества молока, а реструктуризация производства способствовала росту его эффективности.

Преобладающей формой собственности в Польше являются молочные кооперативы (товарищества нескольких фермеров), которым принадлежит примерно 75% рынка. Частные компании, владельцами которых являются один-два человека, занимают около 5–8%. Оставшаяся часть приходится на предприятия с участием иностранного капитала.

Сегодня в Польше насчитывается примерно 150 молочных кооперативов,



куда может входить от 200–300 до 1 тысячи фермеров. Среди них есть как очень крупные предприятия, ежедневно перерабатывающие примерно 1 млн л молока, так и те, кто перерабатывает около 20 тыс. л.

Так, еще в 1909 году на территории Польши в местечке Воля-Скромовска был основан первый польский молочный кооператив. В 1930-е годы в тех краях уже возник молочный завод, который впоследствии развился в достаточно крупную компанию, до сих пор являющуюся кооперативом – Spomlek. МК “Spomlek” – это свыше ста лет традиции кооператива на землях Полясья. В настоящее время Spomlek принадлежит более чем 1 500 пайщикам, среди которых около 1 200 индивидуальных крестьян-поставщиков, а 300 – сотрудники кооператива. Предприятие перерабатывает более 190 млн литров молока в год.

Молочный кооператив «Лазур» в южной части Польши был основан в 1929 г. земледельцами – производителями молока. В 1959 г. здесь начали предприниматься первые попытки изготовления сыра с прослойками благородной голубой плесени *Penicillium roqueforti*. Образцом послужила рецептура известных французских сыров «Рокфор». Произведенный сыр получил польское наименование Rokrol.

В конце минувшего тысячелетия в связи с увеличением конкуренции руководство кооператива отказалось от других молочных продуктов и решило сосредоточиться на развитии производства сыра Rokrol, который от голубого цвета плесени получил название «Лазур». Через некоторое время то же наименование принял и кооператив. Сконцентрированность внимания на одном продукте повлекла за собой быстрый рост качества, благодаря чему сыры «Лазур» получили признание и доверие потребителей не только на рынке Евросоюза, но также на российском и американском рынках. Свои сыры кооператив экспортирует под торговой маркой «Лазур».

## Экспортные хиты

Инвестиции в молочную промышленности сделали возможным развитие производства продуктов переработки. Однако значительную роль сыграли не только европейские вложения, но и собственные усилия польских предпринимателей.

Многие предприятия полностью использовали шанс, предоставленный вступлением в Европейский союз. Исчезли таможенные барьеры, необходимость в отдельных сертификатах для продуктов, продаваемых в ЕС. Результатом этого стал лавинный рост экспорта польского продовольствия, в частности молока.

За последние десять лет Польша вышла в лидеры европейской пищевой индустрии и заняла шестое место в Европе по объему производства продуктов питания. К наиболее конкурентным секторам относятся плодово-овощной, мясоперерабатывающий, птицеводческий, молочный и кондитерский. Третье место в структуре польского экспорта занимают молочные продукты, особенно сыры.

«Со вступлением в Евросоюз и в результате модернизации продовольственной отрасли наши традиционные методы производства получили мощную технологическую и инвестиционную базу, что сделало польские сыры, а также йогурты лидерами в соотношении цена-качество», – отмечает **Анна Мадей, второй секретарь Посольства Республики Польша в России**.

Один из европейских региональных товаров польского происхождения – овечий сыр осцыпок. Но и кроме него здешним сыроварам есть чем похвастаться – это сыры «Эдам», «Мазур», «Варминский» сыр. Большое количество сыроваренных заводов в Польше находится на Подлясе – экологически чистом регионе на северо-востоке страны. Там производится известный голландский сорт «Гауда». На Подлясе придумали и свой собственный сорт – «Подляский». У него нежный, кисловатый вкус. Продукт производится с 1968 года по неизменной рецептуре, без каких-либо химических добавок или немолочного жира.

В диких горах Бещадах производится «Устшицкий рулет» – идеальный сыр для бутербродов, салатов и горячих закусок. Тридцатилетняя традиция требует ручного сворачивания рулета для сохранения необходимой упругости. Уникальный вкус и аромат приобретает в процессе естественного копчения.

“Old Poland” – это марка самых лучших долгосозревающих сыров, производимых в Европе. По вкусу и качеству они приравниваются к самым известным европейским сырам из Швейцарии, Голландии, Италии или Франции.

Сыры, продаваемые под торговой маркой “Old Poland”, изготавливаются на основе традиционных рецептур с использованием исключительно натурального сырья высшего качества.

При возрастающем внутреннем и экспортном спросе наиболее динамично в стране растет производство топленых, жареных, а также созревающих сыров. Кроме того, в течение последнего времени увеличивается производство молочных напитков и мороженого.

Кстати, польское молоко широко применяется при производстве кондитерских изделий, к которым относятся, в частности, птичье молоко – молочные пастилки в шоколадной обливке. Зарубежные потребители особенно ценят «коровку» – хрупкие конфетки или тянучки, также изготовленные из местного молока.

## Польские производители в России

Национальный союз польских кооперативов молока оценивает рынок молочной переработки в Польше в 9,6 млрд долларов. Если в 2012 году страна экспортировала молочной продукции на 1,5 млрд евро, то в 2013-м – на 10–15% больше.

Примерно 80% экспорта польских молочных товаров идет в страны Евросоюза. Но Россия также является важным рынком сбыта для Польши. В целом объем экспорта польских фирм в нашу страну ежегодно составляет около 1,5 млрд долларов и неуклонно растет.

У Польши есть несколько серьезных преимуществ, позволивших стране захватить долю на российском рынке: географически она ближе к России, чем соперники из Западной Европы, и ее продукция зачастую дешевле, чем произведенная в более богатых странах ЕС.

Польская молочная продукция, как и мясная, завоевала популярность благодаря своей натуральности и выгодным ценам. Преимущества польских производителей давно известны российским ритейлерам и потребителям: это конкурентоспособность по цене и расходам, высокое качество, отличные вкусовые свойства и умение угодить индивидуальным предпочтениям.

О важности российского рынка и планах по наращиванию экспорта говорит, в частности, тот факт, что в этом году более 50 польских компаний стали участниками выставки «Продэкспо», прибыв в Москву с предложениями по-

ставок мяса, молочной продукции, заморозки, переработанных овощей и фруктов, кондитерских изделий, майонезов, приправ, пряностей.

«Мы научились отвечать высоким требованиям Европейского производства, но в то же время сохранили одну из особенностей нашего менталитета – бережное, почти трепетное отношение к производству пицци, – продолжает Анна Мадей. – Кроме того, польским производителям известны вкусовые предпочтения россиян, ведь славянские национальные кухни очень похожи.

Молочные продукты – флагман нашей пищевой индустрии, и неудивительно, что наибольшее количество польских участников «Продэкспо» представляют именно этот сегмент. Кстати, с недавних пор страна не только поставляет молочные продукты в Россию, но и производит их здесь, а именно – в Калининградской области».

Россия – страна огромных возможностей и невероятных перспектив, считают польские предприниматели, представляющие свою продукцию на продовольственной выставке. В их числе – **Юлия Соска, экспорт-менеджер компании Polmlek**, участник «Продэкспо 2014».

«На российский рынок мы вышли относительно недавно и очень довольны сотрудничеством с местными дистрибьюторами, – рассказывает она. – В Россию мы поставляем сыр моцарелла и салями, сырный продукт и сыр творожный, а вскоре планируем расширить ассортимент и предложить потребителям наши йогурты и десерты. Ассортимент Polmlek огромен и включает в себя сыр моцарелла в рассоле и тертый, сыр салями, сливочный, плавленый и творожный сыр, различные сырные нарезки, копченый сыр под брендами Warmia и Capresi Kusi Smakiem, а также молоко (в том числе с пониженным содержанием лактозы), творог, масло».

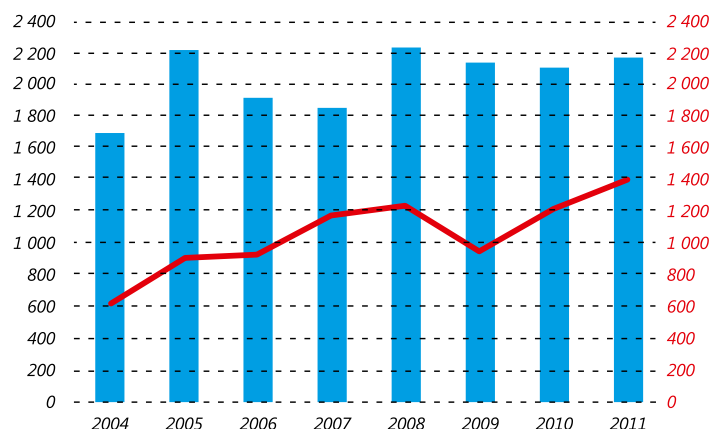
## Имидж Польши

Надо отметить, что, несмотря на растущий спрос со стороны российского потребителя, на рынке есть еще много свободных ниш. Продемонстрировать огромный потенциал польской промышленности, в том числе продовольственной, призвана программа Министерства экономики республики Made in Poland, направленная на развитие отношений между предпринимателя-

## Экспорт молочных продуктов, 2004–2011 гг.

объем (млн л эквивалента молока)

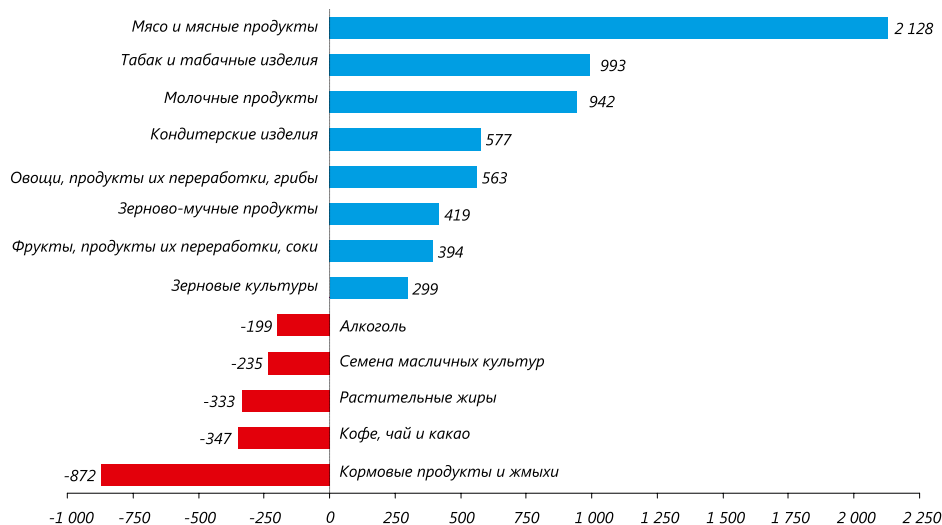
млн €



Одним из основных польских экспортеров молочных изделий в Россию является Spomlek Dairy, отправляющая в страну свыше 20% своей продукции.

Источник: разработка АСХР на основании данных Министерства финансов

## Сальдо внешней торговли отдельными агропродовольственными продуктами в 2012 г., млн EUR



Источник: разработка АСХР на основании данных Министерства финансов

ми Польши и России. В 2014 году в девяти регионах России состоятся деловые встречи с участием компаний двух стран, местных властей и специалистов министерства экономики Польши. Также в рамках кампании Made in Poland в конце марта в Москве пройдет экономический форум с участием представителей польских и российских бизнес-кругов и правительственных учреждений.

Одновременно кампания будет вести в Китае, Чехии, Германии и Укра-

ине. «Мы хотим показать миру, что у нашей страны есть собственные привлекательные экспортные специальности, а польские фирмы могут успешно сотрудничать с иностранными партнерами, – подчеркивает замминистра экономики Илона Антонишин-Клик. – Мы считаем, что благодаря кампании информация о польских брендах попадет к иностранным инвесторам и покажет преимущества изделий нашей экономики», – отметила замминистра. **МС**



Фактически в настоящее время на одного россиянина приходится около 240 кг молока и молочных продуктов в год, что на 20% меньше рекомендуемых медицинских норм и тем более не сопоставимо с картиной в Европе.

Автор:

**Татьяна Мерзлякова,**  
менеджер по маркетингу  
ГК Step by Step



Author:

**Tatyana Merzlyakova,**  
Step by Step company group  
marketing manager

## Рынок питьевого молока: потенциал роста

**М**олоко и молочные изделия считаются продуктами первой необходимости и входят в состав потребительской корзины, являясь неотъемлемой частью ежедневного рациона любого россиянина.

По установленным показателям на 2013 год норма потребления молока и молочных продуктов на душу населения составляет 290 кг ежегодно. Фак-

## Drinking milk market: growth potential

**M**ilk and dairy products are among the primary products and are included into the market basket of consumer goods, being an important part of a daily food ration of every Russian citizen.

According to the values set for 2013, the annual consumer normative for milk and dairy products is 290 kilos per capita. In fact, there is 240 kilos

*In fact, there is 240 kilos of milk a year for an average Russian citizen, which is 20% lower than recommended by doctors and not even comparable with the situation in Europe.*



тически в настоящее время на одного россиянина приходится около 240 кг в год, что на 20% меньше рекомендуемых медицинских норм и тем более не сопоставимо с картиной в Европе. Россияне потребляют треть от того объема молока, что выпивают в других европейских странах.

В среднем по стране надой молока растет с 1996 года. По данным Росстата, в 2012 году на одну корову приходилось 3 898 кг/год. Это наивысший показатель за всю постсоветскую историю. Всего за последние десять лет надой увеличился почти на 40%.

После снижения объемов производства питьевого молока на 0,3%, которое наблюдалось в 2011 году, специалисты отмечают постоянное увеличение показателей. Средний годовой темп прироста российского производства колеблется на уровне 5–7%. В минувшем году в стране было выпущено 5,43 млн тонн питьевого молока в натуральном выражении.

Но несмотря на позитивные тенденции, показатели России значительно отстали от развитых стран, где на сегодняшний день надой молока с одной коровы находится на уровне 6–8 тыс. кг/год, достигая максимальной отметки 9–10 тыс. кг/год. Таким образом, показатели России на 25–35% меньше потенциально возможных при той же численности поголовья. По мнению специалистов, сейчас можно производить на 20–30% больше сырого молока только за счет увеличения продуктивности дойного стада.

По прогнозам экспертов ГК Step by Step, в дальнейшем объемы производства будут сокращаться как из-за уменьшения поголовья скота, так и за счет перехода участников рынка в другие категории – в первую очередь, индивидуальных предпринимателей (ИП) и крестьянско-фермерских хозяйств (КФХ).

На российском рынке питьевого молока представлена продукция таких отечественных производителей, как PepsiCo (ОАО «Вимм-Билль-Данн»), ГК «Данон» в России («Данон-Индустрия»), АХ «Молвест», ГК Parmalat и других. Среди иностранных компаний можно выделить Valio Ltd (Финляндия), «Агро-Данмис» (Польша) и т. д.

С учетом внешнеэкономической деятельности в 2012 году в структуре российского рынка питьевого молока 96% в натуральном выражении составляла отечественная продукция и лишь 4% – импортная.

Как видно из таблицы 2, в структуре импорта наибольшая доля приходилась на Белоруссию – 91,27% в натуральном выражении. Отметим, что основными производителями в стране являются такие предприятия, как ОАО «Гормолзавод №1» и ОАО «Гормолзавод № 2» (г. Минск), ООО НПКФ «Веста» (г. Полоцк), ЧУП «Мозырские молочные продукты» (г. Мозырь), ОАО «Витебский молочный завод» (г. Витебск), «Савушкин продукт» (г. Брест) и др.

В качестве тенденций в конкуренции обозначим основные приоритетные направления стратегии развития крупнейших производителей России.

**Таблица 1. Объем российского производства питьевого молока в натуральном выражении, 2011–2013 гг., млн тонн**

Table 1. Volume of drinking milk production in Russia in natural terms, 2011-2013, Million tons

	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Объем производства / Production volume	4,93	5,32	5,43

Источник: ГК Step by Step

**Таблица 2. Основные страны-импортеры питьевого молока в Россию, 2012 г.**

Table 2. Main countries importing drinking milk to Russia, 2012

Страна/Country	В натуральном выражении/In natural terms	
	тонн/tons	%
Белоруссия/Belarus	193 097,93	91,27
Финляндия/Finland	13 205,1	6,24
Германия/Germany	1 702,66	0,80
Польша/Poland	872,64	0,41
Франция/France	732,56	0,35
Прочие/Others	1 949,28	1,68
Всего/Total	211 560,17	100

Источник: ГК Step by Step

a year for an average Russian citizen, which is 20% lower than recommended by doctors and not even comparable with the situation in Europe. Russians consume about one third of the volume of milk drunk in other European countries.

The average milk yield in our country has been growing since 1996. According to Rosstat's data, there were about 3898 kilos of milk a year for one cow in 2012. It's the highest value for all post Soviet history. The yield has increased by nearly 40% in the last 10 years.

After the 0.3% decrease in drinking milk production volumes seen in 2011, experts note the constant increase of numbers. The average annual growth rate of Russian manufacturing varies from 5 to 7%. Last year, 5.43 million tons of drinking milk in natural terms.

But despite the positive trend, Russian numbers are far behind from developed countries, where nowadays the milk yield for one cow is around 68 tons a year, reaching the maximum of 910 tons a year. So, Russian levels are 25-35% lower than possible with the same number of cattle. Experts think that now it's possible to produce 20-30% more raw milk by increasing the productivity of milking herd.

According to the forecasts by experts from Step by Step company group, production volumes will fall in future because of the decrease in cattle quantity and the market players leaving for other categories firstly, self employed entrepreneurs and peasant farm holdings.

У рынка есть существенный потенциал роста, и он готов принимать новых игроков.

The market has high growth potential, it is ready to accept new players.

ООО «Комос Групп»:

- расширение географии поставок;
- расширение брендовой линейки;
- расширение ассортимента товара в брендовой линейки;
- закрепление в специальных сегментах рынка (молочная продукция для авиакомпаний, молочная продукция для школ и ДОУ);
- развитие собственной торговой сети «Вкусный Дом»;
- интеграция с торговыми сетями и выпуск продукции под частными товарными марками.

ООО «Данон-Индустрия» (ГК «Данон» в России):

- Получение эксклюзивного доступа к специальному сегменту рынка (эксклюзивный поставщик Универсиады-2013).

ОАО «МК «Воронежский»» (Агропромышленный холдинг «Молвест»):

- наращивание объемов производства;
- закрепление в специальных сегментах рынка (молочная продукция для авиакомпаний, школ).

Между тем, по оценкам специалистов, на сегодняшний день в России не достаточно производственных мощностей, способных удовлетворить потребность в питьевом молоке.

Специалистами ГК Step by Step в качестве сегмента B2B были рассмотрены государственные закупки цельномолочной продукции за август 2013 года. Его доля на рынке составила порядка 1%. В структуре сегмента основная часть закупок питьевого молока пришла на муниципальные предприятия – порядка 60%.

К основным тенденциям потребительского рынка следует отнести:

- сохранение преобладания домашнего потребления питьевого молока;
- доминирование брендов крупнейших производителей в структуре потребительских запросов;
- преобладание российских брендов иностранных компаний в структуре потребительских предпочтений;
- воздействие рекламы на увеличение потребления питьевого молока.

Принимая во внимание ежемесячный уровень потребления молока и период хранения, можно сделать вывод, что средняя частота его покупки домохозяйствами составила один раз в день.

Отдельно хотелось бы сказать об упаковке данной категории продуктов. В условиях высокой конкуренции производителям становится все сложнее выделить собственную продукцию из ряда аналогичных товаров, поэтому упаковка молока приобретает особое значение, выступая в качестве маркетингового инструмента и обеспечивая популярность бренду.

На сегодняшний день одними из самых распространенных ее видов являются: финпакет (мягкий пакет), картонная упаковка Пюр-Пак и Тетра-Рекс,

At the Russian market, products of several national manufacturers is present, such as Pepsico (WimmBillDann LLC), Danone company group in Russia (Danone Industry), Molvest agricultural holding, Parmalat company group and others. Among foreign companies, the important ones are, for example, Valio Ltd (Finland), AgroDanmis (Poland) and others.

Taking into account the external economy, in 2012, homemade production was 96% of Russian drinking milk market structure, and imported production was only 4%.

As we can see from table 2, the highest share in import structure belonged to Belarus 91.27% in natural terms. It's worth noticing that the main manufacturers in the country are such enterprises as GORMOLZAVOD (city milk plant) №1 LLC (Minsk), GORMOLZAVOD (city milk plant) №2 LLC (Minsk), Vesta Scientific, Manufacturing and Commercial Firm Ltd (Polotsk), Mozyr Milk Products Private United Company (Mozyr), Vitebsk Milk Plant LLC (Vitebsk). Savushkin product (Brest) and others.

As for trends in competition direction we should note the main prior directions of development for Russian largest manufacturers.

Comos Group LLC:

- broadening the supply area;
- broadening the brand line;
- broadening the goods' assortment within the brand line;
- strengthening the positions in special market segments (dairy production for airlines, dairy production for schools and kindergartens);
- development of Vkusny Dom (Tasty House) own retail chain;
- integration with retail chains and releases of products with private trade marks.

Danone Industry LLC (Danone company group in Russia):

- Achieving the exclusive access for the special market segment (exclusive supplier for World Student Games 2013);

Voronezh Milk Combine LLC OAO (Molvest Agricultural & Industrial holding):

- increasing the production volumes;
- strengthening the position in special market segments (dairy production for airlines and schools).

By the way, according to the experts' value, Russia lacks the industrial capacities which can fulfil the need in drinking milk for nowadays.

Step by Step company group analysts reviewed the state purchases of pure milk products for August 2013. Its market share has reached about 1%. In the segment structure, the main volume of purchases of drinking milk (about 60%) belonged to state enterprises.

Among the main trends of consumer market, we can note the following:

- keeping the domination of home consumption of drinking milk;

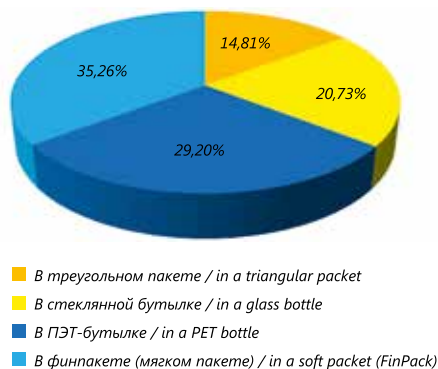
*По мнению специалистов, сейчас можно производить на 20–30% больше сырого молока только за счет увеличения продуктивности дойного стада.*



*Experts think that now it's possible to produce 20-30% more raw milk by increasing the productivity of milking herd.*

**Диаграмма 1. Доля продаж питьевого молока в упаковках различного вида, %**

Diagram 1. The share of drinking milk sales in packages of different kinds, %



Источник: ГК Step by Step

ПЭТ-бутылка, мягкая пластиковая упаковка Дой-пак, а также стеклянные бутылки.

По данным ГК Step by Step, наибольшую долю на рынке занимает молоко, упакованное в финпакет – 35,26%, второй по популярности является ПЭТ-бутылка – 29,2%.

Здесь стоит отметить, что в течение последних нескольких лет ассортимент упаковки для молока не менялся. Все также присутствует традиционная упаковка – Пюр-Пак и Тетра-Рекс, ПЭТ-бутылки, термосвариваемые ПЭ пакеты и стеклянные бутылки.

Многие производители, используя упаковку как средство продвижения товара, делают акцент на ее преимуществах для потребителя, например, продлении срока хранения, лучшем сохранении первоначальных свойств продукта.

При выборе питьевого молока важным критерием для потребителей является не только цена и упаковка, но и вкусовые качества. С учетом стремления к правильному питанию потребители уделяют внимание дополнительным характеристикам продукта, таким, например, как низкокалорийность и польза для здоровья.

Согласно расчетам, проведенным специалистами ГК Step by Step исходя из рациональных объемов потребления на душу населения, на сегодняшний день максимально возможная емкость рынка приближается к 33,6 млн тонн. С учетом текущего показателя производства степень его насыщенности составляет лишь около 16,4%. Соответственно, у рынка есть существенный потенциал роста, и он готов принимать новых игроков. Ведь молоко всегда считалось незаменимым продуктом, который обладает полезными свойствами и входит в ежедневный рацион. Так что спрос на него будет всегда – а его увеличение зависит от самих производителей, которым необходимо стимулировать потребление, следить за изменением потребительских предпочтений и постоянно пополнять линейку новинками, сочетающими оригинальный вкус и безусловную пользу. **МС**

- domination of the biggest manufacturers' brands in structure of consumer orders;
- domination of Russian brands from foreign companies in the structure of consumer preferences;
- the influence of advertising to the increase in drinking milk consumption.

Taking into count the monthly level of milk consumption and its expiry dates, we can draw a conclusion that the average frequency of its purchasing by households is daily.

We want to talk separately about packaging of this category of products. In the state of high competition it becomes more and more difficult for manufacturers to highlight their products among the line of similar goods, that is why milk packaging gets the special meaning, playing the role of marketing instrument and keeping the brand's popularity.

Nowadays, among the most popular kinds of packaging there are finpacks (soft packets), cardboard packages such as PurePack and Tetra Rex, PET bottles, soft plastic packages such as Doypack and glass bottles.

According to data by Step by Step, the highest market share belongs to milk packed in soft packets (35.26%), the second most popular are PET bottles with 29.2%.

Here we also should notice that in recent years the assortment of milk packaging has not changed. Traditional kinds of packaging such as Pure Pak and Tetra Rex, PET bottles, thermo sealing PET packs and glass bottles.

Many manufacturers who use packaging as the method of promotion of goods make an accent on its profits for consumers, for example, increasing the expiry date or better keeping of the product's primary characteristics.

When choosing drinking milk, the important criteria for consumers are not only price and packaging, but taste characteristics as well. Taking into count the tendency of healthy eating consumers pay attention to the product's additional characteristics, such as low calories and benefits for health.

According to the calculations made by analysts from Step by Step company group and based on the rational consumption volumes per capita, nowadays the maximum possible market capacity is reaching 33.6 million tons. Taking into count the current production number, the value of its saturation is only 16.4%. So, the market has high growth potential, it is ready to accept new players. Milk has always been thought to be an essential product which is useful for health and is a part of a daily ration. So, the demand for it will not disappear, and its increase depends on the manufacturers themselves, who need to stimulate the consumption, have an eye on the changes in consumers' preferences and constantly fulfil the production line with new products combining original taste with obvious usefulness. **DS**

*По данным ГК Step by Step, наибольшую долю на рынке занимает молоко, упакованное в финпакет – 35,26%, второй по популярности является ПЭТ-бутылка – 29,2%.*

*According to data by Step by Step, the highest market share belongs to milk packed in soft packets (35.26%), the second most popular are PET bottles with 29.2%.*





# Российский рынок молока: итоги и прогнозы

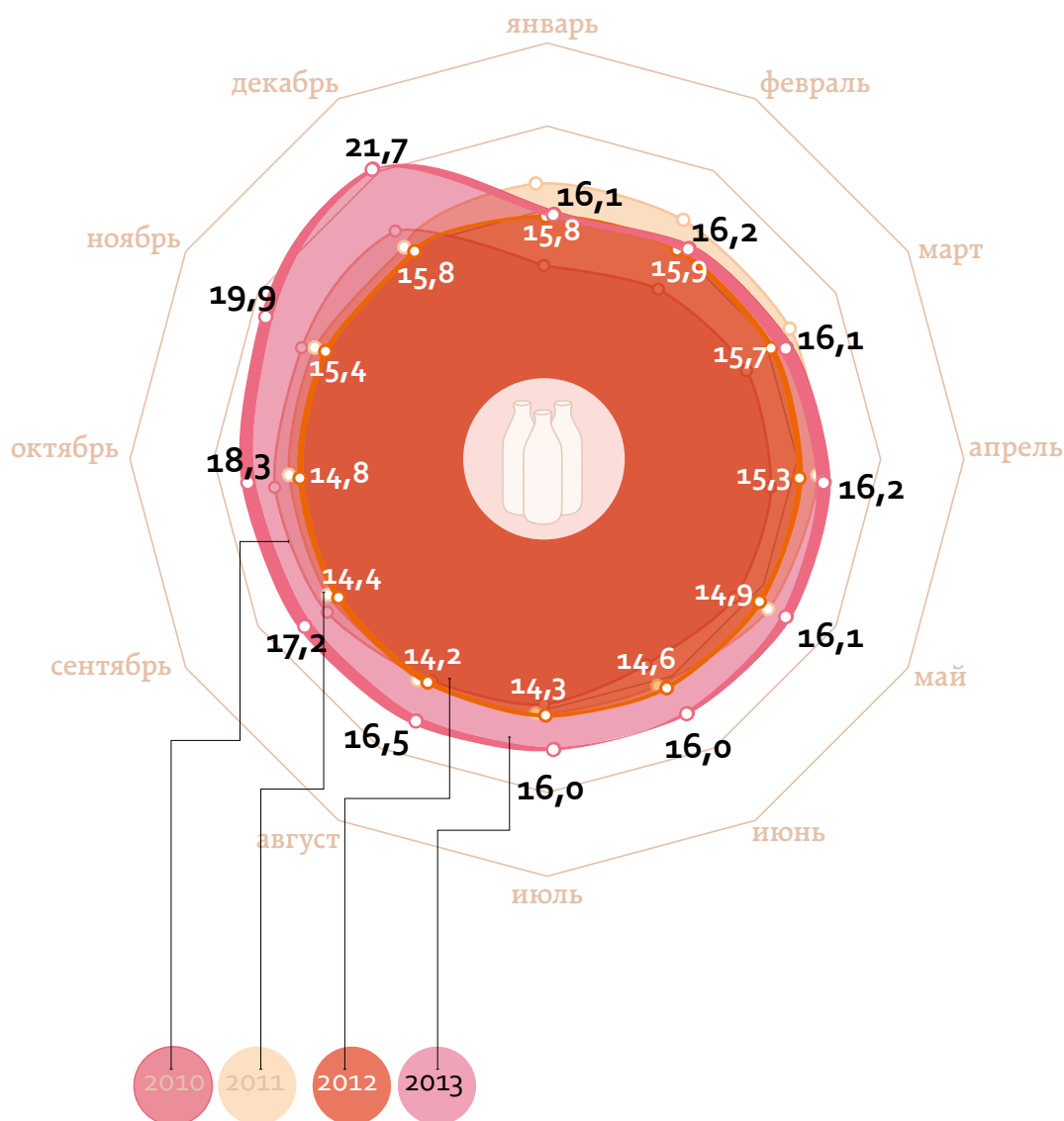
Среднегодовая продуктивность коров за минувший год сократилась на 12 кг по сравнению с 2012-м. А официальное производство сырого молока в СХО и КФХ составляет порядка 15,5 млн тонн – против 16,5 млн тонн по итогам 2012 года.

В течение прошлого года ситуация на молочном рынке оставалась одной из самых сложных, поскольку, помимо традиционных проблем, на отрасль продолжали негативно воздействовать последствия засухи 2012 года.

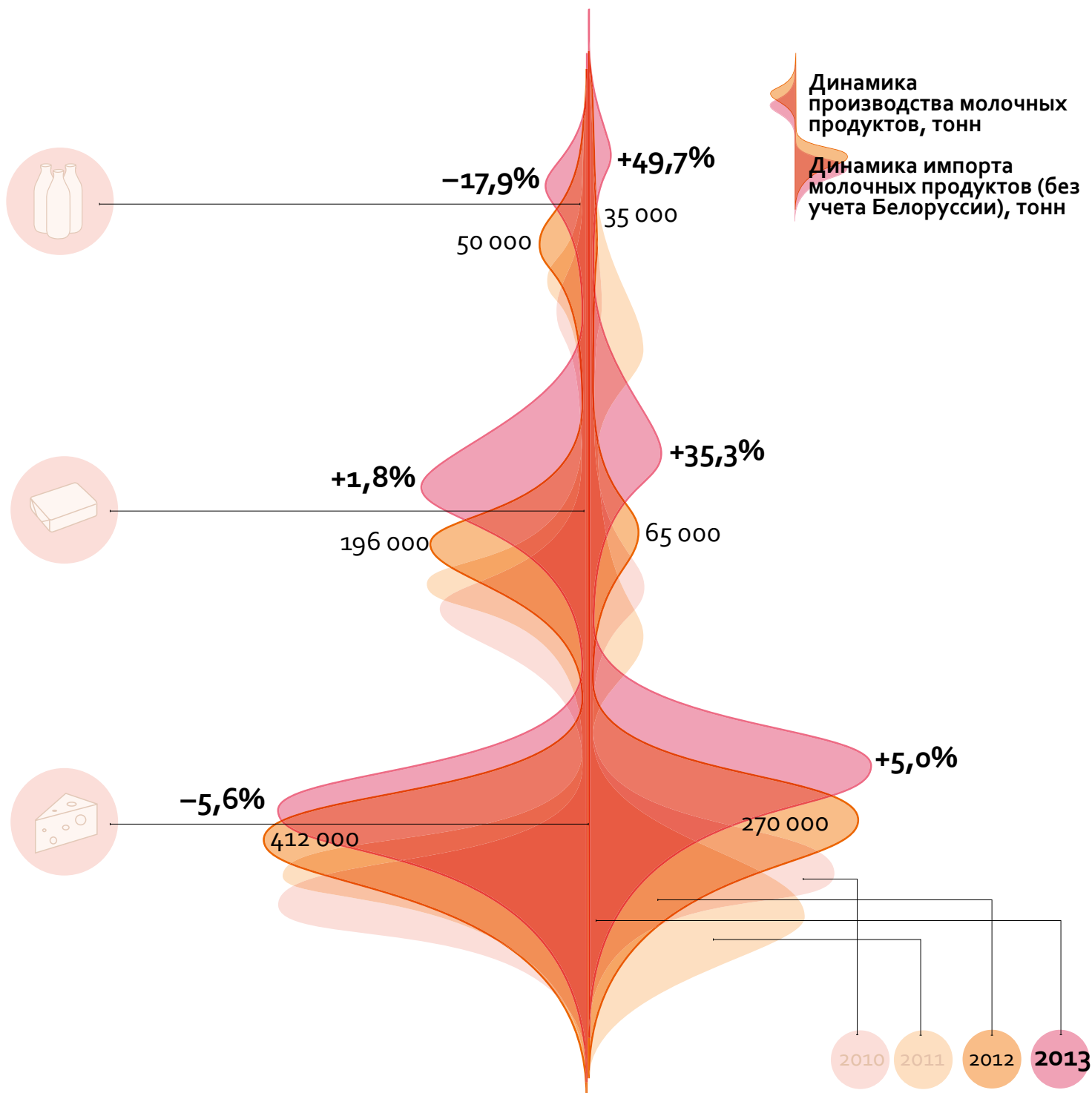
Согласно официальным данным, в 2013 году поголовье коров в корпоративном секторе сократилось на 2,4%. Однако следует иметь в виду, что поголовье мясных и помесных коров значительно увеличивалось, в том числе благодаря активной государственной поддержке данного сектора. Поэтому, если исключить мясных коров из общей численности, сокращение поголовья дойного стада в корпоративном секторе к концу года составит целых 8%. За последнее десятилетие подобное снижение наблюдалось только один раз – в 2005 г.

Сокращение производства сырого молока резко обострило конкуренцию переработчиков за сырье, что в течение всего 2013 года стимулировало рост цен. Причем в большинстве регионов не было зафиксировано прежнего традиционного сезонного снижения цен в летний период.

Парадоксально, но на фоне кризисных явлений в секторе наблюдается инвестиционная активность: ряд отечественных предпринимателей не без основания считают, что именно в настоящее время на фоне рекордно высоких цен сложились благоприятные условия для новых стартапов.



Динамика цен  
на сырое молоко в/с, руб./кг



Высокие закупочные цены на сырое молоко способствовали снижению производства ряда молоко-емких продуктов внутри страны и росту цен на них. Еще одним значимым фактором стали высокие цены на импортную продукцию. В результате стоимость сухого цельного молока в России увеличилась на 45%.



Объем поставок сливочного масла (с учетом Белоруссии) вырос на 6,2% относительно аналогичного периода 2012 года. Из Белоруссии за январь-ноябрь 2013 года было ввезено около 61 тыс. тонн, или 41,3% от всего объема импорта масла сливочного.



Средняя цена на сыры с жирностью 50% выросла. В декабре 2012 года средняя стоимость составляла 194,2 рублей за 1 кг. А за аналогичный период 2013 года она возросла до 251,1 руб. за 1 кг.



## Новый молочный завод

Заместитель председателя Правительства Московской области, министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Владимир Барсуков 13 февраля принял участие в открытии ООО «Молзавод «Авангард» в деревне Судниково сельского поселения Спасское Волоколамского района.

Общая стоимость строительства модульного завода составляет 18 миллионов рублей. С вводом завода в строй увеличиваются отчисления в консолидированный бюджет Московской области и создается более 15 новых высокотехнологичных рабочих мест.

«Московская область – лидер по производству молока в ЦФО. Эти позиции мы будем сохранять, выполняя задачи губернатора Подмосковья Андрея Воробьева. Открытие этого завода в сельской местности – значимое событие для Московской области, поскольку здесь будут производить качественную, конкурентоспособную, экологически чистую продукцию для жителей региона. В данном случае это образец предприятия, которое работает по системе замкнутого цикла. Планируемая производительность нового молочного завода – 15 тонн молока в сутки. Здесь будут производить пастеризованное молоко, сметану и творог. Правительство Московской области приветствует создание подобных предприятий и будет поддерживать их в рамках федеральных и областных программ развития сельского хозяйства», – заявил **заместитель председателя Правительства Московской области, министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Владимир Барсуков.**

Агрохолдинг «Авангард» был основан в 2004 году путем объединения нескольких хозяйств. Сейчас он имеет статус племенного хозяйства, на котором работают более 300 человек. На 1 января 2014 года поголовье коров составило 2 560 единиц. За прошлый год было произведено 19,3 тысячи тонн молока. Мини-завод по производству молока – это новая ступень в развитии агрохолдинга. Модульный молочный завод включает в себя полный комплект оборудования для переработки и хранения молока. Производственный цикл рассчитан таким образом, что по итогам

каждой из трех возможных смен завод будет производить помимо цельного молока 200 литров сметаны и 200 килограммов творога. Завод снабжен собственной лабораторией, которая обеспечит контроль качества производимой продукции на всех этапах – от получения сырого молока до отгрузки готового продукта.

Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области



## Danone модернизируется в Саранске

В 2013 году компания Danone вложила в модернизацию своего молочного завода в Саранске – ОАО «Молочный комбинат «Саранский»» – около 500 млн руб., сообщает министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Мордовия.

В конце марта 2014 года на предприятии запланировано открыть две новые линии по производству прессованного и рассыпчатого творога. После выхода на проектную мощность комбинат будет ежемесячно производить 1 тыс. т творога.

Как говорится в сообщении республиканского минсельхоза, запуск новых линий сведет к минимуму применение ручного труда, увеличит ассортимент и качество продукции, а также ее пищевую безопасность, поскольку фасовка прессованного творога производится в боксе со стерильным воздухом, который подается в помещение под давлением.

foodnewsweek.ru

## Иск на 280 миллионов

Саратовский филиал «Россельхозбанка» требует с ООО «Котоврас» и торгового дома «Буженаль МСК» почти 300 млн рублей; на имущество должников наложен арест.

Молочный цех в селе Котоврас Балашовского района в 2010 году открывал лично Павел Ипатов, бывший в то время губернатором Саратовской области. Руководитель ООО «Котоврас» Дмитрий Павлов собирался не только заниматься производством молока, но и вести разнoproфильное хозяйство. В СМИ сообщалось о дочернем предприятии «Ярило», которое планировало выпускать кисломолочные продукты. В 2011 году официальные СМИ начали раскручивать новую «фишку» «Котовраса» – совместный проект с компанией International Project Management Group (IPM Group, Венгрия) по строительству агропромышленного технопарка

стоимостью 200 миллионов евро. Летом этого года агропарк с крупным производством свинины, молока и овощей открытого грунта уже должен был открыться.

Вместо этого в Арбитражном суде Саратовской области открылся целый ряд дел, самое крупное из которых – иск регионального филиала Россельхозбанка по ряду кредитных договоров, обеспеченных залогом. Банк намерен в солидарном порядке взыскать с ООО «Торговый дом буженаль МСК», ООО «Котоврас» и Слепцова Н. В. долг по кредиту, выданному в 2012 году, на сумму 81,7 млн рублей; однако куда серьезнее второй договор, по которому банк предъявляет требования на сумму свыше 200 миллионов. В обеспечение иска уже арестованы пять объектов недвижимости торгового дома и 23 объекта ООО «Котоврас».

Как стало известно из информированных источников, молочный завод в селе давно не работает, а бывший директор Дмитрий Павлов ведет самостоятельный бизнес в Москве.



Это не единственный крупный иск регионального филиала Россельхозбанка. В прошлом году по решению Фрунзенского райсуда Саратова бывший министр строительства области Шаукят Айнетдинов и ряд заемщиков должны были возместить банку свыше 90 млн рублей. В то же время в начале февраля в Москве на площадке ОАО «Российский сельскохозяйственный банк» прошла презентация инвестиционного потенциала Саратовской области, на которой, как сказано на сайте облправительства, присутствовали руководители кредитной организации, областное руководство, инвесторы, представители Госдумы и крупных бизнес-структур.

business-vector.info

## Стахановский хладокомбинат обанкротился

Хозяйственный суд Луганской области признал банкротом дочернее предприятие производителя мороженого компании «Луганскохолод» (г. Луганск) Стахановский хладокомбинат (Луганская область), говорится в сообщении суда.

Процедура ликвидации открыта по заявлению признавшего себя

банкротом Стахановского хладокомбината. Обязательства перед кредиторами составляют 4,254 млн грн. Заявления с требованиями обязательств к должнику принимаются в течение двух месяцев со дня опубликования объявления в официальной прессе.

Согласно информации в Едином государственном реестре юридических лиц и физических лиц-предпринимателей, на стадии ликвидации пребывают также Краснолучский и Лисичанский хладокомбинаты.

kommersant.ua



## Запуск Калачеевского сырзавода

Воронежский холдинг «Молвест» запускает обновленное производство сыров на площадке в 8,4 тыс. кв. м Калачеевского сырзавода (проект реализуется совместно с датским концерном Arla Foods), которое на этапе ввода в эксплуатацию способно выпустить более 4 тыс. тонн продукции в год.

«Проектная мощность завода на первоначальном этапе позволяет перерабатывать 200 тонн молока-сырья в день и производить до 20 тонн сыра ежедневно», – отмечает **гендиректор ЗАО «Молвест» Анатолий Лосев.**

В дальнейшем (примерно к 2017 г.) в планах завода – удвоить мощности и выйти на объемы производства до 7,7 тыс. тонн в год. К слову, изначально Калачеевский завод производил около 2 тыс. тонн сыров.

Запуск предприятия планировался на сентябрь 2013 года, однако был отложен. В компании объяснили это необходимостью наладки электронного оборудования. В тестовом режиме завод работает с конца ноября 2013 года, тогда как официальное открытие состоится 25 февраля. И уже в марте в торговых сетях можно будет приобрести продукцию модернизированного предприятия, в частности, сыр под брендами Arla Natura, «Калачеевский» и «Российский». Завершить реализацию проекта планируется в 2016 году, а не в 2015-м, как предполагалось изначально.

Напомним, «Молвест» и концерн Arla Foods в январе 2013 года подписали соглашение о совместном производстве сыров на базе бывшего Калачеевского сырзавода. Объем



капитальных вложений сторон в новое производство составил более 800 млн рублей. «Молвест» отвечает за сбор и первоначальную обработку молока, а датский концерн – за производство сыра.

Отметим, что проект заручился поддержкой областных властей и в конце года был включен в областную программу социально-экономического развития. Кроме того, в нее вошел еще один проект «Молвеста» – молочный. Речь идет о строительстве молочного комплекса на 2,1 тыс. дойных коров с молодняком (ранее говорилось об 1 тыс. голов) стоимостью около 824 млн рублей. Проект реализуется компанией ООО «Сельскохозяйственное предприятие «Новомарковское»» на территории Кантемировского района.

foodnewsweek.ru



## Сырдельный завод в Ленобласти

В 2015 году в Ленинградской области заработает сырдельный завод, на строительство которого ассигнуется около одного миллиарда рублей.

Новое предприятие, рассчитанное на производство 250 тонн в сутки сыров твердых сортов, разместится в Подпорожском районе, на северо-восточной окраине Невского края. После пуска завод будет покупать высококачественное молоко у селян не только Ленинградской, но и соседней Вологодской области, что будет стимулировать развитие агропромышленного сектора, увеличение поголовья крупного рогатого скота и надоев в местных хозяйствах, а также обеспечит дополнительные рабочие места в российской глубинке. Инвестиции в проект составят порядка одного миллиарда рублей.

file-rf.ru

## «Милком» развернет молочные реки

ООО «Милком», контролируемое депутатом законодательного собрания Омской области Сергеем Калининым, намерено построить в Омске крупный молокоперерабатывающий завод.

Инвестиции в производство мощностью 200 т молока в сутки превысят 300 млн руб. Эксперты счи-

тают, что из-за высокой конкуренции на рынке новому заводу потребуются существенные вложения в маркетинг. Конкуренты прогнозируют обострение борьбы за сырье.

О начале строительства в Омске завода по переработке молока рассказал заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия региона Павел Павлов. «Первая очередь завода будет выпускать 40 т продукции в сутки и далее выйдет на 200 т ежедневной переработки. Завод строится недалеко от «Манрос-М» омским предприятием «Милком», – пояснил чиновник. По его словам, строительство первой очереди завода «Милком» завершится в конце марта.

ООО «Милком» создано в июле прошлого года. Основной вид деятельности – производство молочных продуктов. Согласно данным базы «СПАРК-Интерфакс», уставный капитал общества – 1 млн руб. 70% «Милкома» принадлежит депутату законодательного собрания Омской области Сергею Калинину, 30% – Валерию Маначинскому. Директор ООО – Виталий Бугаев.

**Совладелец ООО «Милком» Сергей Калинин** подтвердил намерение предприятия запустить в Омске молокоперерабатывающий завод. «Молочный рынок очень перспективный. Мы занимались реализацией молочной продукции, у нас есть опытные специалисты, а теперь мы приступаем к собственному производству. Завод будет выпускать молоко, кефир, творог и йогурты под торговой маркой «Милком». Закуплено новое оборудование российского и шведского производства, которое будет перерабатывать и фасовать продукты в экологически чистую упаковку», – сообщил господин Калинин. Инвестиции в строительство завода совладелец «Милкома» оценил в 300 млн руб. Сроки запуска предприятия в эксплуатацию бизнесмен не уточнил.

Это не первый опыт Сергея Калинина в молокопереработке. До 2010 года ООО «Холдингская компания «Акция», совладельцами которой являются сенатор от Омской области Андрей Голушко (60%) и Сергей Калинин (40%), владел крупным перерабатывающим заводом в городе Искилькуле Омской области ОАО «Вита» (торговая марка «Утренняя зорька»). Предприятие было продано концерну «Вим-Билль-Данн», который вскоре приобрела американская PepsiCo. В феврале 2012 года Искилькульский городской суд по иску омской межрайонной природоохранной прокуратуры потребовал от ЗАО «Молоко Искилькуля» (бывшее ОАО «Вита») приостановить сброс сточных вод в озеро Абсажино до получения специальных разрешений, а также построить очистные сооружения на озере. В июле прошлого года губернатор Омской области Виктор Назаров объявил о закрытии молокоперерабатывающего завода.

kommersant.ru



## ГК «Ренна» переносит модернизацию АМКК

Белгородское ЗАО «Алексеевский молочноконсервный комбинат» (АМКК, входит в ГК «Ренна») временно откладывается от планов возвести новые цеха стоимостью порядка 610 млн руб.

Как рассказали на предприятии, модернизация приостановлена из-за «недостатка средств». Эксперты объясняют перенос инвестпланов «усилением конкуренции» на рынке и недостатком сырого молока – основного сырья для заводов.

АМКК планирует построить новый консервный цех стоимостью 401 млн руб. По данным районной администрации, это позволит увеличить производственную мощность по выработке консервов на 400 туб в сутки и создать 60 новых рабочих мест. Кроме того, на заводе собираются возвести целномолочный цех за 209,4 млн руб. По предварительным расчетам, выработка целномолочной продукции увеличится на 120 т в сутки, появится 50 рабочих мест. Впрочем, как пояснили на самом предприятии, первоначальные сроки реализации проекта пока откладываются. Консервный цех планировалось построить за 2013–2014 годы, а целномолочный – в 2015 году. О корректировке инвестпланов АМКК рассказал замгендиректора по производственному развитию предприятия **Денис Павлов**. По его словам, реализация обоих проектов отложена как минимум до 2015 года «по причине недостатка средств».

По данным администрации Алексеевского района, за 2012 год АМКК ввел в эксплуатацию участок по производству мягких шоколадов и цех сгущения молока, построил терминал для отгрузки целномолочной продукции, изотермический склад и реконструировал участок вареного молока, а также приступил к реконструкции цеха целномолочной продукции. На все это завод израсходовал 156,1 млн руб. Эксперты отмечали расширение производства на «кусешном предприятии», достигнутое не только за счет традиционных рынков, но и благодаря выходу на «смежные площадки».

В администрации Алексеевского района отметили, что АМКК рано или поздно вернется к заявленным проектам.

kommersant.ru

## Инновационная упаковка Tetra Top®

Запуск Tetra Top® с отделяемым пластиковым верхом сделал возможным раздельный рециклинг этой картонной упаковки.

Компания Tetra Pak объявляет о запуске инновационной упаковки Tetra Top® со съёмным верхом, картонную основу которой потребители с легкостью могут отделить от пластикового горлышка для последующей раздельной переработки.

Благодаря перфорации на внешнем слое картона картонный рукав отделяется от пластикового верха с помощью простого надавливания большим пальцем, что отнюдь не снижает функциональности упаковки Tetra Top®.



«Запуск инновационного формата Tetra Top® со съёмным верхом стал ответом на растущую заинтересованность потребителей в решениях, призванных упростить процесс рециклинга, особенно там, где этого требует инфраструктура управления отходами», – комментирует **Чарльз Бранд, вице-президент по маркетингу и управлению продуктом компании Tetra Pak**.

Tetra Top® сочетает удобство бутылки с современным внешним видом и тактильными свойствами картонной упаковки. Этот формат подходит для охлажденных продуктов, а также негазированных напитков, не требующих охлаждения, предназначенных для потребления как дома, так и на ходу.

Отделяемый верх – улучшение, за которое заказчикам компании не придется платить дополнительно. Преимущества новинки уже оценила компания Arla Foods, выбравшая данное решение для своих продуктовых линеек в Дании и Швеции.

«Этот запуск был весьма положительно воспринят рынком», – отмечает **Энн Бергман, старший менеджер по маркетингу и бренду категории «Йогурты и ферментированные продукты» компании Arla Foods в Швеции**. – Более 80% потребителей оценили возможность отделения пластикового верха, а 77% заявили, что теперь будут активнее участвовать в процессе рециклинга. В линейках Yoghü и Arla на рынке Швеции в настоящее время представлено более 35 видов продуктов в формате Tetra Top® со съёмным верхом. Существенным преимуществом для нас стала возможность запустить их без увеличения стоимости».

IA DairyNews

Гость:

**Маргарита Попова,**  
генеральный директор Ассоциации  
отраслевых союзов АПК (АССАГРОС)

Беседовала:

**Виктория Загоровская**

## женские правила



# Маргарита Попова : «Мне легче с тем, кто умеет и хочет работать»

**Р**асскажите, как вы попали в эту отрасль? Что послужило причиной выбора сферы деятельности?

– Несколько лет я работала в областных газетах Подмосковья и знала почти всех лидеров АПК. Однажды мне предложили сделать репортаж с открытия нового цеха агрофирмы «Белая Дача». Ее уже возглавлял молодой и успешный директор Виктор Семенов. Спустя какое-то время он пришел работать

в Государственную думу, стал создавать там аграрное лобби нового типа и пригласил меня на работу помощником депутата. В инициированных им общественных структурах – Ассоциации отраслевых союзов АПК (АССАГРОС) и комитете ТПП РФ по развитию АПК – я сначала отвечала за связь со СМИ, а затем стала генеральным директором АССАГРОС и заместителем руководителя комитета.

**Из всех решений, которые пришлось принимать в жизни, какое вы считаете самым важным?**

– Решение стать журналистом. Это самая универсальная профессия, которая помогает человеку прожить несколько жизней благодаря встречам с самыми необычными людьми, многое у них перенять. Я училась в школе с физико-математическим уклоном и собиралась идти по стопам своего старшего

Если смотреть в целом на карту мирового распределения руководящих постов, мужчинам везде отдают предпочтение.

Еще совсем недавно, в СССР, при декларируемом равенстве полов женщины не принимали на международное отделение журналистики ни в МГУ, ни в МГИМО, ни в Институт стран Азии и Африки.



Именно искусство делать правильный выбор отличает настоящих руководителей. Выбор – это одна из самых трудных обязанностей человека, взявшего на себя труд за что-то отвечать.

#### досье

Имя, фамилия:  
Маргарита Попова

Место рождения:  
г. Волгоград

Дата рождения:  
1958 год

Образование:

высшее – МГУ, факультет журналистики;  
высшие экономические курсы  
при Госплане СССР

Название компании, должность:  
Ассоциация отраслевых союзов  
АПК, генеральный директор

Сколько времени работает  
на руководящей должности:

всего – 23 года, на данной  
позиции – десять лет

Основные достижения в карьере:  
главный редактор ряда изданий;  
10 лет работы в Госдуме;  
руководитель АССАГРОС; серебряная  
медаль имени П. А. Столыпина

Семейное положение, дети:  
замужем, двое взрослых детей

брата – поступать в МИФИ. Но случайная встреча накануне выпускных экзаменов с партизанкой, которая прошла такой же путь подготовки подрывников, как Зоя Космодемьянская, но осталась жива и всю войну была в партизанском отряде, перевернула мою жизнь. Именно журналистика привела меня в ряды аграрного лобби, помогла познакомиться с аграрным сообществом современной России и стать его активным участником.

**На ваш взгляд, существуют ли принципиальные различия в работе руководителя-мужчины и руководителя-женщины? Какой смысл вы вкладываете в понятие «женский бизнес» или «женский бизнес-почерк»?**

– Наверняка такие различия есть, поскольку природа и психология женщин и мужчин, их мотивации имеют существенные различия. Однако мне кажется более важным в работе руководителя наличие таких качеств, как чувство справедливости, системность, работоспособность, внимание к людям, умение организовать коллектив на выполнение поставленной задачи. Они могут принадлежать как мужчинам, так и женщинам, пол тут не имеет значения.

Насчет женского бизнеса и женского почерка... Недавно мы в четырнадцатый раз чувствовали лауреатов Высшей общественной награды в сфере производства продовольствия «За изобилие и процветание России» по итогам 2013 года. Одним из победителей стал коллектив Московского мелькомбината №3, который единственный из трех или четырех гигантов мукомольной промышленности остался и выжил в Москве. Им вот уже тридцать лет руководит женщина.

**Вы согласны с мнением, что мужчинам быть руководителем легче? Лучшие управленцы чаще всего – мужчины или женщины?**

– Не знаю, легко ли быть мужчине руководителем. Я им – женщиной – никогда не была, поэтому сравнивать объективно не могу. Но то, что сильному полу чаще и охотнее доверяют руководящие посты, – это абсолютно верно.

Еще совсем недавно, в СССР, при декларируемом равенстве полов женщины не принимали на международное отделение журналистики ни в МГУ, ни в МГИМО, ни в Институт стран Азии и Африки, после которых практически все выпускники уезжали работать за границу.



Моя изначальная профессия дает возможность постоянно пробовать себя в другой сфере. Например, недавно мне предложили проконсульттировать один общественный проект, и пришлось погрузиться в медицину.

Журналистика привела меня в ряды аграрного лобби, помогла познакомиться с аграрным сообществом современной России и стать его активным участником.

Зачисляли только мужчин! Сейчас это уже не так, там учится много талантливых студенток, но определенное наследие от советских правил остается. Если смотреть в целом на карту мирового распределения руководящих постов, мужчинам везде отдают предпочтение. Хотя в нашей стране в 90-е годы малый бизнес, в основном челночный либо сетевой, в первую очередь освоили женщины, оказавшиеся на улице: учителя, врачи, библиотекари, сотрудники множества ставших ненужными НИИ. У женщин сильнее развит инстинкт самосохранения, вернее – сохранения семьи и детей, они менее амбициозные и более гибкие. Поэтому из многих остались настоящие бизнес-леди.

**Как вы отбираете людей в свою команду? С кем работать легче: с женщинами или мужчинами?**

– Проповедую теорию открытых дверей. Слишком много сторонников не бывает. Жизнь сама кого-то оставит в общем строю, кого-то призовет на другую стезю. Легче с тем, кто умеет и хочет работать. Это не зависит от пола.

**Что важнее для дела – рационализм или интуиция? Вступают ли они в противоречие?**

– Наверное, это один из принципов, которым должен руководствоваться успешный руководитель: разумное сочетание интуиции и рационализма. Именно искусство делать правильный выбор отличает настоящих руководителей. Выбор – это одна из самых трудных обязанностей человека, взявшего на себя труд за что-то отвечать.

**Что вас вдохновляет в трудные моменты жизни?**

– Семья и вера.

**Вы читаете больше художественную литературу или деловую? Какую именно? Назовите последнюю прочитанную книгу.**

– Деловой литературы приходится читать очень много. Где-то на переломе 90-х и 2000-х годов, когда у нас в стране стали доступны к изданию любые произведения, в художественной прозе

появилось очень много мусора, и я перешла на мемуарную и историческую литературу.

Последнее из прочитанного – исследование жизни Павла I «Божий царь. Павел Петрович Романов».

**Есть ли что-то, чему вы еще хотели бы научиться?**

– Наверное, освоить еще пару иностранных языков.

**Никогда не хотелось попробовать себя в какой-то другой области? Если бы вы работали не в этой сфере, чем бы тогда занимались?**

– Моя изначальная профессия дает возможность постоянно пробовать себя в другой сфере. Например, недавно мне предложили проконсульттировать один общественный проект, и пришлось погрузиться в медицину. В результате я открыла для себя много нового! **MC**





# Читайте.

**www.sfera.fm**

Пищевая отрасль в цифрах и фактах



## СПЕЦИАЛИСТ В РЕШЕНИЯХ ПО УПАКОВКЕ

**Практично, экономично, экологично**



Новая технология EasyLid компании Sealpac представляет собой предварительно сформованный стаканчик или лоток с крышкой, который надежно и герметично закрывается всего за один рабочий такт благодаря уникальной системе запечатывания. Такое решение позволяет сократить количество используемых материалов, уменьшает общие производственные затраты за счет отсутствия дополнительного оборудования, а также гарантирует сохранение привлекательного вида упаковки на витринах супермаркетов. Узнайте больше у специалистов компании SCHALLER®!

**SCHALLER®**

ЗАО «ШАЛЛЕР»

Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2. тел.: +7-495-797 63 33

Факс: +7-495-797 63 44, office.moskau@schalleraustria.com, www.schalleraustria.com

*Excellence in Food*  
**Совершенство в каждом продукте**



Гость:  
**Марина Рыжова**,  
холдинг «Солнечные продукты»,  
управляющая продажами молочного  
направления отделения «Сибирь»

Беседовала:  
**Елена Максимова**

## В ПОЛЯХ

### досье

Имя, фамилия:

Марина Рыжова

Должность, компания:

холдинг «Солнечные продукты»,  
управляющая продажами молочного  
направления отделения «Сибирь»

Место рождения:

г. Искитим,  
Новосибирская область

Дата рождения:

13 ноября 1982 г.

Работает в продажах:

девять лет

Места, где побывала в командировках:

города Сибирского федерального  
округа, центральных  
регионов, Поволжья



## Марина Рыжова: «Специалист по продажам должен «заражать» позитивом!»

**Расскажите о первой значимой для вас продаже. Как она повлияла на вашу карьеру?**

– Первая крупная сделка состоялась, когда я работала торговым представителем. На территории, где я должна была работать, продукция нашей компании не была представлена. Я приехала в торговую точку с предложением,

и после переговоров со мной подписали контракт и сделали заявку.

Помню, что после этой успешной сделки испытала чувство эйфории. И поняла, что продажи – это мое.

**Какую профессию вам пророчили в детстве родные?**

– У меня мама работает в швейной промышленности, поэтому в доме по-



*Помню, что после первой успешной сделки я испытала чувство эйфории. И поняла, что продажи – это мое.*

*Специалист по продажам не имеет права давать обещаний, если он не уверен на сто процентов в том, что сможет их выполнить.*



*Мне комфортно и в офисе, и «в поле» – везде по-своему. Офис – это привычная обстановка, где все под рукой. А «в поле» я вольная птица: там много живого, зачастую спонтанного, общения. Офис и «поле» дополняют друг друга.*

стоянно было много обрезков ткани, лоскутков, из которых я шила одежду для своих кукол. И родные думали, что я буду модельером-конструктором. Кстати, моделирование и пошив одежды – до сих пор мое хобби.

**Каковы, на ваш взгляд, главные качества хорошего продавца?**

– На мой взгляд, самое важное для специалиста по продажам – увлеченность. Блеск в глазах и позитивный настрой заразительны: перед специалистом, который «горит» своим делом, увлеченно и информативно рассказывает о продукте, клиенты устоять не могут.

Кроме того, «продажник» должен быть гибким, лояльным, коммуникабельным.

**Должен ли специалист по продажам уметь разбираться в людях? Сколько вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом человеке?**

– Безусловно, должен. И у большинства «продажников» очень сильно развита интуиция. Как правило, они могут уже за несколько секунд общения понять, какой перед ними человек.

**Если клиент насторожен, напряжен или настроен не очень дружелюбно, каким образом его можно расположить к себе?**

– Как правило, настороженность и напряженность клиента – это тактика его игры. «Солнечные продукты» – известная компания, наши жиры и маргарины бренда SolPro пользуются спросом

и известны своими высокими качествами, поэтому нет причин нам не доверять. В таких ситуациях я располагаю к себе собеседника улыбкой, позитивным настроением.

Если же человек настроен недружелюбно потому, что у него какие-то личные проблемы, – переношу переговоры. С клиентом можно продуктивно работать только тогда, когда он находится в своей зоне комфорта.

**Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола? Насколько он помогает осуществить успешную сделку?**

– Нет: бизнес – бизнесом, флирт – флиртом. Не стоит их смешивать.

**Каких слов не должно быть в лексиконе специалиста по продажам? Каких действий он категорически не должен совершать?**

– Аллан Пиз говорил: «У вас не будет второго шанса, чтобы произвести первое впечатление». Каждый человек, в том числе специалист по продажам, должен это понимать и стараться не совершать ошибок, чтобы потом не тратить силы и время на их исправление. Например, специалист по продажам не имеет права давать обещаний, если он не уверен на сто процентов в том, что сможет их выполнить.

Кроме того, продавец никогда не должен опускать руки, ссылаясь на безвыходность ситуации: всегда можно найти решение, если постараться.

**С потенциальными партнерами вы знакомитесь исключительно на выставках и деловых мероприятиях, или случалось, что вы находили клиентов внезапно – на отдыхе, например?**

– Как правило, на отдыхе я полностью отключаюсь от работы, чтобы полноценно восстановить силы. Хотя однажды познакомилась с будущим клиентом на вечеринке у друзей. Правда, мы обменялись телефонами,

У большинства «продажников» очень сильно развита интуиция. Как правило, они могут уже за несколько секунд общения понять, какой перед ними человек.

Увлеченность очень важна. Я, например, могу до глубокой ночи готовиться к переговорам, писать отчеты. Но при этом, чтобы быть действительно успешным, нужно находить время для отдыха.

а сотрудничество обсуждали уже потом, в деловой обстановке.

### **Какой стиль переговоров для вас характерен?**

– Я подстраиваюсь под клиента и ситуацию. Иногда контракты подписываются спонтанно, буквально на лету. В этих ситуациях я обеспечиваю оперативные отгрузки заказчикам. А некоторые переговоры проходят в несколько этапов: сначала необходимо пообщаться с технологами, закупщиками, потом – с директорами. К ним я тщательно готовлюсь.

### **Расскажите о самых долгих ваших переговорах.**

– У меня были переговоры, которые длились около года.

### **А вообще в вашей практике часто случаются переговоры, которые длятся по несколько месяцев?**

– Не очень часто, но бывают. Как правило, такие длительные переговоры проходят с крупными клиентами, которые просят разработать или доработать рецептуру продукции специально для них.

### **Свойственно ли вам говорить о работе в нерабочее время: с друзьями, семьей?**

– Стараюсь этого не делать

### **Где вы себя чувствуете лучше: в офисе или «в поле»? Почему?**

– Мне комфортно и в офисе, и «в поле» – везде по-своему. Офис – это привычная обстановка, где все под рукой. А «в поле» я вольная птица: там много живого, зачастую спонтанного, общения. Офис и «поле» дополняют друг друга.

### **Вы по своей сути больше предприниматель или исполнитель?**

– Предприниматель. Исполнитель – это человек, который четко действует по прописанным должностным инструкциям. А я сама планирую свой график.

### **Насколько важную роль, на ваш взгляд, играет фанатичная увлеченность своей работой в создании успешной карьеры?**

– Увлеченность очень важна. Я, например, могу до глубокой ночи готовиться к переговорам, писать отчеты. Но при этом, чтобы быть действительно успешным, нужно находить время для отдыха, чтобы набираться сил для покорения новых и новых вершин.

### **Вы любите смотреть фильмы с сюжетами о бизнесе?**

– Я предпочитаю смотреть не мотивирующие фильмы, а развлекательные; мне нравятся комедии.

### **А на книги время остается?**

– Очень мало. Когда остается – читаю классику.

### **Есть ли книга, которую вы хотели бы прочесть?**

– Есть. Это книга Джима Коллинза «От хорошего к великому». Суть работы автор изложил в эпиграфе: «Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет...» В ближайшие выходные начну читать.

### **Расскажите о ваших хобби.**

– Помимо моделирования и пошива одежды, увлекаюсь плаванием в ластах, люблю играть в волейбол, готовить.

### **Если бы у вас были неограниченные ресурсы, что бы вы подарили своему клиенту на юбилей?**

– Если бы ресурсы были действительно неограниченные – подарила бы стабильность, процветание, вечную жизнь. А вообще, как правило, прежде чем выбирать человеку подарок, я интересуюсь у него, чего бы ему хотелось получить.

### **Что для вас важнее всего в жизни?**

– Близкие люди, семья. Их необходимо ценить и оберегать, и я стремлюсь обеспечить им стабильность. **МС**



## **День «в поле»**

В деловую поездку я обязательно беру с собой рабочий ноутбук, телефон и, конечно, позитивный настрой.

Находясь в пути, я... люблюсь видами из окна, слушаю музыку. Если дорога долгая – работаю: проверяю почту, составляю план переговоров, продумываю ответы на вопросы, которые может задать клиент.

Если я опаздываю на встречу... я достаточно пунктуальный человек и, как правило, не опаздываю.

Считаю, что на встречу нельзя опаздывать более, чем на 10–15 минут.

Я считаю сделку состоявшейся после второй отгрузки.



**АНТЕС**  
www.antes.ru



GRAEF



# ТЕХНОЛОГИИ ВАШЕГО УСПЕХА

USK 160	USK 170	S 200	USK 230	USK 230 - HV 208	B 500	B 600	KLA 220	KRK 100	W 300	W 400
•	•	•	•	•	•	•				
								•	•	
•		•	•	•						•
•	•				•	•				
		•	•	•		•				
•							•			
•	•				•					
•	•	•	•	•	•					
					•					



## ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА СЫРОВ

- ИЗМЕЛЬЧИТЕЛИ
- ФОРМИРУЮЩИЕ СИСТЕМЫ
- НАРЕЗКА
- УПАКОВКА



## ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПЕРЕРАБОТКИ МЯСА

## САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



## РЕЖУЩИЙ ИНСТРУМЕНТ

## РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНВЕНТАРЬ

## МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ

## СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

## ВОРОТА ДВЕРИ ЗАВЕСЫ



Санкт-Петербург	+7 (812) 332-27-53
Воронеж	+7 (473) 239-95-73
Казань	+7 (843) 570-16-87
Самара	+7 (846) 958-88-27
Волгоград	+7 (8442) 58-07-77
Ростов-на-Дону	+7 (863) 230-43-85
Екатеринбург	+7 (343) 345-02-67
Новосибирск	+7 (383) 211-96-99
Иркутск	+7 (3952) 47-56-23

(495) **500-4-500** многоканальный





## Тренинги Poly-clip System

Poly-clip System предлагает своим клиентам и партнерам практическое обучение и представляет расписание тренингов на I полугодие 2014 г.

Занятия проводятся на английском или родном языке (с переводчиком) и адресованы техническому персоналу. Во время тренингов объясняются технические функции и опции, производится обучение персонала замене изнашиваемых деталей и текущему ремонту на примере разборки машин.

Дата	Тип машины
24–25.03.2014	ICA 8700
26–27.03.2014 20–21.05.2014	FCA 120/160
01.04.2014 23.05.2014	PDC/ PDC-A 600/700
02.04.2014 22.05.2014 16.06.2014	FCA 80
27–28.05.2014 03–04.06.2014	FCA 3430-18



Poly-clip System является мировым поставщиком в области решений для систем клипсования. **P**

ООО «Поли-клип Систем»  
142116, Московская обл., г. Подольск,  
Николаева Ирина Александровна,  
зам. ген. директора по маркетингу  
тел.: +7 (495) 229-46-70, факс: +7 (4967) 55-47-20  
e-mail: polyclip@polyclip.ru, www.polyclip.ru

## Проект по производству российского протеина

На расширенном заседании Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию сенаторы и представители регионов рассмотрели проект «Протеин России». Высокотехнологичное производство белкового концентрата из масличных культур».

Вел заседание **председатель Комитета СФ Геннадий Горбунов**. В беседе принял участие заместитель председателя Совета Федерации Вячеслав Штыров.

Как отметил глава профильного Комитета СФ, предпосылки создания и реализации указанного проекта по производству и переработке сельскохозяйственной продукции связаны с глобальными мировыми процессами. «На российском рынке официальный дефицит основного компонента кормового

рациона животных – протеина – составляет на сегодняшний день один миллион тонн».

Выступивший на заседании **генеральный директор одной из российских компаний, работающих в сфере биотехнологий, Александр Герман** сообщил, что проектом предусматривается открытие на территории России сети заводов по производству белкового концентрата, который будет использоваться в качестве протеиновой основы кормов для животноводства и птицеводства. Концентрат будет производиться из шрота подсолнечника – самой маслевой масличной культуры России.



Как проинформировал Александр Герман, в планах – открытие пяти заводов в течение трех лет. Помимо производства протеина, заводы будут выпускать побочную продукцию, в частности сахарный сироп.

Первый заместитель **председателя Правительства Республики Алтай Сергей Тевонян** сообщил, что в регионе в настоящее время ведется реализация проекта. Как планируется, производство будет введено в эксплуатацию летом 2014 года, что позволит наладить выпуск 6 300 тонн высококачественного белкового концентрата в год, создаст новые рабочие места, а также обеспечит ежегодные отчисления налоговых платежей в размере 130 миллиона рублей.

По информации представителей регионов, в настоящее время определены площадки под строительство таких же заводов различной мощности в Республике Татарстан и Воронежской области. Отсутствие свободных финансовых ресурсов сдерживает тиражирование данного проекта в таких аграрных регионах, как Краснодарский край, Белгородская область, Ставропольский край.

По мнению экспертов, уникальная для России технология производства протеина из растительного сырья способна помочь сельскохозяйственным предприятиям как отдельных регионов, так и страны в целом улучшить экономические показатели и повысить конкурентоспособность в условиях вступления в ВТО, а населению – потреблять качественные, экологически безопасные продукты питания.

В свою очередь **вице-спикер СФ Вячеслав Штыров** считает необходимым вернуться к обсуждению этой темы через год. «Нам надо проанализировать экономическую эффективность запуска проекта, посмотреть, как реализуется его продукция и насколько это полезно для субъектов РФ».

По итогам обсуждения профильный комитет верхней палаты поддержал развитие данного проекта в российских регионах и предложил направить свое решение в Правительство РФ, Министерство сельского хозяйства РФ, ОАО «Россельхозбанк», а также в органы исполнительной власти Республики Алтай, Республики Татарстан, Воронежской области.

Пресс-служба Совета Федерации

## Новая ПЭТ-упаковка для сыра

Новая ПЭТ-упаковка для сыра разработана в рамках сотрудничества трех компаний. Südpack, производитель пленочной упаковки для продуктов питания, объединился с Octal и молочной компанией FrieslandCampina с целью создания нового упаковочного решения для сыра.

Эти три компании объединило несколько общих целей. В FrieslandCampina хотели заменить существующую подложку в упаковках с сыром материалом, который подлежал



бы вторичной переработке и был бы прочнее, чем ламинированная конструкция из аморфного ПЭИ и ПЭ, использовавшаяся раньше. Компанией Südpack двигало желание найти такой материал, который отвечает или превосходит по своим характеристикам технологии ее формовочно-фасовочно-укупорочного оборудования.

Octal предоставила упаковочный материал – Octal DPET, который подлежит полной вторичной переработке. По заявлению компании, ее DPET является первым и единственным полиэфирным листом прямого назначения. Технология позволяет отказаться от пяти энергоемких стадий традиционного процесса производства полиэфирных листов.

Upakovano.ru

## Unilever: производство пальмового масла

Компания Unilever официально заявила, что к концу 2014 года начнет производство пальмового масла для использования в собственной продукции по всему миру. Успех проекта гарантирует быстрое развитие общемирового рынка пальмового масла.

Unilever является одним из крупнейших в мире покупателей пальмового масла, используемого для производства таких продуктов, как маргарин, мороженое, мыло и шампунь. Ежегодно компания закупает около 1,5 млн тонн пальмового масла и его производных, что составляет около 3% общего объема производства в мире.

Unilever входит в число членов-учредителей организации Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), координирует на форуме Consumer Goods Forum Steering Group on Sustainability, а также является инициатором процесса, завершившегося созданием многостороннего сотрудничества с правительственным участием Tropical Forest Alliance, главной целью которого является борьба с обезлесением тропических лесов.

«Трансформация рынка может произойти, только если все участники возьмут на себя ответственность и приложат усилия для устойчивого развития производства. Наш прогресс стал возможным благодаря добросовестности и труду наших стратегических поставщиков, – сказал глава по закупкам Марк Энгель. – Мы продолжим сотрудничество с нашими поставщиками, общественными и правительственными организациями, RSPO, конечными потребителями

продукции и другими заинтересованными лицами из промышленности с целью развития новых совместных решений по борьбе с обезлесением, защите торфяников и укреплению экономических и социальных основ жизни людей и местных общин».

bfi-online.ru

## Рынок полипропилена растет

По данным исследования компании Global Reach Consulting (GRC), в 2012 году объем российского рынка полипропилена в натуральном выражении показал увеличение на 11%, продолжив тенденцию роста.

Российский рынок полипропилена растет, несмотря на общее замедление темпов роста в полимерной индустрии. Росту рынка способствует увеличение доли импортной продукции. Скачок цен и дефицит полипропилена на российском рынке в 2012 году из-за аварии на одном из крупнейших предприятий заставил многие перерабатывающие компании существенно нарастить закупки сырья на внешних рынках.

Среди стран-поставщиков полипропилена в Россию лидирует Туркмения, доля которой в структуре импорта в натуральном выражении в 2012 году составляет порядка 23%. На долю Южной Кореи приходится около 13% от общего объема импор-

та. Среди крупных экспортеров данного вида продукции на российский рынок можно также выделить Германию, Бельгию, Финляндию, Нидерланды и Саудовскую Аравию.

Global Reach Consulting



## Молоко нейтрализует вред от сладостей

Университет Иллинойса (University of Illinois) совместно с Чикагским стоматологическим колледжем (Chicago College of Dentistry) нашли хороший способ защитить зубы от воздействия сладостей.

Для этого нужно всего лишь запивать сладости стаканом молока. В масштабном эксперименте, проводимом при участии взрослых и детей, трем группам испытуемых дали уже готовые сухие завтраки с очень высоким содержанием сахара и крахмала.

Через пару минут одной группе дали апельсиновый сок, второй – воду, а третьей – молоко. Через 30 минут после употребления напитка исследователи измерили pH всей ротовой полости и пришли к очень интересным выводам. У тех, кто пил после сладостей молоко, уровень pH поднялся с 5,75 до 6,48. Простая вода повысила уровень pH намного меньше – до 6,02, а вот апельсиновый сок оставил его на том же уровне. Это значит, что молоко очень эффективно восстанавливает нормальный уровень pH в ротовой полости и значительно снижает риск кариеса.

ИД «Сфера»

## Йогурт как профилактика диабета

Риск развития диабета второго типа ниже почти на 30% у тех, кто употребляет в пищу нежирные йогурты и сыр в больших количествах, установили ученые из Великобритании, труд которых опубликован в журнале Diabetologia.

Исследователи из Кембриджского университета (University of Cambridge) за основу своего труда взяли данные более 25 тысяч мужчин и женщин, проживающих в графстве Норфолк на севере Великобритании. Они сравнили ежедневный рацион 753 человек, у которых на момент вступления в 11-летнее ис-

следование уже был установлен диабет второго типа, с пищевыми привычками 3,5 тысячи человек, случайно отобранных для участия.

Выяснилось, что у тех, кто употреблял в пищу большое количество обезжиренных молочных продуктов, включая йогурт, нежирные сыры или творог, диабет спустя 11 лет встречался на 24% реже, чем у тех, кто такие продукты не ел. А при употреблении более четырех 125-граммовых баночек натурального обезжиренного йогурта в неделю риск диабета второго типа снижался на 28%.

Авторы отмечают, что их исследование нельзя считать прямым доказательством того, что йогурт защищает от диабета, но они напоминают, что этот продукт богат витамином D, кальцием и магнием. Кроме того, положительный эффект в профилактике диабета могут играть молочнокислые бактерии и специальная форма витамина K, образующегося при закваске.

«В то время как существует множество доказательств того, что употребление многих продуктов, например напитков с высоким содержанием сахара, вредно для здоровья, данные о том, что другие продукты, такие как йогурт, для него полезны, звучат обнадеживающе», – говорит доктор Нита Форухи (Nita Forouhi) из Совета по медицинским исследованиям в департаменте эпидемиологии Кембриджа.

foodnewsweek.ru



# Технолог Джон Максфилд ожидает от упаковочной машины большего, чем просто рекламные обещания.

С Multivac вы в надежных руках благодаря:  
130 000 проданным машинам,  
900 лучшим консультантам и инженерам,  
65 дочерним компаниям и  
50-летнему опыту работы по всему миру.

Зал 05 / Стенд E23  
Зал 17 / Стенд A51

  
**DÜSSELDORF, GERMANY**  
**08 TO 14 MAY 2014**

www.multivacrus.ru



**Офисы ООО "Мультивак Рус" в России**

127 254, г. Москва ул. Добролюбова д. 3, стр. 1, этаж 2, офис 219. Тел.: +7 495 604 4902 Факс: +7 495 604 4903 office@ru.multivac.ru	195273, г. Санкт-Петербург, Пискаревский проспект, д. 150, м. 2, литер 0, офис 311. Тел.: +7 (812) 318 0050 Факс: +7 (812) 318 0051	630054, г. Новосибирск, 3-й Крашенинникова пер., д. 3, офис 104. Тел.: +7 (383) 355 9991 Факс: +7 (383) 355 9991	620142, г. Екатеринбург, ул. Степана Разина, д. 16, м. 413. Тел.: +7 (343) 287 4383
---	---	--	--



**MULTIVAC**  
 BETTER PACKAGING

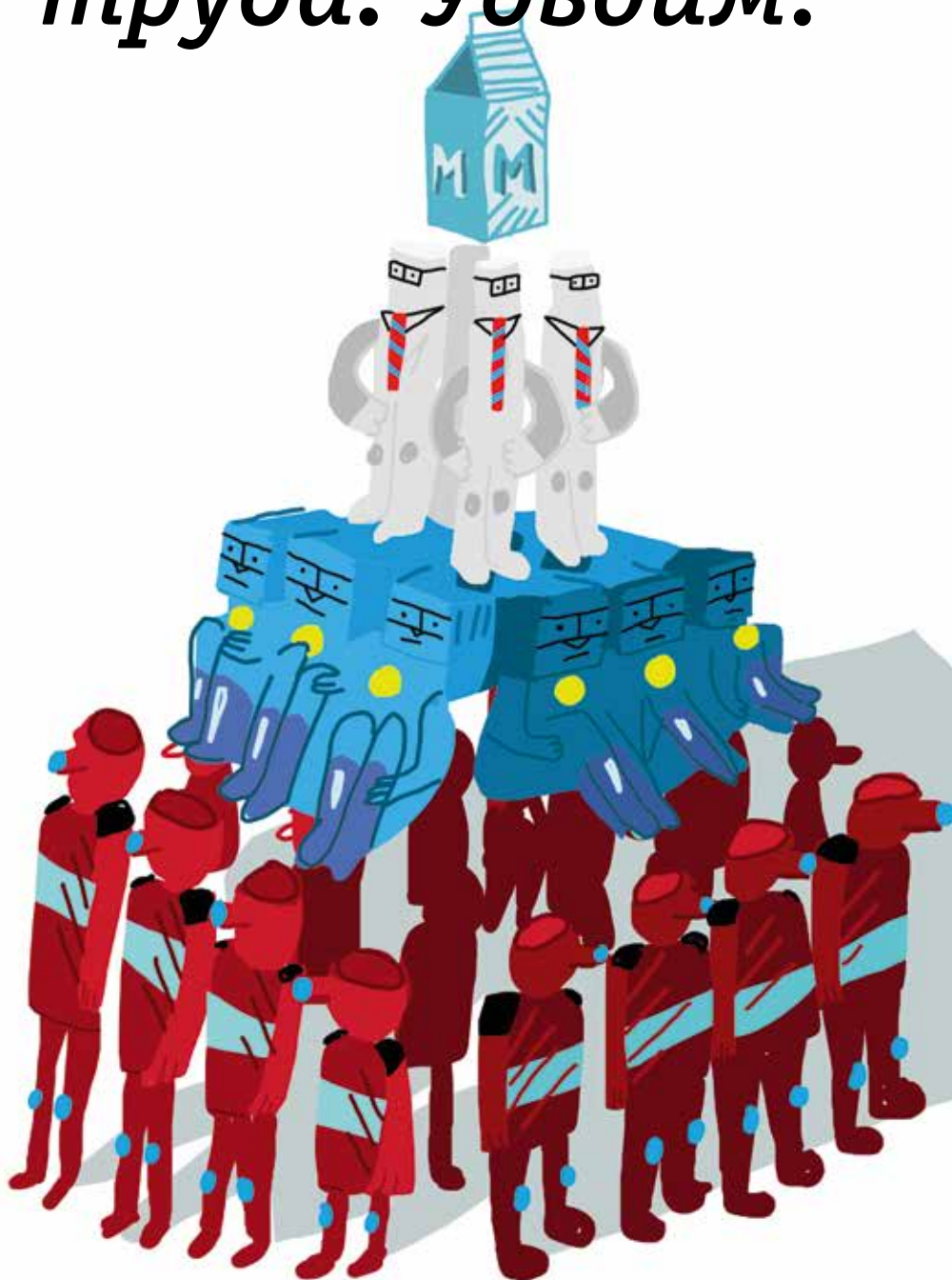


Автор:



**Владимир Новиков,**  
заместитель заведующего научно-  
исследовательской лабораторией ФИБКП  
ВИЭСХ Россельхозакадемии

# Производительность труда. Удвоим?



О производительности общественного труда усиленно твердили последние сто лет. И до того затерли значимость персональной выработки со знаменитого стахановского движения 1935 года с его базовой формулой «если не я, то кто?», что в последние двадцать лет на первый план выглянуло «кто-либо, только не я». Так и живем.

При подобном подходе, естественно, производительность труда обязана была закономерно снизиться. И действительно, она сползла до немыслимо низкого уровня. На сегодняшний день ситуация внутри страны по этому показателю почти критическая. Недавние исследования, проведенные нашими учеными с использованием данных McKinsey Global Institute, Ростата, МОТа, Key Partner, «Деловой России», НИУ-ВШЭ, показали очень неприятную картину. Уровень производительности труда в России практически во всех видах экономической деятельности (от «А» – авиастроения и автомобильной промышленности через банковский сектор, торговлю, нефтедобычу вплоть до «Э» – электроэнергетики) в два-три раза ниже, чем в экономически развитых странах. Так, показатель производительности труда в России составляет 26,8% от показателя США, 40% от показателей Японии и Германии, 33,3% от показателя Франции и 36% от показателя Швеции. Особую тревогу вызывает тот факт, что Россия теперь отстает и от таких стран, как Аргентина, Венгрия, Мексика, Польша, Словакия, Словения, Турция. Более того, целый ряд

Иллюстрация: Тимофей Яржомбек



бывших советских республик опережают Россию: Армения, Белоруссия, Эстония, Латвия, Литва, Казахстан.

Производство молока и молочной продукции – в том же медленно тянущемся обозе. Перепад не в нашу пользу между выработкой на отечественных предприятиях и в большинстве развитых стран мира составил 1,5–2,5 раза в зависимости от направлений в молокопереработке. Как видим, требуется обстоятельный анализ причин.

### Главные причины нарастающего отставания

Корень проблемы разветвлен и сложен. Главным образом причина состоит в разрыве между технологическими укладами различных стран. Российская переработка молока давно «сидит» на двух разных стульях – из третьего и четвертого технологических укладов (рисунок 1).

Ведущие характеристики тех укладов – наличие линий централизованных электропередач, электродвигателей на производстве, пара в технологии, двигателей внутреннего сгорания в автомобилях и силовых установках. Но сейчас развитые страны освоили пятый уклад (производство различной микропроцессорной техники), после чего начинают активно осваивать шестой уклад (биотехнологии, CALS – технологии полного жизненного цикла изделий, нанотехнологии). Поэтому, к примеру, простой количественный рост электродвигателей, автомобилей, тоннажа выработки пара на российских заводах только увеличит долю прошлого с отставанием страны в наступающем завтрашнем дне – вплоть до утраты базовых компонентов собственной цивилизационной основы.

Действительно, достоинства третьего и четвертого укладов были своевременно реализованы в России гражданами ныне преклонного возраста при создании гибких производств в условиях серийного и массового выпуска продукции с автоматизацией отдельных взятых единиц оборудования. Но по сравнению с ними шестой технологический уклад настоятельно диктует необходимость резкого (в разы!) снижения материалоемкости и энергоемкости производств через интегрированное высокоавтоматизированное производство и внедрение новых малолюдных технологий. Различие, прямо скажем, чрезвычайно существенное, прямым образом влияющее на увеличение производительности труда.

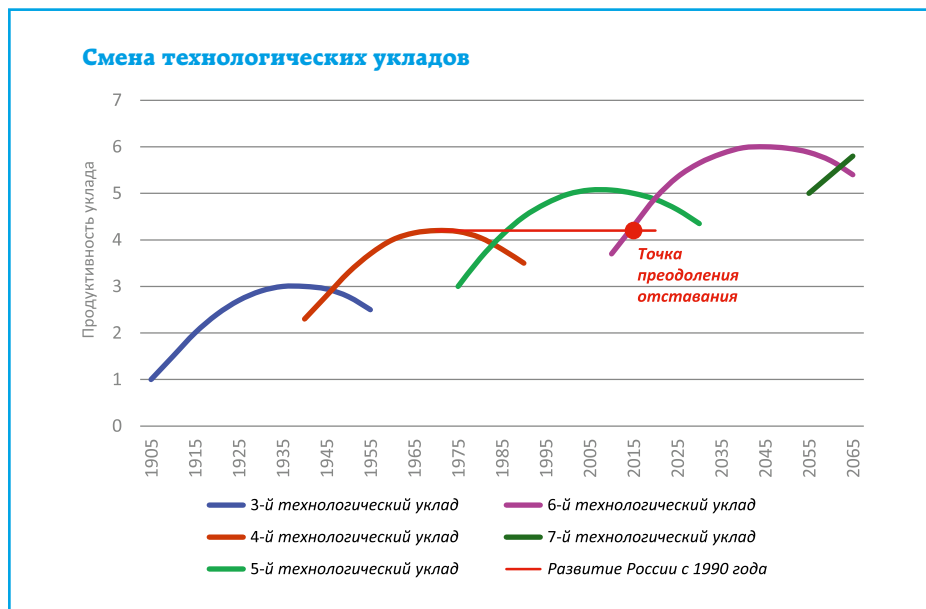


Рисунок 1/ Развитие через смену технологических укладов

Мы обычно воспринимаем проявления прогресса, приходящего в ежедневную жизнь в виде облегчающих нашу жизнь предметов, как хорошее дело. Тем более если для принятия высокотехнологичных предметов из развитых стран лично нам не нужно особо напрягаться физически и умственно. Но неприятная сторона промышленного развития в молокопереработке (если это в самом деле не имитация, а прогресс с повышением содержательности и производительности труда) заключается в заметном сокращении количества персонала, занятого сегодня на молокозаводах. «Заметном» означает, что за предстоящие шесть лет количество персонала уменьшится на треть или даже вдвое при неизменной выработке готовой продукции в суммарном физическом весе.

Сказанное не следует понимать так, что каждого оставшегося на производстве работника заставят двигаться на рабочем месте с удвоенной скоростью, либо в прежнем темпе обжгут ежедневно работать по шестнадцать часов. Речь ведь идет не о количественных, а о качественных изменениях в технике, технологии, организации труда. Нам пора осознать: развитые страны мира уже конкурируют в своем внутреннем пространстве за привлечение на рабочие места высококвалифицированных граждан путем создания им комплексных условий для производительного труда, за счет высокой оплаты и достойной

жизни. Теперь пройдите по всем участкам своего молокозавода и посчитайте: сколько на нем высокопроизводительных современных привлекательных рабочих мест с высокой оплатой труда, превышающей на треть и более средне-региональный уровень? Уговор: директорское кресло в учет не брать!

### Переходим к конкретике

Несложно рассуждать в отвлеченно-философском стиле о повышении производительности труда, что чаще всего и делается в России. Подобные «взгляды посторонних» очень метко охарактеризовал Шота Руставели в знаменитой поэме «Витязь в тигровой шкуре»: «Каждый мнит себя стратегом, видя бой со стороны». Поэтому посмотрим на возможность повышения производительности труда через конкретных работников на рабочих местах для молокозавода с выпуском пяти групп продукции (в качестве примера – таблица 1).

Отметим одну общую особенность: повышение производительности труда по всем трем составляющим требует дополнительных затрат денег и времени, на что отечественные владельцы молокозаводов сами идут исключительно неохотно. Тем временем объективная стоимость рабочей силы остается по-прежнему выше производительности труда, что уже плохо не для одной только молочной промышленности, а для всей экономики огромной страны в целом. Бурные пореформенные годы

Таблица 1. Перспективы роста производительности труда по профессиям работников

№ п/п	Наименование	Составные части увеличения производительности труда			Ожидаемый рост производительности, разы
		Внедрение техники и технологии	Изменение бизнес-процессов	Рост квалификации персонала	
1	Лаборант приемной заводской лаборатории	Скоростные анализаторы параметров молока	Расширение зоны работы лаборанта – подключение приемки к основному производству	Необходимо одновременно с внедрением новой лабораторной техники	В 2 раза
2	Оператор приемки молока	Изменение технической системы приемки в целом	Исключение лишних и длительных операций после хронометража	Необходимо обучение на рабочем месте	В 1,2 раза
3	Аппаратчик обработки молока и сливок	Автоматизированные комплексы обработки с распределением выходящих потоков	Детальная проработка циклов работы	Необходимо обучение на рабочем месте	В 1,1 раза
4	Оператор автомата розлива	Включение цикла СІР-мойки в работу оборудования	Пересмотр схем подачи упаковки и накопления упакованной продукции	Обучение на рабочем месте	В 1,1 раза
5	Оператор полуавтомата групповой упаковки	Не требуется	Не меняется		
6	Грузчик	Механизация ручного труда	Исключение лишних действий из последовательности работ	Курсы по ПРТС-работам	В 1,2 раза
7	Аппаратчик выработки кисломолочной продукции	Не требуется	Не меняется		
8	Оператор линии производства сметаны	Не требуется	Не меняется		
9	Оператор линии производства творога и мягких сыров	Автоматизированные линии с разными технологиями	Пересмотр циклов работы	Обучение на рабочем месте	В 2–3 раза
10	Оператор автомата фасовки сметаны и творога	Не требуется	Не меняется		
11	Оператор участка СІР-мойки	Новые автоматизированные установки по зонам СІР-мойки	Организация контуров мойки и ее последовательности	Обучение на рабочем месте	В 2 раза
12	Операторы котельной и начальник котельной	Водогрейный режим и когенерация	Применяется совмещение профессий	Необходимо через курсы повышения квалификации	В 6 раз (дежурный персонал не нужен)
13	Оператор холодильной компрессорной	Полная автоматизация	Применяется совмещение профессий	Необходимо через курсы повышения квалификации	В 5 раз (дежурный персонал не нужен)
14	Оператор пневмо-компрессорной	Распределенная выработка сжатого воздуха	Применяется совмещение профессий	Необходимо через курсы повышения квалификации	В 3 раза (дежурный персонал не нужен)
15	Сменный слесарь	Приборы вибродиагностики оборудования	Применяется совмещение профессий, аутсорсинг по диагностике состояния технических систем	Необходимо через курсы повышения квалификации	В 1,5 раза
16	Сменный электрослесарь	Устройства защитного отключения на всех основных электроприводах	Применяется совмещение профессий	Необходимо через курсы повышения квалификации	В 1,5 раза
17	Сменный слесарь КИПиА	Двухуровневая система автоматики, вплоть до дистанционной Zig Bee	Применяется совмещение профессий	Необходимо через курсы повышения квалификации	В 1,5 раза
18	И так далее...				

в России заразили огромное количество граждан болезнью поиска легких и быстрых доходов. Пока речь шла о перераспределении ранее созданного предыдущими поколениями, ориентация на такие доходы была результативной. А теперь настала пора упорно и продуктивно работать за тот же самый рубль, что существенно напрягает многих любителей облегченного трудового образа действий.

Как наглядно показывает таблица, производительность труда (LP – labour productivity) есть существующая организационно-техническая совокупность выработки продукции в расчете на всех лиц, занятых этим процессом. Развиваем мысль далее. Первая производная от производительности труда (LP') означает в реальности непрерывную генерацию новых схем, технологий, конструкций. Вторая производная производительности труда по времени (LP'') ведет уже к эконометрике, занимающейся изучением конкретных количественных и качественных взаимосвязей экономических объектов и процессов с помощью математических и статистических методов и моделей. Но в такие теоретические выси забираться молокозаводам пока нецелесообразно – справиться бы с самым простым...

### Особенности повышения производительности в обрабатывающем секторе

В современном капиталистическом мире доля обрабатывающего сектора постепенно снижается, причем до небольших величин, отраженных ниже (таблица 2).

Здесь надо отметить следствия, пришедшие развитому капитализму в обрабатывающем секторе:

1. Необходимость специального обучения способных к этому работников с повышенным размером оплаты их труда в перерабатывающих отраслях приводит к дроблению трудовых операций на самые простые.

2. Автоматизация процессов становится выгодной только при высоком уровне заработной платы работников, которых она вытесняет.

3. Высококвалифицированных рабочих надо заботливо выращивать со школы и обеспечивать им периодическую переподготовку за время трудовой деятельности.

4. Противоречия между насаждаемой индивидуализацией личности и необходимостью согласованного коллектив-

Таблица 2. Пропорции производства и распределения в экономиках разных стран

Порядковый № в группе	Страна	Процентное соотношение в экономиках		
		Материальное производство (в т. ч. промышленность), %	Торгово-финансовая деятельность, %	Прочее, %
	Россия, 1991 г.	70 (39)	20	10
<i>Страны БРИКС, в которые входит Россия</i>				
1	Бразилия	42 (23)	37	21
2	Россия, 2011 г.	50 (30)	36	11
3	Индия	57 (20)	28	15
4	Китай	61 (40)	23	16
5	S (South Africa) – ЮАР	43 (28)	36	21
<i>Развитые страны Европы, Азии, Америки</i>				
1	Германия	37 (26)	41	22
2	Швеция	37 (23)	37	26
3	Норвегия	52 (38)	28	20
4	Япония	37 (23)	31	32
5	Южная Корея	51 (31)	31	18
6	США	30 (17)	45	25
7	Канада	41 (25)	40	19

ного труда с нацеленностью на общий результат заставляют менеджмент постоянно совершенствоваться. Здесь лучшего баланса в системе противовесов «мое-общее» добились Япония.

Рабочий остается той деятельной и продуктивной силой, которая непосредственно производит массу различных товаров. Поэтому для поддержания престижа рабочих профессий регулярно проводятся всемирные чемпионаты между молодыми (до 22 лет) рабочими разных стран. В июле минувшего года состоялся уже 42-й по счету чемпионат рабочих профессий по 46 типам работ (куда не вошли наши сырьевые позиции – бурение нефтяных скважин и добыча газа).

Среди 53-х стран-участников были и 14 представителей России. Итог для нашей страны оглушительно провальный: ноль баллов и последнее место среди всех! В этом самом месте нельзя уклониться от критической оценки позорно низкого уровня заработной платы наших граждан в обрабатывающем секторе экономики, куда входит и переработка молока. Еще в 1978 году (!) ООН вместе с международной организацией труда (МОТ) рекомендовали для всех стран на планете установить минимальный размер почасовой оплаты труда не меньше 3-х долларов. При 170 часах в месяц набегает 510 \$, что по текущему валютному внутрироссийскому курсу выразится в цифре более 17 тыс. руб.

в месяц. Вышеупомянутая рекомендация – не проявление человеколюбия, а вынужденное соблюдение жесткой экономической закономерности: при меньшей величине заработной платы не обеспечивается покупательского спроса минимально необходимого уровня – главного двигателя развивающейся рыночной экономики. Поэтому на сегодняшний день 96 стран мира законодательно реализовали у себя эту обоснованную рекомендацию, а в России депутаты Госдумы только-только внесли на рассмотрение подобный законопроект, сразу же встреченный в штыки. Ведь 40% наших работающих граждан имеют заработок ниже отмеченной минимально необходимой величины!

Парадокс кажущегося преимущества дешевой рабочей силы заключается в следующем. Дармовая рабочая сила на протяжении всей истории человечества рождает непреодолимое инновационное сопротивление техническому прогрессу и губит великие цивилизации. Кстати, миллионы трудовых мигрантов из стран СНГ играют в нашей стране точно такую же тормозящую роль. Ведь при этом реализуются изначально различные системы ценностей. Одна (при малой оплате) – во что бы то ни стало добыть кусок хлеба в любых условиях. Другая (при стимулирующей оплате) – совершенствоваться в качестве труда самому и понуждать к этому

остальных. Различие принципиальное. Поэтому бесконечные «высокие» разговоры о развитии страны должны иметь под собой надлежащий фундамент для реализации на практике – достойный размер оплаты труда в ведущих отраслях переработки первичного сырья. Без подобного «человеческого» фундамента ничего не возвести. К примеру, в прошлом году из всех уволившихся с работы 70% покинули места по собственной инициативе, мотивируя уход главным образом низкой заработной платой. Несколькими годами раньше по этой же самой причине увольнялось не более трети всех работников, менявших место своей деятельности. Как видим, ситуация обостряется.

### Организационно-технологическое межотраслевое отставание

Руководствуясь понятием целостности современного уровня пищевых отраслей, в России можно уверенно отнести к нему пока только выращивание и переработку сахарной свеклы. Именно в этом секторе управленцы высокого уровня впервые поняли бесполезность предъявления претензий к земледельцам и связали в единый поток получение первичного сырья и его переработку. При этом пришлось решать множество организационно-технических вопросов, порой неприятных для ряда подразделений производственного сектора своими угрозами сокращений. Но общий итог (в том числе по производительности труда) оказался положительным в общероссийском масштабе.

Видимо, таким же интегративным образом надо подходить к получению молока и его последующей переработке. Но до подобной мысли пока никак не доходит и всесторонне не просчитывает ее наша управленческая когорта, по многолетней традиции считая получение сырого скоропортящегося молока одной народнохозяйственной отраслью, а переработку полученного скоропортящегося сырья – совершенно иной. А может, есть смысл подумать об их взаимопроникновении по типу диффузии?

### Связь производительности труда с экономным расходованием ресурсов

Только сейчас, в условиях открытого рынка с конкурентными образцами разной продукции, мы начинаем всерьез задумываться о том, что результат, достигаемый любой ценой, – не есть



доблесть. Все три основных метода оценки производительности (натуральный, стоимостный и трудовой) исключительно в совокупности дают наиболее правдоподобную оценку состояния результативности труда. Притом оцениваются прошедшие периоды времени для прежней организационно-технологической системы с техникой прошлого, что чаще всего неприемлемо для прогнозирования и поступательного созидания будущего.

За экономное расходование ресурсов не напрасно борются во всем мире. Снижение расходов не только повышает выход продукции из того же количества сырья, но и распространяет волну экономии на все предыдущие стадии создания добавленной стоимости. Это называется мультипликативным (умножающим) эффектом. Арифметически тут все просто и понятно: при снижении ресурсоемкости, например на 20%, прежнее их количество даст такое же приращение объемов конечной продукции без увеличения предыдущей базы. Внедрение же новых материалов может сделать некоторые прежние затратные производства вообще ненужными.

Только вот для реализации подобной многосторонней экономии необходима глубокая мотивация персонала, что в современных (некомандных) условиях заметно сложнее, так как на производство приходят работники новых возрастных градаций. Теорию поколений создали совсем недавно, в 1991 году, Н. Хоув и В. Штраус, а практика жизни подтверждает их догадку.

Сейчас основные поколения работников относятся к X (родились в 1963–1983 гг.) и Y (родились в 1984–2003 гг.). Притом мотивация и поведение граждан этих демографических волн в разных ситуациях весьма существенно отличается от предшествовавших им. Соответственно, стратегия повышения производительности труда должна выстраиваться по-другому. Так, представители поколения Y очень слабо реагируют на обычные стимулирующие действия морального и материального свойств. Следовательно, работу с людьми с нацеленностью на отдачу через показатели производительности труда надо коренным образом перестраивать.

В минус (после крушения социалистической идеологии в нашей стране) срывает также натушно осознаваемая необходимость работать на «чужого дядю» – владельца предприятия. Зато акционирование по типу «народных

предприятий» заметно оживляет импульсы личной заинтересованности, в том числе в направлении крайне экономного расходования ресурсов.

### Куда девать высвобождающихся работников?

Повышение трудовой продуктивности неизбежно выбрасывает на капиталистический рынок труда дополнительное количество работников. Что с ними делать? Особенно остро проблема «ненужных» работников в России обозначилась в так называемых моногородах, пусть и по другим стартовым причинам – не как следствие роста производительности. Просто прежнее производство закрывается из-за отсутствия спроса на выпускавшуюся десятилетиями продукцию, а новых точек приложения сил для людей не создано. Время идет, невостребованные работники постепенно деградируют, если их своевременно не переучить с предоставлением современных рабочих мест. Хотя само по себе производство пищевого сырья и выработка продукции из него – перспективная площадка занятости на десятилетия вперед.

Мировая практика самых разных стран давно дала ответ на такое проявление смены производства товаров: это развитие малого бизнеса, притом создающего характер, а не только распределительно-торгового. Кстати, одно из значений английского слова business – занятость! У нас эта ниша занятости остается почти пустой по неистребимой упрямой привычке отечественных монополистов делать все самим централизованно до последнего винтика. Поэтому в штатных расписаниях крупных молокозаводов присутствуют и работники тех профессий, которые требуются не каждый рабочий час и не ежедневно. Совмещение профессий высвобождает какую-то часть персонала предприятия, а привлечение свободных работников по договору на основе аутсорсинга обеспечивает занятость различных профессионалов, находящихся «в свободном полете». Только подобная схема работы еще не стала привычной для материального производства в России. Видимо, деятельность остается в нашей вязкой среде страшнее бездействия, которое на самом деле надежно топит всех и надолго. Во всем мире быстрые подвижные фирмы «съедают» медлительных конкурентов, а в России на циферблате век минувший: крупные медлительные

монополисты подавляют своей массой всех прочих, кто помельче и порезвее. Малый бизнес с точки зрения внутри-российских монополистов – совсем непривлекателен для сотрудничества. Вот и барахтаемся в словах вместо дел.

### Заключение

Производительность труда, даже в границах одного молокозавода, представляет собой сложное отражение многофакторного процесса, в котором присутствуют:

1. Международное разделение труда в условиях глобального перемещения товаров. Масштаб проявления – всемирный.

2. Соблюдение закономерностей устойчивого продолжительного развития внутри страны с оборотом товаров внутри страны. Обеспечение запаса безопасности собственного государства в неблагоприятных условиях: резких природно-климатических изменений, соотношения мир-война между странами на планете. Масштаб проявления – макроэкономический.

3. Осознание персонками, входящими в элиту страны (какими бы негодьями они ни являлись в отдельных случаях) собственной долгосрочной зависимости от народных масс на десятки лет вперед. И уже на основе этого понимания «встраиваемость» их деяний и бизнес-стратегий в эту ткань в виде социально-ответственных собственных поступков. Масштаб проявления – макро- и микроэкономический.

4. Самоорганизация и активность народа, укрепление профсоюзных организаций, поддержка различных партий, влияние на своих выборных представителей, «голосование ногами» – уход с низкооплачиваемых рабочих мест. Масштаб проявления – коллективные и личные действия с «низовой» инициативой.

5. Проявление работниками интереса к труду, осознание самих себя личностями с ответственностью за добросовестный труд и рост собственной квалификации. Масштаб проявления – индивидуальный.

Эти пункты складываются в причинный взаимодействующий комплекс источников увеличения производительности труда. А конкретное его движение «в плюс» или «в минус» на отдельно взятом молокозаводе – следствие, неизбежно срабатывающее после воздействия на социально-производственную ткань сложного комплекса разномасштабных причин. **МС**

# Революция в производстве моцареллы

Мешалка компании Karl Schnell – это технологическое ноу-хау для эффективного и стабильного производства моцареллы.

Проведя серию опытов при содействии известных производителей моцареллы по всему миру, компания Karl Schnell доказала, что «умная» техника от KS позволяет выпускать моцареллу стабильного качества, делая более рациональным сам процесс производства.




Мешалка KS  
тип 770

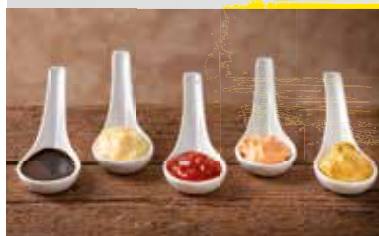
Хорошо известная всем профессионалам проблема изменяющегося pH при производстве традиционной ферментируемой моцареллы не позволяет добиться постоянного качества получаемого продукта. Компания KS нашла способ, при котором возможно изготовление натуральной традиционной, а также аналоговой моцареллы при постоянном значении pH. Производство моцареллы, при котором содержание аналоговой составляющей может варьироваться, также возможно.

По достижении заданного значения pH в сырном зерне и после отделения молочной сыворотки масса подается в мешалку KS тип 770 (производительность мешалки варьируется и определяется потребностями производства). Там при помощи прямого нагнетания пара и специальной функции вытягивания во время перемешивания моцарелла приобретает свою типичную структуру.

Традиционное производство методом плавления-вытягивания подразумевает компромисс в отношении pH, значение которого может изменяться в пределах двух десятых. Специалистам известно, как сильно это может отразиться на качестве моцареллы. Для стабильного получения высококачественного продукта соблюдение pH с точностью до  $\pm 0,02$  в зависимости от состава молока является решающим условием.

Мешалка KS тип 770 является высокотехнологичным оборудованием, что предоставляет расширенный спектр возможностей при производстве – к примеру, позволяет добавлять дополнительные ингредиенты или осуществлять вторичную переработку сырья. Это, в свою очередь, способствует разработке новых, в том числе более дешевых продуктов. 

## KS ПРОЦЕСС АВТОМАТ



**ВСЕ ТЕХНО-  
ЛОГИЧЕСКИЕ  
ПРОЦЕССЫ В  
ОДНОЙ МАШИНЕ**



**ОДНА МАШИНА  
БЕСКОНЕЧНЫЕ  
ВОЗМОЖНОСТИ**



**ПРИГЛАШАЕМ ПОСЕТИТЬ НАС НА ВЫСТАВКЕ  
«МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ»  
МОСКВА, ВВЦ, 18 - 21 МАРТА 2014 ГОДА  
СТЕНД А641**



Компания: **ЗАО «ШАЛЛЕР»**  
115054, Москва,  
Павелецкая площадь, д. 2, стр. 2  
тел.: +7 (495) 797-63-33,  
факс: +7 (495) 797-63-44  
office.moskau@schalleraustria.com  
www.schalleraustria.com

# Энергосберегающее оборудование для очистки пеной

Вопрос гигиены зданий и помещений остро стоит для всех предприятий пищевой промышленности. И в большинстве случаев он решается лишь путем компромиссов. С одной стороны, строгие санитарно-гигиенические предписания требуют минимального образования бактерий на поверхностях, с другой – постоянная очистка водяной струей под давлением в конечном итоге негативно отражается как на оборудовании помещения в целом, так и на установленной в нем технике.

В арсенале компании «Шаллер» (Schaller®) есть решения, способные обеспечить высокие стандарты гигиены на предприятии, гарантировав при этом сохранность и долговечность помещений и оборудования. Совместно со своим эксклюзивным партнером – компанией РНТ, имеющей огромный опыт, знания и собственные инновационные разработки в области гигиены предприятий, – «Шаллер» предлагает специальные приборы для очистки пеной с щадящим способом обработки под максимальным давлением до 40 бар.

Большой разрыв между этапами очистки, связанный с чередованием разных приборов и приспособлений, остался в прошлом. Приборы для очистки пеной сводят продолжительность процедуры к минимуму. Один такой прибор способен выполнить полный цикл очистки: ополаскивание, нанесение пены, мойку и дезинфекцию.

Изготовленные полностью из высококачественной стали, приборы для очистки пеной долговечны и надежны. Наряду с этими характеристиками при их разработке были учтены такие факторы, как



Главная станция очистки пеной



Дополнительная станция-самопилот

простота в использовании и удобство обслуживания. Кроме того, пристальное внимание было уделено встроенным в станции очистки безмасляным супертихим промышленным компрессорам, благодаря которым даже моечный марфон длиной в восемь часов не представляет проблемы. Такая комбинация на сегодняшний день уникальна.

Помимо самих приборов для очистки пеной, которые могут быть как стацио-

нарными, так и мобильными, в линейке компании есть насосные установки для повышения давления и водоснабжения дополнительных станций. Они позволяют подключить к работе от 1 до 27 операторов. Любые системы, будь то основные или дополнительные станции, мобильные или стационарные, могут быть сконструированы с учетом индивидуальных требований и пожеланий заказчика.

В последние годы все активнее выходят на первый план темы экономии ресурсов и оптимизации производственных процессов. В наше время неимоверно быстро растущих затрат на энергию вопросы, связанные с ее потреблением и экономией, становятся камнем преткновения для многих предприятий. Компания РНТ учла эти требования при разработке своих приборов для очистки пеной. Инновационная энергосберегающая технология Blueflux®, используемая в этих установках, позволяет сократить до 60% потребляемой энергии действующих центральных насосов из высококачественной стали и моторов. Это уникальное решение снижает выбросы углекислого газа и существенно уменьшает производственные издержки.

Многообразный выбор принадлежностей и дополнительного оснащения позволяет не только обеспечить высокий уровень гигиены предприятия, но и учесть все индивидуальные пожелания. Кроме того, в дополнение к оборудованию мы поставляем идеально подходящие к нему высокоэффективные средства для очистки и дезинфекции предприятий.

Все эти и многие другие моменты в итоге влияют на правильное функционирование и бесперебойную работу производства. Компания «Шаллер» объединяет необходимые составляющие и осуществляет проекты по поставке от одной производственной установки до готовых комплексных решений, учитывающих все необходимые параметры для организации грамотного и рентабельного производственного процесса. Наши специалисты охотно проконсультируют вас более подробно по всем вопросам, связанным с проектированием и комплексным оснащением молочных и сыродельных предприятий, а также представят референтные проекты и посоветуют оптимальные решения, исходя из своего огромного опыта и прекрасного знания рынка, техники и актуальных тенденций. ■



# ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ\*

803 УЧАСТНИКА, 36 СТРАН, 18 780 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

19-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ОБОРУДОВАНИЕ,  
МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ  
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

[www.agroprod mash-expo.ru](http://www.agroprod mash-expo.ru)



# АГРО ПРОД МАШ

6—10  
октября 2014

«АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2014»

6-я международная выставка-салон  
«Комплекующие, агрегаты  
и материалы для пищепрома»



ПЕРВЫЙ  
В ИННОВАЦИЯХ

Реклама

\* Лучшая выставка России 2011–2012 гг. по тематике «Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты» во всех номинациях. Рейтинг составлен ТПП РФ и РСВЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами

Организатор:



При содействии:  
Министерства сельского хозяйства РФ  
Министерства промышленности  
и торговли РФ

Под патронатом:  
Торгово-промышленной палаты РФ  
Правительства Москвы

Генеральный  
информационный  
партнер:

ПРОДИНДУСТРИЯ

Информационный  
партнер:



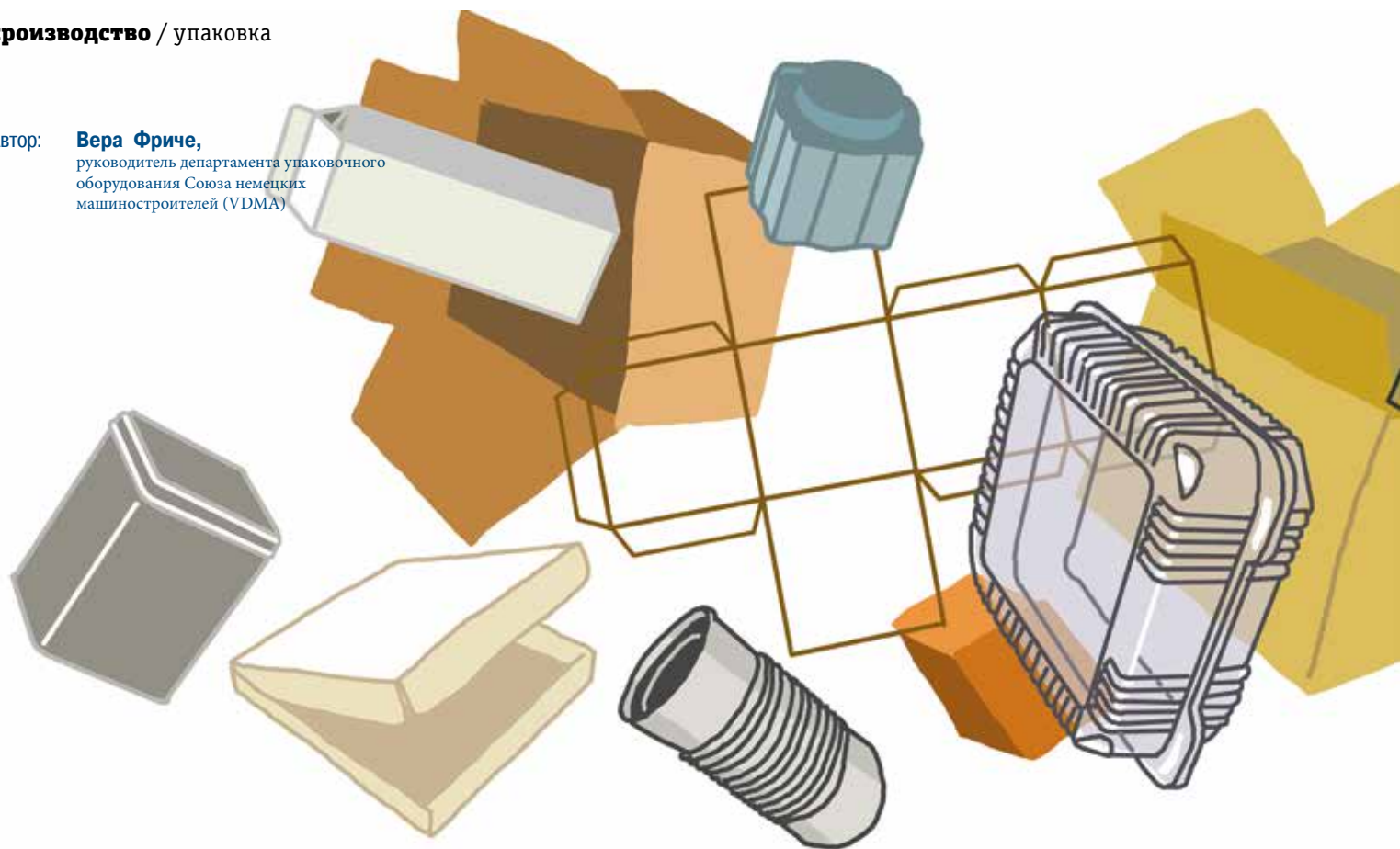
Официальный  
интернет-  
партнер:



12+



Автор: **Вера Фриче**,  
руководитель департамента упаковочного  
оборудования Союза немецких  
машиностроителей (VDMA)



# Рост глобального спроса на современные виды упаковки

*Численность населения планеты постоянно растет, что сопровождается стремительным развитием национальных экономик – особенно в развивающихся странах. В связи с этим растут доходы населения, и как следствие – затраты потребителей, что в свою очередь обусловлено необходимостью преодолеть отставание от развитых стран.*

Глобальная индустрия продуктов питания и напитков является динамично развивающейся отраслью, и эксперты прогнозируют дальнейший рост потребительских расходов. В частности, по предварительным оценкам, в 2013 году совокупная стоимость приобретенных напитков и продуктов питания достигнет 2 715 миллиардов евро. Так, британское агентство маркетинговых исследований Euromonitor исходит из того, что за период до 2017 года данные расходы увеличатся на 25%.

Спрос на продукты питания и напитки приводит к увеличению объемов производства и, как следствие, растущим инвестициям в технологические линии и оборудование.

На протяжении многих лет мы наблюдаем рост глобального спроса на промышленное оборудование для пищевой и упаковочной промышленности. Исключением стал лишь 2009 год. В полном объеме рынок восстановился уже к 2010 году, а в 2012-м объемы сбыта достигли 33 миллиардов евро, поставив но-

вый рекорд и на 8% превысив аналогичные показатели 2011 года. Очевиден тот факт, что столь динамичным развитием не может похвастаться ни один другой сегмент машиностроительной отрасли.

Лидерство среди рынков-экспортеров сохраняют Германия и Италия, доля которых в мировой торговле в 2012 году достигла 22%. За ними с большим отрывом следуют США, Нидерланды и Китай, которым принадлежит от 5 до 7%.

В 2012 году крупнейшим рынком сбыта снова стала Европа с долей продаж оборудования для пищевой и упаковочной индустрии 43%. Еще несколько лет назад данный показатель достигал 55–60%, что является свидетельством тенденции смещения рынков: мощные импульсы роста демонстрируют прежде всего развивающиеся страны, промышленность которых переживает фазу подъема и модернизации. Между тем, Азия уже стала вторым по величине рынком сбыта, доля которо-

Иллюстрация: Нина Кузмина



го достигла 22% (2012 год). Другими ключевыми рынками сбыта являются страны Латинской Америки с долей 10% и Африка, которой принадлежит 8%. Однако необходимо отметить, что инвестиционная активность на уже сложившихся рынках Западной Европы и Северной Америки остается на стабильно высоком уровне.

### Упаковочная индустрия как фактор роста мировой экономики

В современном обществе вряд ли можно представить себе какой-либо продукт без упаковки. Высоким спросом пользуются ее инновационные разновидности, поскольку упаковочная индустрия является важным фактором роста мировой экономики. По предварительным оценкам, объемы мировой торговли в 2012 году превысят 500 млрд евро.

По прогнозам британского агентства маркетинговых исследований Euromonitor, в 2013 году будет реализовано свыше 4,1 миллиардов упаковок. Страны Азии, чья доля рынка составляет 45%, стали крупнейшим рынком сбыта, опередив Европу (27%) и Северную Америку (13%). Экономика Китайского Народной Республики и Индии переживают настоящий бум, тем самым подстегивая показатели сбыта упаковки в Азии.

### Россия: рынок продукции в упаковке. Топ 10 категорий (совокупный объем)

1 000 тонн	2013	2017	Период, прирост за 2013–2017 гг., %
Продукты питания в упаковке	27 134	29 622	9,2
Молочная продукция	9 321	10 619	13,9
Хлебобулочная продукция	6 448	6 582	1,5
Масла и жиры	1 871	1 930	3,2
Замороженные продукты питания	1 704	2 045	20,0
Сухие продукты питания	1 472	1 560	6,0
Соусы, дрессинги и приправы	1 354	1 434	5,9
Консервированные продукты	1 208	1 289	6,7
Охлажденные продукты питания	1 151	1 342	16,5
Кондитерская продукция	1 140	1 202	5,5
Макаронные изделия	995	1 057	6,2

**4,1 млрд**  
упаковок

По прогнозам британского агентства маркетинговых исследований Euromonitor, в 2013 году будет реализовано свыше 4,1 миллиардов упаковок.

### Россия: рынок упаковочных материалов (ритейл/off-trade)

В миллионах единиц	2013	2017	Период, прирост за 2013–2017 гг., %
Упаковка (всего)	201 832	211 747	4,9
Гибкая упаковка	109 148	112 723	3,3
Упаковка из жесткого пластика	29 878	33 535	12,2
Упаковка на основе картона	27 563	28 762	4,3
Стекланная упаковка	16 322	16 017	–1,9
Металлическая упаковка	10 826	12 359	14,2
Картонная упаковка для жидкостей	8 067	8 310	3,0
Прочие виды упаковки	27	41	53,4

Источник: Euromonitor International, VDMA

### Россия: продажи промышленного оборудования для перерабатывающей и упаковочной индустрии

В млн €	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Прирост за 2012–2011 гг., %
Экспорт	58	56	63	61	54	73	+36,4
Импорт	1 820	1 790	1 066	1 305	1 569	1 831	+16,7

Источник: National Statistic, VDMA  
Среднегодовой обменный курс 2012 г.: 1 € = 1,2848 USD



Как известно, в роли крупнейшего потребителя упаковки выступает индустрия продуктов питания, на которую приходится порядка 45% совокупного объема. Еще 26% потребляет индустрия напитков.

Самым популярным упаковочным материалом является пластик, из которого производится порядка 70% упаковок. В данном сегменте на долю гибкой упаковки приходится 47%. Стоит отметить очевидные тенденции роста, ведь все больше разновидностей продукции упаковывается именно в гибкую упаковку самых разных модификаций – пакеты, вертикальные пакеты с донышком, пленку и т. п.

В мировом масштабе 21% всех упаковок производится из сохраняющего форму пластика, доля которого постоянно растет. На протяжении многих лет лидирующие позиции среди упаковочных материалов для напитков (прежде всего воды и газированных освежающих напитков) занимает ПЭТ.

В стекле чаще всего продают алкоголь (64%). На долю безалкогольных напитков приходится 21% стеклянной упаковки. Оставшиеся 16% занимают продукты питания. И поскольку в ближайшие годы ожидаются сдержанные показатели прироста мировых объемов потребления пива, а в сфере безалкогольных напитков на смену стеклянной упаковке все чаще приходит ПЭТ, отраслевые эксперты прогнозируют дальнейшее сокращение доли стекла.

В свою очередь, жесткая конкуренция наблюдается в сегменте картонной упаковки. В особенности это касается первичной упаковки, где картон все больше вытесняется легкими и гибкими пластиковыми вариантами.

Вместе с тем, практически 90% металлической упаковки потребляется индустрией продуктов питания и напитков. Почти 70% всех металлических упаковок составляют емкости для напитков, а порядка 17% используются в качестве консервных банок для продуктов питания. В будущем исследователи рынка прогнозируют обем сферам незначительное увеличение спроса, а объемы сбыта металлической упаковки в предстоящие четыре года (2013–2017 гг.) увеличатся в среднем лишь на 2%. При этом в сфере продуктов питания упаковка из металла все больше будет замещаться пластиковой упаковкой.

## Ресурсосбережение

Решающую роль сегодня играют инновации, которые позволяют противо-

стоять жесткой конкуренции на национальном и международном рынках. Мы становимся свидетелями общих глобальных тенденций, которые сегодня как никогда актуальны и играют исключительно важную роль. В первую очередь это касается ресурсосбережения, безопасности и гибкости производства.

Некоторые фазы процесса производства продуктов питания, в частности предварительный разогрев, варка, выдержка и охлаждение, отличаются высокой энергозатратностью. Кроме того, для производства и переработки продуктов питания и напитков расходуются большие объемы воды – причем как в самих процессах, так и для последующей очистки.

При этом все более важную роль в качестве конкурентного преимущества играет ответственное отношение к природным ресурсам, поскольку все больше потребителей во всем мире делают выбор в пользу той или иной марки, исходя из критериев экологичности.

Результатом стало сокращение расхода ресурсов. Снижение расхода воды при производстве напитков, применение процессуального тепла и круговое использование воды – вот лишь несколько примеров, позволяющих достичь положительного энергобаланса.

## Качество и безопасность

Еще один мега-тренд и вечно актуальная тема – безопасность и гигиена производства, позволяющие исключить угрозу здоровью потребителей. Таким образом, одним из базовых элементов производственной безопасности служит конструкция станков и оборудования, позволяющая выполнять гигиенические предписания. Ведь все компоненты должны быть сконструированы таким образом, чтобы производственные отходы, загрязнения и микроорганизмы не могли распространяться на оборудовании. Столь же актуально обеспечение легкой очистки и дезинфекции производственных линий, ведь только таким способом можно исключить потенциальные риски вследствие микробиологического заражения.

Не менее важен и сквозной производственный контроль, который может быть осуществлен в любой момент. Это позволяют сделать высокoeffективные системы Track&Trace на базе таких решений, как коды RFID или 2D (код DataMatrix), которые помогают наладить бесперебойный контроль всей цепочки производства.

## Многофункциональность и гибкость производства

Все люди очень разные, и так же отличаются их привычки и предпочтения в отношении продуктов питания и напитков. Как следствие, мы имеем на рынке обширнейший спектр вариаций, а также различные жизненные циклы продукции, которые постоянно сокращаются.

Именно поэтому ключевую роль для предприятий индустрии продуктов питания и напитков играет инновационный потенциал и способность быстрой перенастройки промышленного оборудования. Требования потребителей постоянно меняются, при этом для производителей важно сохранять конкурентоспособность на рынке. Интересно, что данные тенденции характерны не только в отношении используемых рецептов, но также форм и размеров упаковки.

А это означает, что сами технологии должны обеспечивать быстроту реакции и высокую способность к адаптации. Ведь если необходимо ввести новый ингредиент, то вполне возможно, что придется изменить и весь процесс производства. В свою очередь, в разработке новых видов продукции важную роль играет быстрая перенастройка оборудования. Оптимальным решением данных проблем служит автоматическая настройка рецептов, позволяющая добиться высокой степени автоматизации процессов.

Еще одним неотъемлемым условием современных упаковочных решений является гибкость, которая позволяет удовлетворить предъявляемые требования в отношении как порционной, так и семейной упаковки, – все это должно обеспечиваться одной производственной линией.

В таких густонаселенных странах с высокими темпами прироста численности населения, как азиатские государства, в центре внимания – высокая производительность оборудования, которая важна в первую очередь для прикладных отраслей промышленности, призванных выпускать высококачественную и безопасную продукцию для потребителей.

## В центре внимания – продукты питания в упаковке

По предварительным оценкам, в 2013 году на рынке будет реализовано порядка 748 млн тонн переработанных

продуктов в упаковке. Рыночные аналитики исходят из того, что за период до 2017 года спрос на упакованные продукты будет ежегодно увеличиваться на 11%, а к 2017-му достигнет 829 млн тонн. Ведь уже сегодня рынок демонстрирует внушительные показатели роста, в частности это касается Азии, Латинской Америки, а также Ближнего Востока/Африки, совокупная доля которых превышает 55% глобальных объемов сбыта.

Одной из ключевых является тенденция удобства для потребителей. Особым спросом пользуются продукты питания и напитки, которые можно легко и просто потреблять в дороге или на рабочем месте. При этом для потребителя важно затрачивать минимум времени или не тратить его вовсе на приготовление. В этой связи на рынке растет популярность всевозможных снеков, и этот тренд в последние годы стал одним из ключевых в отрасли.

Все чаще потребители делают выбор в пользу свежих продуктов, которые поступают в магазин в охлажденном виде и не требуют термической обработки, не содержат консервантов и потребляются с минимальными затратами времени. При этом стимулятором роста рынка остаются малые порции и индивидуальная упаковка, которая год от года завоевывает все новые виды продукции.

Convenience – это тенденция, в которой важную роль играют гигиена и срок хранения, а также бережные технологии переработки и упаковки. Исключительно эффективный метод, позволяющий продлить срок годности и хранения продуктов – это так называемая MAP (Modified Atmosphere Packaging) – упаковка в среде защитного газа. И здесь технологии запечатывания в существенной мере определяют качество и герметичность упаковки и, как следствие, – срок годности самого продукта. По этой причине все большее распространение получает ультразвуковая сварка. Современные упаковочные линии с приспособлениями для герметичной сварки, а также технологии MAP позволяют сохранять качество и продлить срок годности продукции.

Таким образом, к классическим функциям упаковки – защите и транспортировке – добавляются все новые, ведь сегодня спросом пользуются решения, позволяющие осуществлять дозированный отбор, обеспечивающие удобство потребления, а также имеющие функции повторного закрытия и помогающие надолго сохранить свежесть продукта. **МС**

Топ 10 рынков продуктов питания в упаковке (совокупный объем)

1 000 тонн	2013	2017	Период, прирост за 2013–2017 гг., %
США	99 757	101 230	1,5
Китай	92 800	123 353	32,9
Бразилия	37 004	41 109	11,1
Мексика	35 119	37 261	6,1
Индия	29 503	37 471	27,0
Россия	29 298	31 326	6,9
Япония	28 539	28 017	–1,8
Германия	28 370	28 343	–0,1
Великобритания	23 369	24 047	2,9
Турция	21 995	23 707	7,8

Источник: Euromonitor International, VDMA

829 млн тонн

До 2017 года спрос на упакованные продукты будет ежегодно увеличиваться на 11%, а к 2017-му достигнет 829 млн тонн.

Топ 10 рынков напитков (безалкогольных и алкогольных), объемы продаж

В млн литров	2013	2017	Период, прирост за 2013–2017 гг., %
Китай	142 243	181 876	27,9
США	137 929	140 617	1,9
Мексика	51 846	59 573	14,9
Бразилия	42 013	51 190	21,8
Германия	36 319	35 847	–1,3
Япония	31 077	31 196	0,4
Россия	26 094	27 683	6,1
Индия	21 862	39 861	82,3
Индонезия	21 807	27 018	23,9
Италия	19 457	19 570	0,6

Источник: Euromonitor International, VDMA

Топ 10 упаковочных рынков (ритейл/off-трейд)

В млн единиц	2013	2017	Прирост за 2013–2017 гг, в %
Китай	991.481	1.194.015	20
США	478.162	485.297	1
Индия	243.059	288.219	19
Япония	238.723	239.881	0
Россия	201.832	211.747	5
Бразилия	162.755	189.631	17
Германия	157.194	155.341	–1
Индонезия	152.358	179.279	18
Мексика	130.042	145.052	12
Великобритания	120.758	125.797	4

Источник: Euromonitor International, VDMA

Источник:

по материалам  
официального сайта  
выставки «Пищевые  
ингредиенты,  
добавки и пряности»  
/Ingredients Russia



Большинство предприятий стремятся сделать свои напитки более полезными для здоровья и свести к минимуму использование искусственных добавок.

# Тенденции производства напитков: курс на инновации

Устойчивая тенденция к росту производства и потребления напитков отмечается в большинстве стран мира, в том числе и в России.

Большим спросом пользуются освежающие и тонизирующие напитки, молоко, лимонады, соки, нектары и морсы. Красочная упаковка, яркие цвета напитков, мощная рекламная кампания в средствах массовой информации привлекают к ним внимание все большего числа потребителей.

В результате растущего спроса сформировалась тенденция применения различных инновационных ингредиентов для производства безалкогольных напитков. На сегодняшний день этот тренд остается одним из наиболее заметных. В большинстве случаев применение инновационных ингре-



Применение инновационных ингредиентов обусловлено желанием производителей придать напиткам дополнительную привлекательность и уникальность.

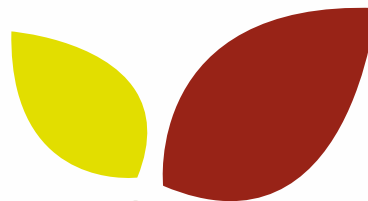
диентов обусловлено желанием производителей придать напиткам дополнительную привлекательность и уникальность.

В производстве напитков сохраняется и общая тенденция пищевого рынка – большинство предприятий стремятся сделать свои напитки более полезными для здоровья и свести к минимуму использование искусственных добавок. Кроме того, многие производители экспериментируют с травяными и растительными экстрактами, чтобы выгодно выделить свои продукты на фоне остальных.

На общемировом рынке, где доминируют международные гиганты вроде Danone, Nestle и PepsiCo, конкуренция остается чрезвычайно жесткой, именно поэтому ценность инноваций



23-я Международная выставка  
продуктов питания и напитков  
23rd International Food & Drinks Exhibition



# worldfood

## MOSCOW

**15 – 18.09.2014**

Россия • Москва • ЦВК «Экспоцентр»  
Russia • Moscow • Expocentre



ВСЕЬ МИР ПИТАНИЯ  
WHERE THE FOOD INDUSTRY MEETS RUSSIA



[www.world-food.ru](http://www.world-food.ru)



# 50 млрд долл.

По прогнозам международной исследовательской компании Euromonitor International, в 2013 году глобальный рынок функциональных продуктов и напитков достигнет значительных показателей роста – он увеличится до 50 млрд долл. (36,36 млрд евро). При этом после некоторого замедления темпов роста в предыдущие годы ускорение будет наблюдаться во всех основных категориях: «обогащенные», «органические», «лучшие для вас» продукты и напитки.

только возрастает. Для потребителя же важно понимать, из чего состоит тот или иной напиток, и какую пользу он может принести.

Основным ингредиентом всех напитков и важнейшим компонентом для поддержания нужного уровня водного баланса в организме является вода. В большинстве из них ее содержание составляет 85–99%.

Кроме того, ингредиенты добавляются в напитки для придания им вкуса, цвета и других положительных свойств. Так, калорийные, низко- и бескалорийные подсластители и кофеин улучшают приятный вкус. Витамины, минералы, прочие питательные вещества и пищевые компоненты, такие как антиоксиданты, жирные кислоты омега-3, пищевые волокна, иногда добавляются в продукты для придания им дополнительных полезных свойств.

Для производства напитков повышенной пищевой ценности традиционно используются натуральные соки, местное пряно-ароматическое и богатое микронутриентами растительное сырье. Наряду с соками и нектарами в качестве эффективного источника натуральных витаминов рядом производителей предлагаются безалкогольные напитки, приготовленные с использованием экстрактов, настоев и отваров богатых витаминами лекарственных и съедобных растений: крапивы, мяты, плодов шиповника, цветов липы и т. п.

Анализ химического состава листовой зелени, плодов и ягод многих лекарственных растений свидетельствует о том, что их можно отнести

к группе полифункциональных добавок. Эти добавки, наряду с витаминами, содержат комплекс биофлавоноидов, минеральные вещества (железо, кальций, калий) и микроэлементы (молибден, марганец, медь, бор, йод). Именно поэтому, по мнению многих специалистов по питанию, врачей, диетологов и работников пищевой промышленности, соки и другие безалкогольные напитки, изготовленные на натуральной основе, – идеальный источник необходимых человеку витаминов, макро- и микроэлементов, а также других биологически активных компонентов пищи.

Однако наиболее эффективным способом повышения витаминной ценности напитков и соков является дополнительное обогащение дефицитными микронутриентами.

В последнее время на рынке продуктов питания и ингредиентов выделяется концепция функционального питания. К функциональным принято относить продукты или ингредиенты, которые оказывают положительное влияние на здоровье человека в дополнении к их пищевой ценности.

Сегодня из всех существующих групп функциональных продуктов и ингредиентов наиболее стремительный рост показывают функциональные напитки. Во-первых, напитки – удобная форма получения необходимых нутриентов. Во-вторых, они могут рассматриваться производителями как наиболее технологическая форма пищевого продукта. Кроме того, технология производства напитков дает возможность

создания разнообразных вкусов и использования различных основ.

Все функциональные напитки являются по сути своей обогащенными, в их производстве наиболее эффективно используются микронутриенты (витамины, минеральные вещества) и компоненты пищи в виде специально приготовленных технологических смесей-премиксов.

На российском рынке представлены разнообразные функциональные и обогащенные напитки: спортивные, энергетические, кисломолочные, сокодержажные, нутрицевтические.

На сегодняшний день можно выделить несколько инновационных ингредиентов, спрос на которые растет. Так, например, растение алоэ, известное своими успокаивающими и лечебными свойствами, все чаще используется в производстве пищевых продуктов и напитков. Здесь нашла отражение тенденция спроса на продукцию, способствующую улучшению внешнего вида. Растет популярность и коэнзима Q10 – витаминopodobного вещества, защищающего клетки мозга. Кроме того, можно отметить широко известный натуральный белок коллаген. Экстракт растения гинкго билоба с высоким содержанием флавоноидов и терпеноидов также используется в качестве пищевой добавки при производстве напитков. Экстракт растения способствует улучшению памяти и концентрации внимания.

Широко применяются и экстракты растения гуарана, произрастающего на территории Бразилии и традиционно используемого для придания консервирующих свойств латиноамериканским безалкогольным напиткам. Растение получило признание за свои «широко известные стимулирующие свойства» (в гуаране содержание кофеина примерно в два раза больше, чем в кофейных зернах).

Все большей популярностью при составлении инновационных рецептов пользуются фитостерины, необходимые для здоровья сердца, пребиотики, способствующие абсорбции кальция и укреплению костей, и пробиотики, поддерживающие здоровую микрофлору кишечника.

Целый ряд подобных ингредиентов и добавок способен оказывать общеукрепляющее действие, являясь источником углеводов, органических кислот, минеральных веществ и других биологически активных компонентов. **МС**



Компания: **ГК «Союзоптторг»**,  
тел.: 8 (800) 333-00-89  
(бесплатно для всех регионов России)  
e-mail: office@soyuzopttorg.ru  
www.soyuzopttorg.ru

Автор: **Наталья Свистун**,  
технолог молочного направления  
ГК «Союзоптторг»

## Новый молочный белок – *Promilk 600 A*

По данным международного исследовательского агентства Euromonitor, современные покупатели при выборе молочных продуктов все чаще обращают внимание на их состав, натуральность ингредиентов, а также питательные свойства и пользу для здоровья. На мировом рынке набирает силу тенденция «чистой этикетки»; в рецептуры повсеместно вводятся дополнительные функциональные ингредиенты.

Чтобы российские производители могли максимально следовать мировым тенденциям, Группа компаний «Союзоптторг», один из ведущих дистрибьюторов пищевых ингредиентов, предлагает новое решение для производства молочных продуктов – молочный белок Promilk 600 A (производитель Ingredia, Франция).

Особая технология получения этого ингредиента обеспечивает его уникальные свойства: он обладает эмульгирующей и влагоудерживающей способностью, влияет на структуру и органолептические показатели готового продукта, придает дополнительное ощущение сливочности.

Молочный белок Promilk 600 A имеет широкий спектр применения в составе:

- сыров и сырных продуктов;



- йогуртов (в том числе греческого йогурта) и молочных десертов;
- соусов;
- замороженных десертов.

В дополнение ко всему, белок Promilk 600 A – это абсолютно натуральный молочный ингредиент, повышающий питательную ценность продукта.

Следует отметить, что при всем сложившемся разнообразии молочного ассортимента наиболее перспективной сегодня представляется разработка продуктов функционального назначения, обогащенных белком и с пониженной жирностью.

Поэтому предлагаем вашему предприятию протестировать новый молочный белок Promilk 600 A и оценить его преимущества. Для получения образцов ингредиента, технологических рекомендаций, а также информации об условиях поставки обращайтесь в ближайший к вам филиал ГК «Союзоптторг». **Р**



www.zip-i.ru

**Современные**

**технологии**

**контроля качества**

**Экспресс-тесты  
для определения  
антибиотиков в молоке**  
(ГОСТ Р 53774-2010)



**не требует инкубатора**

**Высокочувствительный тест:**

- ★ **простой**
- ★ **надежный**
- ★ **точный**
- ★ **быстрый**  
(время измерения 5 мин.)



# Сывороточный пермеат: улучшение вкуса и текстуры при снижении затрат

Производителей продуктов питания часто волнует вопрос, как можно снизить производственные затраты, сохранив при этом качество продукта и его свойства. Выход один – использовать качественные альтернативные ингредиенты. Одним из таких продуктов является сывороточный пермеат, представленный на российском рынке в 2014 году, который производится компанией Arla Foods Ingredients в Норвегии.

Чем сывороточный пермеат может быть интересен производителям продуктов питания?

У него есть три неоспоримых преимущества:

## Функциональность

- Сывороточный пермеат компании Arla представляет собой сыпучий порошок, быстрорастворимый в воде.

- Он обладает высокой гидрофильностью и может использоваться в производстве широкого спектра продуктов питания, таких как супы и соусы быстрого приготовления, приправы, снеки, сухие смеси для приготовления напитков.

## Вкус

- Сывороточный пермеат отличается высоким уровнем содержания лактозы (не менее 83%). Именно этим объясняется его мягкий притягательный аромат.

- Приятный молочный аромат позволяет использовать сывороточный пермеат в производстве кондитерских изделий, шоколада и конфет – типа ирисок и карамели. Отсутствие типичного соленого минерального привкуса, присущего пермеатам, позволяет применять продукт в увеличенной дозировке.

## Экономия

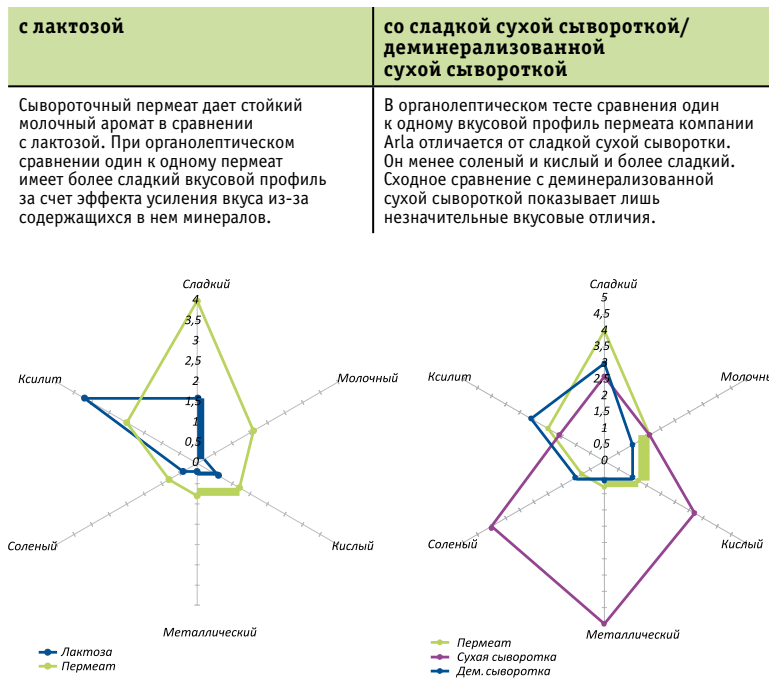
- Сывороточный пермеат компании Arla может легко заменить более дорогие ингредиенты, такие как чистая лактоза, сухая молочная сыворотка и другие.

- Сывороточный пермеат превосходит по вкусу другие ингредиенты – объемные агенты. Это экономически эффективный молочный заменитель лактозы, сладкой сухой сыворотки и/или деминерализованной сухой сыворотки во многих сферах пищевой промышленности. **Р**



Сывороточный пермеат превосходит по вкусу другие ингредиенты – объемные агенты. Это экономически эффективный молочный заменитель лактозы, сладкой сухой сыворотки и/или деминерализованной сухой сыворотки во многих сферах пищевой промышленности.

## СРАВНЕНИЕ ПЕРМЕАТА:



Замена может потребовать пропорции, отличной от 1:1. Также может возникнуть необходимость корректировки количества других сладких ингредиентов ввиду того, что сывороточный пермеат несколько слаще.



## Сывороточный пермеат от Arla Foods Ingredients

**Это экономически эффективный молочный заменитель для лактозы, сладкой сухой сыворотки и/или деминерализованной сухой сыворотки во многих сферах пищевой промышленности.**

Сывороточный пермеат от компании Arla Foods Ingredients представляет собой сыпучий порошок, быстрорастворимый в воде.

Он обладает высокой гидрофильностью и может использоваться в производстве широкого спектра продуктов питания. Высокий уровень содержания лактозы, не менее 83%, придает продукту мягкий притягательный молочный аромат.



Профессиональные  
решения



Компания: **Холдинг «Солнечные продукты»**

Саратов: +7 (8452) 459-000

Москва: +7 (495) 777-55-01

Новосибирск: +7 (383) 230-35-00

# Сметанный продукт, или «русские сливки»

**С**метана – традиционный кисло-молочный продукт, получаемый путем сквашивания молочных сливок, – долгое время была знакома только жителям нашей страны. В других странах она выпускается под названиями «русские сливки», «кислые сливки», «сливки для салатов».

В последнее время сезонные колебания молока и цен на него поставили большое число производителей молочной продукции в определенную ситуацию, которая выдвигает строгие требования к развитию молочной промышленности в направлении запуска и внедрения новых производственных технологий. Использование растительных жиров является оптимальным решением, позволяющим повысить конкурентоспособность продукции. В настоящее время заменители молочного жира (ЗМЖ) – это высококачественные специальные жиры с массовой долей жира не менее 99,9%, произведенные из растительных масел с добавлением или без добавления пищевых добавок, с температурой плавления не более 36 °С, содержащие не более 5% массовой доли твердых триглицеридов при 35 °С, не более 65% массовой доли насыщенных кислот от суммы жирных кислот, в том числе не более 38% массовой доли пальмитиновой кислоты от суммы жирных кислот.

Специалистами ИЦ компании «Торговый Дом «Солнечные Продукты»» разработаны специализированные жиры (ЗМЖ), которые используются для частичной замены молочного жира в промышленном производстве комбинированных масел, сливок, кисломолочных, сырных, сметанных, сгущенных и тво-



рожных продуктов, мороженого, а также в кондитерской и хлебопекарной промышленности.

## **Основные преимущества применения ЗМЖ «СолПро»:**

- улучшение питательных свойств: отсутствие холестерина, транс-изомеров жирных кислот и др.;
- позволяет заменять в рецептурах молочный жир, за счет чего снижается себестоимость продукции и повышается рентабельность производства;
- ЗМЖ имеют сбалансированный жирнокислотный состав с оптимальным содержанием полиненасыщенных жирных кислот, являющихся необходимыми компонентами здорового питания;
- имеют длительные сроки хранения;
- переход на технологию с применением заменителя молочного жира не требует дополнительных затрат, так как используется имеющееся на предприятии оборудование;
- широкий диапазон температуры плавления: 23–36 °С.

## **Технологический процесс производства сметанного продукта резервуарным способом с использованием ЗМЖ «СолПро»**

### **1. Приемка и подготовка сырья.**

В качестве сырья для производства сметанного продукта используют молоко, сливки, обезжиренное молоко, заменитель молочного жира «СолПро», сухое обезжиренное молоко, закваску, стабилизатор. Сырье принимают по массе и качеству, установленному лабораторией предприятия, а также на основании сертификационных документов поставщиков. Сырое молоко, поступающее на предприятие, подвергается первичной обработке (бактофугирование, деаэрация, пастеризация, охлаждение), затем необходимое количество молока сепарируют, в результате чего получают обезжиренное молоко и сливки, которые в дальнейшем используются для нормализации смеси. Заменитель молочного жира (ЗМЖ) предварительно доводится до температуры 18–22 °С, разрезается на куски.

### **2. Получение молочно-растительной эмульсии.**

ЗМЖ расплавляют при температуре 55–65 °С в специализированных жиротопках или приспособленных для этих целей емкостях, обогреваемых теплоносителем. При расплаве жира необходимо избегать его перегрева, поскольку это может привести к ухудшению органолептических свойств продукта. Обезжиренное молоко или восстановленное обезжиренное молоко подогревают до температуры 55–65 °С. Для более гомо-



генной эмульсии в емкость для смешения в первую очередь перекачивают растительный жир, а потом при постоянном перемешивании – водную фазу (обезжиренное молоко или восстановленное обезжиренное молоко). Смесь эмульгируют при температуре 55–65 °С в течение 15–20 мин по схеме «центробежный насос – емкость». Температура компонентов при смешении не должна отличаться более чем на 5 °С.

### 3. Нормализация сливок.

В зависимости от рецептуры и требуемой массовой доли жира вырабатываемого продукта смесь растительно-молочных сливок нормализуют цельным обезжиренным молоком, молочными сливками. Нормализацию сливок осуществляют с таким расчетом, чтобы массовые доли жира и белка в готовом продукте были не менее предусмотренных государственным стандартам.

### 4. Пастеризация смеси.

Пастеризация сливок проводится для максимального уничтожения посторонней микрофлоры, инактивации ферментов, а также для обеспечения необходимой консистенции и вкуса, повышения стойкости при хранении. Режим пастеризации сливок выбирают в зависимости от качества перерабатываемого сырья или вида сметанного продукта. Смесь пастеризуют при температуре  $94 \pm 2$  °С с выдержкой 20 сек или при температуре  $86 \pm 2$  °С с выдержкой 10 мин. Эффективность пастеризации должна быть не ниже 99,9%.

### 5. Гомогенизация смеси.

Процесс гомогенизации можно осуществлять как перед пастеризацией сливок, так и после нее. Последовательность этих операций зависит от целей и задач, которые ставят при выработке продукта. Когда стремятся обеспечить необходимую однородную (без крупинки) консистенцию сметанного продукта, гомогенизацию проводят после пастеризации сливок при 70 °С. В целях улучшения микробиологических показателей готового продукта гомогенизацию осуществляют перед пастеризацией.

Эффективность гомогенизации зависит главным образом от применяемого давления и температуры, а также от содержания жира в продукте. Оптимальные режимы гомогенизации сливок неодинаковы для разных видов сметанного продукта. Чем выше жирность вырабатываемого сметанного продук-

## Технологический процесс производства сметанного продукта резервуарным способом с использованием ЗМЖ «СолПро»



та, тем меньше величина применяемого давления гомогенизации сливок. Гомогенизацию смеси осуществляют на двухступенчатых плунжерных гомогенизаторах любых типов, при давлении для сметанного продукта с м. д. ж от 20 до 25% на первой ступени – 8–12 МПа, на второй – 5–6 МПа; для сметанного продукта с м. д. ж от 28–32% – 8–10 и 3–5 МПа соответственно.

### 6. Заквашивание и сквашивание смеси.

Вкус, запах, консистенция сметанного продукта во многом зависят также от условий сквашивания сливок, состава, свойств применяемых заквасок. Процесс заквашивания и сквашивания смеси осуществляется в резервуарах, имеющих охлаждающие рубашки и мешалки, рассчитанные на перемешивание продуктов повышенной вязкости. Смесь охлаждают до температуры заквашивания (ее устанавливают в зависимости от вида применяемой за-

кваски). При использовании закваски, в состав которой входят мезофильные молочнокислые бактерии, продолжительность сквашивания при  $27 \pm 1$  °С составляет до 10 часов; при использовании смешанной закваски, состоящей из мезофильных и термофильных молочнокислых стрептококков, продолжительность сквашивания сливок при  $30 \pm 2$  °С составляет 7–10 часов. Заквашенную смесь перемешивают в течение 15–20 мин и оставляют в покое для сквашивания. Сквашивание происходит до образования сгустка и достижения определенной кислотности (титруемой кислотности 60–80 °Т или активной кислотности 4,6–4,5 ед. рН).

### 7. Охлаждение и перемешивание сквашенной смеси.

Охлаждение сквашенной смеси осуществляется путем пуска в рубашку резервуара холодной воды и перемешивания сгустка 10–20 мин в зависимости от прочности сгустка. Дальнейшее перемешивание в целях достижения однородности состава и консистенции продукта производят каждые полчаса в течение 3–5 мин. Сгусток перемешивают и охлаждают до температуры 20–25 °С.

### 8. Розлив, упаковка.

Охлажденный сметанный продукт направляют на розлив. Упаковку и маркировку сметанного продукта производят в соответствии с требованиями технических условий. После упаковки продукт направляют на охлаждение и созревание.

### 9. Охлаждение и созревание.

Упакованный сметанный продукт охлаждают в холодильных камерах до температуры  $4 \pm 2$  °С. Одновременно с охлаждением происходит процесс созревания, в течение которого продукт приобретает оптимальную кислотность, накапливаются ароматические вещества и происходят процессы структурообразования, приводящие к более густой консистенции. Во время охлаждения и созревания продукт не должен подвергаться механическому воздействию. После охлаждения и созревания технологический процесс считается законченным и продукт готов к реализации.

Для производства сметанного продукта независимо от массовой доли жира в готовом продукте компания «Торговый Дом «Солнечные Продукты»» рекомендует ЗМЖ «СолПро» 33717, 33724, 33719, 33718, 33712. ■



Автор: **Головня Е. Я.**,  
канд. биол. наук, зав. лабораторией  
биологической безопасности кормов и воды  
ФГБУ «Ленинградская МВЛ»

Компания: **ООО «ЗИП-И»**  
Москва, Лужнецкая наб., 2/4, корп. 37,  
тел.: (495) 626-27-44 (45), 639-91-75,  
факс: (495) 785-87-40  
e-mail: inbox.zip@gmail.com,  
www.zip-i.ru

# Распространение микотоксинов в кормах для крупного рогатого скота

Традиционно считается, что проблема микотоксикозов и зараженности кормов микотоксинами для крупного рогатого скота не очень актуальна. Такое мнение утвердилось после ряда публикаций на тему устойчивости жвачных животных к негативному воздействию микотоксинов благодаря деятельности рубцовой микрофлоры.

Однако оказалось, что некоторые микотоксины являются антибиотиками для бактерий рубца и тем самым нарушают его функцию. Это приводит не только к нарушению собственно процесса питания животных, но также облегчает проникновение через рубец других микотоксинов, которые в норме разложились бы в рубце. Кроме того, в процессе пищеварения ряд микотоксинов подвергается окислению или изомеризации и становится источником еще более агрессивных и токсичных соединений. Классический пример – превращение афлатоксина В1 в афлатоксин М1, который к тому же способен преодолевать иммунный барьер организма коровы и накапливаться в молоке.

В рацион жвачных животных входят комбикорма, а также грубые и сочные корма. Они способны заражаться грибами как на стадии роста входящих в их состав зерновых и трав, так и при хранении в виде сена, соломы или силоса. Грибы вырабатывают широкий спектр вторичных метаболитов для повышения своей конкурентоспособности в природе. Многие из этих метаболитов обладают антигрибковой и антимикробной активностью. Большинство проблем в животноводстве, связанных с микотоксинами, возникает вследствие за-



*Большинство проблем в животноводстве, связанных с микотоксинами, возникает вследствие загрязнения грибами зерновых, а также жмыхов и шротов масличных культур, которые широко используют во всем мире в составе промышленных рационов.*

грязнения ими зерновых, а также жмыхов и шротов масличных культур.

Исследования в основном сосредоточены на тех «санитарных» микотоксинах, которые обычно встречаются в таких кормах. Это афлатоксин В1, охратоксин А, трихотеценовые токсины (Т-2 токсин, ниваленон, ДОН (вомитоксин), роридин А), зеараленон, фумонизины. Однако фуражные травянистые растения, такие как овсяница и райграс, также являются источником эндофитных грибов рода *Balansia* и *Epichloe*, выделяющих эрготовые (эрговалин, эрговалинин) и индолные (лолитрем В) микотоксины дитерпенового типа алкалоидов. Два основных заболевания, наносящих наиболее серьезный экономический ущерб пастбищным животным, – это связанный с овсяницей высокой овсяничный токсикоз и пошатывающаяся походка, возникающая вследствие употребления райграсса пастбищного или английского.

В целом при поедании животными загрязненной эрговалином травы наблюдается снижение приростов живой массы у молодняка, плодовитости взрослых животных, удоев и толерантности к высоким температурам, а в летний сезон – гипертермия. Среди вторичных явлений отмечены появление гангренозных язв на конечностях, повышение скорости дыхания, удлинение и загущение волосяного покрова и уменьшение частоты сокращений сердца. У всего пораженного скота отмечен низкий уровень пролактина, что объясняет снижение молочной продуктивности. Качество туш животных, отравленных эрговалином, становится хуже вследствие некроза жировых тканей и водянистой консистенции мышц.

Клиническими признаками синдрома пошатывания при отравлении лолитремами являются дрожание головы и образование мышечных пучков на шее и плечах, а также нежелание животных стоять, пошатывание, принятие неестественных поз в процессе подъема и сильные мышечные конвульсии при вынужденном движении.

Пастбищные травы могут также быть поражены эпифитными грибами рода *Fusarium* и в этом случае способны накапливать Т-2 токсин и зеараленон. При выпасе коров на пастбищах, сильно зараженных спорами *Fusarium*, трихотеценовые микотоксины способны вызывать сильное раздражение кожи, болезненное опухание вымени (у коров) и нижних частей конечностей.

Бобовые составляют вторую важнейшую группу кормовых культур, а также ядовитых растений. Заражение их

плесневыми грибами распространено широко. Особенно это касается грибов рода *Rhizoctonia leguminicola*. Они вызывают появление на стеблях и листьях характерных темных пятен. Основные микотоксины, обнаруженные в бобовых, – слафрамин и свайнсонин. Первый у крупного и мелкого рогатого скота и лошадей вызывает синдром «слюнкости» – обильное слюноотделение с последующей анорексией, опуханием, поносом, частым мочеиспусканием и интенсивным слезотделением. Второй вызывает локоизм – болезнь пастбищных животных, связанную с поеданием пастбищного астрагала, относящегося к родам *Astragalus* и *Oxytropis*.

Свайнсонин вырабатывается грибами-эндифитами рода *Embellisia*. У животных интоксикация характеризуется атаксией, депрессией, тремором, повышением чувствительности к стрессовым факторам, вплоть до гибели, поскольку животные при этом неохотно едят и пьют. Кроме неврологических симптомов у отравившихся астрагалом самок наблюдали деформацию тазовой части скелета, накопление жидкости



Оборудование и наборы для ИФА-анализа. Шесть санитарных микотоксинов, продуцируемых плесневыми грибами, можно определить иммуно-ферментным методом (ELISA).

в матке, нарушения развития яйцеклеток и аритмию овуляционного цикла.

Микотоксины, попавшие в корма на стадии роста растений, зачастую сохраняют свою стабильность при консервации и хранении кормов даже в течение длительного времени. Кроме того, при хранении корма могут заражаться микроскопическими плесневыми грибами родов *Penicillium* и *Aspergillus*. В результате образующийся в кормах спектр ми-

котоксинов может представлять собой сложную смесь вторичных метаболитов различных видов плесеней.

К сожалению, далеко не для всех перечисленных выше микотоксинов существуют методики обнаружения и количественного определения. Шесть санитарных микотоксинов, продуцируемых плесневыми грибами, можно определить иммуно-ферментным методом (ELISA); около 20 (включая эрговалин и лолитрем В) – методами высокоэффективной жидкостной и газовой хроматографии. О присутствии остальных мы догадываемся по проявившимся симптомам у животных. В новый Технический регламент по кормам включен расширенный список контролируемых микотоксинов (дополнительно – роридин А, стеригматоцистин). Однако я считаю, что путь тотального контроля за содержанием всех известных микотоксинов – тупиковый. На сегодняшний день их известно более 300. Поиск их слишком дорог. Поэтому более реально – определять несколько санитарных микотоксинов, характеризующих безопасность растительного сырья и готовых комбикормов. ■



ООО "ЗИП-И"  
119270, г. Москва, Лужнецкая наб., д. 2/4, корп. 37  
Телефоны: (495) 626-27-44, (495) 626-27-45, (495) 785-87-40.  
E-mail: inbox.zip@gmail.com

## Анализ Сырья, Кормов и Продукции

Более 30 лет мирового лидерства в данной области.

**- Микотоксины**

**- Аллергены**

**- ГМО**

А также: Сахара, Пищевые Патогены,  
Мясокостная Мука, Антибиотики и Гормоны.

**Выбирайте метод подходящий именно Вам**

-  **ИФА**  
Оптимальное сочетание скорости, простоты постановки и точности результатов с невысокой ценой одной пробы.
-  **Экспресс-анализ**  
Тест-полоски AgraStrip разработаны специально для максимально быстрого качественного анализа на производстве или в «полевых» условиях.
-  **Стандартные образцы Biopure™**  
Самый большой выбор: в растворе сухие, в виде различных многокомпонентных смесей, естественно загрязненные матрицы и <sup>13</sup>C-меченые стандарты.
-  **Колонки для предварительной очистки**  
Иммуноаффинные и сорбентные колонки дают возможность быстро подготовить к анализу практически любую матрицу. Подберите колонки именно для вашего метода (ИФА, ВЭЖХ, экспресс-тесты, любые другие методы)





# IX МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС-ФОРУМ PRIVATE LABEL & REGIONAL BRANDS 2014

Отель Корстон Москва

Сделано в BBCG

20 и 21  
МАРТА



**Специальный гость – Лиз Морган,**  
основательница компании Innoweaver Consulting  
(разработка private labels для британской  
розничной сети Boots).

## ВПЕРВЫЕ! Ярмарка MADE IN RUSSIA.

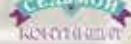
Товары лучших региональных производителей СТМ  
в наиболее востребованных категориях

## Выставка международных производителей PL-EXPO

Блиц-презентации экспонентов на стендах

50+ спикеров.

Экспертный совет включает:



## Сессия переговоров сетей и поставщиков

Рабочие группы, интерактивные дискуссии,  
практические кейсы, мастер-классы  
от лучших экспертов рынка

Гала-ужин. Вручение наград лучшим сетям  
и поставщикам года: Private Label Awards  
и РЕГИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД 2014

На правах  
рекламы

16+

## СТМ, РЕГИОНАЛЬНЫЕ МАРКИ И ИМПОРТ 2014:

Как создать единую стратегию развития? Уникальное предложение для покупателя.



Ксения Петрова,  
K.Petrova@b2bcg.ru  
+7 495 785-22-06, доп. 1132  
+7 965 235-54-44



Ирина Чиннова,  
iren@b2bcg.ru  
+7 (495) 785-22-06,  
+7 (495) 781-11-34



Дина Каширина,  
kashirina@b2bcg.ru  
+7 (495) 785-22-06, доп. 1151  
+7 (495) 781-11-34

[www.b2bcg.ru](http://www.b2bcg.ru)

**BBCG**  
B2B Conference Group

<http://app.b2bcg.ru>





Молочная и Мясная  
индустрия  
Dairy & Meat Industry

12-я международная выставка  
12<sup>th</sup> International Exhibition

**18.03 - 21.03.2014**

Будем рады встрече с вами:  
Москва, ВВЦ, павильон 75,  
зал А, стенды A719, A823



# KIESELMANN

## Асептические и гигиенические системы вытеснения Кизельманн

**Области применения:**

### жидкости и пасты

- ▶ Молочные продукты
- ▶ Пищевая промышленность
- ▶ Соки
- ▶ Безалкогольные напитки
- ▶ Косметика
- ▶ Фармацевтика
- ▶ Алкогольные напитки



**KIESELMANN**

FLUID PROCESS GROUP

ООО «Кизельманн Рус»

РФ • 125476 Москва • ул. Василия Петушкова, д. 3

Тел.: +7 495 258 92 30 • Факс: +7 495 258 92 31

[www.kieselmann.ru](http://www.kieselmann.ru) • [sales@kieselmann.org](mailto:sales@kieselmann.org)



# NEWS

## Моющее оборудование КИЗЕЛЬМАНН

Мойка в формате 3D

Мойка реакторов  
и заквасочных емкостей

Практичная  
душевая головка

Вращающаяся  
щелевая головка

Размыв осадка в варочных  
и бродильных емкостях

Молочная и Мясная  
индустрия  
Dairy & Meat Industry

12-я международная выставка  
12<sup>th</sup> International Exhibition

**18.03 - 21.03.2014**

Будем рады встрече с вами:  
Москва, ВВЦ, павильон 75,  
зал А, стенды А719, А823



Вращающаяся  
щелевая головка



**KIESELMANN**  
FLUID PROCESS GROUP

# Сильнее вместе!

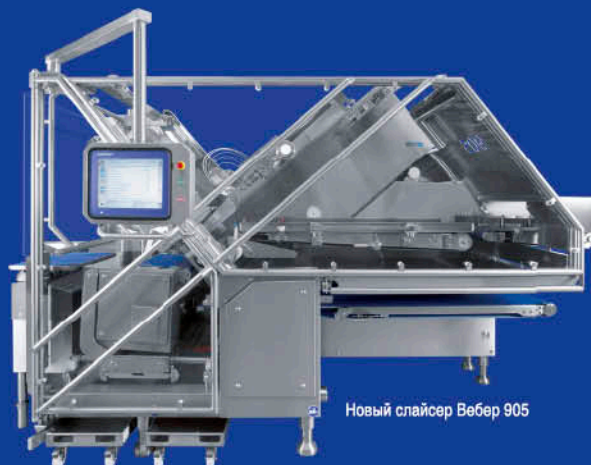
► Профессиональнее ► Эффективнее ► Успешнее



# На уровень выше



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100x150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

**weber**<sup>®</sup>  
The High Tech Company

ООО «Вебер Рус»  
127254 Москва · Ул. Добролюбова 3, стр.1  
Тел.: +7 495 604 48 35 · Факс: +7 495 604 48 37  
ru@weberweb.com · www.weberweb.com



## Жиры специального назначения “СолПро”

### ЗМЖ 718, ЗМЖ 719

это профессиональное решение для частичной или полной замены молочного жира в молочной промышленности при производстве спредов, сырных продуктов, молочных напитков и других видов

#### Преимущества применения:

- Обеспечивают требуемые органолептические и физико-химические показатели готовой продукции
- Не содержат холестерин
- Производятся с добавлением эмульгаторов, что помогает использовать имеющиеся на предприятии технологии без изменений
- Позволяют заменять в рецептурах молочный жир, за счёт чего снижается себестоимость продукции.



Холдинг «Солнечные продукты»:

«Жировой комбинат»

«Московский жировой комбинат»

«Новосибирский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000

Москва +7 495 777 55 01

Новосибирск +7 383 230 35 00