



**50%**

По сравнению с 2012 годом поставки свежей рыбы на ряд предприятий сократились в 2013 году на 50%.



**25%**

«ГлавТорзПродукт»: в 2013 году ассортиментная линейка морепродуктов компании выросла на 25% по сравнению с 2012 годом.



**в 2 раза**

В 2013 году объем производства выращенной рыбы в Новосибирской области вырос в два раза по сравнению с 2012 годом.

издается с апреля 2011 г.  
www.sfera.fm

№2 (10) 2014

# рыбная сфера

## Рыбное место на полке.

*Расширение ассортимента и технологии*

**6**



16



20



30



42

# САММИТ ИНДУСТРИИ RETAIL BUSINESS RUSSIA & CIS 2014

25–26 сентября, Центр Международной Торговли



XIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ САММИТ ПЕРВЫХ ЛИЦ РОЗНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

## 2014: ВСЕ ЧТО НЕ УБИВАЕТ, ДЕЛАЕТ НАС!

стратегии, решения и люди, которые сделают наш бизнес

## СИЛЬНЕЕ!



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:





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

[www.gea.com](http://www.gea.com)  
[www.grasso.ru](http://www.grasso.ru)

# содержание

<b>отрасль</b>	13
Пастбищное рыбководство: тенденции и перспективы	16
<b>крупным планом</b>	<b>Килька возвращается в Россию</b> 13



Рыбная отрасль, как и многие другие направления продовольственной индустрии, постоянно развивается, в том числе за счет внедрения технических и технологических инноваций на производство и предложения рынку новой продукции.

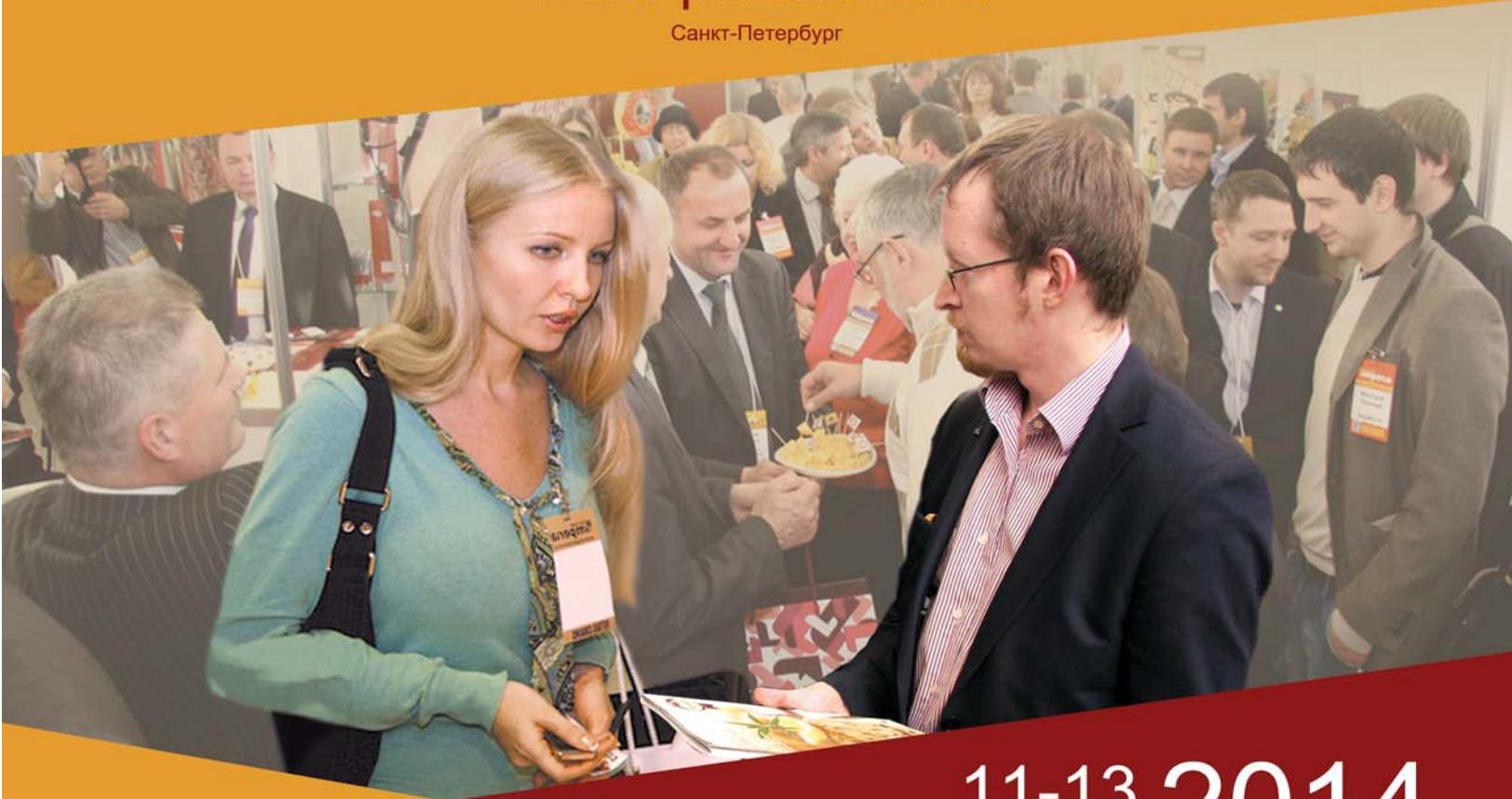
## 6

<b>тема номера</b>	Рыбное место на полке. Расширение ассортимента и технологии	6	<b>отрасль</b> <i>/потребитель</i>	Ключевые достижения участников продовольственного рынка	24
<b>отрасль</b> <i>/крупным планом</i>	Килька возвращается в Россию	13	<b>отрасль</b> <i>/События и факты</i>	Новости	28
<i>/от первого лица</i>	Самое важное – вовремя среагировать на изменение спроса	14	<i>/тенденции</i>	Рыбопереработчикам необходимо качественное сырье	30
<i>/аквакультура</i>	Пастбищное рыбководство: тенденции и перспективы	16	<i>/экспертиза</i>	Пресервы сельди вышли из зоны особого риска	33
<b>в полях</b>	Специалист по продажам по своей сути — творческий предприниматель	19			

# XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА

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

Санкт-Петербург



11-13  
НОЯБРЯ 2014

# peterfood



## ЗАКУПЩИКИ

## 50 СЕТЕЙ

## НА ВАШЕМ СТЕНДЕ

Организатор

forum  
imperia

Конгрессно-Выставочная Компания «Империya»

Тел./факс: (812) 327 49 18 (многоканальный)

E-mail: [imperia@imperiaforum.ru](mailto:imperia@imperiaforum.ru)

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

# содержание

<b>производство</b>	37
Этикетка – лицо продукта	50
<b>инновации</b>	<b>Пельмени на рыбный лад</b> 52



Пастбищное рыбоводство основано на принципе освоения естественного продукционного потенциала водоемов путем их зарыбления быстрорастущими видами рыб, не конкурирующих между собой в питании.

# 16

<b>производство</b> <i>/оборудование</i>	<b>Заморозка и охлаждение от HEINEN Freezing на брюссельской выставке SEAFOOD-2014</b>	37	<b>производство</b> <i>/ингредиенты</i>	<b>Без ингредиентов невозможно изготовить ни один продукт</b>	46
	<b>Установки для переработки морепродуктов</b>	38	<i>/упаковка</i>	<b>Упаковка: нестандартное решение</b>	48
<b>инфографика</b>	<b>Новосибирская область выходит в лидеры по объемам</b>	42	<i>/инновации</i>	<b>Этикетка – лицо продукта</b>	50
<i>/оборудование</i>	<b>Технологии The Linde Group для аквакультуры</b>	44	<i>/актуально</i>	<b>Пельмени на рыбный лад</b>	52
<i>/ крупным планом</i>	<b>Безопасность норвежской рыбы под контролем «Сирано»</b>	45		<b>Спецодежда – не роскошь, а необходимость</b>	54

## рыбная сфера

№2 (10) 2014

Информационное издание по рыбоперерабатывающей индустрии.  
Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.  
Свидетельство о регистрации  
ПИ № ФС 77-45775 от 6 июля 2011 года

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*  
Заместитель генерального директора по административным вопросам:  
*Лариса Цораева*  
l.tsoraeva@sfera.fm  
Директор по продажам и маркетингу:  
*Ольга Паленова*  
o.palenova@sfera.fm  
Арт-директор:  
*Павел Хан*  
pavelhan2009@gmail.com  
Реклама:  
*Виктория Паленова*  
v.palenova@sfera.fm  
*Надежда Антипова*  
n.antipova@sfera.fm

*Наталья Баранцева*  
n.barantseva@sfera.fm  
*Анастасия Кочеткова*  
a.kochetkova@sfera.fm  
Выпускающий редактор:  
*Елена Максимова*  
konditer@sfera.fm  
Дизайн и верстка:  
*Анастасия Барчинова*  
a.barginova@sfera.fm  
Корректор,  
литературный редактор:  
*Анна Бойцева*  
kottektor@sfera.fm  
Перевод:  
*Янина Крупина*  
Журнал распространяется на территории России и стран СНГ.  
Периодичность – 2-6 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 **П**, публикуются на коммерческой основе.  
Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.  
Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».  
Подписано в печать: 11.04.14.  
Тираж: 3000 экз.





## Нужны ли рыбной отрасли инновации?

Основная задача производителей продуктов питания – обеспечение продовольственной безопасности. Рыбоперерабатывающие предприятия – не исключение. При этом рыбная продукция представлена в различных сегментах, соответственно, изготавливается для разных целей. Малоимущие слои населения приобретают рыбные консервы, которые служат источником животного белка и заменяют более дорогие мясные продукты. Представители среднего класса покупают всевозможные полуфабрикаты и рыбное филе, чтобы быстро приготовить их на ужин. Обеспеченные потребители балуют себя премиальными морскими деликатесами. Молодежь периодически приобретает рыбные снеки.

Есть отдельная категория покупателей – люди, которые любят и умеют готовить рыбу. Они предпочитают брать цельные рыбные тушки и при этом умеют отличить свежую рыбу от несвежей.

Среди всех перечисленных категорий потребителей, наверняка, есть значительная часть людей, которые любят и не боятся пробовать новую продукцию. Если же она приходится им по вкусу, то они включают ее в свой регулярный рацион.

Освоение новых технологий, в свою очередь, помогает переработчикам отличаться от конкурентов, снижать себестоимость продукции и становиться лидерами отрасли.

Попробуем разобраться вместе с нашими экспертами, какие новые продукты из рыбы и других водных биоресурсов были бы интересны российскому потребителю и какие технологии помогут рыбоперерабатывающим предприятиям повысить конкурентоспособность.

Редактор журнала «Рыбная сфера»  
Елена Максимова

Тема номера

# РЫБНОЕ МЕСТО НА ПОЛКЕ.

*Расширение ассортимента и технологии*



Автор:  
Елена Максимова



Иллюстрация: Нина Кузьмина



Сегодня все более высоким спросом пользуются рыбные изделия, произведенные из сырья естественного вылова.

Для успешной работы на рынке необходимо периодически проводить расширение или обновление ассортимента.



В случае с выведением на рынок принципиально новых продуктов они видны всем: и конкурентам, и конечным потребителям. Однако могут быть инновации и другого рода – технологические, которые позволяют изготовителю выгодно отличаться не оригинальной продукцией, а способами ее хранения, транспортировки и упаковки.

**Р**ыбная отрасль, как и многие другие направления продовольственной индустрии, постоянно развивается, в том числе за счет внедрения технических и технологических инноваций на производство и предложения рынку новой продукции. Рассмотрим, какие инновационные рыбные продукты, а также технологические решения для изготовления, хранения и упаковки различных видов рыбных изделий появились на рынке в последние годы.

### Охлаждение, да не простое

Новшества, внедряемые рыбоперерабатывающими предприятиями, могут быть разными. В случае с выведением на рынок принципиально новых продуктов они видны всем: и конкурентам, и конечным потребителям. Однако могут быть инновации и другого рода – технологические, которые позволяют изготовителю выгодно отличаться не оригиналь-

ной продукцией, а способами ее хранения, транспортировки и упаковки.

Так как рыба относится к группе скоропортящихся продуктов, очень актуальна задача сохранения свежести в течение длительного периода времени. Особенно остро этот вопрос стоит перед поставщиками свежей охлажденной неупакованной продукции.

Наиболее известный способ сохранения потребительских свойств свежей рыбы – использование ледяной крошки: она помогает сделать выкладку рыбы эффективной и гарантирует замедление порчи продукта. Однако данный способ позволяет хранить рыбу несколько дней.

Для увеличения срока годности охлажденной цельной рыбы до 28 суток разработаны особые установки, с помощью которых поваренная соль и комплексный пищевой консервант полифункционального действия растворяются в воде, а полученный раствор посредством

льдогенератора вырабатывает лед. В итоге в процессе хранения рыбы лед оказывает бактериостатическое и антиокислительное действие на ткани и сохраняет ее качество.

Таким образом, новая технология с увеличенным сроком годности охлажденной рыбы до 28 суток позволит расширить рынок сбыта охлажденной рыбной продукции, а также повысит ее конкурентоспособность и экспортные возможности.

По словам разработчиков данной технологии, на пищевую добавку, используемую в качестве консерванта, получено свидетельство государственной регистрации, ее безопасность для потребителя подтверждена.

### Пути расширения ассортимента

Для успешной работы на рынке необходимо периодически проводить расширение или обновление ассортимента предприятия, которое, с одной стороны, можно осуществлять за счет добавления в линейку известной рынку продукции, а с другой – за счет внедрения инновационных изделий.

Первый способ хорош тем, что существуют уже проверенные технологии, второй же дает возможность стать первопроходцем, открыть для потребителя новый вкус, заслужить репутацию новатора.

Для того чтобы разработать инновационный продукт, который понравится рынку, необходимо следовать за трендами и отслеживать потребительский спрос.

### Основные тренды

Один из самых актуальных трендов – здоровое питание. Приверженцев его становится все больше и в нашей стране. Люди, придерживающиеся здорового питания, в частности, стараются минимизировать в своем рационе количество соли. Поэтому некоторые зарубежные рыбопереработчики предлагают рынку рыбную продукцию без нее. Например, не так давно американские изготовители



На полках зарубежных супермаркетов часто можно встретить герметичные упаковки с охлажденным рыбным филе, уже посыпанным специями, причем в ту же упаковку вкладывается свежая зелень и долька лимона для маринования рыбы.

рыбных деликатесов вывели на рынок туец без соли.

Еще один тренд – экологические продукты. Для потребителей уже не секрет, что искусственно разведенной рыбе, как правило, дают антибиотики, да и рацион у нее несколько отличается от естественного. Именно поэтому сегодня все более высоким спросом пользуются рыбные изделия, произведенные из сырья естественного вылова, и, изготавливая продукцию из рыбы, выловленной в естественных водоемах, необходимо на эти-



В связи с общим желанием потребителей выбирать в пищу полезные продукты крайне актуальными будут рыбные снеки.

кетке указывать место и время вылова – чем точнее, тем лучше. В этом случае у производителя будет появляться доверие к поставщику.

Ввиду того, что рыбы естественного вылова на прилавках становится все меньше, цена на нее гораздо выше, чем на продукцию аквакультуры, поэтому и презентовать рыбопродукты из такого сырья нужно как премиальные.

Здесь важно учитывать, что потребители, ориентированные на экологически чистые продукты, обычно не покупают полуфабрикатов, так как не доверяют производителям. Однако для них, как и для остальных, актуален вопрос сокращения времени на приготовление пищи. На российском рынке можно встретить множество филе и стейков из различных видов рыб, чаще всего замороженных. Однако для приготовления данных изделий необходимы соль, специи и зелень. Если нужный набор есть дома, а покупатель знает, какие специи оптимально сочетаются с рыбой, то проблем с приготовлением не возникает. А если у человека появляется спонтанное желание приготовить рыбу и при этом ему не хочется подбирать специи и дополнительные ингредиенты, он может оказаться в тупике.

На полках зарубежных супермаркетов часто можно встретить герметич-

Чтобы разработать инновационный продукт, который понравится рынку, необходимо следовать за трендами и отслеживать потребительский спрос.

ные упаковки с охлажденным рыбным филе дорогих видов рыбы, которое уже посыпано специями, причем в ту же упаковку вкладывается свежая зелень и долька лимона или другой ингредиент для маринования рыбы. Такой продукт будет крайне привлекателен для любого потребителя, который думает, что приготовить быстро на ужин, но при этом не хочет приобретать полуфабрикаты.

В связи с общим желанием потребителей выбирать в пищу полезные продукты крайне актуальными будут рыбные снеки. Российскому рынку хорошо известны такие их виды, как вяленая рыба и стружка кальмара. Не так давно на рынке начали появляться рыбные колбаски – инновационный снековый продукт. В частности, данные изделия выпускает компания «Балтийский берег». В их ассортимент входят колбаски из лосося, форели и сельдевой икры. Расфасованы изделия по 20 штук в стограммовую упаковку, которая представляет собой вакуумный пакет с картонной обечайкой.

В сегменте снеков на российском рынке не так давно появился еще один инновационный продукт из водных биоресурсов – чипсы из морской капусты. Они могут быть с разными вкусами: васаби, зеленого чая, чили. Данный продукт появился в странах Азии и уже полюбился жителям Европы и США. Для российских потребителей такой гастрономический изыск пока еще в новинку, да и производить его в России еще толком не научились. Между тем, изготовление чипсов из морской капусты может стать отличным способом повышения рентабельности рыбоперерабатывающих предприятий, особенно тех, которые имеют собственные рыболовные суда.

При вылове рыбы в естественных водоемах морская капуста неизбежно попадает в сеть. Как правило, она используется для приготовления салатов, однако себестоимость изготовления салатов (если ориентироваться на используемое сырье – количество мор-



*taste the quality*

**WWW.REICH-GERMANY.DE**

ООО РЕИХ

Санкт-Петербург

+7 812 380 42 14

[vponomarenko@reich-germany.com](mailto:vponomarenko@reich-germany.com)

[www.vk.com/reichsmoke](http://www.vk.com/reichsmoke)







Большинство предприятий, работающих в рыбной области, все же стараются предлагать традиционный ассортимент, привычный российскому покупателю. Но есть и те, которые осваивают новые, не занятые ниши.

На российском рынке можно встретить множество филе и стейков из различных видов рыб, чаще всего замороженных. Однако для приготовления данных изделий необходимы соль, специи и зелень.

ской капусты, плюс дополнительные ингредиенты) значительно выше, чем изготовления чипсов, при этом цена на упаковку снека из водорослей в рознице точно такая же, как у банки салата.

### Об инновациях – с инноватором

Конечно, большинство предприятий, работающих в рыбной области, все же стараются предлагать традиционный ассортимент, привычный российскому покупателю. Но есть и те, которые осваивают новые, не занятые ниши. Кто как не они могут поделиться своим опытом внедрения инноваций в рыбную отрасль?

В Ленинградской области вот уже несколько лет работает предприятие по выращиванию клариуса (клариевого сома). С одним из его основателей – **Анатолием Воронцовым** – мы и беседовали.

**– Анатолий, до вас в России никто не занимался выращиванием данного вида рыбы. Что натолкнуло вас на идею?**

– Ко мне 8 лет назад обратился мой приятель, бывший полицейский, а ныне пенсионер из Германии Петер Валлер с просьбой помочь ему организовать бизнес в России. Он вырос на ферме, где его родители занимались разведением форели и карпа и, видимо, поэтому мечтал заняться именно рыбоводством. В качестве объекта разведения господин Валлер выбрал африканского клариевого сома (клариуса), так как в Германии в начале 2000-х годов фермеры стали осваивать разведение данной рыбы, считая это прибыльным и перспективным направлением бизнеса.

В селе Беседа Воловского района находилось овощеводческое фермерское хозяйство моей давней знакомой Римы Петровой. Я предложил ей переделать ее овощехранилище в ферму для разведения рыбы, и она согласилась принять активное участие в нашем бизнес-проекте.

Изначально мы реализовывали нашу продукцию в живом и охлажденном виде в рестораны, потом пробовали по тем же категориям продукции работать с сетями, однако ввиду того, что рыба для потребителя новая, мы решили организовать производство продукции глубокой переработки из нее под маркой «Доктор Клариус».

**– Клариус – рыба для рынка новая, и, соответственно, продукция из нее для потребителя – в новинку. Какими принципами вы руководствовались, разрабатывая ассортимент готовых изделий?**

– При разработке ассортимента мы ориентировались на то, что мясо клариуса по вкусу очень похоже скорее не на рыбу, а на мясо кролика. Поэтому мы решили экспериментировать с производством колбасной продукции из этого вида рыбы. В итоге сейчас в ассортимент компании «Доктор Клариус» входит шесть изделий: сосиски обыкновенные, сосиски с сыром, колбаса сыровяленая, рыба

без шкуры горячего и холодного копчения, слайсы (рыбные чипсы).

**– Рецептуру разрабатывали самостоятельно?**

– Да, усилиями наших технологов. К слову, немецкие специалисты предлагали нам купить готовую технологию у них, ведь в Европе колбасная продукция из клариуса хорошо известна потребителям, и рецептура ее изготовления предприятиями отработана. Однако мы отказались. Попробовав изделия из клариуса немецкого производства, мы поняли, что наши потребители их не оценят: они пресноваты на вкус, видимо, потому, что изготовлены как диетические продукты.

**– Какие тренды вы учитывали, изготавливая колбасную продукцию из клариуса?**

– Мы хотели предложить рынку вкусный, натуральный продукт. В итоге наши сосиски на 90% состоят из мяса клариуса. Разрабатывая рецептуры, мы в качестве связующего



**АЛИАНСУПАК**  
пластиковая упаковка

Широкий выбор  
Выгодные цены  
Этикетка ИнМолд  
Работаем со всеми регионами



**НОВЫЕ  
ПРАКТИЧНЫЕ  
ФОРМЫ**

Россия, М.О., г. Мытищи  
Тел. (495) 609-67-15  
[www.aliansupak.ru](http://www.aliansupak.ru)



пытались добавлять свиной или бараний жир, однако вскоре отказались от этой идеи.

**– Какие оболочки вы используете для колбасных изделий?**

– Мы применяем натуральные бараньи оболочки. Видимо, поэтому у нас достаточно много клиентов мусульманского вероисповедания. Они, как выяснилось, боятся покупать мясные колбасные изделия из-за того, что в них содержится свинина, а нашу продукцию приобретают регулярно.

**– Через какие еще каналы сбыта реализовываете свою продукцию?**

– Наши слайсы покупают пивные рестораны, также мы реализовываем продукцию через Интернет-магазины эко-продуктов. Недавно заключили контракты с сетью «Окей» и московской компанией на поставку рыбы горячего и холодного копчения – благодаря тому, что мы фасуем свою продукцию в качественную упаковку, у нас появилась возможность расширить рынки сбыта.

**– Расскажите подробнее про вашу упаковку.**

– Рыбу горячего и холодного копчения мы фасуем в вакуумную упаковку. Также отмечу, что мы решили нестандартно подойти к созданию логотипа. Как правило, этикетки рыбной продукции выполняются в голубых тонах. Мы же, ввиду того, что наши изделия по вкусу и цвету похожи на мясные, решили сделать этикетку с использованием розовых цветов разных оттенков. Таким образом, наша рыба будет выделяться на полке.

**– А не боитесь предвзятого отношения потребителей к рыбной колбасной продукции?**

– Мы прекрасно понимаем, что потребители относятся к таким продуктам с настороженностью, поэтому для

продвижения наших колбасных изделий проводим дегустации. Проверено: попробовав колбасы и сосиски «Доктор Клариус», потребители покупают их с удовольствием, иногда сразу в большом количестве.

**– Вы уже достаточно давно на рынке. Конкуренты по выращиванию клариуса у вас появились?**

– Мы бы и рады были, если бы кто-то еще начал выращивать эту рыбу, тогда можно было бы увеличивать объемы производства готовой продукции, однако пока никто этим заниматься не готов, хотя очень многие предпринимате-



**Анатолий Воронцов,**  
совладелец «Рыбного хозяйства  
Римы Петровой»:

*«Мы применяем натуральные бараньи оболочки. Видимо, поэтому у нас достаточно много клиентов мусульманского вероисповедания. Они, как выяснилось, боятся покупать мясные колбасные изделия из-за того, что в них содержится свинина, а нашу продукцию приобретают регулярно».*

ли к нам приезжают на экскурсии, интересуются нюансами. Не так давно белорусские бизнесмены организовали хозяйство по разведению клариуса, но они начали сотрудничать с израильской компанией, которая поставляет им смолт и корма. Из-за работы на импортном материале себестоимость продукции рыбоводов достаточно высока, поэтому реализовывать ее нашим белорусским коллегам непросто. Мы же выращиваем малька сами, а по поставкам кормов сотрудничаем с компанией из Ленобласти.

Иновации предполагают немалые затраты, с которыми производители не всегда могут справиться собственными силами.

Разработка новых, высококачественных продуктов из водных биоресурсов может принести рыбоперерабатывающим предприятиям хорошую прибыль.

**– Потребность в увеличении мощностей видите?**

– В ближайшей перспективе собираемся расширяться. Наша продукция нравится потребителям, и скоро нужно будет выходить на больший объем, а для этого необходимо выращивать больше рыбы.

Главная же сложность такого проекта, как наш, заключается в том, что приходится решать сразу множество проблем одновременно, так как это совершенно новый для России бизнес. Построить ферму с установкой замкнутого водоснабжения (УЗВ) западного образца мало. Надо выращивать свое материнское ремонтное стадо на протяжении двух лет, отбирая лучших производителей; научиться проводить нерест и выращивать малька (три года работы); разработать корма и найти предприятие, которое сможет по предложенной рецептуре их произвести, так как голландские или датские корма намного дороже; наладить продажу нашей рыбы; разработать рецептуры и ТУ для новой продукции и организовать цех переработки. Все это требует больших инвестиций, много сил и времени, но без этих шагов невозможно наращивать производство рыбы: нет уверенности в возможности реализации.

Я работал 8 лет в большом сельскохозяйственном голландском кооперативе «Агрико» и постарался применить на практике все те знания, которые приобрел за время работы. Фактически на данный момент мы с друзьями создали вокруг клариуса кооператив, позволяющий каждому звену цепи делать все необходимое для достижения общей цели. И мы надеемся, что от этого в выигрыше не только мы, но и потребители.

**В иновации необходимо инвестировать**

Очевидно, что производство инновационных продуктов питания, равно как и закупка инновационного оборудования, позволяющего расширять ассортимент и изготавливать качественную про-

# НА ШАГ ВПЕРЕДИ !

## большой выбор оборудования:

электронные весы с влаго и пылезащитой до IP69

упаковка в лотки (взвешивание, маркировка)

запайка в контейнеры (автомат, п/автомат, ГМС)

динамический контроль (чеквейер, металлодетектор)

вакуумная упаковка (промышленного и экономкласса, ГМС)



КАСцентр

Москва

Тел.: +7 (499) 271 66 27

[www.cas.ru](http://www.cas.ru), [www.caspack.ru](http://www.caspack.ru)  
приглашаем на Росупак-2014

ИННОВАЦИЯ ОТЛИЧАЕТ ЛИДЕРА ОТ ДОГОНЯЮЩЕГО. —Стив Джобс

### Как остаться на плаву в море перемен?

Пополняющийся список выращиваемых рыб, переменчивый рынок сырья и сложные экологические проблемы создают необходимость постоянно совершенствовать процесс производства аквакормов. Компания «Венгер» — многолетний лидер на рынке экструзионных технологий — использует инновационные подходы для решения этой задачи. Последние разработки компании «Венгер»: конусообразная матрица трубчатого типа и расширяющийся конусный шнек, позволяющие в 3–5 раз увеличить производство экструдата малого диаметра по сравнению с экструдером классической конструкции; двухшнековый экструдер, который дает возможность повысить уровень ввода жидких компонентов, в том числе рыбной суспензии и масла; НР-кондиционер с регулятором интенсивности смешивания для производства кормов различных рецептов, например с высоким содержанием крахмала, клетчатки или масла.

И это еще не полный список разработок.

Свяжитесь с нами уже сегодня. Наши новые идеи способны удовлетворить потребности развивающегося рынка аквакультуры.

Превращая намерения в возможности  
ПЕРЕДОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО КОРМОВ



## Что принесет завтрашний день

RUSSIA +7 812 335 06 45

[wenger.com](http://wenger.com)

BELGIUM TAIWAN BRASIL CHINA TURKEY INDIA



Ввиду растущего темпа жизни рыбные продукты высокой степени готовности завоевывают рынок.

дукцию с минимальными потерями сырья – дело затратное, и предприятия не всегда могут найти собственные активы для вложений.

Однако наше правительство сокращает расходы на инновационное направление развития. В частности, 15 апреля оно утвердило доработанную госпрограмму по развитию рыбохозяйственного комплекса, которая предполагает снижение финансирования отрасли до 2020 года на 6,4% – до 83,2 млрд рублей. При этом объеме финансирования подпрограммы «Наука и инновации» был снижен на 2,5%.

В то же время европейские страны, наоборот, активно поддерживают развитие рыбной отрасли.

В частности, сектор рыболовства и аквакультуры в Испании получит инвестиции в размере 3 млн евро в рамках стратегического плана по стимулированию инноваций и технологического развития на 2014-2020 годы. Рыбный сектор Испании, как и все другие отрасли, был поражен экономическим кризисом и остро нуждается в поддержке. Но даже несмотря на это, испанская рыбная промышленность и аквакультура по-прежнему сильны и приносят экономике страны около 6 млрд евро в год, обеспечивая работой более 56 тыс. человек.

Испания также является ведущим поставщиком продукции аквакультуры на европейском рынке, и каждый испанец потребляет около 37 килограммов морепродуктов каждый год.

**Министр сельского хозяйства, продовольствия и окружающей среды Мигель Ариас Каньете** отмечает, что необхо-

димо сохранить и улучшить это положение, хотя, по его словам, рыбный сектор Испании может столкнуться с проблемой растущей конкуренции и глобализации рынков. Решить эту проблему поможет внедрение инноваций на всех этапах производственной цепочки.



**Мигель Ариас Каньете,** Министр сельского хозяйства, продовольствия и окружающей среды:

*«Рыбный сектор Испании может столкнуться с проблемой растущей конкуренции и глобализации рынков. Решить эту проблему поможет внедрение инноваций на всех этапах производственной цепочки.»*

Вопросы инновационного развития отрасли страны обсуждались на третьем конгрессе, посвященном качеству и безопасности рыбы и морепродуктов, состоявшемся в Мадриде в ноябре минувшего года. В частности, для сектора рыболовства были предложены инновационные технологии промыслового мониторинга для уменьшения смертности рыбы и сохранения находящихся под угрозой исчезновения видов.

Ввиду того, что потребители относятся к новым для рынка продуктам с осторожностью, для их продвижения необходимо проводить дегустации.

Торговая сеть Mercadona предложила новый проект по отслеживаемости уловов. Крупнейшая сеть супермаркетов в Испании внедрила новую стратегию по продаже испанской свежей рыбы и использует новый инструмент, чтобы отслеживать все действия, используемые в рамках цепочки поставок. С помощью специального штрих-кода можно узнать информацию о продукте, дате и месте вылова рыбы, дате поставки продукта с аукционов в супермаркеты Mercadona и т. д.

Инновации в упаковке морепродуктов также стали важным вопросом, обсуждавшимся на мероприятии. Были отмечены некоторые новые проекты по инновационному производству упаковки для рыбной продукции.

Одной из самых оригинальных идей, представленных на мероприятии, стало предложение о продаже рыбы через торговые автоматы. Авторы проекта говорят, что идея возникла из необходимости адаптироваться к новым потребностям рынка, и торговые автоматы могут быть хорошим решением для покупки того или иного вида продукта, когда супермаркеты закрыты.

### Качество, опыт и технологии

Таким образом, для того чтобы рыбоперерабатывающее предприятие было конкурентоспособным, а продукция не приелась потребителям, необходимо предлагать покупателям не только уже любимые изделия, в сегменте которых, как правило, конкуренция достаточно высока. Нужно постоянно отслеживать тенденции рынка, корректировать объем выпуска тех или иных изделий, исходя из количества продаж, не бояться смелых экспериментов.

И конечно, во главе всего должно быть качество: вкусный и полезный продукт потребитель обязательно оценит по достоинству, даже если его появление на рынке не будет сопровождаться громкой рекламной кампанией с внушительным бюджетом. **РБ**

Подготовила:



Елена Максимова

Информация предоставлена  
«Рыбным союзом»

# Килька возвращается в Россию

*Россельхознадзор 7 марта снял временные ограничения в отношении поставок рыбы, рыбной и морской продукции эстонских предприятий DGM Shipping AS и Eesti Traalpuugihistu.*

Дело в том, что эстонские рыбоперерабатывающие предприятия и ветеринарная служба этой страны оперативно отреагировали на выявленные в ходе инспекции в октябре прошлого года российскими ветеринарами нарушения по обеспечению требований безопасности экспортируемой на территорию России и стран Таможенного союза кильки. Эстонская сторона приняла необходимые меры, которые были отражены в отчете ветеринарной службы по устранению недостатков.

Россельхознадзор, в свою очередь, быстро проанализировал представленный отчет и принял решение о возобновлении поставок рыбы с указанных предприятий, что особенно своевременно в условиях путины.

Тем самым были учтены интересы российских рыбопереработчиков, которые в период действия запрета на поставки эстонской рыбы производили готовую продукцию из сделанных ранее и уже истощающихся запасов сырья. Возобновление поставок позволит избежать дефицита кильки, прогнозируемого ранее сокращения объемов производства продукции и возможного увольнения работников, занятых на переработке этой рыбы.

«Учитывая результаты анализа представленных ветеринарной службой Эстонии материалов по устранению недостатков, выявленных в ходе инспекции эстонских рыбоперерабатывающих предприятий в октябре прошлого года, а также принимая ее гарантии, Россельхознадзор счел воз-



Эстония, по данным аналитиков, – один из основных экспортеров в Россию балтийской кильки. В 2012 году эта страна экспортировала в Россию около 28 тыс. тонн этой рыбы в замороженном виде, что составляет 56% от общего объема российского импорта по данной позиции.

можным отменить временные ограничения в отношении поставок рыбы, рыбной и морской продукции предприятий № 472 DGM Shipping AS и № 561 Eesti Traalpuugihistu», – сказано в составленном ведомством документе. Вместе с тем, пока остаются

в силе временные ограничения на поставку в Россию рыбной продукции с предприятий № 274 (OU Geirom) и № 213 (OU Saare Fishexport). Они сохраняются до проведения повторной инспекции специалистами Таможенного союза. Указанные производители при выработке продукции использовали сырье предприятий третьих стран, ввоз товаров из которых в Россию временно ограничен, и переупаковывали их продукцию с целью дальнейшего ее экспорта на территорию Таможенного союза.

Напомним, что запрет на импорт эстонской кильки в Россию был введен в январе текущего года для шести крупнейших производителей. Еще для двух импортеров Эстонии доступ продукции на территорию России ограничили в ноябре прошлого года. Как сообщалось ранее, партию консервов шпрот с превышенным содержанием бензапирена, привезенных из Латвии, обнаружили в ходе ветеринарного контроля на российской таможне. В результате лабораторных исследований было выявлено превышение предельно допустимого уровня канцерогена, что нарушает требования законодательства Таможенного союза и России.

Эстония, по данным аналитиков, – один из основных экспортеров в Россию балтийской кильки. В 2012 году эта страна экспортировала нам около в Россию около 28 тыс. тонн этой рыбы в замороженном виде, что составляет 56% от общего объема российского импорта по данной позиции. За этот период общий объем эстонского экспорта рыбы и рыбопродукции в Россию составил около 41 тыс. тонн. За первые 10 месяцев минувшего года, по сравнению с аналогичным периодом 2012 года, Эстония снизила поставки кильки в Россию на 1% до 21,3 тыс. тонн. **РБ**

Гость:



**Виктор Павлов,**  
генеральный директор компании  
«ГлавТоргПродукт»

Беседовала:



**Елена Максимова**

# Самое важное – вовремя среагировать на изменение спроса

«ГлавТоргПродукт» – один из крупнейших поставщиков рыбы и морепродуктов в России. По предварительным итогам, торговый оборот компании за минувший год вырос в 2,5 раза по сравнению с показателем 2012 года.

Руководство компании связывает рост объемов товарооборота с успешной реализацией программы стратегического развития предприятия. Один из ее компонентов – расширение ассортиментной линейки морепродуктов по оптовой торговле. В 2013 году она выросла на 25%.

Эксперты обозначили и новую тенденцию на рынке, которая положительно сказалась на росте оборота компании. Ранее до 80% продукции, которую поставлял на рынок «ГлавТоргПродукт», относилось к классу элитной. Например, креветка и краб. Сейчас спрос изменился, и большей популярностью пользуются рыбные продукты, ориентированные на покупателей среднего класса.

Генеральный директор компании «ГлавТоргПродукт» Виктор Павлов поделился с нами своим опытом и взглядами на специфику российского рыбного рынка.

– Виктор, в связи с чем, на ваш взгляд, изменился потребительский спрос с деликатесной продукции на



**Виктор Павлов,**  
генеральный директор компании  
«ГлавТоргПродукт»:

«Мы всегда отдаем предпочтение поставщикам с крепкой репутацией, которые смогли зарекомендовать себя на рынке».

**более дешевой? Как давно существует эта тенденция?**

– Тенденцию снижения спроса на деликатесную продукцию мы можем наблюдать в течение последних восьми месяцев и связываем это, в первую очередь, с нестабильной экономической ситуацией в стране. Снизилась платежеспособность населения, увеличился уровень безработицы и, как результат, вырос спрос на мас-

совую продукцию, например, сельдь и скумбрию. Хотя ранее это была продукция, которую мы поставляли на рынок, относилось к классу элитной.

Мы вовремя отреагировали на эти изменения и скорректировали свою стратегическую программу и планы по работе с клиентской базой. Кризисная экономическая ситуация усложнила работу на внешнем рынке с импортным сырьем, поэтому мы по-другому расставили приоритеты и выбрали внутренний потребительский рынок России в качестве основного. Сделав ставку на клиента среднего класса и достатка, мы не прогадали: торговый оборот компании за год вырос в 2,5 раза.

**– Продукция какой степени переработки пользуется сегодня наибольшим спросом? Назовите наиболее покупаемые позиции.**

– По нашей статистике наибольшим спросом пользуется продукция высокого качества, изготовленная отечественным производителем и хорошо известная российскому потребителю. Это скумбрия холодного и горячего копчения, треска, окунь горячего копчения, сельдь слабой соли, рыбные пресервы, салаты из морской капусты. Именно на эту продукцию на данный момент сделан упор в производстве компании.

**– Обращают ли потребители внимание, приобретая рыбную продукцию, на репутацию торговой марки?**





**На что вообще, как правило, они ориентируются, делая свой выбор?**

– Первое, на что обращают внимание покупатели при выборе рыбной продукции – это ее внешний вид. Рыба должна выглядеть свежей, аппетитной, иметь «здоровый» цвет. После оценки внешнего вида рыбы покупатель уже связывает его с торговой маркой, далее соотносит репутацию торговой марки со вкусовыми качествами рыбной продукции. Именно поэтому производитель или поставщик должен тщательно следить за качеством и состоянием морепродуктов и рыбы. Это имеет первостепенное значение.

**– Насколько увеличился пул партнеров компании «ГлавТоргПродукт» в прошлом году? Планируются ли новые контракты в этом?**

– ОАО «ГлавТоргПродукт» отдал приоритет работе с мелкооптовыми торговыми сетями, магазинами шаговой доступности, отдельными розничными точками. Как результат, существующая сетевая торговая база компании увеличилась за 2013 год на 30%. Мы оцениваем процент прироста клиентов как весьма высокий и планируем сохранить эту тенденцию. Поиск новых партнеров – процесс перманентный, уже сейчас несколько новых контрактов находятся на стадии обсуждения.

**– По каким критериям вы выбираете поставщиков продукции?**

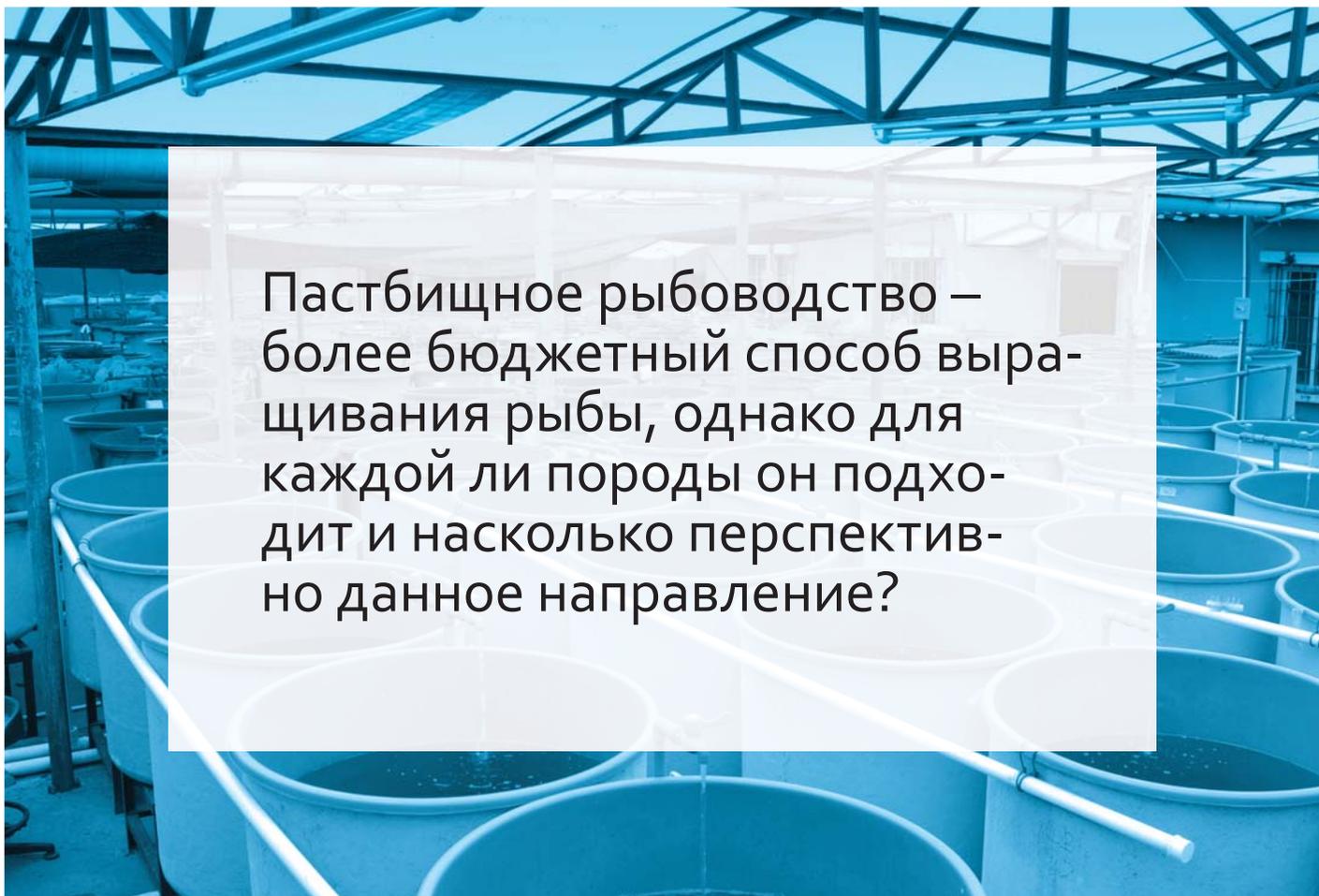
– Основным критерий выбора поставщика – это стабильная честная работа на протяжении нескольких лет и высокое качество продукции. Мы всегда отдаем предпочтение поставщикам с крепкой репутацией, которые смогли зарекомендовать себя на рынке. Однако помимо имиджа наши специалисты, разумеется, оценивают финансовые условия, предлагаемые компанией, дислокацию поставщика, сроки поставки и другие факторы.

**– Как, на ваш взгляд, будет развиваться российский рыбный рынок в ближайшие годы?**



– С большой долей вероятности можно предположить, что российский рыбный рынок будет переориентирован на отечественного производителя. Увеличится процент роста рыбоперерабатывающих предприятий, которые станут стремительно доминировать на внутреннем рынке. В частности, мы прогнозируем динамичное развитие малых предприятий в этой сфере. **ES**





Пастбищное рыбоводство – более бюджетный способ выращивания рыбы, однако для каждой ли породы он подходит и насколько перспективно данное направление?

Подготовила:



Елена Максимова

## Пастбищное рыбоводство: тенденции и перспективы

**Р**азведение рыбы в искусственных водоемах или в садках на базе естественных водоемов – направление, требующее серьезных материальных вложений и трудозатрат. Пастбищное рыбоводство – более бюджетный способ выращивания рыбы, однако для каждой ли породы он подходит и насколько перспективно данное направление? Попробуем разобраться.

### Основные принципы

Пастбищная аквакультура – это выращивание рыбы в искусственных условиях от оплодотворения до мальковой стадии с последующим выпуском в открытые водоемы для нагула, который ведется за счет естественной кормовой базы. Родителей для мальков в данном случае отлавливают в природных водоемах.

Данное направление рыбоводства основано на принципе освоения естественного продукционного потенциала водоемов путем их зарыбления быстрорастущими видами рыб, не конкурирующих между собой в питании. Такими, например, как карп (сазан), толстолобик и белый амур. При этом степень реконструкции экосистем конкретных водоемов должна

определяться их продукционными возможностями и ценностью местной ихтиофауны. Водоемы, перенесенные малоценной тугорослой рыбой (карасем, верховкой и др.), целесообразно заселять быстрорастущими хищниками (щукой и судаком), потребительские качества которых на порядок выше, чем, например, карася. Однако очень важно, чтобы все работы по интродукции рыбопосадочного материала в водоемы проводились в соответствии с рыбоводно-биологическими обоснованиями.

### Территориальный аспект

Россия включает в себя большое количество различных природно-климатических зон, определяющих особенности организации и ведения аквакультуры в разных регионах страны. Из семи федеральных округов только в трех – Дальневосточном, Южном и Северо-Западном – имеются условия для развития морского пастбищного рыбоводства.

Приоритетным в Дальневосточном федеральном округе, по мнению специалистов, может стать выращивание морских видов рыб, чему способствуют природно-климатические и гидрологические условия прибрежных акваторий. Об этом свидетельствует опыт соседних стран – Японии, Кореи и Китая.

В Северо-Западном федеральном округе представляется перспективным ведение холодноводного рыбоводства в озерах, площадь которых в округе превышает 5,5 млн гектаров. Пастбищное рыбоводство в данном регионе может базироваться на выращивании лососевых и сиговых рыб. Имеющиеся в округе тепловые электростанции дают возможность развивать рыбоводство на подогретых водах, что расширяет видовой ассортимент выращиваемых рыб, а близлежащие крупные мегаполисы позволяют прогнозировать отсутствие проблемы сбыта высокоценной продукции аквакультуры.

Многообразие природно-климатических условий и наличие различных типов рыбохозяйственных водоемов позволяют развивать в Южном федеральном округе пастбищное рыбоводство в озерах, лиманах и водохранилищах ирригационного и сельскохозяйственного назначения, а также марикультуру на Азовском, Черном и Каспийском морях.

Стоит учитывать и наличие в округе большого количества малых водохранилищ и прудов руслового типа, а также благоприятные климатические условия для развития интегрированных форм рыбоводства.

Приоритетным направлением развития аквакультуры в Приволжском федеральном округе может стать пастбищное рыбоводство на водохранилищах Волжско-Камского каскада, площади которых превышают 1,3 млн гектаров.

По мнению специалистов, Центральный федеральный округ, являясь наиболее населенным, располагает наименьшим рыбохозяйственным фондом озер и водохранилищ, в связи с чем здесь приоритетны такие направления развития аквакультуры, как прудовое рыбоводство и индустриальная аквакультура с исполь-



Пастбищное рыбоводство основано на принципе освоения естественного продукционного потенциала водоемов путем их зарыбления быстрорастущими видами рыб, не конкурирующих между собой в питании.

зованием подогретых вод энергетических объектов. Высокая стоимость земли, воды и значительный спрос на премиальные рыбные продукты позволяют прогнозировать выращивание деликатесных видов и пород рыб в индустриальных установках с замкнутым циклом водообеспечения. Продолжение интенсивного развития в округе рекреационного рыбоводства потребует установления долгосрочных производственных связей с рыбоводными хозяйствами южных регионов России.

Озерным краем можно назвать Уральский федеральный округ, площади этого вида водоемов там превышают 6,2 млн гектаров. В республиках и областях этого округа имеется определенный опыт ведения озерного товарного рыбоводства, что позволяет прогнозировать в качестве приоритетного направления развития ак-

вакультуры пастбищное рыбоводство с выращиванием видов и пород рыб холодноводного и тепловодного комплексов.

Сибирский федеральный округ располагает крупнейшим рыбохозяйственным фондом озер и водохранилищ, превышающим 7,3 млн гектаров, что позволяет рассматривать этот регион как весьма перспективный для развития пастбищной аквакультуры. В краях и областях округа накоплен опыт ведения товарного рыбоводства на озерах, однако значительные площади сибирских водохранилищ и слабая населенность большинства этих территорий позволяет прогнозировать развитие пастбищного рыбоводства в «точечном» варианте. Регион имеет значительные запасы геотермальных вод, что делает весьма перспективным и экономиче-

ски выгодным ведение индустриального рыбоводства с использованием природно-подогретых вод.

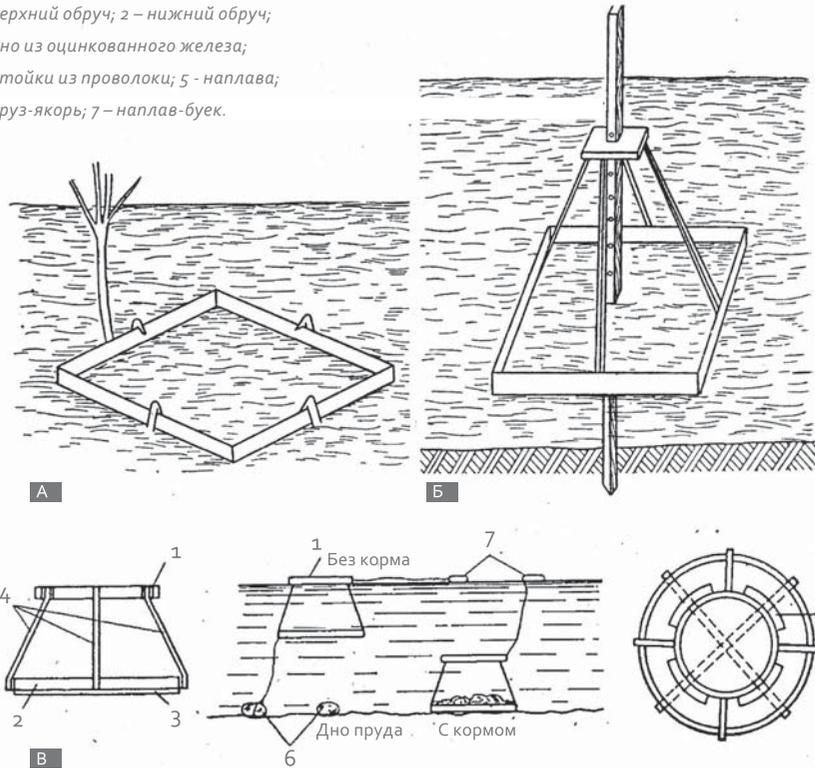
### Кормление

Как известно, основу пастбищного выращивания рыбы составляет использование естественной кормовой базы водоема. Это значительно снижает себестоимость ее производства по сравнению с прудовым рыбоводством. Однако при небольших размерах водоема (до 70-100 гектаров) и возможности обеспечить хозяйство запасом собственных сравнительно недорогих кормов (например, зерноотходами) целесообразно использовать подкормку рыбы с целью увеличения выхода рыбопродукции.

По словам специалистов, запасы естественной пищи в водоемах ограничены и могут обеспечить прирост рыбной продукции до 50-200 кг/га.

Кормушки для рыбы

- а – донная кормушка; б – подъемная кормушка;
- в – металлический самовсплывающий столик;
- 1 – верхний обруч; 2 – нижний обруч;
- 3 – дно из оцинкованного железа;
- 4 – стойки из проволоки; 5 – наплава;
- 6 – груз-якорь; 7 – наплав-бук.



Между тем многие рыбоводные хозяйства получают до 500 килограммов и более товарной рыбы с 1 гектара. Это достигается за счет кормления рыбы искусственными кормами. Общая рыбопродуктивность при этом обеспечивается за счет естественной кормовой базы и вносимых кормов.

О пищевой ценности того или иного корма судят по кормовому коэффициенту. Под кормовым коэффициентом понимают количество корма (в килограммах), которое необходимо скормить рыбе, чтобы получить прирост, равный 1 килограмму. Следовательно, чем меньше цифра кормового коэффициента, тем ценнее корм. Например, кормовой коэффициент вареного картофеля – 20, а мясокостной муки – 2. Это значит, что для увеличения массы рыбы на 1 килограмм, нужно скормить ей 20 килограммов вареного картофеля или 2 килограмма мясокостной муки. Имеются специальные рыбные комбикорма, хорошо сбалансированные по основным питательным веществам и обладающие низким кормовым коэффициентом. Однако при выборе корма в озерных хо-

зяйствах необходимо в первую очередь использовать более доступные и дешевые корма. Это значительно снизит себестоимость производства рыбы. Возможность использования таких кормов объясняется наличием



Под кормовым коэффициентом понимают количество корма (в килограммах), которое необходимо скормить рыбе, чтобы получить прирост, равный 1 килограмму.

в озерах естественных кормовых ресурсов, что компенсирует недостаток отдельных пищевых компонентов во вносимых кормах.

Озерные нагульные хозяйства для кормления товарной рыбы применяют в основном корма местного производства (зерно и зерноотходы, отходы пищевой промышленности и т. п.). Такие кормовые компоненты перед скормлением рыбе необходимо подгото-

вить. Зерновые отходы дробят и замачивают в воде, отруби, муку и дробленый жмых обязательно замешивают с водой до густой консистенции. Картофель и другие корнеплоды варят. Морковь, свеклу, капустные листья и водоросли хорошо измельчают и дают в смеси с другими кормами в количестве 20-30% к сырой массе. Продукты животного происхождения – рыбную и мясокостную муку – лучше давать в смеси с растительными кормами в виде тестообразной массы.

Карп (сазан), имеющий массу тела более 100 граммов, хорошо поедает и переваривает цельное зерно (пшеницу, ячмень, кукурузу). Поэтому рекомендуют в этот период для кормления рыбы использовать недробленые зерноотходы, что предупреждает непроизводительный расход корма (выщелачивание и т. п.).

Подкармливание карпа (сазана) искусственными кормами в озерах проводится или со специальных столов-кормушек, или на кормовых местах, расположенных в прибрежной части водоема, на участках с чистым твердым грунтом, в местах глубиной не менее 0,6 метра. При отсутствии кормушек кормовые места отмечают вешками. Размер кормушек, которые бывают неподвижными, подъемными и самовсплывающими, – 1х1 метр с высотой бортиков 10-15 сантиметров. У подъемных кормушек через отверстие в центре площадки пропущен шест, забиваемый в дно водоема. Площадки закрепляют на шесте клиньями. В само-

всплывающих кормушках к столику добавляются верхний и нижний обручи, приваренные к четырем стойкам из проволоки. К верхнему обручу крепят пенопластовые поплавки, а к нижнему – груз массой 2-3 килограмма. Неподвижные кормушки закрепляют за грунт рогаками. Подъемные или всплывающие столики поднимаются на поверхность после того, как корм съедается рыбой. **РС**

# ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ\*

# ПРОД ЭКСПО

9–13  
февраля 2015

22-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ  
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ  
И СЫРЬЯ ДЛЯ  
ИХ ПРОИЗВОДСТВА



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



## Вместе к успеху!

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ

\* Согласно Общероссийскому рейтингу выставочных мероприятий 2012–2013 гг.  
Подробнее о рейтинге – на сайте [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)

Организатор  
**ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА



18+  
Реклама



В ПОЛЯХ

Гость:  
**Ольга Горбач**,  
руководитель филиала  
по Москве и Московской  
области ЗАО «Мир  
Упаковки»

Беседовала:  
**Елена Максимова**



## Ольга Горбач: Специалист по продажам по своей сути – творческий предприниматель

— **Расскажите о первой значимой для Вас продаже. Как она повлияла на Вашу карьеру?**

– В 1998 году, еще работая в другой фирме, я смогла организовать с нуля производство бутылок для компании «Аист». Тогда нынешние производители пластиковой тары еще занимались импортом упаковки из Финляндии и только подумывали об открытии собственных заводов в России. Конкурент, так же как и мы, был готов организовать производство под этот контракт, для чего собирался переместить готовый цех из Финляндии, но я убедила заказчика, что

Нужно отвлекаться. Отвлекаться, как минимум, для того чтобы расширять свои горизонты и быть интересной клиентам как личность.

Коммерсант не должен про-буждать у собеседника ком-плексы.



#### досье

ФИО:

Ольга Витальевна Горбач

Компания, должность:

ЗАО «Мир Упаковки», руководитель филиала по Москве и Московской области

Карьера в компании:

2000-2009 годы – коммерческий директор, с 2009 года – директор Московского филиала,

30 декабря 2011 года за долгосрочную и добросовестную работу присвоено звание «Почетный работник»

Место рождения:

город Кривой Рог

Дата рождения:

10.05.1963 г.

Работает в продажах:

с 1996 года

Сумма заключенных контрактов:

оборот только с ключевыми с компаниями, которые были в свое время привлечены лично Ольгой Горбач,

за 2013 год составил более 200 млн рублей

Места, где побывала в командировках:

от Европы до Сахалина включительно

Семейное положение:

не замужем, есть взрослая дочь

—  
*Когда человек улыбается, это первый шаг с его стороны к сотрудничеству.*

наши услуги подойдут им больше. И организовала весь процесс – начиная от изготовления пресс-форм и закупки станков.

Конкурент узнал об этом во время выставки «Росупак» и пришел к нам на стенд ругаться. Но зауважал. Кстати, с этим коллегой по рынку мы с тех пор вполне продуктивно общаемся. Эта история дала мне понять, что мой уровень как коммерсанта вырос достаточно, чтобы находить нужные аргументы и заключать серьезные контракты.

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

– Мама хотела, чтобы я стала стоматологом. А я с 8 класса метила в режиссеры. Хотела поступать во ВГИК, в итоге поступила в Ленинградский институт киноинженеров (ЛИКИ), потом перевелась в Ленинградский институт точной механики и оптики (ЛИТМО) – так уж вышло.

**– Каковы, на ваш взгляд, главные качества хорошего продавца? Всеми ли вы обладали от природы, или чему-то пришлось учиться? Как вы этому учились?**

– Хороший коммерсант должен уметь изучить заказчика как человека, со всех сторон, а также понять нюансы его производственного процесса, сложности, которые в отрасли

возникают. Только тогда он сможет решить проблемы и вопросы клиента. Мои способности в этой сфере, видимо, от природы.

**– Для коммерсанта очень важно умение убеждать. У вас это качество врожденное или приобретенное? Расскажите, как оно помогает Вам в жизни?**

– 50/50 – частично мои знания основаны на чтении психологической литературы, частично – врожденное чутье. Сами подумайте, как Телец, управляющий Домом денег, может не быть коммерсантом?

**– Сколько вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом человеке?**

– Если говорить о моих сотрудниках – пара дней. Надо послушать, как человек говорит по телефону, как разбирается с проблемами. И непременно с ним отобедать за одним столом.

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

– Я рассказываю анекдоты и веселые истории из собственной жизни, которых много. Когда человек улыбается, это первый шаг с его стороны к сотрудничеству.

**– Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола?**

– Конечно, может. Мне еще никто не говорил, что это им было неприятно.

**– Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?**

– Помогает, проверьте. Советую применять.

**– Изменился ли за последние 10-15 лет портрет типичного руководителя компании-производителя продуктов питания?**

– Сейчас руководящие позиции в компаниях, с которыми я работаю, занимают те же люди, которые были 10 лет назад, поэтому нет, не изменился.



— *В пути нахожусь в основном в Сапсане, перемещаясь между московским офисом и заводом в Петербурге. Не стану вам говорить, что работаю на ноутбуке. Отдыхаю, читаю и смотрю кино. В последний раз с удовольствием посмотрела «Легенду №17». Нужно отвлекаться. Отвлекаться, как минимум, для того чтобы расширить свои горизонты и быть интересной клиентам как личность.*

– У менеджера по продажам есть четкая цель: заключить контракт и заработать для себя и для компании. Однако не каждые переговоры заканчиваются сделкой. Получаете ли вы удовольствие просто от общения с клиентом?

– Да, даже если общение проходит интересно, не всегда обстоятельства заказчика (вид продукции, оборудование, география) позволяют нас встроить в его бизнес-процесс, но через какое-то время все может измениться, и мы начнем сотрудничать.

– Дают пустые встречи что-либо, помимо потраченного времени? Анализируете ли вы их?

– Свои – нет, моих сотрудников – да.

– Какие ошибки допускают неопытные сотрудники отдела продаж наиболее часто?

– Отсутствие опыта продаж может привести к слабой подготовке к переговорам. Допустим, неопытный сейлз

может плохо изучить психологический портрет заказчика.

– Каких слов категорически не должен иметь в своем лексиконе специалист по продажам? Каких действий он категорически не должен совершать?

– Не назову вам конкретные слова и действия. Если говорить в общем, то коммерсант не должен пробуждать у собеседника комплексы. Потенциальный клиент не должен чувствовать себя некомпетентным. Необходимо быть на одном уровне с собеседником, он должен видеть, что вы «одной крови». Поэтому, например, на выставке, когда к нам подходит молодой, начинающий снабженец, я, как правило, предлагаю ему пообщаться с таким же молодым сотрудником нашей компании.

– С кем у вас складываются более теплые партнерские отношения: с клиентами из регионов или со сто-

личными заказчиками? Чувствуется ли разница в менталитете?

– Разница лишь в скорости прохождения процессов, в регионах все происходит медленнее, медленнее идет изложение мысли. А так – все тоже самое.

– Иногда с потенциальными партнерами можно познакомиться не только в деловой поездке, но и в других местах, например, на отдыхе. Были ли у вас такие ситуации?

– Были. Запомнившийся случай – знакомство с представителем одной очень известной транснациональной корпорации в Квинс-тауне (Новая Зеландия). Это место, где изобрели многие экстремальные виды спорта. До этого представители корпорации вообще не обращали на нас внимание, а тут оказалось, что сотрудники «Мира Упаковки» имеют оригинальные и совпадающие с ними хобби и увлечения.

Что я считаю самым важным в жизни?.. Быть интересным себе и оставаться таковым для других людей.



– **Есть ли у вас талисман?**

– Подвеска в виде сердечка, подаренная дочерью. А еще у меня всегда с собой двойная иконка Ксении Блаженной и Матрены Московской.

– **Расскажите о самой необычной ситуации подписания договора в вашей практике.**

– Договора обычно подписываем в офисе, ничего нестандартного.

– **Какие города из тех, где вы бывали в командировках, можете назвать любимыми? Чем они вам запомнились?**

– Южно-Сахалинск. Золото там повсюду и практически под ногами – я имею ввиду икру рыб лососевых пород.

– **Вы часто говорите о работе в нерабочее время: с друзьями, семьей?**

– Часто. Работа – это школа жизни!

– **Вам легко удается отключаться от работы?**

– Увы, нет.

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

– Одинаково.

– **К своим сотрудникам вы предъявляете высокие требования? Какие?**

– Высокие. Коммерсант должен хотеть думать над решением поставленной задачи, стремиться к оптимизации, напрягать мозги – тогда я поверю, что они у него есть. В общем, личность должна быть креативная. Но у меня есть подчиненные и другой категории – менеджеры по отгрузкам (логисты). Тут интересно взглянуть на школьный аттестат, как

обстоит дело с математическими науками. Логист должен уметь быть исполнительным, то есть, осуществляя поставленные задачи, не поддаваться на провокации других подразделений, стоять как камень. На этой позиции мне нравятся бывшие военные.

– **Как вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?**

– Страхом. Шучу, конечно. Мотивация коммерсанта это его проценты с продаж, мне лишь остается подогреть его желание зарабатывать, помочь ему поменять свои представления о том, что такое «нормально зарабатывать». Потому что у нас хватает людей, которым много не нужно.

– **По своей сути, коммерсант – больше предприниматель или исполнитель?**

– Мне нравится термин «творческий предприниматель».

– **Вы любите смотреть фильмы с сюжетами о бизнесе? Назовите фильм, который вы показали бы своему отцу по делу продаж.**

– Фильмы такие не припоминаю, а вот из книг советовала бы прочесть «Атлант расправил плечи» американской писательницы Айн Рэнд.

– **То есть, на чтение книг время находите?**

– Да, особенно в дороге. Сейчас читаю «Тропик Рака» Генри Миллера.

– **Какую книгу, по вашему мнению, можно назвать энциклопедией продаж?**

– Не знаю такой. Но всегда пойдет на пользу изучить труды Фрейда.

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

– Конечно, путешествие. По мистическим местам Ирландии. Со мной в качестве сопровождающего, разумеется.

– **Что вы считаете самым важным в жизни?**

– Быть интересным себе и оставаться таковым для других людей.



## День «в поле»

В деловую поездку я обязательно беру с собой себя.

Находясь в пути, я... В пути нахожусь в основном в Сапсане, перемещаясь между московским офисом и заводом в Петербурге. Не стану вам говорить, что работаю на ноутбуке. Отдыхаю, читаю и смотрю кино. В последний раз с удовольствием посмотрела «Легенду №17». Нужно отвлекаться. Отвлекаться, как минимум, для того чтобы расширять свои горизонты и быть интересной клиентам как личность.

Собираясь на переговоры, я пытаюсь составить психологический портрет человека, с которым предстоит встреча.

Если я опаздываю на встречу – звоню и предупреждаю. Но стараюсь не создавать такие ситуации.

Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу – отношусь спокойно: Москва, пробки...

Как правило, я могу определить, готов ли человек заключить контракт по следующим признакам: смотрю, насколько он готов шутить и как реагирует на мои провокационные вопросы. Бывало и так, что ты пару лет общаешься с потенциальным заказчиком, обиваешь пороги, участвуешь в его тендерах, и в итоге твоя настойчивость приводит к тому, что он все-таки убеждается в необходимости сотрудничества с «Миром Упаковки».

Я считаю сделку состоявшейся после того, как увижу готовность партнера общаться со мной на отвлеченные от бизнеса темы. И когда он «подсаживается» на это общение, становится ясно, что заказы будут прекрасным связующим звеном для продолжения взаимоотношений. **PC**



«ПРОДЭКСПО-2014»

10–14 февраля 2014 г.

Москва  
Центральный выставочный комплекс  
на Красной Пресне



Подготовила:



Елена Максимова

Информация предоставлена  
пресс-службой ЗАО «Экспоцентр»

Фото: [www.prod-expo.ru](http://www.prod-expo.ru)



Отличительная черта  
«Продэкспо» – большое число  
национальных экспозиций.

## Ключевые достижения участников продовольственного рынка

Знаковым событием года для продовольственной отрасли стала XXI Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2014». Смотр был организован Экспоцентром при содействии Министерства сельского хозяйства России, под патронатом Торговопромышленной палаты России, Правительства Москвы и проходил с 10 по 14 февраля 2014 года в Центральном выставочном комплексе на Красной Пресне.



## Главное событие российского продовольственного рынка

На церемонии официального открытия **генеральный директор ЗАО «Экспоцентр» Сергей Беднов** отметил: «Экспозиция этой выставки стала крупнейшей за всю историю существования проекта. По масштабу участия транснациональных брендов и зарубежных компаний «Продэкспо» – абсолютный лидер на выставках продовольствия не только в России, но и в ряде ведущих экономических держав». Судите сами, на выставочной площади 48 733 м<sup>2</sup> продемонстрировали свои новинки и возможности 2 288 участников из 64 стран, в том числе на уровне 35 национальных экспозиций. Выставку «Продэкспо-2014» посетили 52 717 человек, из них 94% – специалисты отрасли. Общее количество посетителей составило 122 514.

На церемонии официального открытия «Продэкспо-2014» выступил **заместитель министра сельского хозяйства РФ Андрей Волков**, который назвал «Продэкспо» крупнейшим в России и Восточной Европе форумом предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. Замминистра выразил уверенность, что «конструктивное общение в рамках форума послужит не только появлению на свет перспективных идей, но и поспособствует их успешному воплощению в жизнь». Накануне открытия выставки состоялась посвященная ей пресс-конференция, на которой выступили **генеральный директор**

**компании ЭКО БИО Центр Лилия Ле Глонек**, а также представители национальных экспозиций. Участники пресс-конференции сошлись во мнении, что многолетняя история существования этого крупного продовольственного форума подтверждает его актуальность и социальную значимость для отечественного продовольственного рынка и укрепления позиций национальных производителей сельхозпродукции, а так-



**Андрей Волков,**  
заместитель министра  
сельского хозяйства РФ:

*«Конструктивное общение в рамках форума послужит не только появлению на свет перспективных идей, но и поспособствует их успешному воплощению в жизнь».*

же реализации приоритетных национальных проектов, направленных на повышение качества жизни российских потребителей.

### Национальные экспозиции

Отличительная черта «Продэкспо» – большое число национальных экспозиций. В этом году на государственном уровне были представлены компании из 35 стран. Традиционно многопрофильные национальные стенды сформирова-

ли Германия, Испания, Италия, Австрия и Венгрия. Франция на «Продэкспо-2014» организовала юбилейную, 20-ю экспозицию с участием около 60 компаний.

Были и премьеры: впервые с национальным стендом участвовала Южно-Африканская Республика. Существенно увеличили свое присутствие Польша, Китай, страны Прибалтики и Парагвай. В 2014 году вновь привезли национальные экспозиции Армения, Марокко и Черногория, дебютировавшие на государственном уровне в 2013 году. После продолжительного перерыва на «Продэкспо» вернулся национальный стенд Турции. В числе участников снова оказались Япония, Бразилия и Болгария.

Более того, 11 февраля на «Продэкспо-2014» состоялся День Болгарии. Национальное участие в выставке было организовано Посольством Республики в Российской Федерации, Исполнительным агентством по поддержке малых и средних предприятий Болгарии, Центром промышленности республики Болгария в Москве и Службой по торгово-экономическим вопросам Посольства Республики Болгария. Открывая программу мероприятий национального дня, **Чрезвычайный и Полномочный посол Республики Болгария в Российской Федерации Бойко Коцев** отметил, что «Продэкспо-2014» – это осязаемая поддержка болгарских производителей продовольствия и напитков в поисках новых рынков, а деловые контакты и дискуссии в рамках Дня Болгарии будут способствовать успешному развитию двусторонних отноше-



«ПРОДЭКСПО-2014»

2 288 участников из 64 стран

Выставку «Продэкспо-2014» посетили 52 717 человек, из них 94% – специалисты отрасли. Общее количество посетителей составило 122 514



ний и российско-болгарских внешнеэкономических связей.

Национальный День Болгарии предоставил возможность участникам и посетителям выставки «Продэкспо-2014» познакомиться с продукцией болгарских производителей. Состоялись также презентации продовольствия и напитков, мастер-классы национальной кухни и национальных танцев и многое другое.

В этом году на государственном уровне в выставке «Продэкспо-2014» участвовала Македония. Оценивая выставку, **Президент Республики Македония Георге Иванов** выразил уверенность, что «Продэкспо» внесет вклад в развитие дальнейших отношений между Россией и Македонией.

### «Сделано в России» звучит гордо

Все же самой представительной на «Продэкспо-2014» была российская экспозиция. Свою продукцию продемонстрировали 1 375 отечественных предприятий пищевой промышленности из всех регионов страны. Производители Псковской, Смоленской, Тульской и Кировской областей участвовали в выставке коллективными стендами. Позитивная тенденция создания региональных экспозиций, наметившаяся в последние годы, свидетельствует о развитии выставочной деятельности в России. А также о том, что власти на местах все чаще начинают использовать выставки как наиболее эффек-

тивный маркетинговый инструмент для продвижения продукции региональных компаний, что в конечном итоге способствует развитию экономики региона.

На «Продэкспо-2014» продолжилась реализация проекта «Экспоцентр» – за выставки без контрафакта», направленного на уменьшение случаев демонстрации контрафактных товаров на выставках.



**Сергей Беднов**,  
генеральный директор  
ЗАО «Экспоцентр»:

*«По масштабу участия транснациональных брендов и зарубежных компаний «Продэкспо» – абсолютный лидер на выставках продовольствия не только в России, но и в ряде ведущих экономических держав».*

### Спрос и предложение на рынке труда

Кадровые вопросы специалисты пищевой отрасли смогли решить в Центре подбора персонала, который организовали кадровое агентство «Афина» и ЗАО «Экспоцентр». Выставка отразила ряд новых тенденций. Если в 2013 году рынок труда пищевой отрасли был пред-

скажем и достаточно стабилен, то в 2014 году акценты сместились и можно наблюдать активность работодателей и спад спроса со стороны соискателей. Как правило, количество резюме, размещенных в Центре подбора персонала, в прежние годы в 3-3,5 раза превышало число вакансий. На «Продэкспо-2014» резюме оказалось в два раза меньше, чем вакансий. Также изменился характер предложений работодателей. Если в 2013 году лидировала вакансия «технолог пищевого производства», то теперь первое место с большим отрывом заняли вакансии в сфере продаж.

Особенно востребованы сегодня менеджеры по работе с сетями и региональные менеджеры. Также наблюдается большой спрос на торговых представителей, менеджеров по продажам HoReCa, специалистов по работе с ключевыми клиентами, трейд-маркетологов и бренд-менеджеров.

### Премьеры «Продэкспо-2014»

Новинкой «Продэкспо-2014» стал видео-дневник смотра, который собрал отзывы участников смотра, посетителей и потенциальных клиентов.

Премьерой 2014 года стал и I Международный ЭкоБиоСалон, который представил органическую продукцию, сертифицированную по официальным международным и национальным стандартам. В экспозиции ЭкоБиоСалона около 30 рос-

сийских и зарубежных компаний продемонстрировали продукцию более 200 биопроизводителей из разных стран.

В Информационном бюро I Международного ЭкоБиоСалона каждый посетитель мог узнать подробнее о биопродуктах, представленных во всех разделах выставки «Продэкспо-2014», ознакомиться с экспозицией презентационной зоны салона, получить профессиональные консультации. Гости салона побывали на Дне органического фермера, поучаствовали в презентациях, дегустациях и эко-акциях.

«Продэкспо-2014» отличала масштабная и разнообразная деловая программа, в которую вошли конференции и форумы, семинары и конкурсы, презентации и дегустации. В рамках мероприятий обсуждались тенденции и ключевые проблемы развития отрасли.

Говоря о ситуации в продовольственной индустрии, сопредседатель Рабочей группы, **председатель Комитета ТПП РФ по качеству, президент Всероссийской организации качества Геннадий Воронин** подчеркнул, что

качество все более становится нравственной категорией, характеризующей ответственность бизнеса перед потребителем.

### Лучшие производители рыбной продукции

В рамках выставки состоялся XXI Международный конкурс для изготовителей продовольственных товаров «Лучший продукт-2014», на котором были представлены 1428 образцов продукции 496 предприятий. По итогам конкурса лучшим из них вручили 50 золотых, 40 серебряных и 19 бронзовых медалей.

В номинации «Рыба-морепродукты» было представлено на дегустацию 55 образцов 19 предприятий. По итогам конкурса Гран-При получило ООО «Витязь». Золотыми медалями отмечено восемь образцов, серебряными – три, бронзовыми – пять, дипломами – два.

Следующий смотр достижений производителей продуктов питания «Продэкспо-2015» пройдет с 9 по 13 февраля 2015 года традиционно в ЦВК «Экспоцентр». **PS**



В экспозиции ЭкоБиоСалона около 30 российских и зарубежных компаний продемонстрировали продукцию более 200 биопроизводителей из разных стран.

**1919** 1919 **2014** 2014

Food Processing Machinery

1929 1959 1980 1986 1993 1994 1998 1999 2000 2001 2012 2013

Открытие филиалов

**Узнайте наши НОВОСТИ на выставке SPG в Брюсселе – Стенд 4 - 5943**

## филетирование тресковых обвалка форели оглушение лососевых ...

Германия: тел. +49/451-5302-0, факс +49/451-5302-492, e-mail: baader@baader.com , www.baader.com  
 Москва: тел. +7 (495) 730-5270, факс +7 (495) 730-5272, e-mail: nml-mos@gmx.de , mos.office@baader.ru  
 Владивосток: тел. +7 (4232) 279888, факс +7 (4232) 278689, e-mail: baader@online.vladivostok.ru

## Норвежцы смогут выращивать тунца со стадии смолта

Безопасное питание для мальков тунца сейчас изготавливается в Трондхейме. И это дает компаниям по выращиванию рыбы уверенность в том, что самую дорогостоящую рыбу можно будет выпускать в промышленных масштабах.

Крошечные ракообразные, выращенные в больших резервуарах, попали в «меню», когда ученые Института рыболовства и аквакультуры при SINTEF в течение прошлого года кормили ими мальков тунца. Мальки тунца начали выживать в большем количестве и лучше развиваться на стадии младенчества. В неволе ни в одном месте мира с этим видом такого никогда не происходило.

Ученые из Трондхейма разработали этот проект для компании Fortuna Mare. Сейчас они оказывают помощь своему клиенту в строительстве уникальной рыбной фермы в Испании. Помощь, которую генеральный директор норвежской компании Ян-Хельге Дал оценивает высоко.



«Мы начнем выращивать тунца на промышленной основе. Все, кто пытался заниматься этим до нас, боролись за выживание мальков на ранней стадии. Новая технология кормления, которую для нас разработала организация SINTEF, является предпосылкой для реализации того, чем мы занимаемся», – утверждает господин Ян-Хельге Дал.

Тунец находится в списке исчезающих видов. Его красное мясо имеет высокую ценность и стоимость. Тунец считается самой дорогостоящей рыбой в мире, которая вылавливается и выращивается для коммерческих целей.

В Норвегии вода слишком холодная, чтобы выращивать этого представителя семейства скумбриевых. Но Испания и Япония давно занимаются выращиванием тунца путем вылова молодых диких особей и их дальнейшего выкармливания.



«Мечта об интенсивном производстве рыбы разбилась, так как никто не смог обеспечить стабильный выход мальков. Это потому, что никто не смог изготовить для них достаточно хороший корм. Но мы полагаем, что разгадали этот код», – уверяет представитель SINTEF Ян Уве Эвье.

В то время как мальки лососа с первого дня могут употреблять сухой корм, обитающие в соленой воде виды, такие как тунец, должны употреблять живое «детское питание». Некоторые пытались решить эту проблему, помещая мальков тунца в огражденную часть природного залива, другие закачивали морскую воду с кормовыми организмами в резервуары на суше. Но все эти попытки использовать природный корм провалились.

По словам господина Эвье, недавно вылупившиеся мальки тунца должны питаться культивируемыми организмами и содержаться в резервуарах, чтобы можно было спрогнозировать производство. Специалисты предложили кормить мальков тунца *Acartia tonsa* (copeopoda) или попросту веслоногими ракообразными – небольшими рачками, которых они выращивали в течение многих лет и которых мальки тунца много употребляют в природе. Исследования прошлых лет показали, что сореорода хорошо подходит для кормления мальков трески, омаров и губана.

Ян-Хельге Дал рассказывает, что инкубатор для тунца, который строится в Испании, в первую очередь, является тестовым. Дочернее предприятие компании в Испании будет отвечать за работу и всю необходимую документацию, которая понадобится для транспортировки рыбы в морские садки, когда она подрастет.

«На начальном этапе мы рассчитываем установить цену 30-50 евро за килограмм (250-415 крон). Если нам сразу повезет, то мы заработаем хорошие деньги. На сегодня существует значительный разрыв между ценами и издержками», – рассказывает Ян-Хельге Дал.

[usnorge.com](http://usnorge.com)

## Импорт рыбы свежей и мороженой увеличился до 77,1 тыс. тонн

Об этом сообщила Федеральная таможенная служба.

В январе-феврале импорт рыбы в Россию составил 132,9 тыс. тонн. Из них 1,2 тыс. тонн импортировано из стран СНГ и 131,7 тыс. тонн из стран дальнего зарубежья.

В декабре 2013 года Россия импортировала 83,8 тыс. тонн рыбы.

*Агроперспектива*



## Перу хочет увеличить продажи рыбы на рынок РФ

Перуанская сторона заинтересована в расширении поставок в Россию рыбы и рыбной продукции. Перспективы торговли продукцией из водных биоресурсов обсуждалась на рабочей встрече перуанского посла Густаво Отеро и руководителя Россельхознадзора Сергея Данкверта.

Дипломатический представитель отметил заинтересованность Перу в увеличении поставок на рынок РФ рыбных товаров. При этом, как отметил Густаво Отеро, доля продукции глубокой переработки стабильно увеличивается.



Сергей Данкверт обратил внимание, что сейчас возможности двусторонней торговли пищевой продукцией далеко не исчерпаны. В настоящее время поставки продуктов питания перуанского происхождения в Россию в денежном выражении не превышают 90 млн долларов, тогда как Эквадор и Чили отправляют такой продукции на сумму более чем 1 млрд долларов. При этом перуанской рыбы и рыбной продукции поставляется меньше, чем фруктов, кофе и орехов.



Результаты последней инспекции рыбоперерабатывающих предприятий Перу показали необходимость более тесного сотрудничества Россельхознадзора и перуанской компетентной службы, сообщили в пресс-службе российского ветеринарного ведомства. Густаво Отеро особо отметил, что в настоящее время в Перу идет гармонизация отраслевого законодательства с законодательством Таможенного союза, совершенствуется система лабораторной проверки продукции на безопасность. Посол попросил командировать в Перу группу экспертов Россельхознадзора для проведения семинара по практическим вопросам ветеринарной сертификации рыбной и морской продукции на соответствие нормам и требованиям, предусмотренным законодательством РФ и Таможенного союза.

*Fishnews*

## Компании объединили активы для увеличения пеллевалки рыбы

Группа компаний «Агентство Рефперевозки» продала более 25% акций своего актива ЗАО «Пасифик интермодал контейнер» обществу с ограниченной ответственностью «Владивостокский морской контейнерный терминал» (ВМКТ находится под управлением ОАО «Владивостокский морской рыбный порт»). Таким образом, объединив морские терминалы с «сухим портом» в районе железнодорожной станции Угольная, компании планируют увеличить возможности Владивостока по переловке рыбопродукции.

О сделке «Агентства Рефперевозки» – второго крупнейшего в России перевозчика скоропортящейся продукции – и ВМКТ сообщил генеральный директор компании «Транспортно-экспедиторский альянс Восток-Запад» (входит в «Агентство Рефперевозки») Виталий Момот. По его словам, сотрудничество сторон нацелено на развитие транспортно-логистического хаба во Влади-

востоке, который связал морские терминалы Владрыбпорта и железнодорожный контейнерный терминал на станции Угольная, принадлежащий «Агентству Реперевозки».

ВМКТ, который оказывает стивидорные и терминальные услуги по перевалке экспортно-импортных и каботажных грузов в контейнерах в конуре Владивостокского порта, является оператором проекта. Его грузооборот в 2013 году достиг 150 тыс. TEU, что составляет 15% контейнерного потока в Приморском крае.



Управление транспортно-логистическим хабом производится единым диспетчерским центром, а автопарк ВМКТ осуществляет перемещение контейнеров без выезда на транспортные магистрали Владивостока.

Производственная инфраструктура «сухого порта» включает открытые складские площадки на 7 гектарах, а также сеть собственных железнодорожных путей протяженностью 5,5 километра, примыкающих к Транссибу. Действующая инфраструктура уже сейчас позволяет отправлять в регионы России свыше 10 тыс. тонн свежемороженой рыбопродукции в месяц.



Член совета директоров ОАО «Владивостокский морской рыбный порт» Денис Сарана отметил, что создание транспортно-логистического хаба значительно увеличит возможности Владивостока по перевалке рыбопродукции и позволит избежать повышения расценок на ее складское хранение за счет увеличения пропускной способности порта и увеличения грузопотока. **Генеральный директор ВМКТ Дмитрий Дорошенко** добавил, что планируется дооборудование «сухого порта» и строительство нового холодильника на территории Владивостокского порта.

Между тем, по мнению **президента Ассоциации добытчиков минтая Германа Зверева**, в Приморье, действительно, не хватает холодильных мощностей для рыбопродукции, но важно понимать экономику проекта, кто будет инвестировать и как будет окупаться проект.

Fishnet.ru



### Российское рыбоводство на подъеме

Минсельхоз опубликовал итоги работы рыбководов в минувшем году. Прирост рыбопродуктов превзошел показатель 2012 года на 9,4%. Как считает Минсельхоз, основной фактор роста отрасли – господдержка.

Российское рыбоводство курирует департамент животноводства. Минсельхоз опубликовал успехи этого сегмента департамента в 2013 году. Рыбоводами выращено свыше 155 тыс. тонн рыбы в товарном исчислении. Прирост, обеспеченный рыбводами к 2012 году, близок к 15%. Интегрированный показатель производства достиг 186 тыс. тонн, превысив объемы 2012 года на 9,4%.

Специалисты департамента утверждают, что кардинальное улучшение в рыбоводческом сегменте определяется господдержкой. Основные направления помощи – финансирование мелиоративных, противоэпизоотических мероприятий и целевое инвестирование в маточное поголовье. Господдержкой воспользовались и солидные региональные рыбводческие программы.

Рыбоводство развивалось неравномерно. Основная доля прироста приходится на форелевые хозяйства. Другой стремительно растущий сегмент рыбоводства – недавно заложенные хозяйства, разводящие атлантического лосося. Это направление развивает администрация Мурманской области. Два названных направления, как заявляли в Росрыбхозе, наиболее перспективные. Департамент отмечает также семипроцентный прирост объема карпа, относящегося к столовым рыбам.

Особенно обрадованы специалисты департамента успехами предприятий, занимающихся молодняком. Констатируется прирост «посадочного материала», без конкретных цифр. Рыбоводы надеются, что набранные темпы сохранятся в 2014 году.

farmit.ru



Австрийская фирма Zaltech предлагает функциональные добавки и комплексные вкусо-ароматические композиции для переработки рыбных продуктов.

- комплексные смеси для посола, интенсификаторы созревания для различных пород рыб;
- пряные смеси для посола;
- ароматизаторы и стабилизаторы;
- консерванты, средства для сохранения свежести; красители

Эксклюзивный представитель ZALTECH в России ООО «Биофуд Спайс»  
тел./факс (495) 642-82-42, (498) 602-76-40  
[www.zaltech.com](http://www.zaltech.com)





Подготовила:



Елена Максимова

Информация предоставлена  
специалистами «Рыбного союза»

# Рыбопереработчикам необходимо качественное сырье

*С данным утверждением поспорить сложно, ведь без качественного сырья невозможно изготовить конкурентоспособную продукцию. В рыбной отрасли самым качественным и дорогим сырьем считается свежеморозовая рыба. Именно из нее, по логике, должны изготавливать продукцию прибрежные рыбоперерабатывающие заводы. Однако в некоторых регионах предприятия столкнулись с острой нехваткой свежего сырья.*

**В** частности, перерабатывающие предприятия Мурманской области уже довольно долгое время не получают сырье нужного качества в достаточном количестве.

Как мы уже писали в предыдущем номере, в июле прошлого года принято распоряжение Правительства Российской Федерации, утвердившее Перечень районов добычи водных биоресурсов (ВБР), в которых разрешается при при-

брежном рыболовстве осуществлять перегрузку уловов и производство на судах рыбопромыслового флота рыбной и иной продукции.

По факту теперь судовладельцы, занимающиеся прибрежным рыболовством, могут замораживать добытые ВБР на борту судна и затем реализовать рыбопродукцию низкой степени переработки как на внутреннем рынке, так и на экспорт. Распоряжаясь продукцией по своему усмотрению, судовладелец, таким образом, игнорирует саму логику выделения квот в прибрежном рыболовстве, направленную на использование уловов водных биоресурсов для производства рыбной и иной продукции на территориях прибрежных субъектов Российской Федерации.

## Кто «кормится» за счет прибрежных вод Мурманской области

Получается, что у добывающих компаний Архангельской области, республики Карелии и Ненецкого АО, появилась удобная лазейка. По словам экспертов, суда данных регионов давно потеряли «связь» со своим берегом и ведут хозяйственную деятельность на территории Мурманской области. Здесь

работают и проживают сотрудники и плавсостав этих компаний, расположены офисы, базируются и обслуживаются суда в Мурманском порту. Вся рыба добывается в водах Баренцева моря, которое прилегает к берегам Мурманского региона. Наделение этих регионов прибрежной квотой носит скорее не исторический, а распределительно-административный характер. Тем более, что на территории этих областей отсутствует береговая рыбопереработка донных видов рыб.

В таком виде «исторический» принцип наделения прибрежными квотами не соответствует приоритетам развития российской экономики в целом и Мурманской области в частности.

Результатом этих действий стало снижение объема охлажденного рыбного сырья для переработки, поставляемого на береговые предприятия Мурманской области. За период с июля по ноябрь 2013 года объемы поставок сократились почти на 50% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года.

## Замороженное сырье: снижение качества, увеличение затрат

Прибрежное рыболовство всегда было направлено на развитие Мурманской области, ведь для обеспечения работы прибрежных судов необходима достаточно развитая береговая инфраструктура: причалы, буксиры, погрузчики, работающие ежедневно. Следовательно, прибрежное рыболовство может обеспечивать работой не только рыбаков, но и большое количество береговой инфраструктуры рыбохозяйственного комплекса (РХК) региона.

Однако сейчас в связи с нехваткой сырья береговые рыбоперерабатывающие пред-

### СПРАВКА

Потенциальные возможности предприятий Мурманской области уже сейчас позволяют переработать в год 70 тыс. тонн трески и пикши (потрошенной, без головы), для чего необходимо более 100 тыс. тонн квотных ресурсов!

При условии достаточности в обеспечении ресурсами география и существующая инфраструктура региона позволяет разместить еще около пяти-семи предприятий, и общая переработка по сырью может достигать 150 тыс. тонн в год.

приятия уже несколько месяцев находятся практически на грани банкротства. К тому же, многие фабрики и заводы расположены в прибрежных селах и деревнях, удаленных от областного и районных центров. Поэтому другую работу люди найти не могут, а это порождает социально-экономическую напряженность.

В настоящее время из-за дефицита на рынке охлажденного сырья и вследствие его высокой стоимости (треска потрошенная без головы – 106 руб./кг) мурманские переработчики, чтобы хоть как-то загружать свои мощности, переключаются на переработку мороженого сырья (треска потрошенная без головы – 100 руб./кг) и везут мороженую рыбу с Дальнего Востока. Но и это-

- ООО «РТ» – загрузка на 35%: 15% охлажденным сырьем, 20% мороженое сырье;
- ООО «Рубин» – загрузка на 70%: 10% на охлажденном сырье, 60% на мороженом (в том числе на рыбе с Дальнего Востока: кижуч, кета, минтай, треска и белокорый палтус) ;
- ООО «РММ» – загрузка на 60%: 10% на охлажденном сырье, 50% – на мороженом.

Безусловно, продукцию премиального качества с высокой добавленной стоимостью можно производить только из свежего или охлажденного сырья, поступающего на предприятия сразу после вылова. Это хорошо

рованных августом прошлого года, предлагается «разработать и утвердить комплекс мер по обеспечению населения качественной пищевой и иной продукцией из водных биоресурсов». Речь, в частности, идет об усилении контроля за импортными рыбными товарами, о стимулировании потребительского спроса на российскую рыбу на внутреннем рынке и развитии аквакультуры. При этом отмечена важность продвижения за рубежом российской рыбопродукции с высокой степенью переработки.

Очевидно, что эти поручения невозможно будет выполнить, оставив рыбопереработчиков без высококачественного сырья.

В числе предлагаемых мер по решению проблемы дефицита охлажденного сырья для переработки – исключение трески и пикши из перечня, утвержденного распоряжением, при сохранении возможности производства на судах охлажденной рыбы. Дело в том, что сейчас более 80% добываемой трески и пикши Северного бассейна экспортируется с низкой степенью обработки для переработки в Китае и других странах, поддерживая и развивая там перерабатывающую промышленность.

Также, по мнению экспертов, необходимо увеличивать квоты для прибрежного рыболовства пропорционально увеличению общего допустимого улова (ОДУ) для России начиная с 2009 года.

Для стимулирования развития свежего промысла специалисты предлагают изменить налоговую политику. В частности, льготировать ставку налога на вылов ВБР до 0% для поставщиков уловов в свежем и охлажденном виде. Ставку налога на вылов для промысловиков, поставляющих мороженую продукцию на российский рынок, предлагается увеличить до 50%, а для экспортеров – до 100%.

И наконец, важно грамотно распределять научные квоты и квоты третьих стран. Их должны получать только те добывающие предприятия, которые поставляют на берег сырье в свежем и охлажденном виде.

Данные меры, по мнению игроков рынка, позволят вернуть охлажденное сырье и сохранить существующие предприятия, задать правильное направление дальнейшего развития рыбохозяйственного комплекса Мурманской области, а на ее примере – во всех прибрежных регионах России. **РБ**

*Большинство береговых предприятий региона ориентированы на переработку охлажденного сырья, а переход на мороженую рыбу требует дополнительных материальных затрат – как на организацию технологического процесса, так и на водо- и энергопотребление, что значительно увеличивает себестоимость производства.*

го сырья не хватает по причине увеличения поставок на экспорт из-за падения курса рубля.

Из девяти рыбоперерабатывающих предприятий, входящих в «Рыбный Союз», семь перешли на переработку мороженого сырья. Загрузка предприятий охлажденным сырьем составляет 20-30% от потребности.

### **Предприятия Мурманской области: степень загруженности мощностей, вид сырья**

- ООО «Акватория» – загрузка на 15-30% охлажденным сырьем, простой, мороженую рыбу не перерабатывает;
- ООО «Мурманрыбпром» – загрузка на 60%, работа на мороженом сырье;
- ООО «Баренцрыба» – загрузка на 60%, работа на мороженом сырье;
- ООО «Тресковый берег» – загрузка на 60%, работа на мороженом сырье;
- ООО «СиФудРус» – загрузка 60%, охлажденное сырье, работа на собственной квоте;
- ООО «СЗРП» – загрузка на 50%: 30% охлажденным сырьем, 20% мороженого сырья;

понимают наши зарубежные соседи. В частности, норвежский РХК работает по тому принципу, что поставка на берег охлажденного сырья для дальнейшей переработки – главная задача для рационального использования ВБР, являющихся национальным достоянием страны.

Важно также понимать, что большинство береговых предприятий региона ориентировано на переработку охлажденного сырья, а переход на мороженую рыбу требует дополнительных материальных затрат – как на организацию технологического процесса, так и на водо- и энергопотребление, что значительно увеличивает себестоимость производства.

Переработчики уже проделали большой путь по разработке решений, направленных на преодоление сложившегося кризиса рыбоперерабатывающей отрасли.

### **Стратегические задачи и механизмы их реализации**

В поручениях Правительству Российской Федерации по вопросам развития рыбохозяйственного комплекса, дати-



## Контроль Качества



Эксперт:  
**Всеволод Вишневецкий**,  
председатель СПБ ООП  
«Общественный контроль»

**Информация предоставлена Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль»**

190103 Санкт-Петербург, пер. Лодыгина, д. 1, лит. А  
тел./факс: +7 (812) 324-25-88  
e-mail: okk@petkach.spb.ru  
www.petcach.spb.ru

# Пресервы сельди вышли из зоны особого риска

Впервые за десять лет мониторинга безопасности пресервов сельди, представленных в магазинах города, Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль» не обнаружила ни одного образца, представлявшего потенциальную угрозу для здоровья человека. Это отличная новость для тех, кто предпочитает покупать пресервы сельди в розничной торговле, а не готовить рыбные блюда самому.



Иллюстрация: Тимофей Яржомбек и Нина Кузьмина

СПБ ООП «Общественный контроль» ежегодно проверяет качество и безопасность рыбных пресервов в государственной лаборатории ОАО «Гипрорыбфлот». И каждый год в ходе испытаний специалисты фиксировали несоответствия по микробиологическим показателям: в изделиях встречались бактерии группы кишечных палочек (БГКП), плесень, стафилококк, превышение нормы общей обсемененности и дрожжи. В 2010 году санитарным нормам и правилам не соответствовало 50% закупленных в рознице образцов, в 2011 – 30%, в 2012 – опять почти 50%. **Но результаты экспертизы, проведенной в конце 2013 года, приятно удивили и сотрудников лаборатории, и представителей «Общественного контроля»: пресервы сельди стали намного безопасней.**

**Н**а основании ст. 45 ФЗ № 2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей» общественники приобрели для экспертизы 11 образцов пресервов сельди в масле разных производителей: ЗАО «Балтийский берег» (Санкт-Петербург), ООО «Асто» (Санкт-Петербург), ООО «Камея-Альфа» ТМ «Кетус» (Санкт-Петербург), ОАО «Рыбообработывающий комбинат № 1» ТМ «Аморе» (Санкт-Петербург), ООО «Океан Трейдинг Компани-П» (Санкт-Петербург), ООО «Вичюнай-Русь» ТМ VICI (Калининградская область), ООО «Питерское» ТМ «Главрыба морепродукт» (Санкт-Петербург), ЗАО «Русское море» (Московская область, г. Ногинск), ООО «СК Калининград» ТМ Gustavsen (г. Калининград), ОАО ПКП «Меридиан» (г. Москва), «Санта-Бремор» (Беларусь). Продукция закупалась в магазинах «О'КЕЙ», «Дикси», «Перекресток» и «Сезон».

### Сырье не первой свежести

В ходе органолептической оценки замечания получили четыре образца. «Сельдь особого посола в масле «Сельдь от Елисеева» (ООО «Океан Трейдинг Компани-П») имела легкий привкус горечи, мутную заливку и большое количество отстоя. В пресервах «Сельдь с дымком» филе-кусочки «Матье» в масле» (ООО «Питерское») чувствовался вкус окислившегося жира, горечь, а также было заметно пожелтение отдельных кусочков рыбы. В пресервах «Норвежская сельдь» филе-кусочки сельди в пряномасляной заливке» (ООО «СК Калининград» ТМ Gustavsen) экспертов насторо-

жили посторонний привкус и резкий запах специй. Пресервы из Белоруссии «Филе сельди деликатесное «Матиас» оригинальное» («Санта-Бремор») заслужили нарекание за мягкую, мажущуюся консистенцию рыбы.

«Такие органолептические показатели говорят о том, что в производстве использовалось не самое свежее сырье. Обычно именно поэтому появляется вкус окислившегося жира и горечь. Иногда из-за этого отдельные кусочки рыбы в пресервах могут пожелтеть, – сообщила **заведующая лабораторией биохимии ОАО «Гипрорыбфлот» Светлана Красикова.** – Мутная заливка свидетельствует о процессе вымывания белков. Причиной может быть как залежалость сырья, так и сбой в технологии производства. В сельди допускается определенное размягчение ткини. Но мажущаяся консистенция – это уже отклонение от нормы».

### Дефицит белка и недовес

Помимо запаха, вкуса, цвета и консистенции, для потребителя имеет значение еще и питательная ценность продукта. Однако в ходе лабораторных испытаний было обнаружено, что шесть образцов пресервов содержат белка меньше, чем указано производителями на упаковках. Так, самый большой дефицит белка оказался в пресервах «Филе сельди деликатесное «Матиас» («Санта-Бремор») – 13,4 % вместо 19%. Занижение белка было обнаружено в пресервах ОАО «РОК №1» (7,2% вместо 11,8%) и в сельди от ЗАО «Русское море» (11% вместо 15%).

### Мнение эксперта

**Ирина Гришина,**  
главный технолог  
ЗАО «Балтийский берег»:

*«Высокая общая бактериальная обсемененность, а также рост плесени и дрожжей в пресервах – результат несоблюдения должной температуры хранения».*

### Справка

*При реализации проекта «Общественный контроль качества» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 8 мая 2010 года №300-рп.*

Кроме дефицита белка в двух образцах пресервов был зафиксирован недовес. Так, ООО «Питерское» заявило, что масса нетто пресервов «Сельдь «С дымком» составляет 180 граммов. Вместо этого в банке оказалось 168 граммов. ООО «СК Калининград» указало на этикетке пресервов «Норвежская сельдь» массу 125 граммов, а взвешивание показало 119 граммов. Казалось бы, подумаешь – недовес в 6-12 граммов. Но в промышленных масштабах за счет этого производитель получает существенную экономию.

### И все-таки дрожжи...

Несмотря на благополучное в целом санитарное состояние продукции, все-таки репутацию шести образцов из одиннадцати подмочили... дрожжи. Согласно СанПиНу, в 1 грамме сельди не должно быть дрожжей более 100 КОЕ. В пресервах же ОАО «РОК №1» и ОАО ПКП «Меридиан» было обна-



## Контроль Качества

ружено 500 КОЕ/г, то есть, в пять раз больше нормы! В образце от ЗАО «Русское море» содержание дрожжей было превышено в четыре раза, в образцах от ООО «Вичюнай-Русь» и ООО «Океан Трейдинг Компани-П» – в три раза, в пресервах от «Санта-Бремор» и ООО «СК Калининград» – в два раза.

Специалисты лаборатории ОАО «Гипрорыбфлот» заявили, что, несмотря на превышение дрожжей в семи образцах, продукция не опасна для здоровья. Тем не менее, по словам **заведующего лабораторией технической микробиологии ОАО «Гипрорыбфлот» Владимира Сибирцева**, содержание дрожжей в количестве 500 КОЕ/г увеличивает вероятность порчи продукта до истечения его срока годности, поскольку микроорганизмы будут активно размножаться. Так что продукция с такими показателями по обсемененности дрожжами требует повышенного внимания к условиям хранения, срокам реализации и употребления в пищу.

В этой связи особо хочется отметить двух петербургских изготовителей – ЗАО «Балтийский берег» и ООО «Асто», в пресервах которых дрожжи вообще не были обнаружены. Это говорит о том, что компании жестко соблюдают технологию производства и санитарные требования при производстве рыбной продукции.

### Секреты безопасности

Тот факт, что все без исключения пресервы сельди оказались вполне благополучными в санитарном отно-

#### Мнение эксперта



**Дмитрий Поздняков,**  
исполнительный директор Северо-Западной Мясной Ассоциации:

*«То, что все исследованные образцы соответствовали нормам безопасности, – позитивный сигнал, показывающий повышение ответственности производителей и торговых сетей к процессам производства и хранения своей продукции. Рыбные пресервы – непростой продукт с точки зрения содержания опасной микрофлоры, поэтому ее отсутствие говорит о качественном санитарном контроле на всех стадиях производства. Конечно, нельзя отрицать в этом*

*вопросе и большую заслугу консервантов, применяемых при изготовлении. Главное, чтобы они использовались без нарушений, в соответствии с установленными нормативами. При покупке рыбных пресервов покупателям стоит отдавать предпочтение классическим рецептам засолки, так как зачастую именно с помощью пряностей и других экзотических ароматов производители маскируют не вполне свежее сырье».*

## Как выбирать пресервы

- Прежде чем положить пресервы в корзину или тележку, проверьте температуру хранения на прилавке: термодатчик должен показывать не выше +6°C.
- Если срок годности пресервов подходит к концу, лучше их не брать.
- Старайтесь выбирать продукцию местного производства: в этом случае расстояние, которое проходит скоропортящийся продукт от предприятия до прилавка вашего магазина все-таки меньше отрезка пути, который требуется для доставки продукта из другого города.
- Перед покупкой переверните упаковку пресервов крышкой вниз. Если на ваших пальцах останутся следы масла, значит, скорее всего, эта банка закрыта не герметично, и поступающий в нее воздух уже сделал продукт небезопасным.
- Ни в коем случае не берите вздутую банку: такие пресервы могут нанести серьезный вред здоровью.
- Открытую упаковку специалисты рекомендуют хранить в холодильнике не более двух суток.

шении, не мог не вызвать подозрение: а не заслуга ли это консервантов?

Однако производители считают, что ситуация улучшилась из-за того, что торговые сети стали строже соблюдать температурные режимы хранения пресервов.

«Высокая общая бактериальная обсемененность, а также рост плесени и дрожжей в пресервах – результат несоблюдения должной температуры хранения. В прошлом мы часто замеряли на прилавках температуру плюс 6-7°C, тогда как оптимальной считается температура не выше 4°C. Сейчас большинство торговых точек, особенно крупные сети, соблюдают этот режим, поэтому микробиологические показатели пресервов остаются в норме на протяжении всего срока годности», – отметила **Ирина Гришина, главный технолог ЗАО «Балтийский берег»**.

Еще одна возможная причина соблюдения микробиологических показателей, по мнению технологов, может состоять в том, что на производствах усилился контроль за технологическим процессом. Кроме того, в последнее время многие предприятия перешли на новые более эффективные дезинфицирующие и моющие средства, что улучшило санитарные условия.

«В экспертизе участвовали образцы продукции крупных производителей, а крупные компании заинтересованы в хорошем имидже и потому стараются работать над ошибками», – считает **Сергей Гультаев, главный технолог ООО «Асто»**.

**Микробиологи ОАО «Гипрорыбфлот» Алла Сазонова и Наталья Одегова** с мнением технологов отчасти согласились. Да, действительно, чаще всего БГКП попадают в продукцию на производстве – с рук персонала, с плохо очищенного оборудования, при неправильной разделке рыбы. Также высокая общая бактериальная обсемененность, рост плесени и дрожжей могут быть связаны с несоблюдением температурного режима при хранении уже готовой продукции.

«Развитие той или иной нежелательной микрофлоры может быть следствием нарушений на любом этапе технологической цепочки, – говорит **Владимир Сибирцев**. – Это и использование сырья с изначально высокой микробной обсемененностью, и грязь на производстве, и несоблюдение условий хранения готовой продукции в самих магазинах».

### Откуда рыба?

По словам производителей, для производства рыбных пресервов в основном используется замороженное сырье. ЗАО «Балтийский берег» и ООО «Асто» закупают филе сельди в Норвегии, Исландии, реже – в Дании, Швеции и Канаде. Поскольку торговые сети требуют продукцию с долгими сроками хранения, все компании вынуждены применять консерванты. По словам представителей компаний, они кладут в пресервы максимально дозволённую СанПиНами дозу (2 грамма на 1 килограмм продукции для бензоата натрия и сорбата калия (E202 и E211). Это позволяет продлить

срок годности продукции до нескольких месяцев (конечно, при условии соблюдения необходимого температурного режима). Кстати, производители всех 11 образцов честно указали наличие консервантов на упаковках.

### Обратная связь

**Заместитель генерального директора ОАО «РОК №1» Петр Якушев** в ответ на сигнал «Общественного контроля» сообщил, что в связи с выявленным несоответствием будет проведена корректирующая работа. В том числе будут организованы дополнительный микробиологический контроль сырья и готовой продукции, внеплановая санитарная смена, дополнительное обучение персонала правилам личной и профессиональной гигиены, инструктаж по мойке и дезинфекции оборудования.

По мнению руководства компании, причиной несоответствия продукции по микробиологическим показателям может быть нарушение условий хранения, указанных на этикетке. **ps**



Компания:  
**Heinen Freezing GmbH & Co. KG**  
26316 Varel, Germany  
Mrs. Michaela Teschner  
+49 4451 122-250  
+49 4451 122-252  
m.teschner@heinen.biz

Событие:  
**SEAFOOD Брюссель-2014**  
(6-8 мая)

Расположение экспонента:  
**павильон 4, стенд 6359**



HEINEN Freezing представит на выставке усовершенствованные спиральные морозильники модельного ряда *arctic*.

## Заморозка и охлаждение от HEINEN Freezing на брюссельской выставке SEAFOOD-2014

*SEAFOOD* уникальна как платформа для общения между профессионалами рыбного рынка и для ознакомления с техническими новинками отрасли. Например, компания HEINEN Freezing, известная передовыми решениями для принудительного охлаждения и шоковой заморозки любых продуктов от рыбы до рыбных полуфабрикатов, представит на выставке усовершенствованные спиральные морозильники модельного ряда *arctic*.

Серия *arctic*. покрывает мощности любых производственных линий. Их высокую надежность определяет продуманный конструктив из высококачественных комплектующих с минимумом подвижных частей. Современная система управления с возможностью отображения и записи параметров позволяет осуществлять непрерывный мони-

торинг процесса. Опция климат-контроля energySAV®, отслеживающая действительную тепловую нагрузку, помогает оптимизировать энергопотребление. Дополнительное приспособление для сдувания инея с ламелей испарителя практически удваивает время работы всей системы до оттаивания. А спиральная установка, оборудованная по-

очередным оттаиванием, способна беспрерывно работать до 144 часов.

*arctic*. прекрасно адаптируется к производственным задачам не только выбором оптимального варианта компоновки спирали, но и благодаря возможности подбора ширины, шага, количества витков и направления движения транспортной ленты, выполненной из нержавеющей стали или пластика. Дополняют картину всевозможные опции, например, внешние загрузочные конвейеры для чувствительных к механическим повреждениям продуктов.

Соответствие самым высоким стандартам гигиены предусмотрено в деталях: от изолирующих панелей корпуса с облицовкой из нержавеющей стали до оптимальной индивидуальной прокладки кабелей, причем встроенная система очистки может охватывать не только ленту, но и все внутреннее пространство *arctic*. ■

Автор:



Елена Максимова

# Установки для переработки морепродуктов

*Сегодня на российском рынке все большей популярностью пользуется деликатесная группа товаров, в том числе из морепродуктов. Причем наиболее выгодно реализовывать морепродукты высокой степени переработки: очищенные в замороженном виде или же в виде пресервов, консервов, а также в составе салатов. Рассмотрим различные виды оборудования для переработки морепродуктов.*



## Сортировка

На рыболовецких судах и береговых предприятиях устанавливаются машины для сортировки различных видов морепродуктов, как правило, креветок. Сортировка осуществляется за счет разности зазоров между вращающимися ролами.

## Мойка

В зависимости от вида обрабатываемых морепродуктов выбирается моеющее оборудование.

Некоторые установки осуществляют одновременно и мойку, и чистку морепродуктов, например, тушек и щупалец

кальмара от внешней шкуры, присосок и крюков. Сырой кальмар загружается в бак моечной машины, после этого бак наполняется горячей или теплой водой и начинает вращаться. Шкура кальмара, соприкасаясь с рельефным корпусом установки и под воздействием горячей воды, отделяется от мяса тушки и щупалец. По завершении рабочего процесса очищенный кальмар вынимается из бака, отработанная вода сливается через специальное отверстие.

При необходимости, можно выбрать моеющие установки, поделенные на секции, которые подходят для одновременной мойки нескольких видов рыбы и море-

продуктов – в танке с регулируемым уровнем воды и впрыском воздуха или в горизонтальном вращающемся барабане.

## Разделка

В зависимости от вида морепродукта и конечного товара, который изготовитель планирует из него получить, выбирается разделочное оборудование. Пожалуй, кальмар и изделия из него – одни из самых популярных на российском рынке. Процесс разделки данного сырья начинается с обесшкуривания.

Для снятия с тушки кальмара наружного кожного покрова применяется шкуроемная установка. Как правило, устройства данного типа работают по принципу перемешивания лопастями тушек кальмара с применением тепловой обработки.

Для вскрытия и потрошения кальмара могут применяться автоматические установки для разделки. В спектр выполняемых ими операций входят: вскрытие брюшка, потрошение, отделение щупалец и внутренностей. Точность работы современных разделочных машин позволяет не повреждать внутренности при разделке. На выходе части кальмара технологически могут разделяться на отдельные потоки, что позволяет организовать высокоэффективный процесс обработки.

На российском рынке выпускается значительный процент снековой продукции из кальмара – так называемой стружки. Для ее изготовления используются машины для дробления филе кальмара. Они могут быть оборудованы устройством безопасной подачи сырья. Запеченный кальмар при помощи данной машины быстро измельчается в стружку.

Еще один популярный морепродукт – креветка. Очищенные креветки могут упаковываться в замороженном виде

или входить в состав различных премиальных морепродуктов.

Для того чтобы очистить креветки от панциря, используют сепараторы. Креветки, поступающие в установку и омываемые мощным напором воды, попадают в распределительный лоток. Мясо, освобожденное от панциря, направляется на специальный экран, состоящий из вращающихся роликов. Сквозь такую систему пропускаются только частицы панцирей и вода, позволяя очищенному мясу креветки продвигаться дальше по конвейеру.

Краб – морепродукт, который встречается в большинстве регионов России в переработанном виде не так часто, однако в местах вылова из него производят различные виды рыбной деликатесной продукции.

Основной вид продукции из крабов – консервы. Все тело краба покрыто твердым панцирем, на головогрудии находятся конечности – пара ног с клешнями и три пары ходильных ног. Части ног подразделяются на первый плечевой сустав – розочку, второй плечевой сустав – толстый членик, третий сустав – коленце, четвертый сустав – тон-



Установка для мойки морепродуктов



Установка переработки щупалец кальмара

кий членик, клешню правую большую, клешню левую малую и коготь.

Съедобное мясо у краба расположено в панцире ходильных и клешненосных ног, а также в абдомене. Ноги краба состоят из панцирных трубок, соединенных кожистыми суставами. Для извлечения мяса панцирную трубку необходимо разрезать в области сустава. Поэтому, в первую очередь, при разделке краба необходимо использовать машину для срыва головогрудного панциря, зачистки конечностей от абдомена и внутренностей.

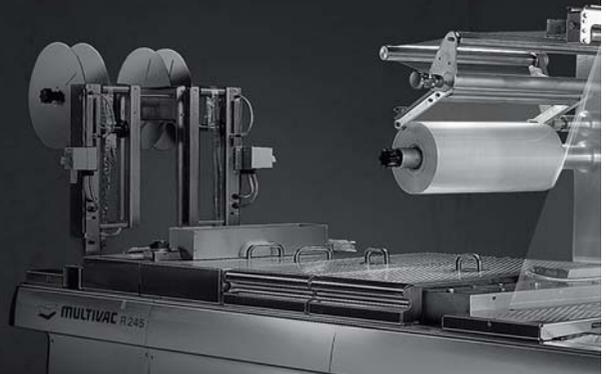
Современные машины могут обрабатывать крабов различных видов. Как правило, в состав установок для срыва панциря входят: станина, несущий пластинчатый конвейер, кулачки для утапливания панциря, кулачки для утапливания абдомена, клиновое устройство для срыва панциря, опорные лотки, желоб для отходов, загрузочный стол и привод.

Затем происходит варка крабов, после чего вручную или с помощью специального оборудования разделяются крабовые конечности. Как правило, на данном этапе разделки использует-

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

С Multivac он в надёжных 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



www.multivacrus.ru

**MULTIVAC**  
BETTER PACKAGING

ся стол, представляющий собой сварную конструкцию. В верхней части рамы на стойках закреплена столешница, на которой вручную разрезают куст крабовых конечностей. Под столешницей смонтированы три яруса концевые звенья ленточных конвейеров. Верхний из них предназначен для сбора и транспортировки ходильных ног, нижний – клешненосных. Лента нижнего конвейера снабжена перегород-

ный вид продукта. Однако залогом успеха производителей, как показывает практика, является не только качество сырья и оригинальность рецептов, но и правильный выбор оборудования

Процесс глазировки включает в себя несколько этапов. Сначала продукт попадает в установку для подготовки к глазировке. Например, при подготовке к глазировке неочищенных креветок используется виброконтэйнер для забора уса.

- вибромоторами с изменяемым ходом;
- водяным фильтром для защиты форсунок от засорения;
- откидными крышками для защиты площади глазирования;
- емкостью для охлаждения воды (требует подключения к центральной компрессорной станции);
- насосами высокого давления для циркуляции воды и запорная арматура.

После глазирования изделие проходит через теплоизоляционную камеру, выполненную из «сэндвич-панелей», и попадает на 7-10 минут на конвейер, где ее замораживают по технологии глубокой заморозки при температуре от -25 °С до -35 °С.

Камеры шоковой заморозки могут быть оснащены дверьми с подогревом для предотвращения примерзания продукции и съемным полотном для удобства осуществления мойки. При этом полотно может быть разделено на потоки, что позволяет домораживать морепродукты разного размера одновременно. Некоторые морозильные камеры оснащены опцией регулирования скорости прохождения продукта.

Стоит также отметить, что при выборе камеры шоковой заморозки необходимо обращать внимание на ее уровень шума, так как при слишком высоком уровне шума будет некомфортно находиться в цеху.

Замороженная продукция из камеры шоковой заморозки подает по дополнительному транспортеру на весовой стол или на фасовочную линию.

Опционно производители оборудования предлагают возможность установки систем для мойки ленты подачи, дополнительных транспортеров сбора и подачи, отвода и подачи в упаковщик.

Далее готовая продукция попадает по транспортеру на стол взвешивания или линию фасовки. Данная технология помогает четко регулировать процент глазировки товара, на выходе продукция имеет температуру -18°С, прозрачную и прочную глазурь, обладающую высокой устойчивостью к скалыванию.

В заключение отметим, что, выбирая оборудование, необходимо помнить – вступающие в непосредственный контакт с продуктом детали установок должны быть изготовлены из безопасных материалов, например, из нержавеющей стали. Кроме того, важно, чтобы оборудование легко разбиралось для мойки. **РС**

Глазировка – это создание на продукте слоя льда путем предварительного полива водой и последующей обработки в камере шоковой заморозки.



Установка для глазирования замороженных блоков

кой для отдельной транспортировки правых и левых клешненосных ног. По обе стороны столешницы расположено три лотка в ряд для отдельной выдачи ходильных, правых и левых клешненосных ног.

Затем ходильные ноги краба, в которых сосредоточена основная часть мяса, поступают на машину линейно-конвейерного типа. Разделка заключается в отрезании розочки, когтя, вырезании двух сочленений с последующим извлечением мяса из панциря. Разрезание осуществляется дисковыми пилами, извлечение мяса – при помощи гидравлической струи. Мясо выдавливается водой из панциря, помещенного в специальные зажимы.

### Глазировка

Так называется создание на продукте слоя льда путем предварительного полива водой и последующей обработки в камере шоковой заморозки. По мнению специалистов, модернизация производства и переход на глазировку в сочетании с шоковой заморозкой позволяет предприятиям занять лидирующие позиции по таким важным показателям, как вкус, качество, цена и внеш-

Следующий этап – глазировочные машины. Как правило, они представляют собой аппараты поливочного типа. Также могут использоваться вибро-глазировочные машины, сконструированные для нанесения равномерного тонкого покрытия. Отличительная характеристика данных установок – многопалубная конструкция, благодаря которой продукт, падая с одной палубы на другую, переворачивается, что обеспечивает равномерную глазировку со всех сторон. Максимальное количество глазури в этом случае зависит от температуры продукта перед глазировкой и температуры распыляемой воды.

Поддающее полотно вибро-глазировочной машины может быть разделено на потоки, чтобы глазировать продукты разного размера одновременно. Это позволит нанести оптимальный слой глазури на каждый размер. Разные потоки также можно использовать для предотвращения смешивания продукта при повторной глазировке.

Вибро-глазировочные машины могут быть оснащены следующими элементами:

- вращающимися форсунками для образования мелкодисперсного водяного пара;



*Здесь Вы найдете все,  
что Вам надо для переработки рыбы*



Приглашаем Вас посетить стенд нашего партнера **компании Salmco** (Германия) на выставке European Seafood Exposition 2014, которая пройдет с 6 по 8 мая в городе Брюссель (Бельгия).

Ждем Вас  
в **Павильоне 4, Стенд 6155**



Ждем Вас на стенде нашего южно-корейского партнера **компании Leerack** на международной выставке Interpack 2014 с 8 по 14 мая в г. Дюссельдорф (Германия).

Ждем Вас в **Павильоне 8В, Стенд D65**, где будут демонстрироваться две модели карусельных упаковочных машин.

реклама



**www.sfera.fm**

Пищевая отрасль в цифрах и фактах



**Читайте.**



реклама



# Новосибирская область выходит в лидеры по объемам выращиваемой рыбы

По результатам 2013 года объем производства выращенной рыбы составил свыше 1,2 тыс. тонн, в сравнении с 2012 годом цифры выросли в два раза.

**200** компаний

По полученным данным, Новосибирская область опередила все соседние регионы. На сегодняшний день разведением рыбы в регионе занимаются порядка 200 компаний.

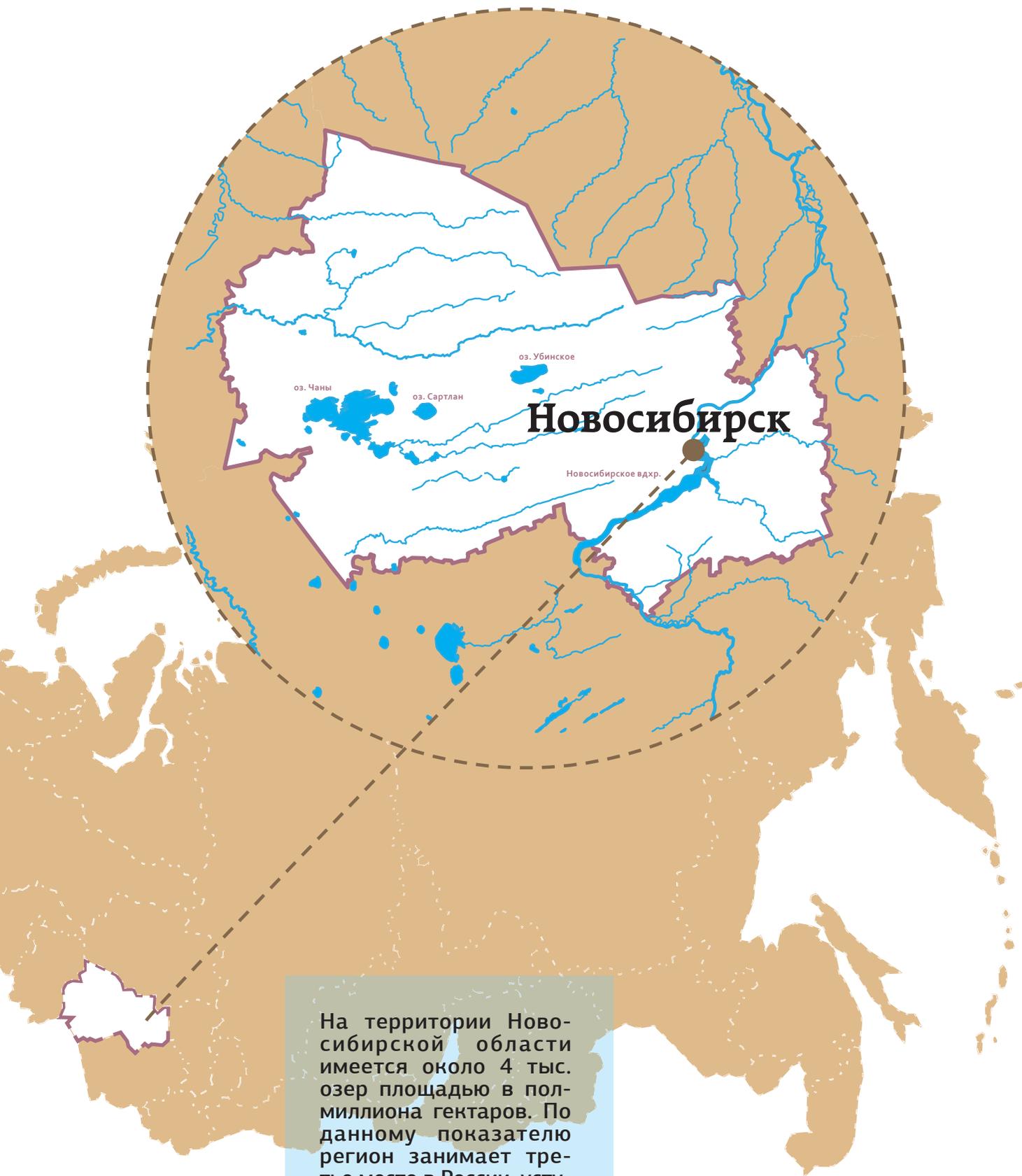
**134** компании

Как рассказали в правительстве Новосибирского региона, две трети предприятий области осуществляют деятельность в сфере товарного рыбоводства и выращивают рыбу в прудах и озерах.

**4** тыс. тонн

В 2013 году выросли объемы промышленного вылова рыбы. Рыбаки направили на прилавки не менее 4 тыс. тонн продукции.





## Новосибирск

На территории Новосибирской области имеется около 4 тыс. озер площадью в полмиллиона гектаров. По данному показателю регион занимает третье место в России, уступая Тюменской и Мурманской областям.



Компания:  
**ОАО «Линде Газ Рус»**,  
 Тел.: +7 (495) 212-04-61  
 www.linde-group.ru

Автор:  
**Саида Рашитова**,  
 инженер направления  
 «Пищевые технологии»

## Технологии Linde Gas для аквакультуры



Более 45% морепродуктов в мире производится и поставляется с рыбоводных ферм, расположенных на суше или в прибрежных районах, где разводят и выращивают рыбу в контролируемых условиях. При этом предприятия промышленного рыбоводства сталкиваются с проблемами обеспечения правильного питания, профилактики заболеваний и поддержания стабильной и здоровой среды. Самый главный фактор, способствующий здоровью рыбы, – постоянная подача свежей и чистой воды. Контроль и регулирование концентрации кислорода имеет жизненно важное значение для любого рыбоводного хозяйства.

Рыбоводческие фермы сильно подвержены риску в случае возникновения проблем с подачей кислорода. И чем более интенсивным становится производство, тем выше становятся риски, связанные с этим процессом. Поэтому стабильность подачи кислорода – ключевой вопрос. Снабжение кислородом от емкости с жидким кислородом считается самым безопасным методом снабжения газом из всех доступных на сегодняшний день. Тем не менее, всегда желательно иметь на месте резервный источник, чтобы быть готовым к любым аварийным ситуациям. Это обычно достигается за счет наличия определенного резерва сжатого кислорода в баллонах или в моноблоках.

Благодаря поддержанию необходимого уровня кислорода в воде улучшается

1. SOLVOX® A
2. SOLVOX® OxyStream
3. SOLVOX® C

4. SOLVOX® Stream
5. SOLVOX® Mix



физиологическое состояние, снижается риск гибели и заболеваний рыбы, улучшается усвоение корма и ускоряется процесс роста. В результате существенно повышается рентабельность и стабильность рыбоводного хозяйства.

### Серия SOLVOX®

Для создания оптимальной среды в водоемах компания Linde Gas разработала широкий спектр продуктов и решений под маркой SOLVOX®. Линейка SOLVOX® включает в себя оборудование для оптимального растворения кислорода в воде, подачи насыщенной газом воды, а также контроля и корректировки дозирования для стабильной и бесперебойной работы системы. Серия SOLVOX® применима во всех типах рыбоводных объектов. Обычно они встраиваются в систему

трубопровода для насыщения кислородом всего потока воды, который поступает в бассейн. Для достижения оптимального распределения растворенного газа в больших бассейнах можно установить несколько блоков SOLVOX®. Они просты в установке и отличаются высокой эффективностью насыщения кислородом в сочетании с низким энергопотреблением. Производительность по насыщению кислородом составляет 0,23-36 кг/ч при скорости потока 100-18000 л/мин. Уникальная конструкция SOLVOX® позволяет удалять из воды азот, одновременно насыщая ее кислородом. Это очень важно, поскольку рыба чувствительна к перенасыщению воды азотом. Устройства надежны и позволяют использовать кислород экономнее по сравнению с другими системами.

Для аварийного и резервного насыщения воды кислородом разработаны керамический диффузорный блок SOLVOX® CD и перфорированный шланг SOLVOX® B. Данные устройства особенно эффективны благодаря своей конструкции. Это обеспечивает формирование равномерных пузырей по всей поверхности и сводит к минимуму их сливание. Для работы SOLVOX® B и SOLVOX® CD не требуется дополнительной энергии. Перфорированный лазером шланг SOLVOX® B для насыщения воды кислородом крепится на опоре или стойке, которую можно расположить в нижней части водоема. При отсутствии необходимости в добавлении газа микропоры плотно закрываются, поэтому шланг готов к работе в любой момент. Он обладает высокой устойчивостью к ультрафиолетовому излучению и поэтому под действием солнечного света не становится ломким. Поскольку шланг гибкий, с ним легко работать. ■



Блок управления SOLVOX® F с отдельным регулятором давления для аварийной подачи кислорода

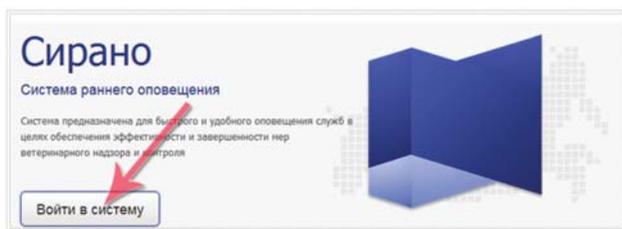
Подготовила:



Елена Максимова

# Безопасность норвежской рыбы под контролем «Сирано»

Норвежские производители рыбной продукции, экспортируемой в Россию и страны Таможенного союза, 2 апреля начали в электронном виде предоставлять результаты отчетов о соответствии требованиям безопасности рыбы в российскую информационную систему «Сирано».



## О СИСТЕМЕ «СИРАНО»

Учитывая установленную законодательством раздробленность ветеринарных служб в Российской Федерации, для обеспечения эффективности и завершенности мер ветеринарного надзора и контроля была разработана автоматизированная система «Сирано».

Пользователи системы – сотрудники Центрального аппарата и территориальных управлений Россельхознадзора, специалисты ветеринарных управлений и прочих служб.

На данный момент система «Сирано» реализована в виде веб-приложения, то есть для работы с ней необходим компьютер, подключенный к интернету. Работа осуществляется с помощью обычного веб-обозревателя (браузера), например, Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer и др. Таким образом, пользователю ничего не нужно устанавливать на своем рабочем месте.

**Н**апомним, что в конце прошлого года со стороны норвежских ветеринаров не последовало реакции на запрос российских коллег об обеспечении гарантий соответствия рыбной продукции, поступающей из Норвегии, требованиям, установленным законодательством ТС. Согласно договоренностям, достигнутому между российскими и норвежскими рыбными ассоциация-

ми, взаимодействующими в рамках Рабочей группы по пищевой продукции Норвежско-российской торговой палаты, такими как «Рыбный Союз», «Рыбная Ассоциация», Ассоциация норвежских производителей морепродукции (NSL) и Ассоциация рыбопромышленников (FHL), был составлен перечень дополнительных мер по обеспечению безопасности норвежской продукции.

В частности, чтобы облегчить доступ в российскую информационную систему, Россельхознадзор разработал для норвежских производителей специализированные «Личные кабинеты» на английском языке, куда они могут самостоятельно загружать данные о безопасности поставляемой продукции. Схема прямого взаимодействия норвежских экспортеров и Россельхознадзора была предложена российскими рыбными ассоциациями и была одоб-



**Сергей Гудков,**  
исполнительный директор  
«Рыбного Союза»:

«Начав работать в информационной системе Россельхознадзора, норвежский бизнес тем самым подтвердил свою готовность выполнять требования, установленные законодательством России и ТС».

рена в качестве решения для обеспечения режима предсказуемости в двусторонней торговле.

«Начав работать в информационной системе Россельхознадзора, норвежский бизнес тем самым подтвердил свою готовность выполнять требования, установленные законодательством России и ТС. Участники отечественного рынка приветствуют этот шаг своих норвежских коллег, подтверждая со своей стороны готовность выполнять взятые на себя обязательства по обеспечению контроля при транспортировке рыбной продукции и надеясь на стабилизацию ситуации в сфере поставок норвежской рыбы на территорию Таможенного союза», – отметил **исполнительный директор «Рыбного Союза» Сергей Гудков.**

INGREDIENTS RUSSIA 2014  
(17-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
«ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ, ДОБАВКИ  
И ПРЯНОСТИ»)

18–21 марта 2014 г.

Московский Всероссийский  
выставочный центр (ВВЦ)

**ingredients**  
RUSSIA



Подготовила:



Елена Максимова

## Без ингредиентов невозможно изготовить ни один продукт

С 18 по 21 марта в московском Всероссийском выставочном центре (ВВЦ) прошла 17-я международная выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» /Ingredients Russia 2014. В этом году в ней приняли участие более 180 компаний из 22 стран мира, а 48 предприятий представляли свою продукцию на ее площадках впервые.

### От общего – к частному

Без сомнений, за последнее десятилетие продовольственная отрасль России серьезно укрепила свои позиции. И одно из главных тому свидетельств – популярность таких узкоспециализированных выставок, как Ingredients Russia. 20 лет назад все поставщики сырья, добавок и технологий представляли свою продукцию только на общепродовольственных смотрях.

За 17 лет существования выставки ее статус стал существенно выше. «Если раньше Ingredients Russia объединяла в себе только выставку и форум, то сегодня это – выставка, форум, конкурс «Ингредиент года», а также школа технолога, где лучшие специалисты

делятся с желающими своим опытом и знаниями», – отметил **президент Союза производителей пищевых ингредиентов (СППИ) Алексей Нечаев.**

Неудивительно, что ингредиентам, пищевым добавкам и пряностям посвящена самостоятельная выставка, ведь ни один продукт глубокой переработки без них изготовить просто невозможно. Однако в то же время участники и гости выставки выступают за грамотное использование ингредиентов: они должны улучшать вкус и органолептику продукта, а не снижать его себестоимость за счет полезных и питательных свойств. Об этом в своей приветственной речи на открытии выставки говорил и **заместитель руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору Алексей Алексеенко.** «Пищевые добавки могут сделать продукцию более полноценной, но они не должны использоваться для ее фальсификации», – подчеркнул он. Алексей Алексеенко отметил также, что главная цель как производителей продуктов питания, так и поставщиков ингредиентов – безопасность потребите-



*Выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» за 17 лет заслужила репутацию события, продвигающего международные тренды на российский рынок и устанавливающего мировые стандарты качества.*



ля. Поэтому, чтобы быть в ней уверенной, представители службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору стремятся наладить сквозной контроль производства продуктов питания по принципу «от поля до прилавка».

### Трудности превращаются в возможности

Специалисты продовольственной индустрии, представители госструктур и отраслевых союзов сошлись на том, что выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» за 17 лет заслужила репутацию события, продвигающего международные тренды на российский рынок и устанавливающего мировые стандарты качества.

Ассортимент экспозиции приятно удивил посетителей. На стендах были широко представлены натуральные экстракты и ароматизаторы, ингредиенты для производства функциональных продуктов.

При этом в числе экспонентов было значительное количество российских компаний. И это особенно порадовало некоторых высокопоставленных гостей выставки.

«Сложилась непростая экономическая ситуация, и из уст некоторых западных политиков звучат предложения о наложении эмбарго или применении каких-либо экономических санкций против Российской Федерации. И если это произойдет, у российских товаропроизводителей появится хорошая возможность занять этот рынок», – заявил **заместитель Председателя Комитета Государственной Думы Российской Федерации по аграрным вопросам Сергей Доронин**.

Представитель госдумы заверил, что он и его коллеги по ведомству будут на-

стаивать на увеличении государственного финансирования в пищевую и перерабатывающую отрасль, на продлении сроков инвестиционных кредитов и создании специализированного сельскохозяйственного банка, который будет работать не в рамках регламента Центробанка.

### Обсуждение актуальных вопросов

Ingredients Russia в течение многих лет демонстрирует отличный пример стратегического партнерства бизнеса и науки. И в этом году в рамках



**Алексей Алексеенко**, заместитель руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору:

*«Пищевые добавки могут сделать продукцию более полноценной, но они не должны использоваться для ее фальсификации».*

выставки традиционно прошел 15-й Международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века». На встрече собрались специалисты различных пищевых отраслей, производители ингредиентов и представители науки.

Ключевыми темами форума стали ингредиенты для здорового питания, функциональные добавки, последние достижения отрасли и, конечно, нормативные аспекты.

Алексей Нечаев напомнил участникам, что летом 2012 года принят регламент «Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю)». Данный документ введен в действие летом прошлого года, а ряд его положений вступают в силу в феврале 2015.

По словам президента СППИ, при разработке данного регламента специалисты столкнулись с рядом проблем. В первую очередь, вопросы вызвали формулировки определений таких понятий, как «пищевые добавки», «ароматизаторы» и «технологические вспомогательные средства». По мнению многих участников рынка и представителей науки, данные формулировки требуют доработки и уточнения.

Кроме того, в упомянутом регламенте даны все приложения по видам пищевых добавок. В европейских же документах в приложениях указаны названия групп пищевых продуктов, а ниже перечисляются все ингредиенты, которые можно использовать при их производстве. По мнению специалистов, это значительно упрощает работу с регламентом.

Однако несмотря на несовершенство ряда пунктов Регламента, его принятие – огромный шаг вперед для продовольственной отрасли в целом, ведь при подготовке документа была проделана огромная работа по гармонизации его с мировыми стандартами.

Все участники и гости выставки согласились с тем, что во многом благодаря Ingredients Russia производители продуктов питания узнают о последних мировых трендах рынка ингредиентов и могут свободно разбираться в непростых вопросах, которые стоят перед специалистами пищевой промышленности. **ES**



Компания: «Силд Эйр»  
Москва, Смольная ул., д. 24 д, 8-й этаж  
Тел.: +7 (495) 795-01-01

## Упаковка: нестандартное решение

*Российская компания отправляется  
к новым горизонтам с Cryovac BDF®*

Успех одного из крупнейших петербургских поставщиков свежей рыбы начался с планов шире «раскинуть сети» для продажи российского сырья. Потенциальными проблемами на пути к достижению цели стали стойкое нежелание компании использовать какие-либо добавки для сохранения предлагаемых ею свежих продуктов, ограниченное число розничных предприятий, торгующих охлажден-

ной рыбой, и практически полное отсутствие на рынке свежей рыбы, расфасованной на предприятии и доставленной в магазин полностью готовой к продаже.

Чтобы преодолеть эти трудности, компания «ФишФроузен» обратилась к Sealed Air для совместной разработки решения на базе продукта Cryovac BDF®. Спустя год продажи местной рыбы в уникальном ас-

сортименте 60 SKU (единиц складского хранения), в которых использовалась эта система упаковки, достигли очень высокого уровня. Развивая первоначальный успех, компания разработала планы продвижения на рынке с целью поставки все возрастающему количеству потребителей свежей местной рыбы высочайшего качества.

### Уникальная комбинация ингредиентов успеха

В основе эффективного сотрудничества между компаниями «ФишФроузен» и Sealed Air лежит уникальное сочетание понимания существующе-



го рынка, точного определения потенциальной рыночной ниши и ее эффективного расширения. Ключевой особенностью этой ситуации было отсутствие условий для продажи охлажденной рыбы на льду, в особенности в небольших магазинах, расположенных вблизи жилых домов. Из этого вытекала возможность для продажи в значительных объемах продукции, расфасованной на предприятии и доставленной в магазин готовой к продаже.

Продукт Стюовас BDF® оказался идеальным решением в части упаковки, поскольку он обеспечивал срок хранения продукта до пяти дней, что на

два-три дня больше, чем при использовании растягивающейся упаковочной пленки. Прекрасная герметичность, надежная защита от проникновения кислорода и посторонних запахов в совокупности с возможно-

**Галина Паршикова,**  
коммерческий директор  
компании «ФишФроузен»:

*«Система Стюовас BDF® привлекла нас своей гибкостью. Мы можем легко изменять форму и размеры лотка, если такая потребность возникает. Две наших компании разделяют уверенность в силе стратегического брэндинга, которая уже была продемонстрирована в ходе нашей кампании по маркетингу придонной рыбы, состоявшейся два года назад под нашей торговой маркой «Водолей».*

стью разделения на порции «сложилось» в нем для обеспечения высочайших стандартов безопасности товара и его привлекательности в глазах потребителя.

Эстетические качества, связанные с использованием влагопоглощающих лотков из вспененного материала и плотной прозрачной защитной пленки, в значительной степени определяют возможности для развития фирменной упаковочной системы. Перед тем как положить упакованный продукт в корзинку, покупатель обычно рассматривает его, чтобы убедиться в высоком качестве. При этом отсутствие внутренних вкладывшей положительно сказывается на восприятии внешнего вида и удобстве использования продукта.

**Коммерческий директор компании «ФишФроузен» Галина Паршикова** поясняет: «Система Стюовас BDF® привлекла нас своей гибкостью. Мы можем легко изменять форму и размеры лотка, если такая потребность возникает. Две наших компании разделяют уверенность в силе стратегического брэндинга, которая уже была продемонстрирована в ходе нашей кампании по маркетингу придонной рыбы, состоявшейся два года назад под нашей торговой маркой «Водолей».

### Числа имеют значение

Даже без упреждающей рекламной кампании, которая началась значительно позже, первоначальные продажи продуктов из свежей рыбы, расфасованных на предприятии и доставленных в магазин готовыми к реализации, оказались весьма многообещающими. Наилучшие показатели продемонстрировал сбыт трески, 10 тыс. упаковок которой были проданы в течение двух месяцев. Будущее сотрудничества Санкт-Петербургской компании, поставляющей продукты из свежей рыбы, и Стюовас BDF® представляется лучезарным. «Мы предлагаем очень широкий ассортимент продуктов, обладаем прекрасной сетью и закрепились в регионе как поставщик №1 свежей российской рыбы», – уверена Галина Паршикова. На этапе реализации проекта удовлетворенность потребителей остается в центре внимания. «Мы хотим, чтобы люди ели свежую рыбу высочайшего качества», – резюмирует менеджер проекта **Наталья Бор**. ■



### СПРАВКА

Компания «ФишФроузен» была основана в 2006 году в Ленинградской области. Начиная с продаж свежей рыбы через розничные или мелкооптовые каналы, предприятие со временем значительно расширило ассортимент и объем продаж. Для переработки рыба вылавливается в экологически чистых источниках, таких как Чудское озеро, Баренцево море, а также небольшие озера в северной и южной частях России.

Подготовила:



Елена  
Максимова



# Этикетка – лицо продукта

*Расфасованная рыбная продукция сегодня приобретает все большую популярность в нашей стране. А изготовители, которые реализуют свои товары через торговые сети, обязаны не только упаковывать свой товар, но и давать подробную информацию о нем непосредственно на упаковке. Однако многие виды рыбной продукции фасуются в пластиковые лотки, ведра, коррексы под пленку или просто оборачиваются ею. Упаковочная тара и материалы закупаются в готовом и небрендированном виде, и чтобы украсить, а также сделать информативной такую упаковку, производители чаще всего используют этикетки.*

## Функции этикетки

Таким образом, этикетка выполняет две задачи: выделяет продукт на полке и информирует потребителей о его свойствах, происхождении и сроках хранения. Эти функции диктуются законодателем, этого требует простая логика продвижения продукта: хочешь продать товар – дай покупателю познакомиться с ним поближе.

Этикетки, используемые в рыбной промышленности, должны быть устойчивы к воздействиям жиров, влаги, высоких и низких температур, а главное, безопасными для здоровья человека.

## Выбор этикетки в зависимости от упаковки

В случаях, когда рыбная продукция расфасовывается в пластиковые ве-

дра или стеклянные, а также металлические банки, как, например, рыбные салаты, консервы или пресервы, этикетки могут наноситься как на крышку, так и на боковую поверхность емкости. Если этикетка наклеивается сверху, специалисты рекомендуют изготавливать наклейки из пленочных материалов. Дело в том, что при транспортировке тару устанавливают стопками, и если используется бумажная этикетка, она может утратить свой внешний вид. Кроме того, есть риск, что она отклеится от холода или на ней будут видны жирные пятна от случайно пролившегося маринада или масла.

Подчеркнуть премиальность продукции из рыбы и морепродуктов можно

с помощью бумажной этикетки и тиснением фольгой.

Выбор формы наклейки зависит от формы тары и пожеланий заказчика. Она может быть обычного рулонного типа, а также фигурной вырубки. Часто можно встретить на этикетках знаки престижа, такие как надпись «Продукт года», которые подтверждают успех товара на рынке и его признание в различных конкурсах. Это – своеобразный эмоциональный стимул к покупке продукции.

Упаковывая рыбу и изделия из нее в коррексы или штучно заворачивая их в пленку, изготовители, как правило, используют обычную бумажную этикетку, которая содержит информацию о продукте.

В любом случае, какой бы вид упаковки ни выбрал переработчик, этикетка на ней должна быть сделана из качественных материалов. Ведь на испорченной этикетке потребитель не сможет прочесть необходимую информацию, а если на ней поврежден штрих-код, то кассир не сможет провести товар на кассе, и он уйдет на возврат. В обоих этих случаях изготовитель понесет убытки. Качественная же этикетка, особенно если она сделана со вкусом, не только позволяет потребителю понять, когда и из чего изготовлен продукт, но и обращает на себя внимание, выделяя товар из ряда конкурентных.

1. Знаки престижа, такие как надпись «Продукт года», подтверждают успех товара на рынке.
2. Этикетка Plug-In для работы на максимальной скорости
3. Автоматический весовой этикетировщик GLM-I evo

## Комментарий эксперта:

*Игорь Кочанов,  
генеральный директор  
ООО «Бицербэ Рус»:*

– В наш стремительный век возможности презентации продукта сильно меняются, что влияет как на внешний вид и функции самой этикетки, так и на варианты ее формирования и нанесения. Именно этикетка должна «сказать» о товаре на полке супермаркета все то, что побудит покупателя сделать нужный выбор. Поэтому многие товары снабжены яркими, очень качественными с точки зрения используемых материалов и дизайна этикетками. Информирование покупателя также приобретает все большую значимость – появляются детали, которые ранее было невозможно представить на этикетке: наряду со штрих-кодом появляются QR-коды, цена, информация о происхождении товара, его пищевых характеристиках и вариантах использования.

Это становится возможным благодаря современным технологиям печати и аппликации.

Яркая тенденция современного рынка – переход к более дорогим упаковочным решениям, в которых этикетка начинает выполнять не свойственные ей изначальную функции. Например, стоит отметить «умные» этикетки: RFID, RF, TTI. Так, в этикетки для дорогих товаров производители начинают встраивать RF-чипы. Данный радиочастотный чип можно скомбинировать с обычной этикеткой и сделать его видимым или невидимым для покупателя. Таким образом этикетка помогает бороться с воровством. Другой вид этикетки – TTI – показывает покупателю, действительно ли соблюдались температурные условия перевозки и хранения продукта. TTI дисциплинирует производителя и про-

давец и дает покупателю достоверную информацию о качестве продукта, снижая тем самым риски приобретения несвежего товара.

Наконец, этикетка может гарантировать целостность упаковки. Так, этикетка, нанесенная по технологии C-Wrap (обертывания), оборачивает продукт с трех сторон. Вскрыть упаковку без разрыва этикетки невозможно. Как правило, такие этикетки достаточно длинные, то есть существует очень большое поле для нанесения как информации о продукте, так и сопутствующей – можно разместить на ней рецепт, варианты сервировки.

Модельный ряд представленных сегодня на рынке этикетировщиков способен выполнять задачи по взвешиванию продукта, печати информации и нанесению этикетки на продукт как в ручном, так и в автоматическом режиме, причем с колоссальной скоростью – до 200 упаковок в минуту. Современные этикетировщики позволяют наносить на упаковку Plug-In-этикетки (уникальная технология,

разработанная компанией Bizerba). На их обратной стороне размещается двухмерный код, в который защищена информация о товаре и конфигурации этикетировщика. Таким образом минимизируются временные затраты, необходимые для переналадки линии, что особенно важно в условиях современного линейного производства, где каждая минута простоя приводит к серьезным убыткам.

Очень важным обстоятельством представляется тот факт, что при использовании современных устройств для нанесения этикеток каждую акцию взвешивания, печати и нанесения этикетки можно запомнить. В итоге накапливается массив информации о производстве – становится точно известно, сколько какой продукции, на какой линии и кем было произведено, был ли брак и сколько его было, эффективно ли работала линия, были ли простои. Таким образом тривиальная операция нанесения этикетки на товар превращается в источник информации для контроля и управления производством. **PC**



Модельный ряд представленных сегодня на рынке этикетировщиков способен выполнять задачи по взвешиванию продукта, печати информации и нанесению этикетки на продукт как в ручном, так и в автоматическом режиме.



Автор:



Елена Максимова

## Пельмени на рыбный лад

*Пожалуй, один из самых популярных на российском рынке полуфабрикатов – пельмени. Потребители любят их за простоту и быстроту приготовления и «сбалансированный» состав: и мясо, и гарнир в одной упаковке.*

Однако сегодня у потребителей несколько меняются приоритеты при выборе полуфабрикатов. Они хотят, чтобы продукты были, в первую очередь, полезные и натуральные. А если говорить по правде, большинство мясных пельменей, присутствующих на российском рынке, особенно

в низком и среднем ценовых сегментах, изготавливаются из мясного сырья не самого высокого качества. Хорошей альтернативой таким изделиям станут рыбные пельмени, в которых может использоваться как рубленое рыбное мясо, так и цельные кусочки филе.

Сегодня рынок рыбных пельменей очень мал и неразвит, но поскольку любой рыбный продукт укладывается в модный тренд здорового питания, он может развиваться, по прогнозам некоторых аналитиков, со скоростью 15-20% в год.

### Законодатели моды на рыбные пельмени

Пельмени с морепродуктами – традиционное блюдо японской кухни. Только называются они гедзе. Для приготовления начинок данных изделий рыба или креветки, как правило, смешиваются с тертыми овощами. До готовности эти полуфабри-

каты доводятся обычно посредством обжарки в растительном масле. Подают гедзе с традиционными японскими соусами.

Наши соотечественники узнали о гедзе с развитием ресторанов японской кухни. Спрос на данные изделия в розничных магазинах не очень высок, возможно, из-за того, что представленная на рынке продукция данной категории относится к высокому ценовому сегменту и рассчитана в основном на гурманов.

### «Пионеры» рынка рыбных пельменей

Сегодня в магазинах, хотя и нечасто, но все же можно встретить рыбные пельмени. Чаще всего они изготавливаются из дорогих видов рыбы и морепродуктов: крабового мяса, креветок, лосося или семги. Это, как объясняют сами производители, связано с тем, что российские потребители обычно скептически относятся к сырию. И если мясные пельмени они покупают, потому что это блюдо вкусное и сытное, то для приобретения рыбных причины будут несколько другими. В частности, желание приобрести полезный, натуральный продукт. А для изготовления изделий с таким позиционированием должно использоваться сырье соответствующего качества. Однако некоторые переработчики делают пельмени и из более бюджетных сортов рыбы, например, из трески или судака.

Сегодня большинство производителей пельменей с начинкой из рыбы или морепродуктов находится в местах вылова – во Владивостоке и в Калининграде, хотя есть и переработчики в других городах: в Москве, Брянске, Санкт-Петербурге.

### Продвижение и позиционирование

Наиболее результативный способ продвижения незнакомых для потребителя продуктов – дегустация. Если изделие действительно вкусное, на него найдет свой покупатель. Как отмечают сами производители, другие виды рекламы работают гораздо менее эффективно. Если говорить о позиционировании на рынке рыбных пельменей, то здесь могут быть варианты.

В первую очередь, это продукт для здорового питания. При использовании качественных натуральных ингредиентов для изготовления рыбных пельменей обязательно найдутся покупатели, которые оценят их по достоинству.

Кроме того, рыбные пельмени могут внести разнообразие в меню вегета-



Пельмени с морепродуктами – традиционное блюдо японской кухни. Только называются они гедзе. Для приготовления начинок данных изделий рыба или креветки, как правило, смешиваются с тертыми овощами.

рианцев, которые отказываются только от мяса, но не от рыбы. Этой категории потребителей можно предложить изделия, в состав начинки которых входят не только рыба или морепродукты, но и их смесь с овощами, как в японских гедзе.

Наконец, данные изделия могут позиционироваться как постный продукт. В этом случае в качестве рекламной акции можно приложить к упаковке календарь православных постов.

Но в любом случае, выводя на рынок рыбные пельмени, не лишним будет написать на упаковке не только состав продукта, но и рекомендации по приготовлению изделий, причем желательны подробные. Ведь если рыбные пельмени будут испорчены конечным покупателем при варке, он никогда больше не захочет их покупать.

О перспективах развития рынка рыбных пельменей говорить достаточно сложно. Однако с уверенностью можно утверждать, что данный сегмент недостаточно насыщен, а значит, если выпустить продукт, который понравится потребителям, можно занять свою нишу. Скорее всего не стоит ждать от рыбных пельменей тех же объемов продаж, какие приносят производителям мясные. Однако объемы – не всегда главный фактор для принятия решений об освоении того или иного сегмента рынка. Иногда маржинальность и репутация производителя как новатора, который не боится смелых экспериментов и при этом изготавливает качественный продукт, играют весьма важную роль. **ПС**



### Комментарий специалиста

**Араик Степанян,**  
учредитель компании «Балтийская трапеза» (Калининград):

*«Наша компания поставляет на рынок несколько видов рыбных пельменей. Это изделия с кальмаром, лососем, треской и судаком. Наибольшим спросом из нашего ассортимента на данный момент пользуются пельмени с судаком, которые относятся к среднему ценовому сегменту. Отмечу, что сейчас рыбные пельмени составляют всего 8% от общего объема продаж продукции нашей компании, в ассортименте которой – различные виды мясных и рыбных полуфабрикатов, а также вареники и блинчики. Если говорить о динамике спроса, то, производя рыбные пельмени уже несколько лет, мы заметили, что он растет, хотя и очень медленно – примерно на 1% в год».*

Автор:



Елена Максимова

# Спецодежда – не роскошь, а необходимость



Спецодежда важна для соблюдения санитарно-гигиенических требований. Качественная же униформа - это удобство, комфорт и привлекательный внешний вид.

*Работа на пищевом производстве подразумевает выполнение определенных санитарных требований. Причем необходимо уделять внимание не только гигиене предприятия, но и аккуратности сотрудников. Поэтому крайне важно, чтобы работники в цеху находились в чистой и удобной спецодежде. А с учетом того, что производство рыбной продукции связано с наличием специфических запахов и трудно отстирываемых, едких пятен, к выбору униформы для персонала рыбоперерабатывающих заводов стоит подходить с особой щепетильностью.*

## Главное – чтобы костюмчик сидел?

К сожалению, сегодня многие предприятия, изготавливающие продукты питания, все еще не осознали важность предоставления сотрудникам качественной спецодежды. Некоторые до сих пор ограничиваются выда-

чей простых халатов и фартуков. Данные «средства защиты» быстро приобретают непрезентабельный внешний вид и очень не нравятся работникам, для которых они предназначены.

Не так давно мы побывали на одном из предприятий пищевой промыш-

ленности. Нас встретили две сотрудницы компании в качественных брючных рабочих костюмах. Мы сразу обратили внимание, что спецодежда у людей разная. Мой вопрос «А у вас для каждого отдела предусмотрена своя спецодежда?» был встречен ироничным смешком. Дамы объяснили, что те костюмы, которые надеты на них, они приобрели сами, за свой счет, так как халаты, предлагаемые предприятием в качестве униформы, крайне неудобны и не презентабельны. «А ведь мы на работе существенную часть жизни проводим, хочется выглядеть красиво и аккуратно, вот и приходится самим себе форму покупать», – сказали работницы предприятия.

## Достоинства качественной униформы

Конечно, не все сотрудники рыбоперерабатывающих заводов го-



При разделке цельных туш вручную не исключены порезы - как ножом, так и о кости или плавники, и, конечно, жирные и кровавые пятна. Поэтому необходимо использовать дополнительную защиту.



товы тратить собственные средства на приобретение спецодежды, но приведенный в пример случай очень показателен. Люди хотят, чтобы форма, в которой они проводят значительную часть времени, была удобной, чтобы ее можно было снять после смены и полностью поменять на чистую, не пропахшую рыбой, одежду.

Безусловно, владельцы предприятий, которые считают, что халаты – это дешево и практично, могут поспорить. Ведь приобретать и обслуживать качественную спецовку дорого, в то время как «отработанные» халаты и фартуки можно просто выбросить. Но стоит посмотреть на это и с другой стороны. Костюм из качественной ткани прослужит гораздо дольше, чем халат, а стирку и обслуживание можно доверить профессиональным компаниям, у которых в арсенале есть мо-

ющие средства, уничтожающие едкий рыбный запах и которые сами заберут грязное и привезут чистое. К тому же сегодня на внешний вид сотрудинок перерабатывающих предприятий все больше обращают внимания представители контролирующих органов. И наконец, униформа может стать элементом корпоративного стиля, а главное, сами работники, полностью меняя одежду после смены, будут понимать, что руководство относится к ним с уважением и, возможно, станут трудиться с другим настроением и более высокими показателями.

Если все это прозвучало достаточно убедительно, рассмотрим различные возможности обеспечения персонала спецодеждой, которые предлагают поставщики различных услуг и используют многие предприятия.

## Комментарий

**Наталья Пугачева,**

директор производства компании «Австралийский торговый дом»:

*Работая в пищевой промышленности с 1980 года, я видела много способов использования спецодежды. На многих предприятиях были собственные прачечные, а компании, которые таковых не имели, позволяли работникам брать спецодежду для стирки домой. Однако оба эти способа оказывались не самыми эффективными: вещи могли быть плохо простираны, а иногда сотрудники и вовсе забывали свой комплект рабочей одежды дома.*

*Поработав некоторое время с компаниями, предоставляющими услуги аренды спецодежды, мы поняли, насколько это выгодно и удобно.*

*Признаюсь, «своего» поставщика данной услуги мы нашли не сразу. С одной из фирм нам пришлось расторгнуть договор, так как с ее стороны не всегда поставлялся полный комплект одежды – специалисты могли забыть положить в комплект куртку, привезти только брюки. Да и качество стирки порой оставляло желать лучшего.*

*В итоге мы обратились к специалистам другой компании и почувствовали существенную разницу. Сотрудники фирмы мобильны: в ситуациях, когда нам необходимо было выпустить в цех нового работника, которому в сжатые сроки нужно было привезти униформу, нам всегда шли навстречу. Качество стирки, построение логистики, мобильность – те критерии, по которым мы выбирали поставщика услуги по аренде спецодежды.*

## Собственная спецодежда

Первый вариант – приобретение спецодежды. В этом случае можно выбрать как уже готовые варианты, так и заказать пошив с собственными особыми пожеланиями. Наличие собственной спецодежды имеет ряд преимуществ. На закупленные типовые костюмы для работников можно нашить логотипы предприятия, а некоторые владельцы компаний идут еще дальше: заказывают пошив формы с учетом фирменных цветов собственного лейбла. Специалисты по подбору или пошиву спецодежды могут порекомендовать качественную ткань и удобный дизайн.

Однако стоит понимать, что собственная спецодежда требует обслуживания: регулярных стирок и ремонта. На некоторых предприятиях для таких целей есть свои прачечные и сотрудники, которые осуществляют обслуживание униформы, в не-

которых случаях сотрудники забирают рабочие костюмы домой и стирают их самостоятельно. Однако большинство компаний пользуется услугами профессионалов, которые забирают грязные комплекты, стирают их и привозят чистые.

## Аренда

Услуга аренды спецодежды становится все более популярной. И не случайно. Вступая в ВТО, мы должны соответствовать стандартам не только качества конечного продукта, но и производственной гигиены. В частности, на западных предприятиях сотрудники, работающие в зоне упаковки, никогда не пересекаются с работниками, имеющими дело с сырьем. На отечественных же производствах, построенных еще в советские времена, предусмотрена общая раздевалка, где пересекаются люди, работающие в разных зонах. При этом соблюдение всех остальных мер гигиены на предприятии практически сводится к нет.

Таким образом, вопрос разграничения потоков и санитарной одежды стоит сейчас весьма остро, а при переходе на аренду спецодежды помещения, высвобождаемые из-под собственных постирочных, можно использовать для разделения потоков и обеспечения более высокого санитарно-гигиенического уровня на предприятии.

Услуга аренды подразумевает, что затраты на приобретение, содержание, обслуживание, забор, доставку, ремонт, складирование, покупку новых комплектов взамен старых и утилизацию берет на себя компания, предоставляющая услугу аренды спецодежды. При этом предприятие получает кредитную систему расчетов, экономит на закупке, пошиве, доставке, складировании спецодежды, а постоянная стоимость услуг позволяет легко прогнозировать затраты и учесть их в бюджете заранее.

К слову, ряд компаний, предоставляющих услуги по аренде спецодежды, может осуществлять обслуживание уже имеющейся у клиента униформы. «В этом случае промышленные прачечные осуществляют забор грязной и доставку чистой спецодежды, ее обслуживание. Однако заказчик должен сам заниматься подбором моделей и тканей в соответствии с нормативными требованиями. Вся



## ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ СПЕЦОДЕЖДЫ

Первые упоминания о специальной или рабочей одежде уходят в историю древней Греции и Рима. Одежда для рабов играла в те времена две функции: указывала на вид деятельности, которой занимался раб, и служила средством гигиены.

Первой специальной одеждой можно считать передник, который впервые на себя надели государственные работники, чтобы выделиться от представителей других сфер деятельности.

Позже Эмигрант из Баварии Леви Страусс, выброшенный на улицу и имеющий в своем распоряжении лишь рулон парусины, сшил первые штаны из этого материала, которые только много времени спустя стали называть джинсами. Предназначались они для горняков и золотоискателей. Они имели всего один недостаток, под тяжестью самородков рвались карманы, которые пришлось укреплять заклепками, применявшимися для крепления конской сбруи. Такая идея с укреплением понравилась не только золотоискателям и горнякам, но и фермерам и ковбоям. Штаны из парусины начали широко использовать как рабочую одежду во многих областях производства.

В России спецодежда стала развиваться с 1741 года. В этот год вышел указ, требующий обязательной выдачи работникам фабрик одинаковых костюмов. Однако мешковатые брюки из дешевой ткани и безразмерные куртки делали рабочую одежду не только неудобной, но и унизительной. Не зря она получила название «роба» – слово это используется и в наши дни.

Но развитие рабочей одежды и история моделирования не стоит на месте. Сегодня на первый план стали выдвигаться такие требования, как удобство, практичность, качество и безопасность.

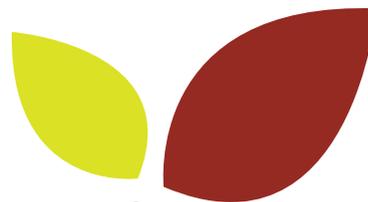
спецодежда находится на балансе предприятия клиента. Обязанности по обновлению, утилизации и учету также возложены на заказчика. При этом промышленные прачечные гарантируют качественную стирку в соответствии с маркировкой, указанной на спецодежде. Для некоторых компаний это был первый шаг при переходе на арендное обслуживание: заказчики имели возможность заранее оценить качество стирки и химчистки и клиентоориентированность поставщика услуги», – рассказывает директор по маркетингу и PR компании Blesk InCare Ольга Машкова.

Выбирая поставщиков спецодежды, необходимо ознакомиться с отзывами о компании других специалистов отрасли, а также выяснить, как

давно данный поставщик услуг находится на рынке. «Лучше всего посетить предприятие поставщика услуги и лично увидеть оснащение, убедиться, ведется ли сортировка одежды по материалу, цвету и уровню загрязнений, проверить, существует ли пересечение потоков спецодежды», – советует Ольга Машкова.

Наконец, очень важно выяснить, из каких тканей выполнены модели одежды, насколько качественная используется фурнитура. Компании, профессионально занимающиеся услугой аренды спецодежды, знают, какие ткани обеспечат комфортную работу сотрудников на том или ином участке, подбирают материалы, способные выдержать необходимые режимы дезинфекции. **PC**

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

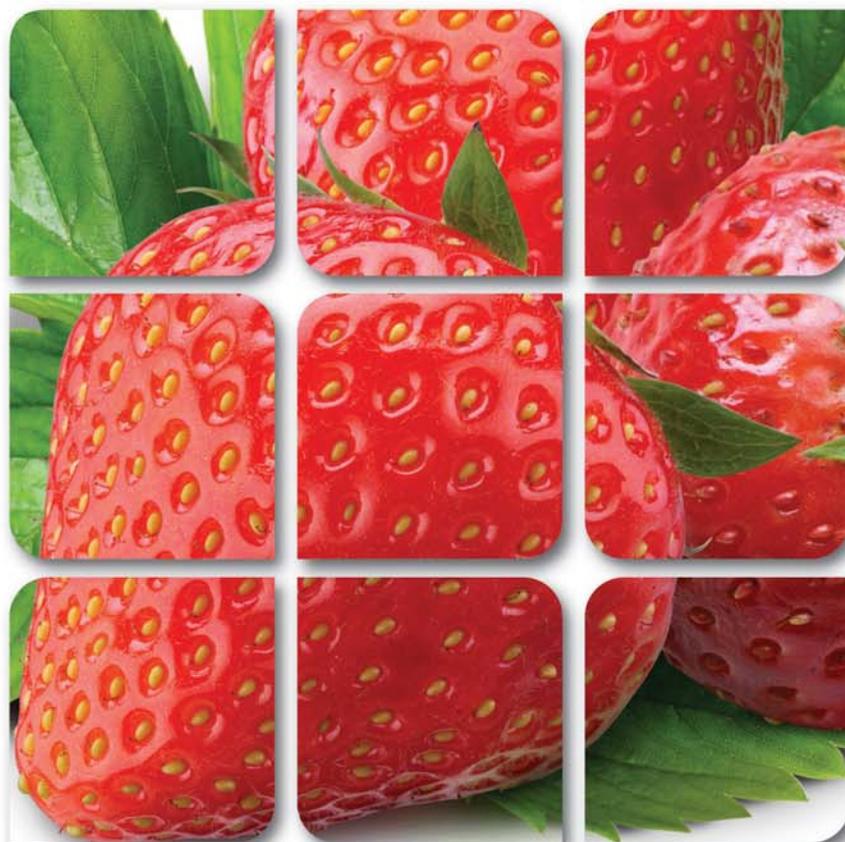


# worldfood

## MOSCOW

**15 – 18.09.2014**

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



**ВСЬ МИР ПИТАНИЯ**  
**WHERE THE FOOD INDUSTRY MEETS RUSSIA**



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

# 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  
«Комплектующие, агрегаты  
и материалы для пищевого прома»



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:



Информационный  
партнер:



Официальный  
интернет-  
партнер:



12+

