

МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ТЕМА НОМЕРА

Сделки M&A – один из ключевых рычагов консолидации рынка FMCG-ритейла, участниками становятся как федеральные, так и региональные сети, однако в последние годы чаще можно встретить переуступку прав аренды, частичную продажу и другие подобные варианты, классические сделки M&A происходят в основном с участием крупных федеральных сетей.

6

ИССЛЕДОВАНИЕ/ RESEARCH

В январе–феврале 2017 года, по данным Росстата, производство колбасных изделий в России достигло 329 тыс. т, превысив на 7,5% уровень соответствующего периода 2016 года.

From January to February 2017, according to the information of Rosstat, the production of sausage goods in Russia amounted to 329 thousand tonnes, having exceeded the level of the relevant period of 2016 by 7,5%.

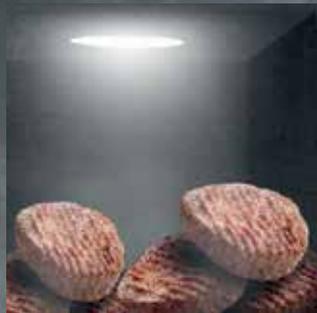
16



Юрий Деревенчук,
директор Курского
мясоперерабатывающего
завода:

«Мы внимательно следим за теми прогрессивными технологиями и инновациями, которые предлагает мировой рынок, отбираем лучшее и внедряем у себя на производстве, создавая в России уникальную площадку по уровню технической оснащенности и степени автоматизации процессов».

26



ИСКУССТВО В ПРОИЗВОДСТВЕ

НОВЫЕ ФОРМЫ С СИСТЕМАМИ ФОРМОВАНИЯ HANDTMANN



ПРИДАВАЯ ФОРМУ ТРЕНДОВЫМ ПРОДУКТАМ, ВЫ ФОРМИРУЕТЕ ВАШЕ БУДУЩЕЕ

- Модульные и гибкие системы формования, от базовой конструкции до комплексного решения для крупных, полностью автоматизированных производственных предприятий
- Полностью автоматизированная система, включающая в себя до 24 полос для достижения максимальной эффективности
- Значительное снижение затрат за счет высочайшей точности порционирования
- Отличные модули, применяемые в комплексных системах, вплоть до оборудования для упаковки
- Превосходный внешний вид продуктов благодаря бережной переработке
- Широкий ассортимент продуктов благодаря многочисленным опциям формования

Тенденции в потреблении продуктов стремительно меняются. Системы формования Handtmann отличаются гибкостью. При формовании и взвешивании. От наполнения до упаковки.



FS 520



FS 521



FS 522



FS 510



RF 440

handtmann
Идеи с будущим.



Третья международная конференция

WORLD SOY – FEEDS

МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА

30–31 мая 2017

Санкт-Петербург



Организатор конференции:
ИД «СФЕРА»

Место: Санкт-Петербург

Регистрация и подробная информация:

+7 (812) 70–236–30

sfm.events

info@sfm.events

НОВИНКА



COOKLINE MATRIX

ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНАЯ ВАРКА



- **Непревзойденная производительность**
В процессе Формования & Варки & Охлаждения & Извлечения из формы
- **Полностью автоматизированный процесс**
Роботизация и продуманная система от формования до извлечения из формы
- **Универсальная гибкость**
Возможность работы с любыми типами форм и форматами
- **Наивысшая регулярность термического процесса**
Лучшее распределение температуры на рынке
- **Максимальный теплообмен**
Эффективное сокращение энергозатрат

реклама



Редакционная коллегия

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



**Джавадов
Эдуард Джавадович,**

доктор ветеринарных наук,
профессор, академик РАН,
заслуженный деятель науки РФ.

«Журналы ИД «Сфера» – это кладезь интересных и полезных статей. Я с удовольствием читаю и публикуюсь в этих изданиях. Призываю всех, кто занимается наукой в области пищевой перерабатывающей промышленности и АПК, публиковаться и подписываться на журналы ИД «Сфера». Мне кажется, у такой прессы и интернет-портала с профессиональным сообществом есть очень хорошая перспектива».



**Тимченко
Виктор Наумович,**

кандидат экономических наук,
почетный член Национальной
академии аграрных наук Украины:



**Глубоковский
Михаил Константинович,**

доктор биологических наук, директор
ВНИИ рыбного хозяйства и океанологии.



**Андреев
Михаил Павлович,**

заместитель директора АтлантНИРО,
доктор технических наук, член-
корреспондент Международной
академии холода.



**Ванеев
Вадим Шалвович,**

владелец, основатель и генеральный
директор агрокластера «Евродон».



**Забодалова
Людмила Александровна,**

доктор технических наук, профессор,
заведующая кафедрой прикладной
биотехнологии Университета ИТМО.



**Маницкая
Людмила Николаевна,**

исполнительный директор РСГМО,
кандидат экономических наук,
заслуженный работник пищевой
и перерабатывающей промышленности.



**Лисицын
Александр Николаевич,**

и. о. директора ВНИИЖ, доктор
технических наук.



**Егоров
Иван Афанасьевич,**

доктор биологических наук, профессор,
академик Российской академии
сельскохозяйственных наук, первый
заместитель директора ВНИТИП по НИР.



**Доморощенкова
Мария Львовна,**

заведующая отделом производства
пищевых растительных белков
и биотехнологии ВНИИ жиров.



**Лоскутов
Игорь Градиславович,**

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



**Савкина
Олеся Александровна,**

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



**Черепанов
Сергей Владимирович,**

кандидат сельскохозяйственных наук,
старший научный сотрудник Всероссийского
НИИ генетики и разведения
сельскохозяйственных животных.

Содержание

28

Фоторепортаж
Мировые инновации
на российской площадке



- | | | | | | |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------|
| 6 | Тема номера
Рынок FMCG:
консолидация неизбежна | 26 | От слов к делу
Юрий Деревенчук: «Бизнес – как лодка. Если расправить парус и поймать воздушные потоки, легко понесется вперед по волнам» | 48 | Стандартизация
«Классика» только по ГОСТ |
| 12 | В фокусе
Перспективы франко-российского сотрудничества в АПК | 36 | События и факты
Новости | 54 | Упаковка и оболочка
Подводные камни привычных решений |
| 16 | Исследование
Кризис колбасной отрасли | 38 | Автоматизация
Условия успешного использования IT-технологий для управления предприятием | 58 | Пленки «БЕККДОРИН» и сетки «Логонет» – идеальный формат кусковых изделий |
| 16 | Research
Crisis of the Sausage Industry | 40 | Техника и технологии
Технология убоя кроликов на мелких фермах | 60 | Интернет вещей и феномен большого объема данных в пищевой отрасли |
| 20 | Мир
Фермерские рынки – территория фермеров | 42 | Современные подходы в проектировании систем холодоснабжения аммиак/CO ₂ | 61 | Ингредиенты
Рецептуры от «Биофуд» |
| 22 | Регионы
Ростовская область: 12-е место по объемам производства мяса в России | 46 | CASSIDA – «пищевые» смазочные материалы | 62 | Итоги
Кнут и пряник. Как помочь мясному скотоводству России? |

Сфера

Мясная сфера
(Мясная промышленность) №2 (117) 2017

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясopеpаbывающей индустрии
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 46401 31.08.2011 г.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»
Адрес редакции:
Россия, 197101, Санкт-Петербург,
ул. Мира, д. 3, литер А, помещение 1Н,
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,
www.sfera.fm

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Заместитель генерального директора по административным вопросам:
Анастасия Ладанова
a.kochetkova@sfera.fm

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

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenoval@sfera.fm
Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm
Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm
Екатерина Полищук
e.polishuk@sfera.fm
Оксана Перепелица
o.perpelitza@sfera.fm
Евгения Гненная
e.gnennaya@sfera.fm

Валерия Скиданова
v.skidanova@sfera.fm
Лилия Далакишвили
l.dalakashvili@sfera.fm

Главный редактор:
Светлана Клепикова
s.klepikova@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Виктория Загорская
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Нина Слюсарева
n.slyusareva@sfera.fm

Иллюстрация:
Тимофей Яржомбек

Корректор:
Лариса Торопова

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 4 раза в год. Использование информационных и рекламных материалов журнала возможно только с письменного согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком **Р**, публикуются на коммерческой основе. Материалы, отмеченные значком **МП**, являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПреминумПресс». Подписано в печать: 17.04.17. Тираж: 3 000 экз.



ЗА СЧЕТ СДЕЛОК M&A РАССТАНОВКА СИЛ
НА РЫНКЕ РОССИЙСКОГО FMCG-РИТЕЙЛА
ПОСТЕПЕННО МЕНЯЕТСЯ
В СТОРОНУ УКРУПНЕНИЯ ОСНОВНЫХ
ИГРОКОВ КАК НА РЕГИОНАЛЬНОМ,
ТАК И НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЯХ.



Автор:

**Анна
Синявская,**

партнер и совладелец
исследовательского
агентства M.A. Research

3,7 тыс.

торговых сетей
работает на российском
рынке, включая
специализированные сети.

11,4 млрд руб.

сумма крупнейшей сделки M&A
в сегменте FMCG-ритейла –
приобретение «Лентой»
финской сети гипермаркетов
«К-Руока».

16 %

доля топ-10 FMCG-сетей
в обороте розничной
торговли страны по итогам
2016 года.

Более двух лет лидером рынка остается «Магнит», доля которого составила 4,4% в общероссийском обороте розничной торговли в 2016 году.

На долю топ-10 FMCG-сетей в 2015 году приходилось 14,1% оборота розничной торговли РФ, в 2016-м показатель увеличился до 16%.

РЫНОК FMCG: КОНСОЛИДАЦИЯ НЕИЗБЕЖНА

В 2016 ГОДУ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС ПРОДОЛЖИЛ СНИЖАТЬСЯ, ЧТО ОБУСЛОВЛЕНО УХУДШЕНИЕМ УСЛОВИЙ ЖИЗНИ РОССИЯН: НИЗКИЕ ДОХОДЫ, РОСТ ЦЕН НА ТОВАРЫ И УСЛУГИ, ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ДОЛГОВОЙ НАГРУЗКИ ПО ИПОТЕЧНЫМ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ КРЕДИТАМ.

ТРАДИЦИОННО РЫНОК FMCG-РИТЕЙЛА БОЛЕЕ УСТОЙЧИВ К ПОДОБНЫМ НЕГАТИВНЫМ ВЛИЯНИЯМ, ПОСКОЛЬКУ ПРОДУКТЫ ОТНОСЯТСЯ К ТОВАРАМ ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ, ОДНАКО ДЛИТЕЛЬНЫЙ НЕГАТИВНЫЙ ТРЕНД В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ И ВЫЗВАННЫЕ ИМ ИЗМЕНЕНИЯ МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЯН ПРИВЕЛИ К ЗАМЕДЛЕНИЮ ТЕМПОВ ОПЕРАЦИОННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИГРОКОВ FMCG-РЫНКА В ЦЕЛОМ.

Лидеры рынка

Несмотря на негативные тренды, розничные FMCG-сети сохраняют свои позиции, формируя около 30% оборота розничной торговли РФ. По данным исследовательского агентства M.A. Research, доля FMCG-сетей в обороте розничной торговли РФ в 2015 году составляла 25,8%, в 2016-м – 28%. Темпы прироста оборота сетевой розничной торговли FMCG замедлились, однако остались высокими (+21% в 2016 году, по предварительной оценке, против 32% в 2015-м).

Более двух лет лидером рынка остается «Магнит», доля которого составила 4,4% в общероссийском обороте розничной торговли в 2016 году. X5 Retail Group заняла 4,2% розничного рынка, вплотную приблизившись к «Магниту» по итогам 2016 года. Это крупнейшие FMCG-ритейлеры, остальные сети занимают не более 2% в обороте розничной торговли РФ.

Десятка крупнейших сетей развивается динамичнее остальных игроков, продолжая экспансию в регионы, наращивая присутствие в крупных городах.

Третье место занимает «Ашан», доля которого составляет около 1,4% розничного рынка РФ, доля «МЕТРО Кэш энд Керри» ниже – 1,2% рынка, кроме того, оборот компании включает оптовый и розничный оборот, поэтому полностью не может быть учтена при расчетах долей рынка.

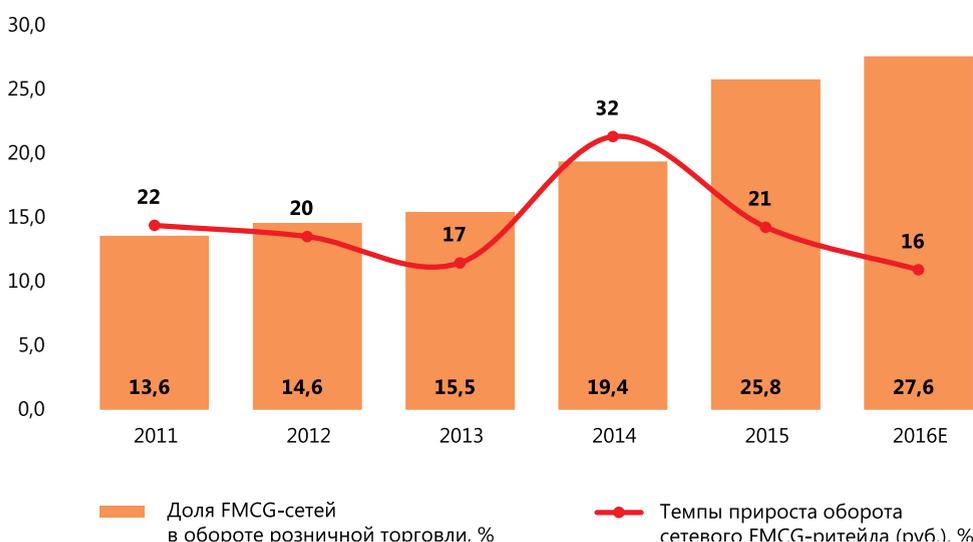
На долю топ-10 FMCG-сетей в 2015 году приходилось 14,1% оборота розничной торговли РФ, в 2016-м показатель увеличился до 16%. Лидером в 2015-м оставался «Магнит», однако по итогам 2016 года он может уйти на второе место, уступив X5 Retail Group. Наиболее активно развивалась сеть «Лента», открывшая в 2016 году 51 гипермаркет и 18 супермаркетов. Десятка крупнейших FMCG-сетей развивается динамичнее остальных игроков, продолжая экспансию в регионы, наращивая присутствие в крупных городах.

Десятка крупнейших сетей развивается динамичнее остальных игроков, продол-

В течение 2015–2016 гг. прекратили свое существование порядка 20–22 небольших и средних по числу магазинов FMCG-сетей.

Крупнейшей сделкой M&A в сегменте FMCG-ритейла, завершившейся в ноябре 2016 года, стало приобретение ГК «Лента» финской сети гипермаркетов «К-Руока».

Рисунок 1. Доля FMCG-сетей в обороте розничной торговли (руб.), 2011–2015 гг. и предварительная оценка 2016 года



Источник: данные исследования M.A. Research «Российский FMCG-ритейл в 2015–2016 гг. и прогноз на 2017–2019 гг.»

жая экспансию в регионы, наращивая присутствие в крупных городах. Это приводит к исчезновению небольших ритейлеров, что, в свою очередь, укрепляет позиции крупных FMCG-сетей. В условиях кризиса этот процесс идет активнее, чем в условиях стабильной экономики и потребительского спроса. Укрупнению торговых сетей способствует и политика государства в отношении малых и микропредприятий. В 2012 году существенно сократилось количество киосков и павильонов, кроме того, были введены запреты на торговлю алкоголем в таких торговых точках, в 2014-м – запрет на торговлю табачными изделиями.

На FMCG-рынке продолжается консолидация игроков, в течение 2015–2016 гг. прекратили свое существование порядка 20–22 небольших и средних по числу магазинов FMCG-сетей. Наиболее пострадали Уральский и Сибирский федеральные округа, в меньшей степени – Приволжский и Центральный. Основные причины ухода игроков с рынка – растущая конку-

ренция с федеральными сетями, снижение потребительского спроса, высокие ставки аренды. В большинстве случаев торговые площади ушедших игроков были заняты федеральными или крупными региональными игроками.

Сделки M&A в FMCG-ритейле

Стратегии развития FMCG-ритейлеров подразумевают использование следующих способов: органический рост, сделки M&A, франчайзинг и различные комбинации перечисленных способов. Российский FMCG-ритейл прошел несколько периодов, когда участники рынка активно участвовали в сделках M&A, сменявшихся периодами спада, когда фокус смещался в сторону органического роста.

В 2015–2016 гг. активизировались крупные игроки, приобретавшие активы российских и иностранных сетей, участники из топ-10 FMCG-сетей стремятся закрепить свои позиции на рынке, что стимулирует их к покупкам активов региональных и федеральных торговых сетей. Вторая тенденция – укрупнение региональных игроков за счет приобретения активов или права аренды своих региональных конкурентов, что ведет к созданию крупных региональных торговых сетей, работающих в пределах одного–двух федеральных округов.

Сделки M&A – один из ключевых рычагов консолидации рынка, участниками становятся как федеральные, так и региональные сети, однако в последние годы чаще можно встретить переуступку прав аренды, частичную продажу и другие подобные варианты, классические сделки M&A происходят в основном с участием крупных федеральных сетей.

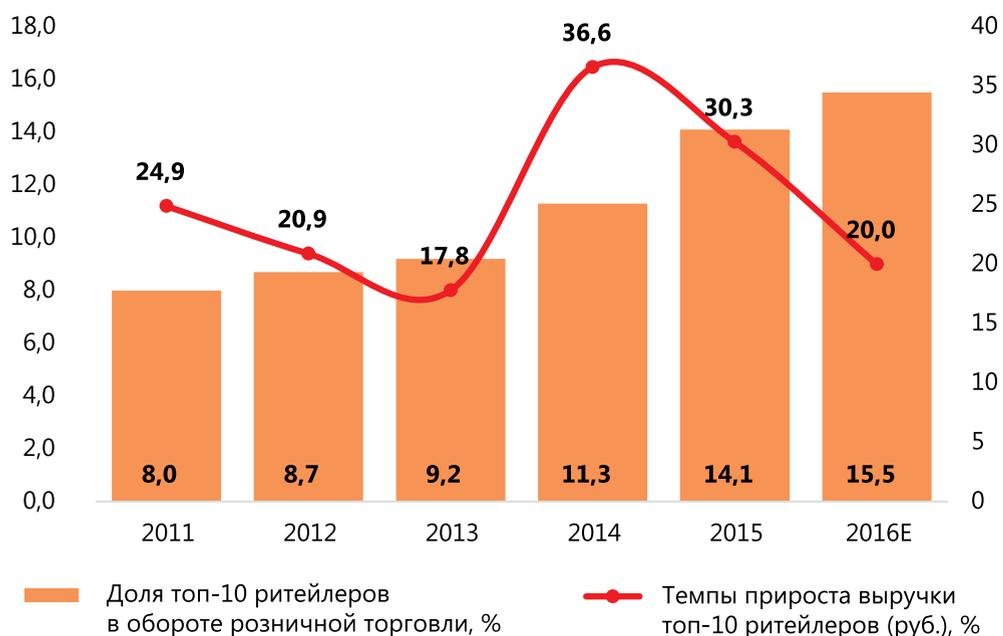
Крупнейшей сделкой M&A в сегменте FMCG-ритейла, завершившейся в ноябре 2016 года, стало приобретение ГК «Лента» финской сети гипермаркетов «К-Руока». Сумма сделки составила 11,4 млрд рублей. Уже в декабре прошлого года магазины начали работать под брендом «Лента». Отметим, что для нашего рынка сделка по приобретению активов иностранной сети российской компанией – довольно редкий случай. Кроме того, «Лента» приобрела три земельных участка и три торговых объекта другой федеральной сети – «О'Кей».

Основным консолидатором сегмента FMCG-ритейла по-прежнему остается компания X5 Retail Group, ежегодно приобретающая небольшие и средние по размеру и объему выручки торговые сети в регионах присутствия X5.

Среди участников сделок M&A в 2015–2016 гг. присутствуют две крупные региональные компании – это «Кировский» и «Полушка», которые купили активы небольших местных сетей.

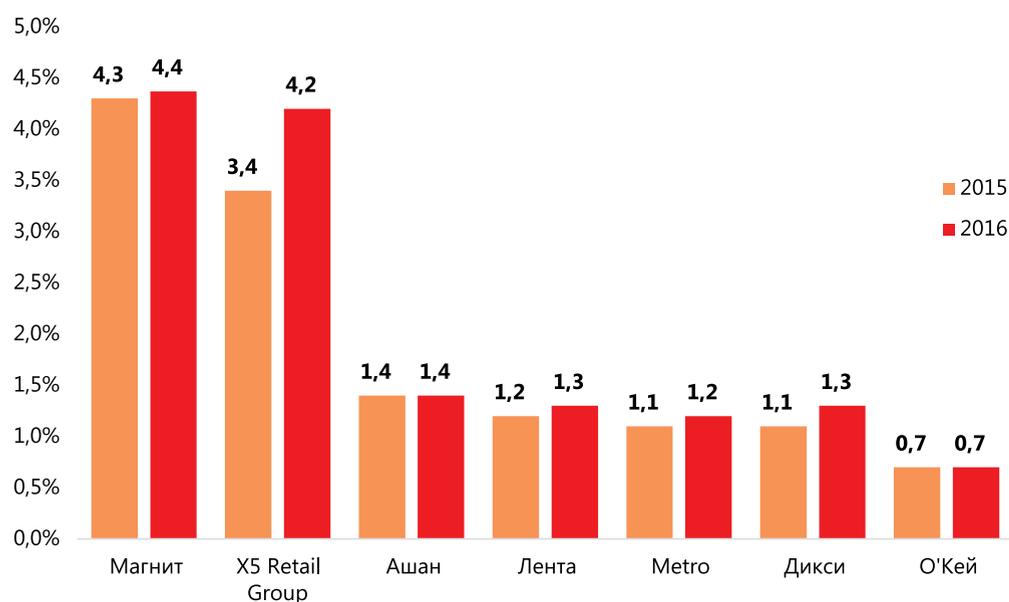
Наиболее ожидаемой сделкой 2017 года может стать продажа федерального ритейлера «О'Кей», о которой писали СМИ в конце прошлого года.

Рисунок 2. Степень консолидации продовольственного ритейла РФ – доля топ-10 компаний, 2011–2015 гг. и оценка на 2016 год



Источник: данные исследования M.A. Research «Российский FMCG-ритейл в 2015–2016 гг. и прогноз на 2017–2019 гг.»

Рисунок 3. Крупнейшие игроки рынка FMCG-ритейла в 2015–2016 гг., доля в обороте розничной торговли РФ



Источник: данные компаний за 2015–2016 гг., оценка M.A. Research

Основным консолидатором сегмента FMCG-ритейла по-прежнему остается компания X5 Retail Group, ежегодно приобретающая небольшие и средние по размеру и объему выручки торговые сети в регионах присутствия X5. В 2015 году компания завершила сделки по приобретению торговых объектов или прав аренды с пятью региональными операторами, среди которых сеть ГК «Росинка» в Центральном ФО и сеть «СосеДдушка» из Приволжского ФО, насчитывающие более 100 магазинов.

Отметим, что среди участников сделок M&A в 2015–2016 гг. присутствуют две крупные региональные компании – это «Кировский» и «Полушка», которые купили активы небольших местных сетей. Однако чаще мы можем наблюдать иную картину: после банкротства местной торговой сети ее активы выставляются на торги, после чего их приобретают либо региональные, либо федеральные сети, а арендованные помещения переходят к другому арендатору. За счет этого крупные региональные сети постепенно наращивают число магазинов, расширяя сферу влияния.

За счет сделок M&A расстановка сил на рынке российского FMCG-ритейла постепенно меняется в сторону укрупнения основных игроков как на региональном, так и на федеральном уровнях.

Наиболее ожидаемой сделкой 2017 года может стать продажа федерального ритейлера «О'Кей», о которой писали СМИ в конце прошлого года. Магазины сети работают в форматах супермаркета, гипермаркета и дискаунтера, ключевым форматом является гипермаркет. Выручка ООО «О'Кей» в 2016 году составила 172,48 млрд рублей, увеличившись на 7,6%. Чистая розничная выручка без учета продаж в магазинах-дискаунтерах выросла на 4,5% год к году, до 166,814 млрд рублей. Наиболее вероятным покупателем аналитики считают компании «Ашан» и «Лента», однако возможна и продажа компании по частям. Однако продажа может не состояться, компания может привлечь инвесторов другим способом.

В случае продажи сети «О'Кей» нескольким покупателям («Ашан», «Лента» или другим компаниям) расстановка сил на российском рынке FMCG-ритейла изменится –

Аналитики M.A. Research полагают, что X5 Retail Group, стремясь стать лидером рынка по итогам 2017 года, продолжит активно участвовать в сделках M&A, увеличивая свое присутствие на региональных рынках.

В 2015–2016 гг. активизировались крупные игроки, приобретающие активы российских и иностранных сетей.

Дата	Предмет и объект сделки	Собственник объекта	Место нахождения	Компания-покупатель	Место нахождения	Цена сделки	Примечание
апрель, 2015	10 магазинов «А-продукт»	ГК «Атлант» (собственник)	Екатеринбург	«Кировский»	Екатеринбург	750 млн руб.	Из-за сложной экономической ситуации группа компаний «Атлант» была вынуждена продать десять магазинов «А-продукт» торговой сети «Кировский». Участники рынка отмечают, что из-за кризиса продавцу пришлось продать активы по не самой выгодной цене.
апрель, 2015	100% акций «Спар-ритейл»	A&NN Investments Ltd (одним из бенефициаров является Александр Мамут)	Москва	X5 Retail Group	Москва	200 млн руб.	В результате ритейлер получит 26 магазинов, работающих под брендом «SPAR» в Москве (11), Московской области (7) и Владимире (8). Большинство из них будут интегрированы в торговую сеть «Перекресток», несколько объектов начнут работать под брендом «Пятерочка».
май, 2015	сеть магазинов «Наш»	ГК «Универсал» (собственник Александр Одинцов)	Республика Марий Эл	X5 Retail Group	Москва	не раскрывается	В результате ритейлер получит 26 магазинов в Республике Марий Эл и один в Чувашии. Средняя торговая площадь одного объекта – от 600 до 700 кв. м, все они расположены на арендованных площадях. На площадях этих магазинов X5 откроет универсамы федеральной торговой сети «Пятерочка» и три супермаркета «Перекресток».
июль, 2015	сеть магазинов «СосеДДушка»	ИП Пикалов А.А.	Оренбург	X5 Retail Group	Москва	не раскрывается	X5 Retail Group приобрела 100 магазинов сети «СосеДДушка» в Оренбурге и Оренбургской области. Благодаря этому X5 почти в три раза увеличит свою представленность в регионе: общая площадь магазинов, перешедших под управление X5 Retail Group, – почти 63000 кв. м, торговая площадь – 36700 кв. м, говорится в сообщении. Почти все объекты будут ребрендированы в «пятерочки», четыре – в «перекрестки».
август, 2015	104 магазина ГК «Росинка»	ГК «Росинка»	Орловская, Воронежская, Липецкая, Курская и Тамбовская обл.	X5 Retail Group	Москва	не раскрывается	В августе X5 Retail Group приобрела 104 магазина ГК «Росинка», расположенные в Орловской, Воронежской, Липецкой, Курской и Тамбовской областях. Магазины под брендами «Росинка», «Апельсин» и «Сберегайка» были ребрендированы в магазины X5. Суммарная площадь магазинов превышает 78 тыс. кв. м, торговая площадь – почти 42 тыс. кв. м.
сентябрь, 2015	продажа прав аренды в 12 магазинах «Добрыня»	ЗАО «Добрыня»	Пермский край	X5 Retail Group	Москва	не раскрывается	В сентябре X5 Retail Group приобрела пермскую продуктовую сеть «Добрыня». 12 из 18 объектов «Добрыни» сданы в аренду на сроки от 6 до 10 лет под магазины «Пятерочка» и «Перекресток». «Добрыня» была первой в Перми продуктовой сетью под единым брендом, первый магазин открылся в 1999 году.
сентябрь, 2015	три земельных участка и три торговых объекта	ГК «О'Кей»	Челябинск, Омск, Таганрог, Волгоград	ГК «Лента»	Санкт-Петербург	не раскрывается	«О'Кей» объявил о завершении сделки по продаже трех земельных участков и трех торговых объектов «Ленте». Два магазина находятся в Челябинске, один в Волгограде, земельные участки расположены в Челябинске, Омске и Таганроге. «При пересмотре инвестиционного портфеля «О'Кей» выходит из городов, не являющихся приоритетными для долгосрочного развития компании, и перенаправляет средства в наиболее перспективные объекты и регионы», – прокомментировал сделку генеральный директор ритейлера Хейго Кера.
февраль, 2016	девять магазинов сети «Лукошко»	ООО «Северо-Западная торговая группа»	Санкт-Петербург и Ленобласть	ООО «Любавушка Ритейл Груп»	Санкт-Петербург	не раскрывается	«Полушка» приобрела девять магазинов «Лукошко», из них восемь объектов находятся на арендных площадях и один в собственности. Площадь магазинов составляет 350–600 кв. м. Часть приобретенных магазинов будет реформатирована под универсамы «Полушка», а часть под супермаркеты «Лайм». Сделку проводила московская инвесткомпания Pollyana Capital Partners.
декабрь, 2016	двенадцать супермаркетов «Седьмой Континент»	ОАО «Седьмой Континент»	Калининградская обл.	ГК «Дикси»	Москва	не раскрывается	Суммарная площадь магазинов, включая девять супермаркетов, составляет около 30000 кв. м. Приобретенные активы будут ребрендированы и включены в дивизион супермаркетов «Виктория», которым управляет «Дикси».
декабрь, 2016	десять супермаркетов и один гипермаркет «К-Руока»	ООО «Кеско Фуд Рус»	Санкт-Петербург и Ленобласть	ГК «Лента»	Санкт-Петербург	11,4 млрд руб.	В рамках сделки «Лента» покупает 10 гипермаркетов и 1 супермаркет с расположением в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Большинство гипермаркетов, участвующих в сделке, были открыты в период с 2012-го по 2015 год, два магазина – в 2016 году. Суммарная площадь магазинов, переходящих в собственность «Ленты», – 40,2 тыс. кв. м, еще 2,3 тыс. кв. м находятся в аренде. Сделка была закрыта в декабре 2016 года.

Источник: оценка M.A. Research, Mergers.ru, Retailer.ru, СМИ

Укрупнению торговых сетей способствует политика государства в отношении малых и микро-предприятий.

Важная тенденция – укрупнение региональных игроков за счет приобретения активов или права аренды своих региональных конкурентов, что ведет к созданию крупных региональных торговых сетей.

доля компании в российском обороте розничной торговли составила около 1%. Компании-покупатели смогут укрепить свое положение, в первую очередь на рынке Санкт-Петербурга и Ленобласти, а также Северо-Западного округа в целом и других регионов присутствия «О'Кей».

Аналитики M.A. Research полагают, что X5 Retail Group, стремясь стать лидером рынка по итогам 2017 года, продолжит активно участвовать в сделках M&A, увеличивая свое присутствие на региональных рынках. Отметим, что, по данным маркетингового исследования M.A. Research «Российский FMCG-ритейл в 2015–2016 гг. и прогноз на 2017–2019 гг.», на российском рынке работает более 3,7 тыс. торговых сетей, вклю-

Доля FMCG-сетей в обороте розничной торговли РФ в 2015 году составляла 25,8%, в 2016-м – 28%.

чая специализированные сети, а на долю региональных сетей по итогам 2016 года приходилось порядка 40% оборота сетевой продовольственной розницы. Это говорит о наличии потенциально интересных объектов для приобретения региональными и федеральными FMCG-сетями.

Кроме того, увеличивается число сделок по приобретению активов, не относящихся к FMCG-ритейлу, таких как аптечные сети и компании, парфюмерно-косметические сети, сети drogery, производители товаров FMCG и ряд представителей других отраслей. За счет этого крупные ритейлеры диверсифицируют бизнес, расширяя сферу влияния и снижая степень зависимости от производителей и поставщиков. **МП**

Качество в сепарировании мяса

Мясообвалочные и жиловочные машины • Сепараторы



- Оптимальная регулировка • Идеальная структура мяса • Без предварительного дробления
- Простая эксплуатация • Быстрая очистка • Высокая гигиена



23-25 мая
Москва, Россия

Ждем вас на выставке.
Павильон 2, Зал 8,
Стенд № 10D5



LIMA – лидер в производстве высокотехнологичного оборудования для сепарирования и мясообвалки
МИРОВЫЕ ПОСТАВКИ И ОБСЛУЖИВАНИЕ

Производительность от 100 до 20.000 кг/ч

LIMA S.A.S. - 456, route de Rosporden - 29000 Quimper - France

Tel.: +33 (0) 298 948 968

www.lima-france.com

Fax : +33 (0) 298 948 969

lima@lima-france.com



Компания: Представительство по торговле и инвестициям Посольства Франции в РФ

Фото: Ксения Жукова

ПЕРСПЕКТИВЫ ФРАНКО-РОССИЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В АПК

Франко-российская торгово-промышленная палата (CCI France Russie) 14 марта провела в партнерстве с Посольством Франции в РФ и представительством по торговле и инвестициям Посольства Франции в РФ (Business France) вторую ежегодную международную конференцию «Агропромышленность: итоги 2016 и перспективы франко-российского сотрудничества». Мероприятие собрало более 150 участников.

АПК России возвращается к неуверенному росту

В рамках первой сессии участники обсудили состояние АПК в России, который,

несмотря на существующие трудности, постепенно становится одним из самых перспективных секторов экономики.

В 2016 году объем российского сельскохозяйственного производства вырос на 5%, Россия стала крупнейшим в мире экспортером пшеницы. Как подчеркнула **Дарья Снитко, начальник Центра экономического прогнозирования Газпромбанка**, «отныне Россия является глобальным игроком на сельскохозяйственном рынке». Долгое время внешнеторговый баланс оставался отрицательным в связи с высокой зависимостью от импорта, однако, по словам эксперта, через 4–5 лет баланс станет положительным. Уже

сейчас в стране развивается экспорт сельскохозяйственной продукции. Эта динамика стала следствием введения контрсанкций летом 2014 года. «Благодаря проводимой политике российское сельское хозяйство скоро сможет полностью обеспечить потребности внутреннего рынка», – отметила **Наталья Штыкало, руководитель департамента сельского хозяйства и продовольствия представительства по торговле и инвестициям Посольства Франции в России (Business France)**. Сегодня «рентабельность агропромышленных проектов может расти гораздо быстрее, чем в других отраслях», – добавила Дарья Снитко.



Французские инвесторы по-прежнему хотят инвестировать в Россию и размещать на ее территории свое производство.

сти в Китай. Также на рынке наблюдается рост производства говядины и мяса ягнят. Объемы экспорта произведенной птицы пока незначительны, однако «рынок уже созрел» и продолжает стабильно расти.

Франция – Россия: возможности сотрудничества

Несмотря на снижение товарооборота между двумя странами, Россия и Франция продолжают активно сотрудничать в сельскохозяйственной отрасли.

Аркадий Пономарев, депутат Государственной Думы, член комитета по аграрным вопросам, председатель совета Российского союза предприятий молочной отрасли (РСПМО), подчеркнул, что, несмотря на давнее сотрудничество России и Франции в области АПК, текущая геополитическая обстановка значительно снизила объемы торговли сельскохозяйственной продукцией между двумя странами. Это подтвердил Харон Амерханов, который сообщил, что «Россия готова к сотрудничеству с Францией, в частности в области животноводства», и выразил надежду, что «политические события не помешают развитию партнерства» между странами. Также спикеры отметили, что, несмотря на спад торговли, существует инициатива со стороны производителей. По словам Аркадия Пономарева, необходимо «развивать сотрудничество» при помощи «создания совместных предприятий».

Россия как объект для инвестиций

Несмотря на текущие трудности, франко-российское сотрудничество в этой отрасли продолжается. Французские инвесторы по-прежнему хотят инвестировать в Россию и размещать на ее территории свое производство. У французских компаний уже есть опыт инвестирования в перспективные направления.

Что мешает развитию АПК?

Прежде всего, как подчеркнул **Харон Амерханов, директор департамента животноводства и племенного дела Министерства сельского хозяйства РФ**, в России недостаточно развита нормативно-правовая база, регулирующая деятельность в области сельского хозяйства. В частности, отсутствует современная система идентификации скота. В течение ближайших двух лет в этой области должны произойти положительные изменения.

В выступлениях участников первой сессии было отмечено, что в подсекторах российского сельского хозяйства наблюдается неравномерный рост. Во многих из них уже достигнута продовольственная самообеспеченность, однако результаты по-прежнему остаются неудовлетворительными.

Сильный рост произошел в отрасли животноводства и мясной промышленности. Как подчеркнул **Юрий Zubov, руководитель по работе с фермерами АШАН Ритейл Россия**, уровень самообеспеченности свининой отечественного производства составил 80%. Дарья Снитко отметила высокий потенциал мясного экспорта, в частно-

30%

В 2016 году количество проектов в АПК, финансируемых иностранными инвесторами, увеличилось на 30% по отношению к 2015-му. Франция также ищет новые возможности для развития, в частности в смежных с АПК отраслях. Появляются новые проекты по локализации в партнерстве с французскими компаниями.



Харон Амерханов,

директор департамента животноводства и племенного дела Министерства сельского хозяйства РФ:

«Мы очень серьезно подходим к отношениям России и Франции в области сельского хозяйства. Отличительной чертой данного партнерства остается его ориентированность на налаживание и углубление взаимовыгодного сотрудничества, наращивания системного и открытого диалога между нашими специалистами и нашими странами».

Французские производители поделились своим опытом. Так, **Патрик Хоффман, основатель и генеральный директор вертикально интегрированной свиноводческой компании «Отрада Ген»**, основанной в 2005 году в Липецкой области, рассказал, что сегодня в нее входят четыре фермы с 6 тыс. свиноматок. «Отрада Ген» входит в тройку лидеров своей отрасли в России. Также генеральный директор рассказал о том, как его компании удалось занять пустующую нишу в сфере генетики и особенностях развития бизнеса в России. В 2016–2017 гг. объем производства компании вырос на 80% и должен вырасти еще на 50% за последующие два года.

Обмен технологиями и опытом

Россия, в свою очередь, ориентируется на Францию, которая является европейским лидером АПК. Российские фермеры и предприниматели импортируют скот из Франции, перенимают французские технологии и опыт.

Российские фермеры закупают французские породы крупного рогатого скота, чтобы производить качественное молоко. В Воронежскую область были завезены коровы монбельярдской породы, а совсем недавно «УГМК-Агро» купила 950 французских коз для хозяйства в Екатеринбурге. **Илья Бон-**

5%

В 2016 году объем российского сельскохозяйственного производства вырос на 5%, Россия стала крупнейшим в мире экспортером пшеницы.

дарев, генеральный директор компании, сообщил, что выбрал французских альпийских коз несмотря на то, что во Франции общее количество коз меньше, чем в Греции. «Французское животноводство развито лучше. Франция является лидером в производстве козьего молока», – объяснил он. Производитель планирует построить новую ферму для 3,2 тыс. коз, которая позво-

лит увеличить общее количество импортированных из Франции животных до 5 тыс.

Однако существует проблема, связанная со здоровьем скота: Россия не покупает коз, больных артритом-энцефалитом. По словам **Кати Руане, советника по вопросам сельского хозяйства в Посольстве Франции в России**, Франция считает таких животных здоровыми. Кроме того, Россия не ввозит вакцинированных животных и не импортирует вакцины для коз. Как отметила спикер, для решения данных проблем «необходимо вести переговоры». Говоря о дальнейшем импорте французских пород, эксперты утверждают, что для обеспечения российского спроса их количества будет недостаточно. «Произойдет генетическая селекция, гены первого поколения перейдут в следующее. России придется закупать только семенной материал», – добавила эксперт.

Другой вектор возможного развития сотрудничества Франции и России в области сельского хозяйства – импорт технологий. Российские специалисты заинтересованы во французском оборудовании и научных инновациях, в том числе в генетике. Они могут применяться не только в животноводстве, но и в производстве семян. **Николя Эскамец, менеджер по международному развитию Terrena**, отметил, что улучшение генетических возможностей культур является эффективным средством для создания добавленной стоимости в области производства кормов, которое в свою очередь необходимо для успешного развития молочного и мясного производства.

Развитие крупномасштабных проектов

Масштабность совместных проектов в области сельского хозяйства подтверждает значимость сотрудничества двух стран.

На конференции **руководитель проекта Брюно Гафар и руководитель по работе с фермерами Юрий Зубов** представили новый проект АШАН Ритейл Россия. В мае 2017 года компания планирует открыть мясоперерабатывающий завод в Тамбовской области, который будет производить 40 тыс. т мяса в год. Впервые АШАН заключит прямой контракт с животноводческими хозяйствами. Это позволит отслеживать происхождение мяса, которое будет сертифицировано по IFS. Благодаря напечатанным на упаковке QR-кодам потребители смогут узнать всё о купленной продукции. «Мы хотим подтолкнуть производителей к развитию производственных мощностей», – подчеркнул Брюно Гафар. «Благодаря такому масштабному проекту АШАН участвует в реструктуризации российских предприятий. Эти программы развития делают АШАН стимулирующей компанией», – добавил Юрий Зубов.

в фокусе



▲
Российские специалисты
заинтересованы
во французском оборудовании
и научных инновациях, в том
числе в генетике.

«Агропарк Максимиха», или «будущий русский рынок Ранжис», – еще один проект, который был представлен участникам конференции **коммерческим директором ООО «ВТБ Недвижимость» Андреем Киперманом**. В 2015 году Semmaris, управляющая компания Rungis, подписала лицензионное соглашение с российским банком ВТБ по созданию международного рынка в 42 км от Москвы, который будет построен по образцу французского рынка. Открытие рынка площадью 300 га назначено на 2019 год. Предполагаемый объем инвестиций в проект составит 40 млрд рублей. «Максимиха» станет главным рынком России. На этой площадке производители смогут увеличить рентабельность бизнеса к последнему месяцу на дополнительные 10–30%. Этот проект может стать символическим в истории франко-российского сотрудничества в АПК.

Вторая ежегодная международная конференция по АПК напомнила о важности развития франко-российского сотрудничества в этой отрасли. По случаю успешного проведения мероприятия Франко-российская торгово-промышленная палата создала комитет по АПК, в рамках которого эксперты смогут регулярно обсуждать актуальные проблемы отрасли, затронутые в ходе конференции. **МП**



Marcel Melzig,
начальник монтажно-сервисного / отдела

быстро

быстро. надёжно. доступно.



HEINEN

the freezing people.

www.heinen.biz

Автор:



Евгения Пармухина,
руководитель
исследовательской
компании «Текарт»

Author:

Eugenia Parmukhina,
Head of Research
Company Techart



КРИЗИС КОЛБАСНОЙ ОТРАСЛИ

CRISIS OF THE SAUSAGE INDUSTRY

В 2016 году, согласно данным исследования «Текарт», российский рынок колбасных изделий составил 2,41 млн т, что на 1,4% меньше, чем в 2015-м. Таким образом, прошлый год продолжил тренд на снижение, начавшийся еще в 2013 году: CAGR 2012–2016 гг. составил 1,12%.

Более 99% продукции на рынке – отечественного производства. Объем импорта в сравнении с досанкционным периодом сократился на 45%.

В январе–феврале 2017 года, по оперативной информации Росстата, производство колбасных изделий в нашей стране достигло 329 тыс. т, превысив на 7,5% уровень соответствующего периода 2016 года.

Преобладание отечественной продукции на рынке привело к тому, что ни импорт, ни экспорт не оказывают существенного влияния на его структуру. В отличие от прочих сегментов продовольственного рынка, санкции также не оказали на него видимого влияния с точки зрения объемов и структуры, но стали причиной повышения цен на оборудование, которое либо импортное, либо производится с использованием импортных запчастей, а также на различные пищевые добавки, компоненты и проч. Рост затрат производителей отразился на потребительских ценах: в 2014 году стоимость колбасных изделий возросла в среднем на 10%. Особенно быстро росли цены на сосиски, сардельки и вареную колбасу – на 12,5%. В 2015 году цены под-



В 2017 году по прогнозам должно начаться постепенное восстановление рынка колбасных изделий за счет укрепления рубля, замедления роста цен, роста доходов населения, развития сырьевой базы.

In 2016, according to the Techart research, the Russian sausage market amounted to 2.41 million tonnes, which is 1.4% less than in 2015. Thus, the downtrend, which began as early as in 2013, continued throughout the past year: CAGR from 2012 to 2016 was 1.12%.

More than 99% of the products in the market are of domestic origin. The volume of imports has reduced by 45% in comparison with the pre-sanction period.

From January to February 2017, according to the operational information of Rosstat, the production of sausage goods in our country amounted to 329 thousand tonnes, having exceeded the level of the relevant period of 2016 by 7.5%.

The predominance of domestic products in the market has led to the fact that neither imports nor exports have a significant impact on its structure. Unlike other segments of the food market, the sanctions have not had a visible effect thereon in terms of volume and structure, but have become the reason for the increase in prices for equipment, which is either imported, or produced using imported spare parts, as well as various food additives, components, etc. The increase in manufacturers' expenses has affected consumer prices: in 2014, the cost of sausage products increased by an average of 10%. The prices for frankfurters, knackwursts and cooked sausages grew particularly quickly, by 12.5%. In 2015, prices rose by an average of another 20%. The growth in prices slowed down in 2016, the average rise in price can be estimated as 4%.

нялись в среднем еще на 20%. В 2016 году рост цен замедлился – среднее удорожание можно оценить в 4%.

Поскольку колбасные изделия не относятся к товарам первой необходимости, особенное влияние на их потребление оказывает уровень жизни населения, который снижается с 2014 года: падение реальных денежных доходов за указанный период превысило 13%, заработной платы – 8%; оборот розничной торговли упал на 15%. По данным опросов общественного мнения, в 2016 году 76% россиян стремятся к экономии. Отмечается рациональность потребителей в выборе магазинов, 52% перешли на более дешевые продукты.

В 2017 году наметились первые положительные тенденции: немного повысились все показатели, характеризующие уровень жизни населения.

Помимо стремления к экономии, в стране прослеживается также иная тенденция – увлечение здоровым образом жизни, что на продуктовом рынке выражается изменением потребительской корзины отдельных групп населения (5–10% домохозяйств) в сторону увеличения доли продуктов, считающихся диетическими и/или максимально полезными для здоровья: молочной (и в особенности кисломолочной) продукции, фруктов, овощей, рыбы, мяса птицы, нежирных сортов мяса.

Определенное негативное воздействие на рынок во второй половине 2015 года оказала информация Всемирной организации здравоохранения о потенциальной канцерогенной опасности мясных продуктов,

В январе–феврале 2017 года, по оперативной информации Росстата, производство колбасных изделий в нашей стране достигло 329 тыс. т, превысив на 7,5% уровень соответствующего периода 2016 года.

прошедших промышленную обработку. Многие потребители в условиях ограниченного бюджета на приобретение продуктов питания восприняли ее как лишний повод отказаться от приобретения, в первую очередь, копченых мясных продуктов.

На структуру рынка колбасных изделий влияние оказывает, в первую очередь, фактор доступности продукции широким слоям населения. Так наибольшую долю на рынке занимают колбасные изделия вареные (в том числе фаршированные) – в среднем 63%. Наименьшую – кровяные колбасы (~0,1%). В период с 2013-го по 2016 год очевидна тенденция увеличения доли более дешевых вареных колбас в потреблении при сокращении спроса на дорогие копченые колбасы. Структура рынка колбасных изделий в 2016 году представлена на рис. 2.

На российском рынке колбасных изделий представлено довольно большое число производителей, однако компаний, формирующих его основу, немного, и это крупные холдинговые структуры с вертикальной интеграцией. Так, более 40% рынка в рассматриваемый период принадлежало следующим компаниям:

1. ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат» (Москва);

Рисунок 1. Динамика рынка колбасных изделий в 2012–2016 гг, млн т («Текарт», на основании данных Росстата, ФТС РФ)

Figure 1. Dynamics of the sausage market in 2012–2016, million tonnes (Techart, based on the data of Rosstat and the Federal Tax Service of the Russian Federation)

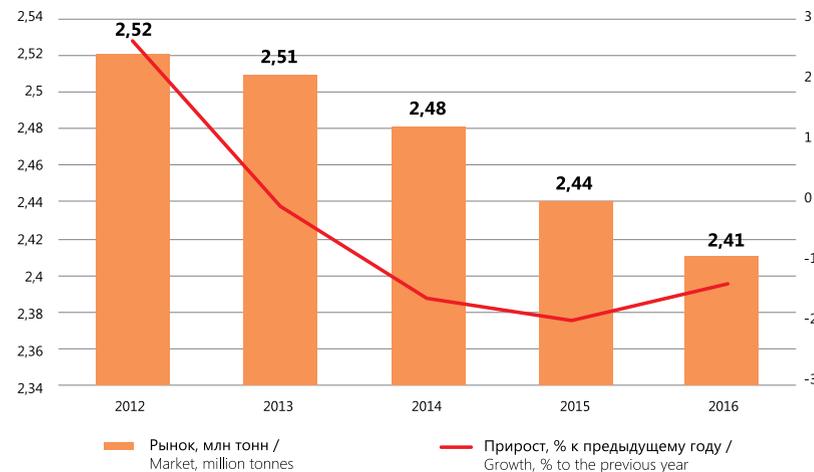
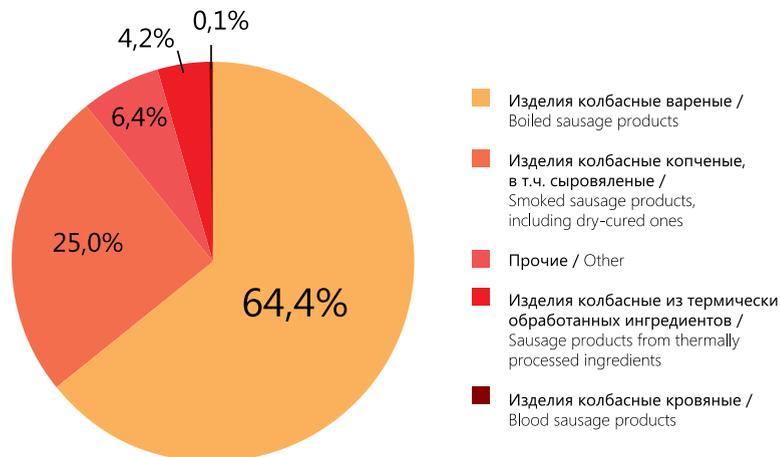


Рисунок 2. Структура рынка колбасных изделий в 2016 году («Текарт», на основании данных Росстата, ФТС РФ)

Figure 2. Structure of the sausage market in 2016 (Techart, based on the data of Rosstat and the Federal Tax Service of the Russian Federation)



Крупные компании укрепили свои позиции, а мелкие либо заняли узкие ниши, либо ушли с рынка, либо рассматривают возможности объединения с другими участниками рынка.

Since sausage goods are not referred to the category of basic necessities, the living standard of the population, which has been declining since 2014, has a special impact on the consumption of such goods: the fall in real cash incomes for this period exceeded 13%, wages - 8%; the retail trade turnover fell by 15%. According to public opinion polls, in 2016, 76% of Russians aim for savings. The rationality of consumers in the choice of shops is registered, while 52% of them switched over to cheaper goods.

In 2017, the first positive trends have been observed: all indicators characterizing the standard of living of the population have increased slightly.

In addition to the pursuit of economy, another trend is also observed in the country that is passion for healthy lifestyle, which influences the food market by changes in the consumer basket of certain population groups (5 to 10% of households) towards increasing the proportion of products considered to be dietary and/or most beneficial to health: dairy products (especially fermented milk), fruit, vegetables, fish, poultry, low-fat meat.



2. ЗАО «Микояновский мясокомбинат» (Москва);
3. ОАО «Черкизовский мясоперерабатывающий завод» (Москва);
4. ОАО «Царицыно» (Москва);
5. ОАО «Великолукский мясокомбинат» (Псковская область);
6. ЗАО «Стародворские колбасы» (Владимирская область);
7. ООО «Ростовский колбасный завод – Тавр» (Ростовская область);
8. ООО «Дубки» (Саратовская область);
9. ОАО «Сочинский мясокомбинат» (Краснодарский край);
10. АО «Мясокомбинат Клинский» (Краснодарский край).

Послесанкционные годы были довольно тяжелыми с точки зрения конкуренции: с одной стороны, падающий спрос при снижающихся доходах населения вынуждали конкурировать на ценовом уровне; с другой – при ослаблении рубля и дефиците сырья себестоимость производства повышалась. Именно поэтому крупные компании укрепили свои позиции, а мелкие либо заняли узкие ниши, либо ушли с рынка, либо рассматривают возможности объединения с другими участниками рынка.

Резюмируя вышесказанное, на рынке колбасных изделий сегодня можно выделить следующие тенденции:

- усиление позиции российских производителей при сокращении доли импортной продукции;
- повышение цен на колбасные изделия при снижении покупательной способности населения, что привело к сокращению потребления;
- изменение потребительского поведения: интерес к здоровому питанию, перераспределение потребления домохозяйствами продуктов питания: сокращение потребления колбасных изделий в пользу мясной продукции;
- дефицит мясосырья;
- отсутствие отечественного перерабатывающего оборудования и существенный рост цен на импортное;
- усиление конкуренции, укрепление позиций крупных участников рынка.

В 2017 году по прогнозам должно начаться постепенное восстановление рынка колбасных изделий за счет укрепления рубля, замедления роста цен, роста доходов населения, развития собственной сырьевой базы и других позитивных изменений в экономической и социальной сфере. Темпы роста рынка, однако, не будут высокими: 0,8–1,2% в год в среднесрочной перспективе. **МИ**

В период с 2013-го по 2016 год очевидна тенденция увеличения доли более дешевых вареных колбас в потреблении при сокращении спроса на дорогие копченые колбасы.



Within the period from 2013 to 2016, there was an evident tendency towards the increase in the share of cheaper boiled sausages in consumption with the reduction in the demand for expensive smoked sausages.

The information of the World Health Organization on the potential carcinogenic risk of meat products that have undergone industrial treatment had a certain negative impact in the market in the second half of 2015. In the context of a limited budget for the purchase of food, many consumers perceived it as an extra reason to refuse to purchase, in the first instance, smoked meat products.

The factor of accessibility of production for wider population, first and foremost, influences the structure of the sausage market. Thus, boiled sausage products (including stuffed ones) occupy the largest market share, on the average 63%. The smallest market share belongs to blood sausages (~0.1%). Within the period from 2013 to 2016, there was an evident tendency towards the increase in the share of cheaper boiled sausages in consumption with the reduction in the demand for expensive smoked sausages. The structure of the sausage market in 2016 is shown in Fig. 2.

Quite a large number of manufacturers are represented in the Russian sausage market, however, the companies forming its basis are few, and these are large holding structures with vertical integration. Thus, the following companies occupied 40% of the market within the period under consideration:

1. OJSC Ostankinsky Meat Processing Plant (Moscow);
2. CJSC Mikoyanovsky Meat Processing Plant (Moscow);
3. OJSC Cherkizovsky Meat Processing Plant (Moscow);
4. OJSC Tsaritsyno (Moscow);
5. OJSC Velikoluksky Meat Processing Plant (Pskov Region);
6. CJSC Starodvorskie Kolbasy (Vladimir Region);
7. LLC Rostov Meat Processing Plant – Tavr (Rostov Region);
8. LLC Dubki (Saratov Region);
9. OJSC Sochi Meat Processing Plant (Krasnodar Krai);
10. JSC Klinsky Meat Processing Plant (Krasnodar Krai).

The years after the imposition of sanctions were quite difficult in terms of competition: on the one hand, the falling demand with declining incomes of the population forced to compete at the price level; on the other hand, with a weakening ruble and a shortage of raw materials, the cost of production increased. This is why large companies have strengthened their positions, while small ones either have occupied narrow niches, or have left the market, or are considering the possibility of merging with other market players.

Summarizing the aforesaid, the following trends can be highlighted in the sausage market today:

- strengthening of the position of Russian manufacturers with a reduction in the share of imported products;
- increase in the prices of sausage products with an erosion of the purchasing power of the population, which has led to a curtailing of consumption;
- changes in consumer behavior: interest in healthy eating, redistribution of food consumption by households (a reduction in the consumption of sausage products in favor of meat products);
- deficit of meat feedstock;
- lack of domestic processing equipment and a significant increase in prices for imported equipment;
- escalation of competition, strengthening of the positions of major market players.

According to forecasts, in 2017, the gradual recovery of the sausage market should begin due to the strengthening of the ruble, price deceleration, growth of incomes of the population, the development of domestic raw material base and other positive changes in the economic and social sphere. The market growth rate, however, will not be high: 0.8 to 1.2% per year in the medium term. **МИ**

Прямая речь:



Мушег Мамиконян,
президент Мясного совета Единого
экономического пространства
Таможенного союза:

Специфика современной отечественной мясопереработки – это ее медлительность, усиленная современной глобализуемой розницей.

Тенденции 2016 года нашли свое продолжение и в 2017-м. Так, происходит укрупнение сетевой розницы, меняется характер торговли, независимых продавцов вытесняют с рынка. Это, в том числе, приводит к возникновению отдельных форм торговли, таких как магазин фермерских продуктов LavkaLavka, которые решили заполнить пустующие востребованные потребителем ниши. Хотя пока такие магазины работают, ориентируясь на эмоции, а не на грамотность целевой аудитории.

К сожалению, на рынок практически не выводятся новые продукты глубокой переработки, нацеленные, например, на молодежный сегмент аудитории и отвечающие их предпочтениям в области здорового питания, или мясные продукты детского диетического питания.

Сегодня можно сказать, что кризис для сегмента мясопереработки остался позади, но роста, по крайней мере значительного, не предвидится.

Мясопереработчикам необходимо менять ассортимент продукции, сформированный еще во времена СССР. В погоне за снижением себестоимости колбасы и сосисок производители стараются максимально использовать животный жир, сокращая долю мясного белка. Но потребителю нужен выбор мясных изделий с разным содержанием жира.

Однако, к сожалению, на рынок практически не выводятся новые продукты глубокой переработки, нацеленные, например, на молодежный сегмент аудитории и отвечающие их предпочтениям в области здорового питания, или мясные продукты детского диетического питания.

Причины – медленная адаптация к потребностям рынка, нежелание переориентировать ассортиментную стратегию, чтобы предложить оптимальную линейку продукции в ус-

ловиях снижения спроса, и сильная бюрократизация большинства крупных игроков, а также отсутствие финансовых ресурсов, необходимых для продвижения новинок у тех небольших, но инициативных компаний, которые готовы их выпускать.

В этом заключается большое упущение крупных производителей, которые недооценивают свои возможности в области глубокой переработки.

В ближайшей перспективе мы будем наблюдать стагнацию на российском рынке колбасных изделий, потребители будут все чаще отказываться от мясных продуктов глубокой переработки и переходить на свежее мясо, что повлечет за собой существенные проблемы для мясопереработчиков.

Автор:

Елена
Максимова

ФЕРМЕРСКИЕ РЫНКИ – ТЕРРИТОРИЯ ФЕРМЕРОВ

Данное утверждение справедливо практически для всех стран мира, где развито фермерство. И если в России на большинстве рынков, которые принято называть фермерскими, торгуют обычные продавцы, никак не связанные с сельским хозяйством, то, например, в США фермерскую продукцию продает непосредственно человек, который ее произвел.

Самый большой по посещаемости фермерский рынок Америки – Dane County Farmers' Market, основанный в столице штата Висконсин Медисоне в 1972 году. Палатку на рынке, который расположен вокруг местного Капитолия, получить непросто: начинающим фермерам приходится ждать в среднем около шести лет, чтобы у них наконец появилось здесь свое место.

Фермерство в США – это, как правило, бизнес, в котором заняты все члены семьи. И если фермер уходит с рынка, то его палатка передается по наследству детям при условии, что они занимаются сельскохозяйственной деятельностью.

Одно из основных правил на Dane County Farmers' Market – фермер должен торговать той продукцией, которую сам произ-

вел, а не заниматься перепродажей. За его соблюдением очень строго следят, а за нарушение могут немедленно лишить права торговать на рынке. Однако такие инциденты выявляются не чаще раза в год. Фермеры держатся за свои места, ведь Dane County Farmers' Market очень привлекателен для бизнеса. В Соединенных Штатах нет больше ни одного такого рынка, который за день посещает 20 тыс. покупателей.

Цены для потребителей устанавливаются сами продавцы, при этом считается неэтичным слишком сильно их урезать. Кроме того, важно, чтобы каждый товар, находящийся на витрине, был с ценником – это еще одно обязательное правило.

Рынок контролируется советом директоров, который состоит из девяти человек.

Члены совета выбираются ежегодно путем тайного голосования. За тем, чтобы продавцы не нарушали условий торговли, следит управляющая рынком. Фермеры сравнивают ее с полицейским, только без оружия.

Изначально на Dane County Farmers' Market торговали исключительно овощами. Позже его основатели стали приглашать для участия в ярмарке сыроделов и пекарей. Мясная продукция появилась позднее остального ассортимента – не более 25 лет назад. Сейчас на рынке торгуют как продуктами глубокой переработки – бифштексами, вяленным мясом, братвурстом (сардельки в натуральной оболочке), так и сырым мясом – полутушами и четвертинами.

Животноводство в Медисоне – не самое популярное направление агробизнеса, боль-



Одно из основных правил на Dane County Farmers' Market – фермер должен торговать той продукцией, которую сам произвел, а не заниматься перепродажей.

выходе уже не может быть сертифицирована как органическая, – поясняет Ребекка Гудман. – Мы пользуемся для рубки мяса услугами одного маленького «семейного» завода уже 30 лет и хорошо знаем друг друга. Мы уверены, что после каждой партии производятся мойка и санитарная обработка технологического оборудования. У них есть специальное помещение для хранения туш в подвешенном виде перед отправкой на переработку. При этом мясо от разных заказчиков располагается отдельно друг от друга, поэтому путаница исключена.

На вопрос, не вызывает ли сомнение у потребителей отсутствие на упаковке мясных изделий знака «органик» как доказательства их происхождения и качества, Ребекка отвечает: «Большинство давно являются нашими постоянными покупателями и прекрасно знают, как организован процесс выращивания животных на ферме. С некоторыми сложились настолько давние отношения, что мы видим, как растут их дети. И им не требуется подтверждение соответствия органического производства».

Помимо торговли различной продукцией на Dane County Farmers' Market, некоторые организации устраивают в день ярмарки, которая проходит раз в неделю по субботам, свои информационные стойки. Так, в преддверии проведения выборов в США на рыночной площади Мэдисона можно было наблюдать, как демократическая партия и партия «зеленых» агитировали посетителей голосовать за своих кандидатов. Капитолий – зона свободы слова, поэтому здесь представители разных партий могут свободно проводить агитационную работу среди пришедших на ярмарку. Однако если среди политиков в итоге будут как победители, так и проигравшие, то все фермеры, присутствующие на рынке, останутся в выигрыше: каждый получит своего покупателя, прибыль и сможет обменяться ценным опытом с коллегами. **МП**

большинство фермеров занимается растениеводством, поэтому мясная продукция на рынке представлена в значительно меньшем ассортименте, чем овощи или зелень. Есть и еще одна причина относительно небольшой представленности на Dane County Farmers' Market – требования к производителям продукции животноводства строже, чем к фермерам, продающим овощи, зелень, цветы или непродовольственные товары.

Northwood Organic Farm – одна из тех ферм, которые реализуют свою продукцию на Dane County Farmers' Market. В их мясной ассортимент входят изделия из говядины сухой выдержки: вырезка, фарш, котлеты, стейки, мясо на кости, братвурст. Владельцы фермы – супруги Джон и Ребекка Гудман. Мясная продукция, представленная в их ассортименте, изготавливается из мяса голштинских кастрированных бычков. Основное направление фермы – производство молочных изделий, и когда в потомстве появляются самцы, их стерилизуют и откармливают на мясо.

Владельцы Northwood Organic Farm считают, что рецептура мясной продукции должна быть максимально простой и натуральной: «Мы стараемся, чтобы в наших продуктах присутствовали только те компоненты, которые произведены нами. Так, в составе переработанной продукции полностью отсутствуют какие-либо дополнительные добавки», – рассказывает Ребекка Гудман.

20 ТЫС.

Dane County Farmers' Market очень привлекателен для бизнеса. В Соединенных Штатах нет больше ни одного такого рынка, который за день посещает 20 тыс. покупателей.

Весь ассортимент, который предлагают владельцы Northwood Organic Farm, – органик, однако они не могут поставить соответствующий знак на упаковку с мясными изделиями. «Люди, которые занимаются разделкой мяса для нас, не имеют сертификата производителей органической продукции. Поэтому после того как мясо поступает на переработку, готовая продукция на

Ростовская область



305 млрд рублей
достигла сумма
производства продукции
сельского хозяйства



12-е место по объемам
выпуска мяса занимает
регион в общероссийском
рейтинге



9% составил рост
производства мяса
в 2016 году





Ростовская область



Беседовала: **Виктория Загоровская**



Гость: **Константин Рачаловский,**

министр сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области

РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ: 12-Е МЕСТО ПО ОБЪЕМАМ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА В РОССИИ

О развитии АПК региона мы поговорили с министром сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области Константином Рачаловским.

– Как сложился прошлый год для аграрного сектора Ростовской области? Каких результатов удалось добиться?

– Продукции сельского хозяйства произведено на сумму 305 млрд рублей. В динамике производство возросло на 15% по отношению к 2015 году. Данный результат позволил Ростовской области увеличить долю в общероссийском производстве с 4,6% в 2015 году до 5,4% в 2016-м.

Область по-прежнему находится в первой десятке регионов общероссийского рейтинга по производству основных сельскохозяйственных продуктов, занимая 1-е место по производству подсолнечника, 2-е место по производству зерновых культур и яиц и 5-е место по производству молока и овощей. Положительно сработали как в растениеводстве, так и в животноводстве. Второй год подряд был собран рекордный урожай зерновых и зернобобовых культур. В 2016 го-

ду он составил 11,8 млн т. Что касается пищевой промышленности, в сравнительной оценке производство практически соответствует уровню 2015 года (99,6%).

Успехи в сельхозпроизводстве позволили улучшить финансовое состояние сельскохозяйственных товаропроизводителей. Сальдированный финансовый результат составил практически 10 млрд рублей (9,7 млрд рублей) прибыли, что на 14% превышает уровень 2015 года. Также выросли платежи в консолидированный бюджет Ростовской области. За 2016 год от организаций АПК поступило 7,6 млрд рублей налоговых отчислений, что на 20% выше уровня 2015-го.

– Какое место область занимает по объемам производства мясной продукции среди субъектов РФ? Каковы особенности развития отрасли животноводства?

– В 2016 году в Ростовской области произведено 360,7 тыс. т мяса (в живом весе). Это 12-е место по России. Самообеспеченность региона мясом и мясопродуктами составляет 84%.

Особенностью отрасли скотоводства области является очень высокая доля личных подсобных хозяйств (70%) в общей структуре поголовья крупного рогатого скота. В силу своей специфики указанная категория хозяйств использует экстенсивные технологии. В силу причин социального характера наблюдается процесс оттока населения из деревни и, как следствие, сокращение поголовья крупного рогатого скота и коров.

– В 2016 году вспышка АЧС нанесла существенный урон производству мяса в Ростовской области. Какие меры принимаются в целях предотвращения распространения заболевания?



Константин Рачаловский,
министр сельского хозяйства
и продовольствия Ростовской
области:

– Эпизоотическое благополучие территории Ростовской области находится на постоянном контроле губернатора. Создана специальная комиссия по предупреждению возникновения и ликвидации особо опасных и заразных болезней животных, которая работает под председательством первого заместителя губернатора Ростовской области, курирующего вопросы АПК.

В январе 2017 года очаг АЧС был зарегистрирован в личном подсобном хозяйстве в селе Журавлевка, Целинский район. Учитывая сложную эпизоотическую ситуацию по АЧС в регионе и в России в целом, в соответствии с Комплексным планом мероприятий по предупреждению возникновения и распространения африканской чумы свиней на территории Ростовской области органами исполнительной власти утверждены и проводятся следующие мероприятия:

- осуществляется контроль за перемещением животных и животноводческой продукции. При установлении незаконного перемещения без ветеринарных сопроводительных документов принимаются меры административного реагирования;
- проводятся обследования личных подсобных хозяйств на предмет соблюдения владельцами свиней требований ветеринарного законодательства;
- организована разъяснительная работа с населением Ростовской области.

В ходе реализации противоэпизоотических мероприятий в 2016 году проведено 944 800 000 диагностических исследований, профилактических и вынужденных прививок, лечебно-профилактических обработок. С целью регионального мониторинга циркуляции вируса АЧС в прошлом году проведены исследования 20 675 проб биологического материала, в том числе от дикого кабана – 369 проб.

В рамках выполнения федерального плана эпизоотического мониторинга и контроля за вирусом АЧС на территории Ростов-

«Региональная корпорация развития, как участник Межведомственной рабочей группы по реализации инвестиционных проектов в восточных районах Ростовской области, инициировала создание на территории шести восточных районов агропромышленного кластера по производству и переработке мясной продукции «Донское мясо».

70%

Особенностью отрасли скотоводства области является очень высокая доля личных подсобных хозяйств (70%) в общей структуре поголовья крупного рогатого скота.

ской области в прошлом году совместно с работниками территориального управления Россельхознадзора было отобрано и доставлено в Краснодарскую межобластную ветеринарную лабораторию 300 проб биологического материала; во Всероссийский научно-исследовательский институт здоровья животных – 570.

– **Какие предприятия ушли с мясного рынка за последнее время? И какие производители являются лидерами Ростовской области?**

– Снижение показателя объема производства мяса (в живом весе) в Ростовской области произошло в 2012 году, когда остановилась деятельность компании «Оптифуд» с годовым объемом производства 90 тыс. т (6 площадок по 15 тыс. т мяса в живом весе).

Основной рост обеспечен за счет компаний «Евродон» и «Евродон-Юг», которые произвели в 2016 году 74,2 тыс. т мяса индейки. Один из крупнейших в России производителей мяса утки «Донстар» достиг объема в 25,6 тыс. т по итогам прошлого года. Крупнейшим производителем мяса бройлеров является птицефабрика «Приазовская», которая произвела 24,7 тыс. т. Группой компаний «Белая птица» на мощностях, ранее принадлежавших ГК «Оптифуд», запущено производство инкубационного яйца бройлерного направления. Плановая мощность 175 млн штук, по итогам 2016 года получено 86,4 млн штук яйца.

– **Расскажите о перспективах развития и популяризации бренда «Сделано на Дону». Какие предприятия АПК удостоены этого знака?**

– Бренд «Сделано на Дону» успешно развивается уже четвертый год подряд. Ежегодно увеличивается количество участников системы добровольной сертификации. Основные задачи данной программы – стимулирование спроса на товары донских производителей, повышение узнаваемости продукции, отвечающей высоким стандартам качества.

На данный момент сертификаты «Сделано на Дону» получило 21 предприятие агропромышленного комплекса, из них четыре предприятия мясоперерабатывающей отрасли, такие как «Ростовский колбасный завод – Тавр», «Мясной перерабатывающий комплекс «Виктория», «Колбасный завод «ДОНСКИЕ ТРАДИЦИИ», «Аксайская птицефабрика».

Реализация мероприятий по популяризации системы добровольной сертификации «Сделано на Дону» направлена на информирование потребителей о продукции, прошедшей испытания инновационного характера, включающие проведение сертификации не только продукции, но и производственных процессов, внедренных систем менеджмента качества и безопасности изделий. Кроме того, при оценке качества во внимание могут приниматься замечания от контрольно-надзорных органов, результаты независимых экспертиз.

Все это является стимулом приобретать продукцию донских производителей, отмеченную знаком «Сделано на Дону», что в свою очередь отражается на увеличении ее реализации и объемах производства предприятий региона.

– Как можно оценить инвестиционную привлекательность областного АПК? Расскажите об основных инвестпроектах.

– Говорить о снижении инвестиционной привлекательности АПК Ростовской области на сегодняшний день не приходится. Всего на стадии строительства, проектирования и привлечения финансирования сейчас находится 24 инвестиционных проекта в АПК (семь из которых реализуются в отрасли животноводства). В результате их успешной реализации в экономику региона планируется привлечь 142,0 млрд рублей, а также создать до 2020 года порядка 10 тыс. новых рабочих мест.

Таким образом, развитие животноводства по-прежнему в приоритете. В 2016 году введен в эксплуатацию репродуктор 2-го порядка компании «Белая Птица-Ростов» (Семикаракорский район) для производства инкубационного яйца бройлера мощностью 175 млн штук в год, а также увеличены производственные мощности комплекса «Евродон» (Октябрьский район) по выращиванию индейки (до 67 тыс. т мяса в живом весе в год).

В 2017 году завершается строительство промышленного комплекса «Евродон-Юг» (Октябрьский район) по производству 60,0 тыс. т мяса индейки в год, включающего собственный комбикормовый завод. По текущим объемам производства мяса индейки и утки предприятия ГК «Евродон» занимают лидирующие позиции соответствующих сегментов рынка (25% в обще-

российском объеме промышленного производства мяса индейки и 82% утки по итогам 2015 года). В планах инвестора – дальнейшее наращивание объемов производства, а также создание собственных селекционно-генетических центров.

В декабре 2015 года начал работу мясоперерабатывающий комбинат (МПК) компании «Евродон» мощностью 140 тыс. т мяса индейки в живом весе в год. Завершено строительство мясохладобойни мощностью 50–70 т в сутки компании «РАФАЭЛЬ» в Родионово-Несветайском районе. ИП Карпенко в III квартале 2017 года планирует ввести в эксплуатацию мясоперерабатывающее предприятие в Ремонтненском районе.

– Расскажите подробнее о планах по созданию мясного кластера.

– Региональная корпорация развития, как участник Межведомственной рабочей группы по реализации инвестиционных проектов в восточных районах Ростовской области, инициировала создание на территории шести восточных районов агропромышленного кластера по производству и переработке мясной продукции «Донское мясо». Модель кластера предполагает

На сегодняшний день:

- сформирован состав участников кластера «Донское мясо»;
- проведены организационные собрания с обсуждением и выбором юридической формы кластера;
- проводится работа во взаимодействии с учеными по селекции растений и выработке конкретных рационов кормления крупного рогатого скота и овец;
- в настоящее время определяются структура управления кластером и источники финансирования.

Кластерная модель направлена на достижение мультипликативного эффекта посредством развития сферы мясного животноводства и обслуживающих секторов. В основу модели положены принцип эффективной кооперации, объединение потенциала и ресурсов организаций, ведущих деятельность в сфере животноводства, растениеводства, мелиорации, переработки мясной и растительной продукции, а также научных организаций и институтов развития. На сегодняшний день в составе кластера 31 участник.

– Какими преимуществами регион обладает для бизнеса? Как местные власти поддерживают сельхозпроизводителей и переработчиков?

– Сформировано и действует прогрессивное инвестиционное законодательство, включающее в себя широкий набор преференций для инвесторов. Почвенно-климатические условия области, несмотря на периодически повторяющиеся засухи, благоприятны для производства сельскохозяйственной продукции.

К преимуществам также можно отнести систему господдержки. Ежегодно на реализацию госпрограммы развития сельского хозяйства из областного бюджета выделяется порядка двух млрд рублей. Господдержка охватывает все этапы, от закупки сырья, материалов, семян до приобретения основных средств. Из областного бюджета сельскохозяйственным товаропроизводителям предоставляется поддержка на приобретение отечественной техники, предприятиям перерабатывающей промышленности – на покупку технологического оборудования, продвижение продукции.

В текущем году господдержка за счет федерального и областного бюджетов будет распределяться следующим образом: на развитие растениеводства – 1499,5 млн рублей; на развитие животноводства – 718 млн рублей; на развитие переработки – 94,7 млн рублей; на развитие малых форм хозяйствования – 447,6 млн рублей.

В 2017 году поставлена задача довести валовой сбор зерновых и зернобобовых культур до 9000,0 тыс. т, а производство мяса (в живом весе) увеличить до 387,0 тыс. т. **МП**

9%

Производство мяса
выросло на 9%
и составило 360,7 тыс. т,
яиц произведено
2 млрд штук, что на 11,5%
выше уровня 2015 года.

на территории каждого из шести районов создать полный цикл производства говядины и баранины специализированных пород минимум на 5 тыс. голов маточного стада.

Корпорацией проведен анализ возможностей сельхозпроизводителей, состояния донской степи, выявлены проблемы хозяйствования и определены пути их преодоления: улучшение пастбищ, получение качественной кормовой базы, формирование площадок для доразведения КРС, обеспеченных инфраструктурой, в первую очередь водой, дорогами, электроэнергией.



Юрий Деревенчук:

«Бизнес – как лодка. Если расправить парус и поймать воздушные потоки, легко понесется вперед по волнам»

Расскажите, с чего начался ваш интерес к сельскому хозяйству. Как вы попали в эту сферу?

– Все произошло совершенно случайно. Я начинал работать экономистом в химической промышленности, затем сельскохозяйственная компания пригласила меня на убойное предприятие, где я вырос от экономиста до замдиректора по экономике. Спустя какое-то время мне предложили должность в ГК «АгроПромкомплектация». Сначала я работал в торговом доме, затем перешел в управляющую компанию, где за пять лет дорос до должности заместителя финансового директора Группы компаний по экономике.

– А какой вуз вы заканчивали?

– Московский институт электронной техники – первое высшее образование у меня техническое. Второе – экономическое. Но жизнь по большей части была связана с экономикой. Не так давно я получил предложение возглавить Курский мясоперерабатывающий завод (КМПЗ), который был открыт в селе Линец Железногорского района в ноябре 2016 года. Это было как раз то направление, которое я курировал: мясопереработка, колбасный и молочный завод, а также вся реализация – наши торговые дома, торгово-закупочные отделы.

– Что для вас оказалось самым ценным опытом?

– Самый ценный опыт – это работа в активно развивающейся компании. Она рас-

Гость:

Юрий Деревенчук,

директор Курского
мясоперерабатывающего завода
(ГК «АгроПромкомплектация»)

Беседовала:

**Виктория
Загоровская**

Фото:

**Нина
Слюсарева**



— Мы набираем большое количество молодых специалистов, которые начинают свою деятельность на предприятии в статусе учеников, а затем, сдав экзамен, вступают в должность обвальщика или жиловщика.

тет, и коллектив растет вместе с ней. Когда я пришел в «АгроПромкомплектацию», в ее состав входило порядка пяти свино-комплексов, сейчас их количество выросло практически до 15. У нас была одна бойня и мясоперерабатывающий завод с небольшим производством, и за пять лет, которые я провел в компании, мощности увеличились в несколько раз. Это дало возможность развиваться и мне, постоянно приобретая новый опыт и знания.

– Сколько человек работает под вашим руководством?

– Только на КМПЗ – 1200.

– Как строится ваш рабочий день?

– Он начинается с изучения отчетов за предыдущие сутки: сколько было выпущено продуктов, какие по ним показатели, какие выходы, смотрю, в какое время завершилось производство – обычно это происходит далеко за полночь. Далее иду с обходом по главному производственному комплексу. После этого мы проводим оперативную ежедневную планерку. Со всеми руководителями выясняем, какие у нас есть проблемы, и обсуждаем планы на будущий период. Затем – оперативная и стратегическая работа.

– Как вы формируете штат сотрудников?

– Поскольку завод новый, команда еще набирается и штат полностью не укомплектован. Могу сказать, что коллектив подбирается достаточно молодой, мы ищем как

грамотных специалистов с опытом работы, так и людей, которые готовы расти вместе с компанией.

– Что делается для сотрудников в этом направлении?

– Как я уже сказал, мы набираем большое количество молодых специалистов, которые начинают свою деятельность на предприятии в статусе учеников, а затем, сдав экзамен, вступают в должность обвальщика или жиловщика. У нас действует корпоративный университет, где проводятся тренинги как для коммерческих отделов, занятых «в полях», так и для сотрудников, работающих непосредственно на производстве.

На последнем этаже здания КМПЗ оборудован современный конференц-зал, где, в том числе, планируется проводить обучающие мероприятия, позволяющие повышать свою квалификацию. Также организуются тренинги развития личности и курсы по освоению различных компьютерных программ. Помимо того, члены нашей команды всегда могут рассчитывать на значительную социальную поддержку.

– Есть ли у вас своя философия бизнеса? В чем она заключается?

– Бизнес – как лодка. Если не распрямить парус, будет плыть очень медленно. Если распрямить и поймать воздушные потоки, легко понесется вперед по волнам. А если направить парус против ветра – не выдержит сопротивления и погибнет.

Важно глобально выстраивать стратегические цели и задачи на несколько десятков лет вперед, так как по-другому в крупном бизнесе нельзя, и планомерно их выполнять. Проект не пойдет, пока все досконально не просчитано и не изучено.

Мы не отдельно взятая компания, а часть структуры Группы компаний, все подразделения которой развиваются одновременно. «АгроПромкомплектация» – это вертикально-интегрированное агропромышленное объединение замкнутого цикла, поэтому как только свиноводческий дивизион демонстрирует рост, сразу открываются предприятия по убою и первичной переработке скота, соответственно, появляется большое количество мясного сырья, которое используется на наших мясокомбинатах.

– Что для вас самое интересное в работе?

– Производство – это в принципе интересно: постоянная динамика, движение, изучение чего-то нового – появляются новые продукты, инновационное оборудование, очень много разработок приходит к нам из Европы, интересные решения можно увидеть на рынке Америки. Мы внимательно следим за теми прогрессивными технологиями и инновациями, которые предлагает мировой рынок, отбираем лучшее и внедряем у себя на производстве, создавая в России уникальную площадку по уровню технической оснащенности и степени автоматизации процессов. **МП**



Компания:
**Курский
мясоперерабатывающий завод,
ГК «АгроПромкомплектация»**

Расположение:
**село Линец,
Железногорский район,
Курская область**

Дата открытия:
22 ноября 2016 года

Проектная мощность:
**Убой – 5,1 тыс. голов в сутки
Обвалка – 2,5 тыс. туш в сутки
Упакованная продукция –
150 т в сутки
Общий объем производства –
185 тыс. т свинины в год**



Полутуши с убоя поступают на подвесной, дальше вручную перенавешиваются на крюк, а сама разнога возвращается на линию убоя.





Три робота на линии убоя – тоже один из элементов инновационной технологии, которую можно найти исключительно на КМПЗ.

МИРОВЫЕ ИННОВАЦИИ НА РОССИЙСКОЙ ПЛОЩАДКЕ

В поисках мировых инновационных решений, внедренных в практику российскими предприятиями мясоперерабатывающей промышленности, мы отправились в Курскую область – на завод, который в ноябре 2016 года открыла Группа компаний «АгроПромкомплектация».

Автор:



Виктория
Загоровская

Фото:



Нина
Слюсарева

Курский мясоперерабатывающий завод – самое инновационное по уровню технологической оснащённости предприятие в России. Его специалисты с радостью продемонстрировали нам полную производственную цепочку, организовав экскурсию по заводу и прилегающей территории.

«Все лучшее, что есть в Европе, внедряется на нашем производстве, начиная с убоя и заканчивая отгрузкой готовой продукции, – рассказал **Денис Бартнев, заместитель директора КМПЗ**. – Это, в первую очередь, газовое бесстрессовое оглушение свиней, которое в России применяют всего несколько предприятий». Он пояснил, что всего несколько минут животное находится в специальном устройстве, где происходит процесс обездвиживания и усыпления с помощью углекислого газа, что позволяет реализовать гуманный подход и получить мясо лучшего качества.

«Три робота на линии убоя – тоже один из элементов инновационной технологии, которую можно найти исключительно у нас», – обращает внимание Денис Бартнев. Роботизированы, в частности, процессы обработки туш после убоя, отдельные этапы разделки полутуш, система промежуточного хранения продукции с участка обвалки, производство отдельных видов продукции.

Оборудование нового поколения является отличительной особенностью Курского мясоперерабатывающего завода, подтверждает **директор КМПЗ Юрий Деревенчук**. По его словам, многие решения ранее не использовались на других предприятиях ГК «АгроПромкомплектация», более того – в России ими могут похвастать единицы. «Например, здесь установлен аппарат FUM, осуществляющий автоматическую маркировку туш. Интеграция с уникальной системой AutoFom позволяет наносить на тушу



В числе главных инноваций – гуманный метод обездвиживания животных углекислым газом, современная линия убоя с использованием уникального робототехнического оборудования, система капельного охлаждения, энерго- и холодообеспечения.





товароведческое клеймо на основании измеренных параметров и присвоенной категории без участия оператора, – объясняет Юрий Деревенчук. – При последовательном перемещении туш на чипированной разноге через устройство AutoFom специальным сканером определяются их параметры. На основании измеренных данных (толщина шпика, соотношение мышечной ткани туши с жировой и др.) каждой туше присваивается определенная категория».

Кроме того, продолжает Денис Бартенев, мы применяем не традиционное шоковое охлаждение, как большинство участников рынка, а гидроаэрозольный метод, благодаря чему достигается минимальный процент потерь при охлаждении.

Склад низкотемпературного хранения включает восемь камер, рассчитанных примерно на 2,5 тыс. т продукции. На складе, где постоянно поддерживается температура 0... +2 °С, она не задерживается. Даже при таких условиях время хранения мяса на комплексе сводится к минимуму.

После 12 часов в камере созревания туши подвергаются разделке и четвертованию дисковыми пилами. Подготовленные таким образом отруба размещаются и накапливаются на буферном складе в подвешенном состоянии на «елках», которые затем подаются на участок обвалки и жиловки.

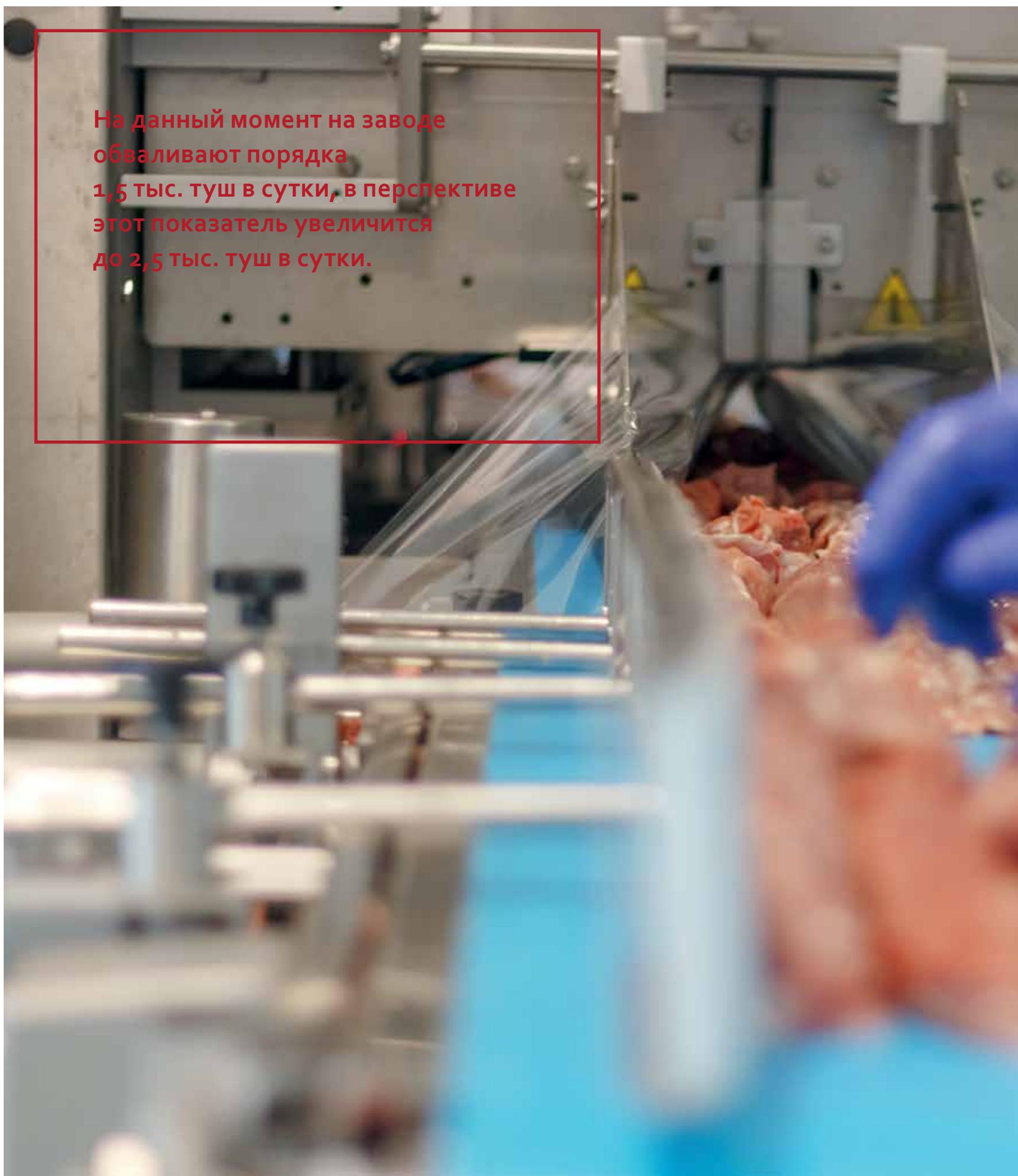
«Полутуши с убоя поступают на подвешной, дальше вручную перенавешиваются на крюк, а сама разнога возвращается на линию убоя. С помощью ультразвука осуществляется очистка и мойка разноги, что тоже является одним из примеров использования инноваций», – подчеркивает Денис Бартенев.

Цех обвалки свинины производит широкий ассортимент мясных полуфабрикатов, таких как грудинка на кости, карбонад крупнокусковой, ребрышки свиные, лопатка крупнокусковая, окорок, вырезка и многое другое. «На данный момент мы обваливаем порядка 1,5 тыс. туш в сутки, в перспективе этот показатель увеличится до 2,5 тыс. туш в сутки», – отмечает Денис Бартенев.

Как показал специалист, процесс поступления продукции из отделения обвалки на переработку и упаковку полностью роботизирован. Роботы-манипуляторы забирают



На данный момент на заводе
обваливают порядка
1,5 тыс. туш в сутки, в перспективе
этот показатель увеличится
до 2,5 тыс. туш в сутки.





с конвейера обвалки ящики с мясом, которые по транспортировочным лентам доставляются на динамический склад хранения мяса – кстати, еще одно нововведение, которого не найдешь на старой площадке. Здесь продукция автоматически сортируется и в дальнейшем, по запросу персонала, транспортируется на линии переработки и упаковки. После этого пустые ящики, пройдя автоматическую мойку и обработку, поступают по транспортеру на автоматический склад чистой тары.

Цех упаковки представлен фаршевой линией, линией по производству купат и колбасок, а также маринадной линией, которая была запущена совсем недавно. Объем производства упакованной крупнокусковой продукции (полуфабрикаты в маринаде, стейки) составляет 60 т в сутки, еще 2,5 т приходится на мелкокусковые полуфабрикаты и фарши. Продукты упаковываются в вакуумную среду с термоусадкой, которая, предотвращая попадание посторонних веществ или вредных бактерий, позволяет сохранять мясо свежим как можно дольше.

«Мы постоянно расширяем ассортиментную линейку, наращиваем объемы. В этом году активно развивается производство рубленых полуфабрикатов, колбасок, котлет, купат, маринадов, фаршей. Летом планируется запуск новой линии по производству различных видов шашлыка и маринадов, – рассказывает Юрий Деревенчук. – Одновременно мы рассматриваем перспективы развития стейковой группы продуктов фиксированного веса, которая востребована на рынке. Современный потребитель все чаще отдает предпочтение продуктам в лотке, содержащем, например, четыре кусочка мяса весом порядка 400 г, которые можно быстро положить на сковородку и поджарить».

Если раньше россияне готовы были покупать крупнокусковое мясо на кости весом несколько килограмм, то сейчас отмечается потребность в мелкокусковой продукции, и производители все больше внимания уделяют глубокой переработке.

«Еще пять лет назад предприятия продавали основной объем продукции в полутушах, – говорит директор КМПЗ. – Если взять в качестве примера наш комплекс в Конаковском районе, то на полутуши



ГК «АгроПромкомплектация» сохранила шестую позицию в списке ведущих российских производителей свинины, что является хорошим показателем, учитывая, что в прошлом году Группа построила шесть новых свиноводческих комплексов в Курской и Тверской областях, которые выйдут на полную мощность только к середине 2017-го.

Кроме того, в этом году ГК «АгроПромкомплектация» планирует ввести в эксплуатацию еще два свинокомплекса в Курской области, что позволит дополнительно обеспечить единовременное содержание 60 тыс. голов свиней и продемонстрировать рост производства и реализации свинины на 60% по итогам 2017 года.

Отметим, что один из этих свинокомплексов будет выполнять функцию откормочной площадки, цель которой увеличить средний вес реализации товарного поголовья на действующих СВК до 120 кг.

кое-то время обязательно появятся на нашем рынке. «Например, применяется такая технология. Фарш лепится в колбаски, на него наносится некая пленка – как жидкий раствор, обрабатывается соляным раствором и моментально застывает, – делится он. – Нам предлагают оборудование для производства такой упаковки, но так как рынок не изучен, вкладывать большие инвестиции в продвижение нового продукта пока не имеет смысла».

В планах КМПЗ – установка новой линии по обвалке свиных голов, что даст возможность продавать их не целиком, как сейчас, а уже разделанными – ушные раковины, пяточки и др. Причем реализовывать этот продукт предполагается как на российском, так и на китайском рынке. Дальнесрочные перспективы связаны именно с развитием экспорта. «Нашей стратегической целью, в первую очередь, является вывод производства на полную мощность, полная загрузка линий убоя и обвалки, увеличение объема производства продуктов в потребительской упаковке до 120–150 т в сутки, – говорит Юрий Деревенчук. – Расширение географии продаж также в числе приоритетов, причем как за счет поставок на экспорт, так и развития сбытовой сети по всей России. В настоящее время мы переживаем этап бурного развития, и самое интересное – еще впереди!» **МП**



приходилось порядка 95% всего объема реализации, обвалка же занимала незначительные 5%. Сегодня соотношение составляет 50/50%». По его словам, полутуши покупают только небольшие мясокомбинаты – крупные игроки имеют собственные заводы по убою и первичной обработке скота, соответственно, закупок не производят.

Растет потребительский спрос на продукты, которые были приготовлены на гриле, например колбаски и купаты в натуральной и белковой оболочке. Кстати, сообщил Юрий Деревенчук, в Европе есть и другие виды натуральной оболочки, которые в России пока не представлены, но через ка-

Прямая речь:



Юрий Ковалев,

генеральный директор
Национального союза свиноводов:

В этом году продолжают все те тенденции в свиноводческой отрасли страны, которые сформировались в 2016-м. Главной среди них является продолжение роста производства. В прошлом году он был на уровне 10%, в первом квартале 2017-го – на уровне 5%. То есть темп прироста ниже, но все равно достаточно высокий. При этом главный прирост отмечается в промышленном свиноводстве – в прошлом году оно выросло на 13%, в первом квартале 2017-го – где-то на 7%. Доля ЛПХ в этом показателе продолжает падать, и уже 82–83% составляет промышленное производство.

Продолжается прирост убойных предприятий. В прошлом году было введено несколько крупных проектов, в частности завод ГК «АгроПромкомплектация» в Курске заявленной мощностью 2 млн голов (пока она составляет чуть больше 1 млн).

Выходит на максимальную мощность «Тамбовский бекон». Строится еще ряд предприятий, в частности «Коралл» в Тверской области. А значит, продолжается уже не только прирост в виде «живка» или полутуш, но также растет объем производства разделанной продукции.

В настоящее время практически все компании из топ-10 наращивают свои мощности. АПХ «Мираторг» приступил к реализации проекта в Курской области по удвоению мощностей, причем начинает он строить сначала колбасное производство, а затем убойное. ГК «Русагро» добавляет почти 85 тыс. т – для того, чтобы дозагрузить свой убойный завод, рассчитанный на 2 млн голов, где пока забивают чуть более миллиона. ГК «АГРОЭКО» увеличивает мощности в Воронежской области, уже запроектировано убойное предприятие, идет подготовка к строительству. Такое же убойное предприятие запроектировала и, надеемся, в ближай-

шее время приступит к его строительству АПХ «Дон» – бывший «Алексеевский бекон».

Нарращивает производство Группа «Черкизово»; ГК «Агро-Белогорье» увеличила мощности по обвалке с 1,5 до 2 млн голов, запланировав осуществлять также полную разделку продукции.

Еще одна важная тенденция прошлого года заключается в том, что, с одной стороны, произошел прирост производства почти на 300 тыс. т в убойном весе (самый большой за последние 10, а то и 25 лет!), с другой – оптовые цены снизились на 10%. Это привело к тому, что потребление свинины выросло почти на 7%. Таким образом, в прошлом году свинина оказалась драйвером роста потребления по мясу.

В первом квартале 2017 года тенденция продолжилась – потребление свинины увеличивается на 5–6%, и этот рост приостановил падение цен на свинину. Так, и в 4-м квартале 2016-го, и в 1-м квартале 2017-го цена на свинину оказалась выше соответствующих периодов предыдущего года. Производство также растет, и даже импорт увеличился на 18%.

Мы ожидаем, что по итогам этого года производство вырастет примерно на 5%, или 150 тыс. т в убойном весе, потребление увеличится на 3% – 100–120 тыс. т. Ранее мы прогнозировали падение средневзвешенных цен на 5% по сравнению с аналогичным периодом, но в связи с ростом спроса на свинину можно говорить о том, что они останутся без изменений.

Нельзя не коснуться проблемы, связанной с распространением АЧС. Вакцины от нее не существует, и по крайней мере в ближайшие 5–10 лет перспективы ее избобрести нет.

Впервые за всю историю вирус АЧС был занесен в Иркутскую область – конечно, не кабаном, а в связи с человеческим фактором. Вспышку погасили, однако она явилась очень тревожным фактором для сибирского региона.

Нам с АЧС жить, и мы должны к этому приспособиваться. Многоплановая и масштабная работа сегодня идет в четырех направлениях. Первое – продолжается изменение законодательства с точки зрения усиления вертикали ветеринарной власти. Здесь обсуждаются разные варианты, но наиболее вероятный – усиление власти Россельхознадзора над региональными ветслужбами, которые сейчас никому не подчиняются. Второе – продолжает усиливаться биобезопасность промышленных предприятий – все они уже получили III и IV уровень компартамента. Третье направление – изменение законодательства с точки зрения ведения более сильного контроля (не запрета, заметьте) за соблюдением ветправил со стороны ЛПХ. И четвертое – продолжается работа по снижению популяции дикого кабана в «рискованных» зонах.



K+G Wetter: новые шлифовальные камеры

Везде, где выполняется обработка продуктов питания, необходимы высочайшие стандарты гигиены. Машиностроительная компания K+G Wetter знает эти требования и предлагает решения для наивысшего уровня чистоты.

В прогрессивных шлифовальных камерах на заводе K+G Wetter в гессенском Биденкопфе эксперты обеспечивают особенно гладкие поверхности машин K+G, к которым частицы прилипают значительно меньше. Новые шлифовальные камеры оснащены специально разработанной системой светодиодного освещения. Улучшенная освещенность конструктивных деталей обеспечивает оптимальные результаты полировки и шлифования и тем самым задает высочайшие стандарты по чистоте.



Машины ручной работы компании K+G Wetter проходят тщательное механическое шлифование. Для этого эксперты используют абразивы, которые в отличие от других способов обработки поверхности создают однородную поверхность. «За счет улучшенного оснащения камер мы получаем чрезвычайно высококачественные и гладкие поверхности, которые отличают наши машины. Благодаря однородности поверхностей очистка машин становится для наших клиентов намного проще», – заявляет **Фолькер Шлоссер, менеджер по продажам компании K+G Wetter.**

Все поверхности из нержавеющей стали на машинах K+G Wetter спроектированы так, что вода при очистке не собирается, а просто стекает по наклонным плоскостям.

«Наша цель заключалась в том, чтобы оптимизировать как процесс шлифования, так и качество поверхностей. За счет лучшего освещения в кабинах мы можем проще, быстрее и надежнее контролировать результат шлифования. От этого наша работа становится еще лучше. Одновременно мы существенно снизили уровень шума благодаря специальным звукопоглощающим стенкам в камерах», – заявляет **Марко Баймборн, директор завода K+G Wetter.**

Республики Южная Осетия, инвестиционного агентства РЮО, а также благодаря личному участию Леонида Тибилова, что неоднократно подчеркивал инициатор и организатор проекта, уроженец Цхинвала Вадим Ванев.

В фундаменте предприятия заложена капсула с обращением к потомкам, где говорится: «Мы, ваши земляки, связываем большие планы и надежды с новым проектом, мы хотим, чтобы он стимулировал развитие местного предпринимательства и инфраструктуры региона».

Пресс-служба компании «Евродон»



Госпрограмма развития АПК

Изменения госпрограммы развития АПК утверждены правительством России. В новой версии документа сократилось количество подпрограмм и скорректировано финансирование.

В текущем году на реализацию госпрограммы предполагается выделить 215,852 млрд рублей. В дальнейшем финансирование снизится: в 2018 году оно составит 197,958 млрд, в 2019-м – 194,056 млрд, а в 2020-м – 194,06 млрд рублей. В предыдущей версии программы с 2018-го по 2020 год на развитие АПК предполагалось выделить 1,012 триллиона рублей, теперь же эту сумму сократили в 1,7 раза.

Согласно новой версии документа, в 2017-м и 2018 году рост производства сельхозпродукции должен быть не ниже 1,7%, в 2019-м – 1,8%, а в 2020-м – 2,1%.

ИД «Сфера»



Стратегия развития с/х машиностроения

Минпромторг России в соответствии с поручением правительства РФ подготовил проект Стратегии развития сельскохозяйственного машиностроения России на период до 2030 года.

«По итогам 2016 года доля отечественных производителей на внутреннем рынке составила 54%. Задача, которая стоит перед отечественными сельхозмашиностроителями, – довести показатель количества современных российских машин и оборудования для сельского хозяйства до объема не менее 80% к 2030 году. В то же время планируется оказывать адресную поддержку экспорту, чтобы производители нарастили объем поставок современных российских сельхозмашин за рубеж до 50% от объемов потребления на внутреннем рынке. Приоритетными рынками для отечественных компаний, кроме стран СНГ, станут ЕС, Южная Африка, Австралия, Китай, Северная Америка», – сказал **министр промышленности и торговли РФ Денис Мантуров.**

В результате реализации мероприятий стратегии производство сельскохозяйственной техники в России вырастет к 2030 году до 280 млрд рублей, при этом экспорт составит порядка 93 млрд рублей.

Минпромторг России планирует в апреле-мае провести ряд публичных обсуждений проекта стратегии, по результатам которых документ, согласованный Минсельхозом России, Минэкономразвития России, крупнейшими отраслевыми организациями производителей и потребителей продукции сельхозмашиностроения, планируется рассмотреть в правительстве в июне 2017 года.

Пресс-служба Минпромторга



МПК «Растдон» открыли в Южной Осетии

В городе Цхинвале 31 марта состоялся торжественный запуск первого в Южной Осетии мясоперерабатывающего комбината «Растдон».

Высокотехнологичное производство и современное оборудование, а также вложенный в создание проекта и организацию его работы командный опыт лидера аграрного рынка России, компании «Евродон», гарантируют высококачественную продукцию и многообещающие перспективы для развития рынка в регионе.

В торжественной церемонии открытия приняли участие теперь уже бывший президент Республики Южная Осетия Леонид Тиболов, представители кабине-

та министров республики, предприниматели, жители Цхинвала. Гостей встречал глава группы «Евродон» Вадим Ванев.

Гости посетили основные цеха и подсобные помещения завода, увидели в действии современное оборудование, отметили отличные условия для работы сотрудников, а также попробовали первую продукцию предприятия под торговой маркой «Нартская».

Общая площадь комплекса – 2 тыс. кв. м. Мощность нового завода – более 600 т готовой продукции в год. Она предназначена как для местного рынка, так и для соседних регионов. Около 30–40% будет оставаться в Южной Осетии, остальное отправится на экспорт в ближайшие регионы Юга России и Северного Кавказа.

Завод намерен производить более 20 видов полуфабрикатов, а также ветчинно-колбасные изделия, копчености, деликатесы и т. д. Общая стоимость объекта превышает 150 млн рублей. Срок окупаемости – 8 лет.

Проект реализован при поддержке Управления президента РФ по социально-экономическому сотрудничеству с государствами СНГ, Республикой Абхазия и Республикой Южная Осетия, администрации президента и правительства



По машинам!

Закон о мобильной торговле может к 2020 году увеличить число автомагазинов, автокафе, автолавок до 50 тыс. в перспективе 2–3 лет.

Об этом рассказал **заместитель директора департамента развития внутренней торговли, легкой промышленности и легализации оборота продукции Минпромторга Никита Кузнецов.**

«Формат мобильной торговли сейчас вообще отсутствует как таковой. Мы предполагаем, что за 2–3 года, по самым скромным подсчетам, как минимум 50 тыс. автомагазинов, автокафе, автолавок появится», – сказал он. В настоящее время в России насчитывается около 20 тыс. объектов мобильной торговли.

Кузнецов уточнил, что законопроект о мобильной торговле разработан и проходит финальную юридическую доработку в администрации президента и аппарате правительства.

retailer.ru



По его словам, на сегодняшний день объект готов на 85%: полностью завершены работы по строительству очистных сооружений, подведению водовода, установке отопления и наладке холодильного оборудования. В числе основных работ, которые остается провести подрядчику, монтаж и наладка технологического оборудования и отделочные работы.

Напомним, что первоначально запуск комплекса планировался в 2016 го-

ду. Однако в конце 2014-го резко подорожали доллар и евро. В связи с тем, что оборудование для комплекса поставлялось из стран Европы, общая стоимость строительства объекта выросла до 4,3 млрд рублей, и инвестору проекта – группе «Продконтракт» – потребовалось увеличение сметы почти на 850 млн рублей. Средств инвестор не нашел, и до середины прошлого года строительство было заморожено. Однако в настоящее время, по словам руководства республики, инвестор урегулировал ситуацию, увеличив почти на 1 млрд рублей кредитную линию в Россельхозбанке.

В Кетченеровском мясоперерабатывающем комплексе полного цикла будут производиться высокотехнологичный забой крупного рогатого скота и первоначальная обработка – конвейерная вертикальная обвалка с анатомической разделкой, которая позволяет выделить высокосортовое мясо. При этом производство будет практически безотходным, так как предусмотрен цех по переработке шкур на кожевенное сырье и выделение коллагена.

volpromex.ru

Экспорт российского мяса вырос вдвое

По итогам прошлого года Россия практически в два раза увеличила экспорт мяса. Спрос на него вырос в азиатском регионе, в первую очередь Гонконге и Вьетнаме.



Российские предприятия стремятся и дальше наращивать поставки за рубеж. Инспекции при содействии Россельхознадзора провели чиновники из Ирана и Сингапура, в ближайшее время первые партии российского мяса отправятся и в эти страны.

По данным ФТС, совокупный экспорт российского мяса и мясных продуктов по итогам прошлого года составил 174 тыс. т, или 219 млн долларов (около 14,7 млрд рублей), в денежном выражении. В 2015-м поставки за границу составляли 96 тыс. т на 119 млн долларов.

Существенно изменилась структура крупнейших покупателей российского мяса. По итогам прошлого года вторым в списке стал Гонконг, который вдвое нарастил импорт российского мяса и продуктов из него. Поставки на китайский остров составили 36 тыс. т на сумму 41,2 млн долларов, в 2015-м было 17,8 тыс. т на 17 млн долларов. Кроме того, в пятерку лидеров по закупкам вошел Вьетнам. Экспорт туда по итогам прошлого года вырос в четыре раза и составил 20,3 тыс. т на сумму 15,7 млн долларов.

В два раза нарастили закупки и крупнейшие потребители российского мяса и продуктов из него – ДНР и ЛНР. В 2016 году соседние республики закупили 48,6 тыс. т на 64,4 млн долларов. ФТС не указывает поставки в эти регионы и отмечает их как украинские, но определить их несложно: Украина, по данным своей статистики, в 2015 году закупила в России мяса на 800 тыс. долларов, в 2016-м поставок вообще не было.



Российские поставщики стремятся развивать успех, достигнутый на азиатском направлении. Помимо Гонконга и Вьетнама резко выросли закупки мяса Бахрейном. Если по итогам 2015 года эта страна закупила лишь 27 т мяса на 45 тыс. долларов, то в прошлом году уже в 16 раз больше – 448 т на 660 тыс. долларов. В начале марта представители Бахрейна согласовали с Россельхознадзором ветеринарные сертификаты и провели инспекции ряда российских предприятий, которые смогут поставлять мясо. То же касается Японии: в марте были проведены инспекции нескольких российских предприятий. В 2015-м Япония закупила 37 т мяса на 14 тыс. долларов, в прошлом году – 200 т на 40 тыс. долларов. Помимо этих стран первые партии российского мяса отправятся в Сингапур и Иран, представители этих государств также проинспектировали российские комбинаты.

Известия

Рога на миллион долларов

Ямало-Ненецкий автономный округ (ЯНАО) впервые в 2016 году экспортировал в Китай рога оленей. Общая сумма поставок составила один миллион долларов. Об этом сообщил **первый заместитель директора департамента международных и внешнеэкономических связей округа Сергей Урамаев**.

«С Китаем у нас самостийно развиваются внешнеэкономические связи – это поставки рогов оленей. Рога поставляли представители малого и среднего бизнеса из Тазовского района ЯНАО», – сказал Урамаев.

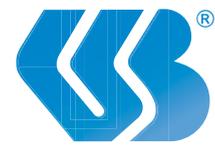
По его словам, власти Ямала помогают решать таможенные вопросы и проблемы логистики. «Китайские инвесторы заинтересованы в развитии такого сотрудничества, делают авансовые платежи и хотят продолжать поставки», – уточнил чиновник.



В 2016 году в ЯНАО была запрещена продажа пантов – рогов оленей, насыщенных кровью, из-за летней вспышки сибирской язвы, но продажа сухих рогов разрешена, добавил Урамаев. В Китае рога оленей используются в фармацевтике и для производства пищевых добавок.

На Ямале содержится крупнейшее в мире одомашненное стадо северного оленя – более 717 тыс. животных. ЯНАО – единственный регион в России, который имеет право экспортировать оленину в страны Евросоюза. С 2008 года в Финляндию и Швецию поставлено более двух тыс. т мяса.

lenta.ru



CSB-System



Факторы успеха производства

Оптимальное планирование, гибкое управление и эффективное снижение затрат в мясном производстве

Meat Business Days с посещением ведущих российских предприятий мясной отрасли
29 мая – 01 июня 2017 г.





Компания: ООО «ЦСБ-Систем»
115054, Россия, г. Москва, ул. Валовая, 30, этаж 2
Тел./ Факс: +7 (495) 641-51-56
E-mail: info@csb-system.ru
www.csb.com

Авторы: Игорь Демин,
генеральный директор
ООО «ЦСБ-Систем»

Герман Шальк,
руководитель и директор
по продажам
CSB-System AG

Условия успешного использования ИТ-технологий для управления предприятием

(Продолжение. Начало статьи опубликовано в прошлом номере)



Лишь немногие поставщики могут предложить ИТ-решение, учитывающее все отраслевые требования, например к прослеживанию продукции, особенно когда это решение планируется использовать в международном масштабе.

Сегодня одним из условий успеха для производственного предприятия пищевой отрасли является интеграция производственных и логистических процессов создания добавленной стоимости и управления оперативными бизнес-процессами. Здесь еще имеется большой потенциал для снижения издержек, экономии времени и обеспечения гибкости, но при условии полного отображения всех процессов производящего пищевую продукцию завода.

Почему необходимы как ERP-системы, так и MES-системы

Как правило, необходимая для успеха проекта интеграция возможна при использовании специально для этого разработанной отраслевой ERP-системы. Учитывая многочисленные разнообразные отраслевые требования, разработка таких решений является непростой задачей, особенно если планируется его использование в международном масштабе. Таким образом, лишь немногие поставщики ERP-систем могут предложить такое ИТ-решение.

Благодаря концепции FACTORY ERP компания CSB закрыла пробел между ERP-системами концерна и MES-системами. С помощью CSB FACTORY ERP® могут отражаться все специализированные процессы на предприятиях пищевой, химической и фармацевтической отраслей. Кроме того, с использованием Company Performance Center (CSB COMPCENTER) на основе надежных данных возможно выполнять планирование, управление, а также диагностику «узких» мест в производстве.

Почему ИТ не должны «разрезать» процессы предприятия по диагонали

Информационные технологии на предприятии должны быть полностью интегрированы и охватывать все процессы. При этом следует избегать использования многочисленных интерфейсов. В особенности вертикальный процесс товарного хозяйства предприятия не должен «рассекаться» по диагонали, т. е. не должен прерываться другими системами. В противном случае вдоль общей цепи создания добавленной стоимости возникают многочисленные

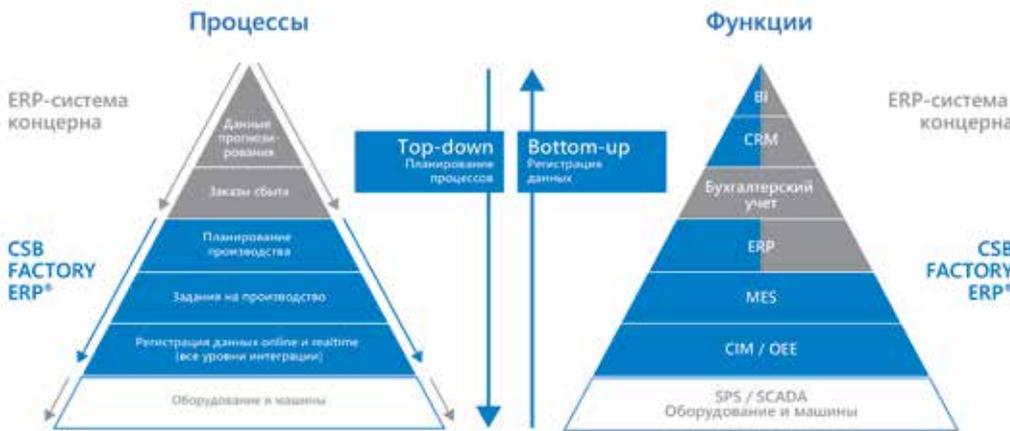
излишне сложные интерфейсы, что, в свою очередь, ведет к сложно прогнозируемым затратам при обслуживании решения. Кроме того, это ведет к сложностям в обеспечении достоверности данных, например при прослеживании продукции, складских операциях или фактической калькуляции. Процесс обеспечения качества, осуществляемый вдоль всего товарного потока, в этом случае также многократно прерывается, а данные передаются посредством многочисленных интерфейсов из центральной ERP-системы в MES-систему и обратно.

Таким образом, целесообразно охватить все процессы производства продуктов питания в одной системе. Поэтому наряду с корпоративной ERP-системой концерна необходимо использовать CSB FACTORY ERP®, включающую в себя MES или CIM, а также Linecontrol. В противном случае, как уже было сказано выше, не только обслуживание ИТ становится сложным и дорогим, но и в целом становится невозможной адаптация программного обеспечения к новым процессам и возникающим новым требованиям. Ведь именно возможность простой адаптации ИТ к изменяющимся условиям, пожеланиям клиентов и новым процессам делает программное обеспечение предприятия надежным инструментом управления в эпоху Индустрии 4.0.

Если предприятие выстроило непрерывный поток информации и четко организовало процессы от поставщика сырья к клиентам, то оно в состоянии оптимально управлять ими. Предприятие мясной отрасли, которое по нажатию кнопки имеет в распоряжении все данные из областей откорма и убоя скота, обвалки, производства и упаковки продукции, становится суще-



В качестве дополнения к ERP-системе концерна CSB FACTORY ERP® обеспечивает оптимальное управление процессами, высокую прозрачность и однородную IT-инфраструктуру.



CSB FACTORY ERP® дополняет ERP-систему концерна специализированными отраслевыми процессами. Здесь представлено взаимодействие процессов и функций обеих систем.

ственно прозрачной и эффективной. Благодаря более высокому качеству информации оно быстрее распознает «узкие места» в производстве, может оперативно реагировать на пожелания клиентов, принимает правильные решения и, кроме того, может без пробелов документировать все производственные процессы. Эти преимущества имеют, прежде всего, вертикально интегрированные предприятия, которые выполняют все ступени переработки сырья. Интегрированные цепи создания добавленной стоимости создают оптимальные условия для обеспечения наивысших стандартов на всех уровнях производства, гарантии безопасности и прослеживаемости пищевых продуктов. Это возможно при условии управления всеми процессами создания добавленной стоимости на предприятии с помощью информационных технологий.

Наилучшее решение из двух миров: ERP + MES = FACTORY ERP

Благодаря концепции FACTORY ERP компания CSB ликвидировала пробел между ERP и MES-системами на предприятиях пищевой промышленности. CSB FACTORY ERP® охватывает основные ERP-процессы предприятия и функциональные возможности MES-системы, включая интерфейсы с оборудованием и машинами, а также с ERP-системой концерна. IT-инфраструктура предприятия становится однородной и легко управляемой. С помощью CSB FACTORY ERP® группы предприятий и концерны могут оптимально управлять многочисленными производственными площадками, что в результате позволяет им достичь высокой прозрачности и эффективности.

В качестве примера можно назвать крупную немецкую сеть супермаркетов (название не раскрывается по просьбе клиента), которая использует CSB FACTORY ERP® на нескольких собственных мясных и рыбоперерабатывающих производствах. Благодаря решению предприятие может оптимально планировать, управлять и контролировать свои комплексные процессы на уровне производства, начиная с приемки, разделки и всех этапов переработки сырья и зачисляя логистикой и поставкой готовой продукции заказчику. Интеграция всех процессов, оборудования и техники обеспечивает при этом автоматизацию большинства процессов, высокое качество информации, прозрачность и производительность.

Еще одно преимущество заключается в том, что программное обеспечение надежно поддерживает сотрудников предприятия в их повседневной деятельности. Это относится как к деятельности по планированию и контролю, так и к работе в производственных, упаковочных отделах и в зоне комплектации заказов. В качестве ERP-системы компания использует решение SAP, удовлетворяющее потребности крупного концерна. Безупречное сочетание работы двух ERP-систем возможно по двум причинам. Во-первых, потому что ERP-система концерна не глубоко проникает в производственные процессы заводов, и, во-вторых, благодаря стандартным проверенным и устойчивым интерфейсам. Таким образом, сеть супермаркетов имеет наилучшее решение из двух миров – специализированное отраслевое решение на производственных предприятиях и ERP-систему для финансовых областей и контроллинга всего концерна.

CSB FACTORY ERP® как дополнение к корпоративной ERP-системе групп предприятий

Герман Шальк отмечает: «Решение CSB FACTORY ERP® особенно интересно для смешанных концернов, а также для международных групп компаний, так как управление отдельными заводами может выполняться децентрализованно с помощью комбинированной системы ERP и MES при обеспечении стандартизированного подключения к всеохватывающей ERP-системе концерна». Рецепт успеха решений CSB заключается в возможности полного отображения в одной системе всего процесса производства продуктов питания. Это подтверждено, наряду с многочисленными успешно реализованными проектами, также присуждением решению звания «ERP-системы 2016 года для пищевой промышленности». **Р**

Авторы:

**Юрий
Калугин,**

доктор
сельскохозяйственных
наук, профессор
кафедры мелкого
животноводства

**Николай
Балакирев,**

доктор
сельскохозяйственных
наук, профессор,
академик РАН,
заведующий кафедрой
мелкого животноводства

Компания:

**Московская
государственная
академия
ветеринарной
медицины
и биотехнологии –
МВА имени
К.И. Скрябина**



По описанному методу опытный работник за смену может обработать от 100 до 150 голов кроликов: убить, снять шкурку, провести нутровку, обезжирить шкурку, надеть ее на правилку и снять с нее.

ТЕХНОЛОГИЯ УБОЯ КРОЛИКОВ НА МЕЛКИХ ФЕРМАХ

Существует много методов убоя кроликов, но, к сожалению, все они носят негуманный характер. Авторы предлагают наиболее технологичный вариант проведения убоя на небольших фермах.

В настоящей статье рассматривается убой по методу Алексея Мастерова, проработавшего на кроликоферме НИИ ПЗК около 40 лет. В отличие от ранее описанных в литературе способов, при которых животное берут за задние конечности во время оглушения (1, 2, 3, 4), по данному методу кролик фиксируется руками за уши (рис. 1).

После этого производят оглушение кролика, нанося удары круглой палкой длиной 40 и толщиной 3–5 см не за ушами, а по лобной части головы один-два раза и один раз по носовой (рис. 2). При ударе по носовой части ломается носовая перегородка, кровь свободно вытекает из тела, и тушка достаточно хорошо обескровливается.

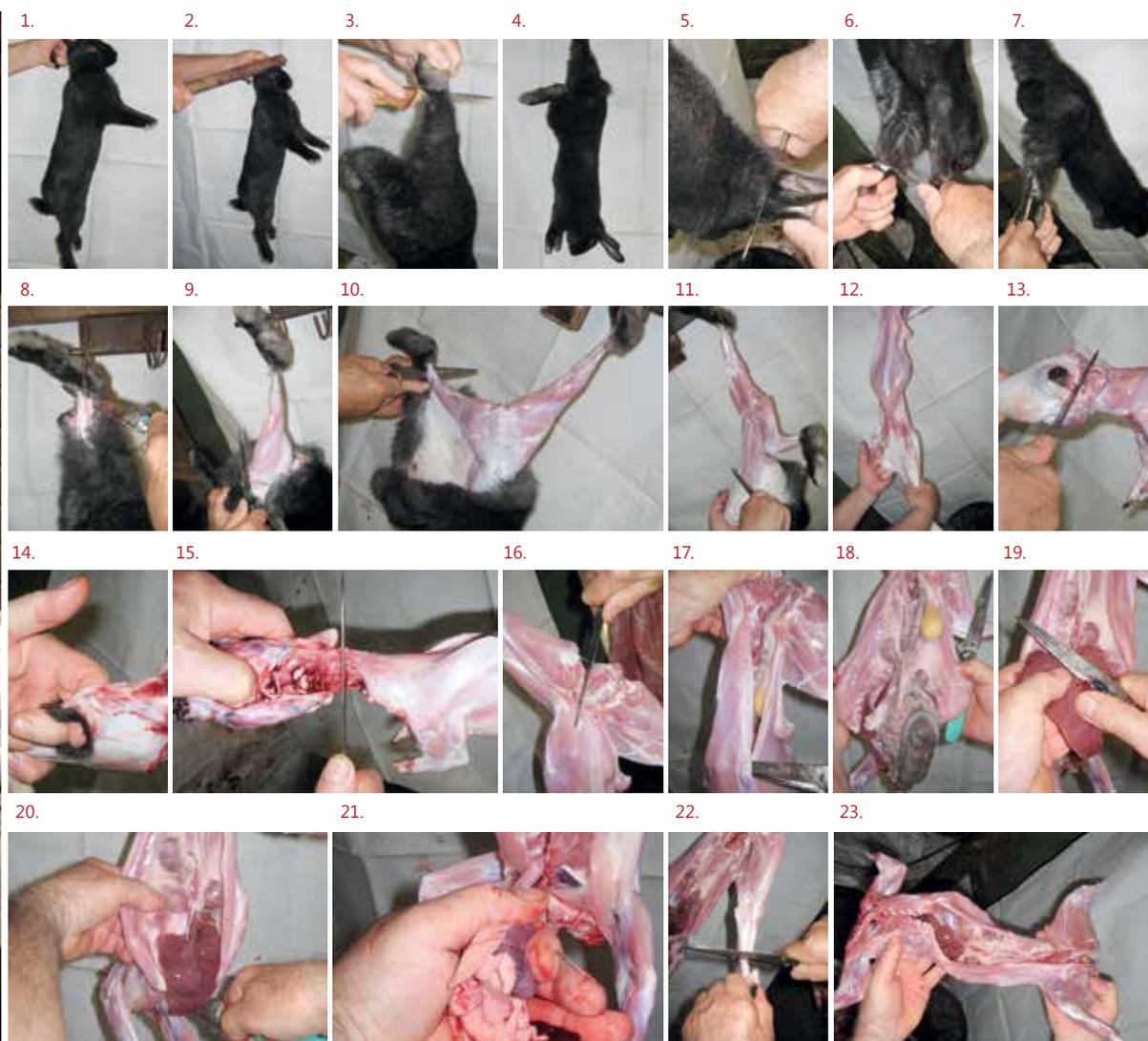
Другие авторы (1, 2, 3, 4) рекомендуют выкалывать глаз или протыкать носовую перегородку, что является более трудоёмким и негуманным процессом.

После того как кролик оглушен и носовая перегородка разрушена, ножом прокалывают отверстие на задней правой ноге между сухожилием и костью выше скакательного сустава (рис. 3) и подвешивают тело животного на специальный крючок или гвоздь для стекания крови (рис. 4). Длительность обескровливания по методу Мастерова составляет 2–3 мин., по данным других авторов – 5–7 мин. (1, 2, 3, 4). Рекомендуется удалять мочу из мочевого пузыря, для чего тело кролика переворачива-

ют вверх головой, берут за передние ноги и правой рукой проводят несколько раз по животу сверху вниз. В представленном методе этого не делают.

Для сбора крови, органов пищеварения и мочеполовых органов под висящее тело кролика подставляют емкость. Отдельная посуда требуется для сбора сердца, легких и головы, а также для печени.

После того как кролик обескровлен, у него обрезают уши у основания (рис. 5) и отделяют передние конечности по запястному суставу (рис. 6). Затем приступают к съемке шкурки. Для этого на внутренней поверхности свободной задней ноги выше скакательного сустава прокалывается кожа



1. Удержание кролика за уши.
2. Нанесение удара палкой по лобной части головы.
3. Разрез скакательного сустава для подвешивания кролика.
4. Кролик на стенде для стекания крови.
5. Обрезание ушей.
6. Отрезание передних конечностей.
7. Разрез кожи от скакательного сустава одной ноги к другой в области анального отверстия.
8. Надрез кожи в области скакательного сустава на ноге, закрепленной на крючке.
9. Стягивание кожи с задней конечности.
10. Стягивание кожи со второй задней конечности.
11. Стягивание кожи с тела.
12. Стягивание кожи с передних конечностей.
13. Стягивание кожи с шеи и ушных раковин.
14. Стягивание кожи с лицевой части головы.
15. Отрезание головы в области первого шейного позвонка.
16. Разрезание ложного сращения.
17. Разрезание брюшины (нож располагается под тупым, а не прямым углом).
18. Удаление органов брюшной полости.
19. Удаление желчного пузыря.
20. Извлечение печени.
21. Вскрытие грудной полости и удаление ее органов.
22. Обрезание задней конечности.
23. Готовая тушка кролика.

(рис. 7) и делается разрез, проходящий ниже анального отверстия до скакательного сустава на зафиксированной на крючке ноге. На скакательном суставе, дальнем от работника, подрезается кожа (рис. 8), после чего она снимается сначала с одной ноги (рис. 9) с вырезанием хвоста вместе с анальным отверстием, а затем с другой (рис. 10). Затем шкурка стягивается с тушки с подрезанием, где это необходимо, жировой клетчатки, имеющейся в большом количестве у взрослых животных, и мышц (рис. 11). При подходе к передним конечностям с них снимается шкурка (рис. 12), затем кожа стягивается с головы, включая и основания ушей (рис. 13). Последней подрезают шкурку вокруг глаз. После этого шкурка через отверстия, образовавшиеся от выреза ушей, стягивается с нижней части головы, ротового отверстия с подрезанием необходимых участков (рис. 14).

На всех участках тела, где необходимо подрезать кожу (особенно актуально для взрослых животных), это производят осторожно, чтобы не повредить мышцы. Голова отделяется от туловища в области первого шейного позвонка (рис. 15).

Отделив голову, переходят к нутровке. Для этого делается глубокий разрез лонного сращения с захватом брюшины (рис. 16). Разделочный нож вставляется в разрез брюшины, которая разрезается практически параллельно позвоночнику под углом 180° (рис. 17), что предохраняет внутренние органы от повреждения. В цитируемых источниках разрез брюшной полости производится под углом 90°. Далее проводится отделение органов пищеварения и мочеиспускания (рис. 18). От печени отделяется желчный пузырь (рис. 19). Вскрывается грудная клетка (рис. 20) и извлека-

ются сердце, легкие и пищевод (рис. 21). Последними отделяют задние конечности (одну или обе, в зависимости от необходимости подтвердить принадлежность тушки к виду и исключить возможность фальсификации), путем сильного удара тыльной стороной разделочного ножа выше скакательного сустава (рис. 22). На рис. 23 показана разделанная тушка.

По описанному методу опытный работник за смену может обработать от 100 до 150 голов кроликов: убить, снять шкурку, провести нутровку, обезжирить шкурку, надеть ее на правилку и снять с нее. **МП**

Список литературы:

1. Балакирев Н.А., Нигматуллин Р.М., Сушенцова М.А. Продукция кролиководства. – М.: ФГБОУ ВПО МГАВМ и Б, 2012. – С. 164
2. Мирьсь В.В. Кролиководство и звероводство. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2011. – С. 114.
3. Павлов М.К., Бабак Б.Д., Минина И.С., Леонтьев С.В. Справочник кролиководы. М.: Изд-во с.-х. литературы, 1962. – С. 171-172.
4. Снегов А. Самый полный справочник кролиководы. – М.: Издательство АСТ: Владимир: ВКТ, 2011. – С. 164

Автор: Денис Сусликов,

кандидат технических наук,
инженер-проектировщик
компании ГЕА в России

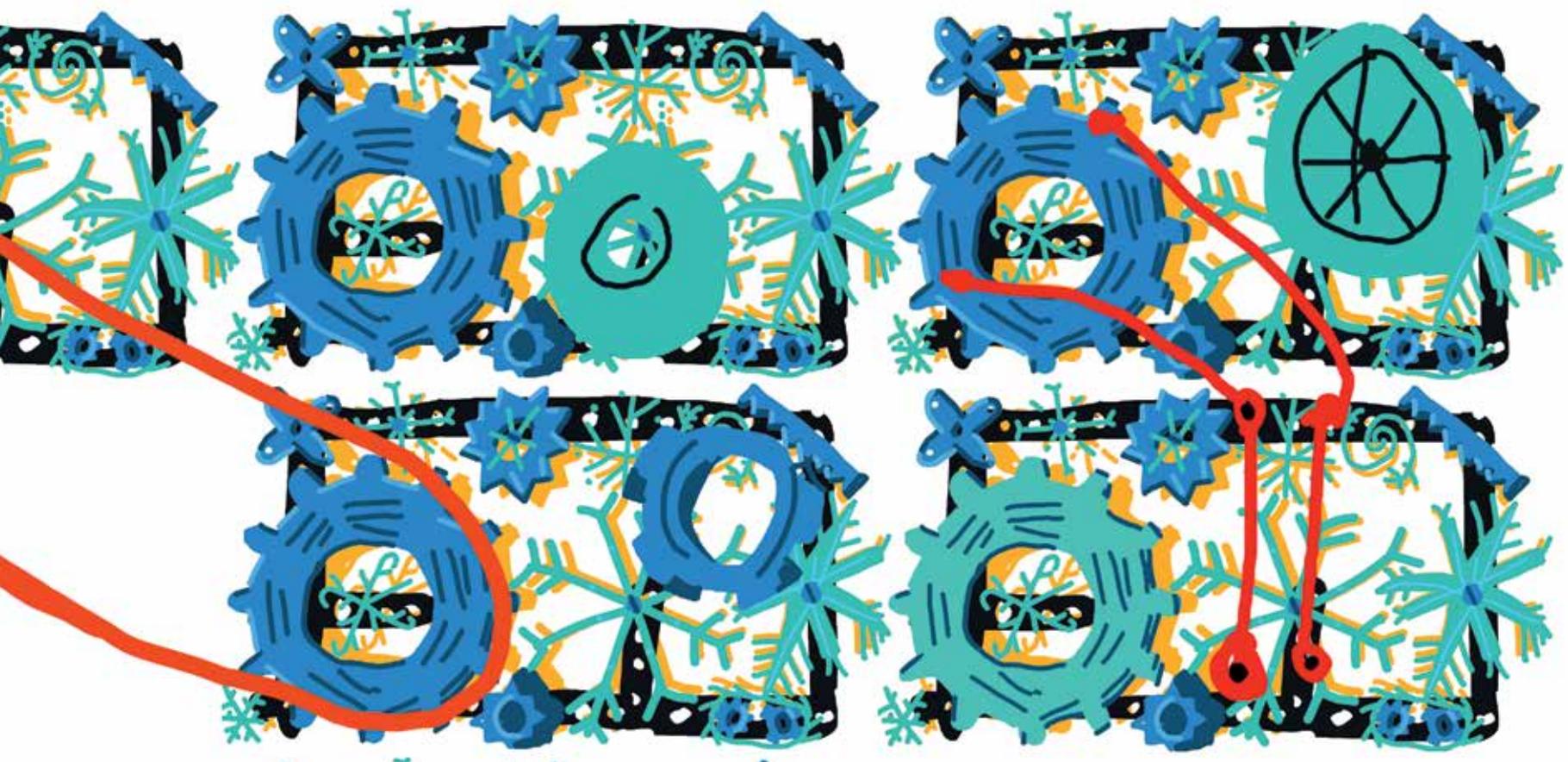


Иллюстрация: Тимофей Яржомбек

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ПРОЕКТИРОВАНИИ СИСТЕМ ХОЛОДОСНАБЖЕНИЯ АММИАК/СО₂

В настоящее время в сфере энергетики, к которой относится и холодильная техника, стоят две приоритетные и очень важные задачи: энергоэффективность и минимальное отрицательное воздействие на окружающую среду.

Внедрение и реализация систем промышленного холодоснабжения на основе каскадных систем с использованием природных холодильных агентов аммиака и диоксида углерода в полной мере отвечает данным приоритетным задачам.

В рамках данной темы был реализован проект «под ключ» системы холодоснабжения аммиак/СО₂ для нужд предприятия по убою и переработке птицы.

Основной задачей проектирования являлась разработка современной эффективной системы холодоснабжения, обеспечивающей технологические режимы в соответ-

ствии с техническим заданием и требованиями промышленной безопасности.

Использование каскадных холодильных систем позволяет при малых энергетических затратах достичь в охлаждаемых объектах температуры до -52°C . В табл. 1 дан сравнительный анализ двух вариантов систем холодоснабжения. Сравнение их эффективности представлено на рис. 1.

Термодинамическими свойствами диоксида углерода обусловлены и другие преимущества каскадных систем:

- высокое соотношение давления насыщенных паров и их температуры при низ-

ких температурах кипения, а также низкая вязкость диоксида углерода приводят к минимизации потерь в трубопроводах. Так, при температуре всасывания -40°C потеря давления 0,1 бар эквивалентна изменению температуры на 3°C для аммиака и $0,3^{\circ}\text{C}$ для СО₂;

- высокая теплопроводность СО₂, низкая вязкость и большая удельная теплоемкость (даже при низких температурах) определяют высокий коэффициент теплопередачи и соответственно меньшие габариты охлаждающих устройств;

- высокая удельная объемная холодопроизводительность, и как результат кон-

Таблица 1. Сравнительный анализ двух вариантов систем холодоснабжения

Характеристики систем	Агрегаты на базе винтовых компрессоров с экономайзером (R717)	Каскадные системы (R717/R744) на базе поршневых компрессоров
Холодопроизводительность, кВт	330	355
Энергопотребление, кВт	248	218
Холодильный коэффициент	1,32	1,63
Габаритные размеры компрессора, мм	3400x1400x1600	NH ₃ : 2300x995x1130 CO ₂ : 2030x940x985
Заправка NH ₃ , кг	≈1000	240

Таблица 2. Свойства диоксида углерода в сравнении с другими хладагентами

Тип хладагента	HFC		Углеводороды		NH ₃	CO ₂
	R134a	Фреон 134a	R290	R600a	R717	R744
Общепринятое название		Фреон 134a	Пропан	Изобутан	Аммиак	Диоксид углерода
Природа хладагента		искусственный	природный	природный	природный	природный
Потенциал разрушения озонового слоя		0	0	0	0	0
Потенциал глобального потепления		3200	3	3	0	1
Критическая температура, °C		101,2	97	135	132,4	31,1
Критическое давление, МПа		4,1	4,2	3,6	11,3	7,4
Горючесть		—	+	+	+	—
Токсичность		—	—	—	+	—
Относительная объемная холодопроизводительность		1	1,4	0,6	1,7	8,4

тур CO₂ имеет всасывающие трубопроводы в 2–3 раза меньшего диаметра, чем при использовании аммиака в тех же условиях, компрессоры с относительно низкими массогабаритными показателями;

- обеспечивается высокая безопасность для окружающей среды и населения.

На этом фоне повышенный интерес к диоксиду углерода становится вполне объяснимым. В табл. 2 представлены свойства диоксида углерода в сравнении с другими хладагентами.

Проектируемое оборудование располагается:

- в помещении машинного отделения;
- в технологических помещениях;
- в холодильных камерах;
- испарительный конденсатор, емкостное оборудование размещается на металлической конструкции, монтируемой на крыше машинного отделения.

Холодопроизводительность холодильной установки составляет:

- по контуру CO₂ (t= -41°C) – 2200 кВт;
- по контуру пропиленгликоля 36% (t= -15°C) – 6150 кВт;

Использование каскадных холодильных систем позволяет при малых энергетических затратах достичь в охлаждаемых объектах температуры до -52 °C.

- по контуру воды (t= +3 °C) – 2000 кВт. В состав потребителей холода предприятия входят охлаждаемые низкотемпературные камеры с температурой воздуха -24 °C, среднетемпературные камеры и помещения с температурой воздуха 0–7 °C, а также помещения с более высокой температурой +15–18 °C. Поддержание заданных температур производится с помощью воздухоохладителей.

Для низкотемпературных камер принята схема непосредственного охлаждения, в которой в качестве холодильного агента, кипящего в воздухоохладителях, используется углекислота (R744). Температура кипения -38 °C.

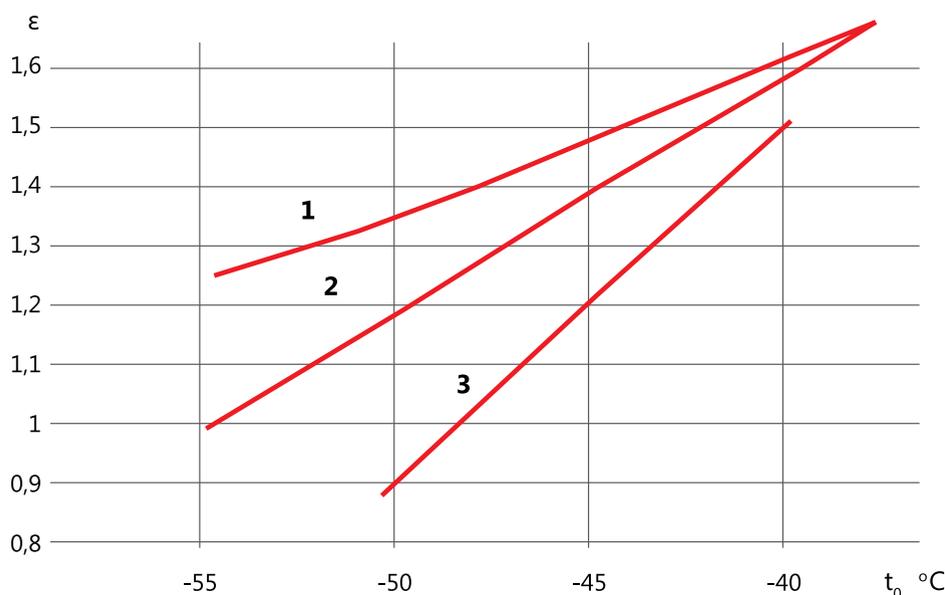
Для среднетемпературных камер принята схема промежуточного охлаждения, в которой в качестве хладоносителя, подаваемого в воздухоохладители, используется водный раствор 36% пропиленгликоля. Температура подаваемого хладоносителя -11 °C.

Для высокотемпературных камер и коридоров (вестибюлей) принята схема промежуточного охлаждения, в которой в качестве хладоносителя, подаваемого в воздухоохладители, используется вода. Температура подаваемой воды +6 °C.

К охлаждаемому технологическому оборудованию относятся:

- кондиционеры и блоки подготовки воздуха. Охлаждающая среда – водный раствор 36% пропиленгликоля (температура подаваемого хладоносителя -11 °C), а также вода (температура подаваемой воды +6 °C);

Рисунок 1. Сравнение эффективности различных типов холодильных установок



Зависимость холодильного коэффициента ϵ от температуры кипения t_0 для различных типов холодильных установок ($t_k = 35^\circ\text{C}$):

- 1 – каскадная холодильная установка (NH_3/CO_2);
- 2 – двухступенчатая холодильная установка (NH_3) с промежуточным сосудом открытого типа;
- 3 – одноступенчатая холодильная установка (NH_3) с экономайзером.

- плиточные скороморозильные аппараты и картон-фризеры, где в качестве холодильного агента используется углекислота (R744). Температура кипения -38°C .

Для повышения эффективности работы холодильной установки применен ряд мероприятий, направленных на использование вторичных источников тепла и холода. В первую очередь это относится к утилизации теплоты перегрева при сжатии паров аммиака. Это тепло используется как для нагрева сетевой воды, идущей на технологические нужды (W15), так и для нагрева раствора пропиленгликоля, идущего на оттайку приборов охлаждения, работающих на растворе пропиленгликоля (W13), а также на обогрев воздуха технических зон в зимний период с использованием блоков подготовки воздуха. В схеме также утилизируется тепло, отводящееся от масла компрессорных агрегатов путем догрева сетевой воды после (W15) до заданных параметров (W17), а также догрева раствора пропиленгликоля, идущего на оттайку (W16). При отсутствии теплосъема с W17 и W16 вода с маслоохладителей охлаждается жидким аммиаком из линейного ресивера (W14) (рис. 2).

Для экономии расхода электроэнергии на ряд компрессорных агрегатов (V1, V2, V3, V10) как основных потребителей электроэнергии оборудования компрессорного цеха установлены частотные преобразователи. Все компрессоры (кроме поршневых) имеют плавное регулирование производительности (10–100%). Оттайка потребителей

Компания ГЕА осуществляет индивидуальный подход к проектированию каждого объекта, что позволяет существенно снизить эксплуатационные расходы на предприятии заказчика.

холода, работающих на диоксиде углерода, организована с помощью двух углекислотных компрессоров (рис. 3).

Расход основных видов сырья и энергоресурсов составляет:

- потребляемая мощность рабочих электроприемников – 6706,01 кВт;
- годовой расход электроэнергии принят из расчета 5400 часов работы холодильной установки на полную мощность;
- количество аммиака в системе (R717) – 10240 кг;
- количество двуоксида углерода (R744) – 21350 кг;

- количество масла винтовых компрессоров – 2625 кг;
- количество масла в системе поршневых компрессоров – 67 кг;
- количество хладоносителя в системе составляет 208870 кг.

Выводы:

- применение природных хладагентов верхней и нижней веток каскада;
- снижение аммиакоемкости системы;
- полная рекуперация тепла холодильного аммиачного контура;
- снижение металлоемкости системы холодноснабжения;
- использование оттайки потребителей гликолем и горячими парами CO_2 ;
- применение частотных преобразователей;
- высокий уровень безопасности;
- высокий уровень автоматизации на основе свободно программируемых контроллеров.

Отмечу, что компания ГЕА осуществляет индивидуальный подход к проектированию каждого объекта, что позволяет существенно снизить эксплуатационные расходы на предприятии заказчика.

Собственный отдел проектирования в России в тесном сотрудничестве с технологическими центрами ГЕА в Германии и Нидерландах выполняет разработку технологических решений, электроснабжения и автоматизации установок. Специалисты компании используют в работе методики расчета и проектирования, специализированное программное обеспечение, инновационные технологии производства, монтажа и пуско-наладки холодильного оборудования.

При разработке каждого проекта заказчику предлагаются оптимальные комплексные решения холодильных установок и холодильное оборудование, которое обеспечивает не только минимальную усушку продукта, но и отвечает самым строгим требованиям технологического процесса. Квалифицированный персонал отдела проектирования ГЕА в России представляет интересы заказчиков при прохождении экспертизы промышленной безопасности, а также занимается ведением авторского надзора.

Схема аммиак/ CO_2 была успешно применена специалистами ГЕА на следующих предприятиях:

1. Мясоперерабатывающий комплекс по убою и переработке птицы АПХ «Мираторг» мощностью 12 тыс. голов в час.

В 2015 году на предприятии запущена в эксплуатацию холодильная установка «под ключ», представляющая собой каскадную систему аммиак/ CO_2 . Компания «ГЕА Рефрижерейшн РУС» оснастила холодом не только технологические линии по охлаждению

Рисунок 2. Схема рекуперации теплоты сжатых паров аммиака

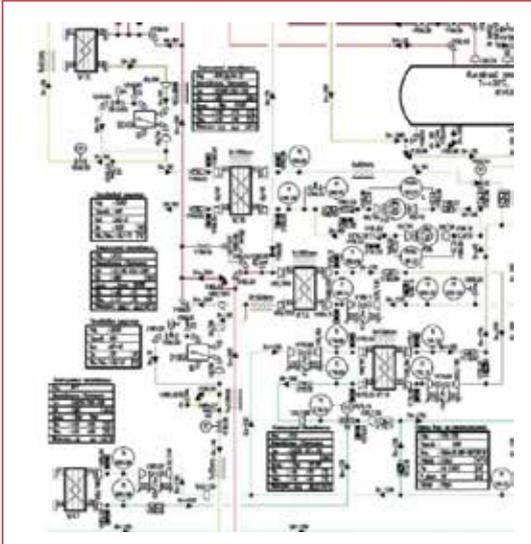
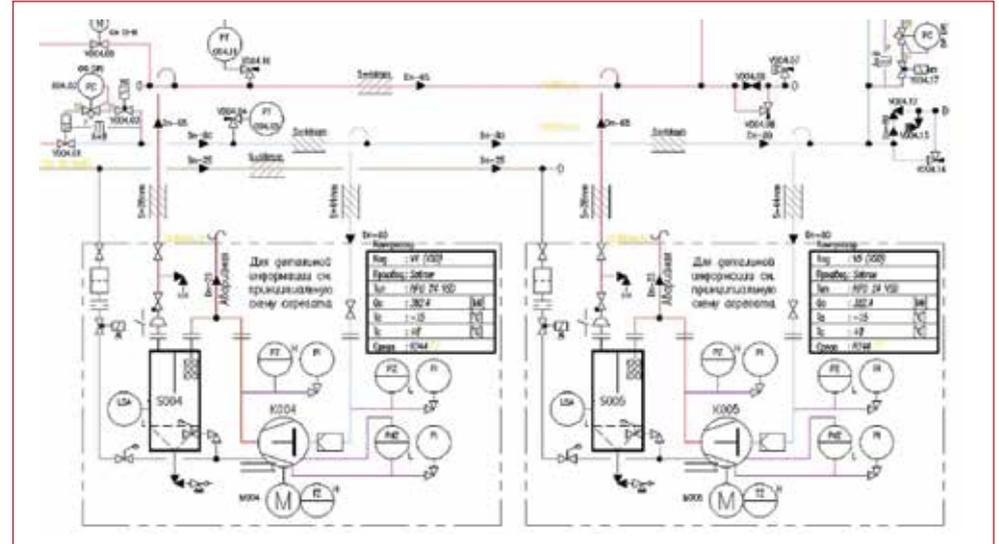


Рисунок 3. Оттайка потребителей холода горячими парами CO₂



курицы, но и около 16 тыс. кв. м складов хранения и технологических помещений, с контролем влажности во всех помещениях. Холодильная система на комплексе по убою и переработке птицы включает в себя аммиачные винтовые компрессорные агрегаты GEA SP1 суммарной холодопроизводительностью 5170 кВт на температурном уровне кипения хладагента +3 °С; 9260 кВт на температурном уровне кипения хладагента -15 °С, а также углекислотные поршневые компрессорные агрегаты общей холодопроизводительностью 2760 кВт на температурном уровне кипения хладагента -41 °С. Кроме того, в зону ответственности «ГЕА Рефрижерейшн РУС» вошла система вентиляции компрессорного цеха.

В объем поставки были включены также 99 воздухоохлаждателей для складов и производственных помещений.

2. Высокотехнологичное предприятие по убою и глубокой переработке КРС мощностью 100 голов в час (АПХ «Мираторг») в г. Брянск.

В 2015 году компания «ГЕА» оснастила холодом высокотехнологичное предприятие по убою и глубокой переработке КРС мощностью 100 голов в час (АПХ «Мираторг») в Брянске. Также была применена каскадная схема аммиак/CO₂. На предприятие были поставлены аммиачные винтовые компрессорные агрегаты GEA SP1 суммарной холодопроизводительностью 3700 кВт на температурном уровне кипения хладагента +3 °С; 8150 кВт на температурном уровне кипения хладагента -15 °С, а также углекислотные поршневые компрессорные агрегаты общей холодопроизводительностью 591 кВт на температурном уровне кипения хладагента -41 °С. В объем поставки была включена система вентиляции компрессорного це-

Для повышения эффективности работы холодильной установки применяется ряд мероприятий, направленных на использование вторичных источников тепла и холода. В первую очередь это относится к утилизации теплоты перегрева при сжатии паров аммиака.

ха, а также система воздухоохлаждателей для складов и производственных помещений.

Инженеры отдела сервиса «ГЕА Рефрижерейшн РУС» выполняют инспекцию и плановое техническое обслуживание объектов, поставку запасных частей к действующему оборудованию, текущий и капитальный ремонт компрессоров, а также решают сложнейшие задачи по энергоаудиту и модернизации установок и производств. Склад запасных частей компании находится в Москве, что позволяет заказчикам в кратчайшие сроки получить необходимые детали. **МП**

Список литературы:

1. Калнинь И.М., Смыслов В.И., Фадеков К.Н. Оценка перспектив применения экологически безопасных хладагентов в бытовой холодильной технике // Холодильная техника. 2001. №12.
2. Маринюк Б.Т. Расчеты теплообмена в аппаратах и системах низкотемпературной техники. Машиностроение. 2015.
3. Черняк В.А., Клименко Т.А. и др. Каскадная холодильная установка для предприятий пищевой промышленности. 2006. №5.
4. GUIDE to Natural Refrigerants in China – State of the Industry. 2015
5. Technology and Market Trends, Industrial Refrigeration – UNIDO ATMOSphere Technology Summit 2013.



Компания: ООО «ФУКС ОЙЛ»
125252, г. Москва,
ул. Авиаконструктора Микояна, 12
тел: +7 (495) 961-27-41
info-mos@fuchs-oil.ru
www.fuchs-oil.ru

Автор: Михаил
Коровочкин,

руководитель направления
продаж смазочных материалов
для пищевой промышленности

CASSIDA – «пищевые» смазочные материалы

При производстве мясных продуктов к смазочным материалам, используемым в оборудовании, предъявляются очень высокие требования, как с точки зрения пищевой безопасности, так и их эксплуатационных характеристик.

Клиенты компании FUCHS оказываются в выигрыше благодаря исключительному качеству продуктов линейки смазочных материалов CASSIDA, которое подтверждается большим количеством одобрений известных во всем мире производителей оборудования.

В мясоперерабатывающей промышленности использование «пищевых» смазочных материалов помогает сохранить доброе имя производителя.

CASSIDA – знак качества и безопасность смазочных материалов

Требования международной организации NSF International (Национальный санитарный фонд), основывающиеся на нормах, установленных Управлением по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных препаратов США (FDA), приняты в качестве международного стандарта. Все «пищевые» смазочные материалы, предлагаемые компанией FUCHS, зарегистрированы в NSF в соответствующем классе. Помимо этого, наше производство сертифицировано NSF по ISO 21469 «Безопасность машин и механизмов. Смазки, случайно контактирующие с изделием. Гигиенические требования». Данный стандарт определяет гигиенические требования к составу, процессу производства, использованию и правильному применению смазочных материалов, которые могут иметь «случайный контакт» с пищевым продуктом в процессе производства. Выполняя требования стандарта ISO 21469, компания FUCHS производит на новейшем заводе исключительно «пищевые» смазочные материалы. Это позволяет гарантировать превосходное и стабильное качество продуктов CASSIDA. **Р**

№	Основные продукты	Процесс	Общие части машины
1	Забой, потрошение, разделка, мойка		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Цепи, конвейеры
	CASSIDA GREASE HDS серия		Крюки
	CASSIDA GREASE EPS 2		Подшипники
	CASSIDA FLUID CR серия		Компрессоры
2	Порционирование, нарезка, измельчение		
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серии	Прямой контакт с режущим инструментом	Лезвия, ножи, куттеры
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Зубчатые передачи
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Цепи, конвейеры
	CASSIDA FLUID HF серия		Элементы гидросистемы
	CASSIDA GREASE EPS 2		Подшипники
2A	Добавление приправ, смешение		
	CASSIDA FLUID CR серия		Компрессоры
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серии	Мясорубки, измельчители	Лезвия, ножи, куттеры
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редуктор
	CASSIDA GREASE EPS 2		Подшипники
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Цепи, конвейеры
2B	Формовка, приготовление, отбивание, обжарка, глубокая заморозка		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA GREASE EPS 2/HTS 2/GTS 2/GTX 2/FC 2		Подшипники
	CASSIDA FLUID HF серия		Гидросистемы
	FM HEAT TRANSFER FLUID 32		Системы теплообмена
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серия	Смазка форм	Прямой контакт с пищевым продуктом
3	Формовка, фасовка, маркировка, упаковка		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA FLUID HF серия		Элементы гидросистемы
	CASSIDA GREASE EPS/RLS серия		Подшипники
	CASSIDA CHAIN OIL серия	Зона формовки, смазка форм	Цепи
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серия		Прямой контакт с пищевым продуктом
3	Зона фасовки		
	CASSIDA GREASE EPS/RLS серия		Подшипники
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA FLUID HF серия		Гидросистемы
	CASSIDA GREASE EPS 2 / GTS 2		Подшипники
	CASSIDA GREASE RLS 00, GTS 2	Упаковка, маркировка	Централизованные системы смазки
3	Упаковка в коробку		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Приводные цепи
	CASSIDA FLUID HF серия		Гидросистемы
	CASSIDA FLUID VP 68 или 100		Вакуумные насосы
	4	Хранение, охлаждение и заморозка	
CASSIDA FLUID RF серия		Хранение в холодильнике	Холодильные компрессоры
CASSIDA FLUID HF/GL серия		Замораживание	Гидросистемы, редукторы
CASSIDA GREASE LTS 1/RLS 00			Централизованные системы смазки
CASSIDA CHAIN OIL LT			Цепи, конвейеры
Средства для технического обслуживания			
CASSIDA GREASE GTS SPRAY			
CASSIDA SILICONE FLUID SPRAY			
CASSIDA FLUID FL 5 SPRAY			
CASSIDA PASTE AP			
CASSIDA PTFE DRY SPRAY			
FM GREASE DC SPRAY			



REHO **RÄUCHER GOLD**[®]
Smoking Chips Räucherspäne



SMOKING HOT!



**Щепа для копчения
высшей категории**

Подтверждающие
сертификаты:
DIN EN ISO 9001:2008,
НАССР, PEFC и
DIN EN ISO 50001:2011



www.retttenmaier.ru

реклама

ООО РЕТТЕНМАЙЕР РУС



Природные
волокна
Член концерна JRS

Отдел Техники
115280 Москва (Россия)

Тел. : +7-495-2760640
info@retttenmaier.ru

Автор:

Людмила Панасюк,

консультант по стандартизации
Россия, г. Калининград
panasyuk.lyudmil@mail.ru



«КЛАССИКА» ТОЛЬКО ПО ГОСТ

Небезынтересное событие произошло в области стандартизации и технического регулирования. Федеральным государственным бюджетным научным учреждением «Всероссийский научно-исследовательский институт мясной промышленности имени В.М. Горбатова» (ФГБНУ «ВНИИМП им. В.М. Горбатова») при финансовой поддержке Национального союза мясопереработчиков разрабатывается межгосударственный стандарт, согласно которому колбасам, изготовленным по техническим условиям (ТУ) или стандартам организации (СТО), будет запрещено давать наименования, присутствующие в этом межгосударственном стандарте.

Новые требования будут действовать на территории Евразийского экономического союза и коснутся «Докторской», «Краковской», «Любительской», «Московской» и других видов колбас, а также сосисок и сарделек. Основание – выпуск в настоящее время достаточно большого количественного ассортимента колбас (до 20 видов) с различными вариантами слова «докторская» (например, «Докторская плюс», «Докторская по-московски», «Докторская народная», «Докторская Гурман», «Докторская новорусская», «Докторская закусовая», «Докторская новая», «Докторская особая» и иже с ними). При этом используются собственные технологии и рецептуры.

Примерно такая же ситуация наблюдается и с изготовлением других известных наименований, перечисленных выше. На рынке огромное количество колбас с «гостовскими»

«Эта нежирная колбаса хороша для питания детей и тех, кому не рекомендуются продукты, содержащие много жира». Так написано о колбасе «Докторская» в «Книге о вкусной и здоровой пище».

названиями, которые произведены не в соответствии с требованиями ГОСТ, а по ТУ или СТО. Мало того, анализ рассматриваемой ситуации по ассортименту показал, что иногда одна организация-изготовитель выпускает до 15 видов колбас с различными вариантами слова «докторская».

Не спасает колбасу «Докторская» и технический регламент «О безопасности мяса и мясной продукции» (ТР ТС 034/2013, пункт 107), где, в частности, говорится о том, что «... не допускается маркировка мясной продукции с использованием придуманных названий, которые тождественны или сходны до степени смешения с придуманными названиями мясной продукции, установленными межгосударственными (региональными) стандартами». При этом, уточняет ФГУП ВНИИ мясной промышленности имени В.М. Горбатова, «... не было дано опре-



В случае с колбасой «Докторская» право изготавливать и маркировать продукцию по новому специальному стандарту принадлежит всем субъектам хозяйственной деятельности – любому мини-заводу или крупному мясокомбинату, фермерскому хозяйству или частному предприятию.

деления степени смешения, что сделало это меру неконкретной». А значит, не спасет «Докторскую» и недавно разработанный и еще не вступивший в силу ГОСТ 33673-2015 «Изделия колбасные вареные. Общие технические условия» (с 01.07.2017), где слово в слово повторяется этот запрет, а критерии тождественности и степени смешения вновь не определены.

Данную новость по-разному трактуют как в профессиональном сообществе, так и в среде потребителей: «давно ожидаемый шаг государства», «всякого рода запреты нежелательны», «решение поможет сохранить российские и советские бренды от размывания», «должна быть сохранена философия добровольности применения стандартов», «выпускаемые разновидности колбасы «Докторская» дискредитируют себя перед покупателем», «выпуск подобных «докторских» – это снижение репутации всей мясной промышленности», «нарушение условия непротиворечивости стандартов друг другу», «исторический шаг правительства» и пр.

Действительно, здесь не идет речь о прямом нарушении норм качества или несоответствии нормативам безопасности бесчисленных колбас «Докторская Отличная», «Докторская Ароматная», «Докторская с ВДНХ», «Докторская от Борисыча» и даже «Колбаса пшеничная «Классика» со вкусом «Докторской», где присутствует «вкусоароматическая смесь «Докторская» со следующей очень странной расшифровкой: «аромат докторский, аромат натурального дыма»), и еще с ними 127 подобных наименований (ТУ, СТО).

Стоимость «Докторской» – эталон для сравнительного анализа экономистов: величина зарплаты и количество колбасы, которое можно на нее купить.

Нельзя говорить и о нарушении обязательного условия – предоставления потребителю исчерпывающей и достаточной информации для его осознанного выбора. На этикетке или оболочке колбасы в составе подробно указаны ингредиенты (конечно, если речь идет о надлежащей производственной практике и честной конкуренции, то есть цивилизованном ведении дел). Здесь речь идет о более тонкой материи и даже идеологической составляющей – использование исторически сложившегося для нашего государства наименования (в течение почти 100 лет), за которым стоят оригинальная технология и эксклюзивная рецептура с историей. Документ о создании колбасы «Докторская» подписан Иосифом Сталиным при согласовании технологии с Народным комиссариатом здравоохранения (составление, выверенность до мело-

чей и согласование рецептуры с медицинскими работниками – докторами. Отсюда и название колбасы – «Докторская»).

Возможно, рецептура эта очень проста, но в данном случае не это главное. Мотивационно она служила укреплению здоровья населения: колбаса предназначалась «в качестве диетического (лечебного) питания больным с соматическими признаками последствий перенесенного длительного голодания», а конкретно – «больным, имеющим подорванное здоровье в результате Гражданской войны и царского деспотизма». Можно назвать это первым примером так называемой специализированной пищевой продукции, и при наличии в то время (1936 год) необходимых соответствующих процедур по их прохождению мы видели бы на этикетках надписи: «продукт предназначен для диетического питания» или «продукт предназначен для лечебно-профилактического питания».

«Эта нежирная колбаса хороша для питания детей и тех, кому не рекомендуются продукты, содержащие много жира». Так написано о колбасе «Докторская» в «Книге о вкусной и здоровой пище» (Москва, 1939 г.), а значит, потенциально можно было претендовать на этот вид продукции с надписью на этикетке: «продукт предназначен для детского питания». А еще «Докторскую» почитали все, вне зависимости от социального статуса. А еще это символ благополучия в годы тотального дефицита. А еще ее стоимость – эталон для сравнительного анализа экономистов: величина зарплаты и количество колбасы, которое можно на нее купить.

Вот что стоит за термином «Докторская». Вот что хотят защитить профессионалы мясной отрасли. Фактически речь идет об использовании известного, популярного, чрезвычайно привлекательного и комплиментарного наименования продукта для ведения бизнеса, но без обязательного выполнения технологии. И в этом случае меры, предпринимаемые мясоперерабатывающей отраслью, заслуживают внимания и профессионального понимания. Возможно, именно такая мера защиты позволит сохранить названные выше имена для колбасных изделий, именно такое решение поможет сохранить российские и советские бренды от размывания, исторические наименования колбас будут сохранены и защищены вот таким своеобразным путем. Ведь само присутствие слова «Докторская» в наименовании колбасы уже само по себе будет означать, что мясное изделие (колбаса) изготовлено по ГОСТу, и при этом разработка ТУ и СТО на данный ассортимент будет запрещена.

Так или иначе, подобный прецедент наблюдается впервые. До настоящего времени защита известных у потребителя наименований осуществлялась тремя путями:

- заявлением и получением свидетельства на использование товарного знака (знака обслуживания) – ТЗ;
- заявлением и получением свидетельства об изобретении пищевой продукции – патент;
- заявлением и получением лицензии на защищенные географические указания (ЗГУ).

Речь идет о тонкой материи и даже идеологической составляющей – использование исторически сложившегося для нашего государства наименования, за которым стоят оригинальная технология и эксклюзивная рецептура с историей.

Перечисленные методы защиты продукции выполняются в установленном порядке при условии предоставления необходимого пакета документов через федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности – Федеральный институт по промышленной собственности (ФИПС, Роспатент) и Росалкогольрегулирование (получение лицензии на производство вина защищенного географического указания).

Ярчайшим примером является недавнее (в 2015 году) получение ОАО «Московская кондитерская фабрика «Красный Октябрь» свидетельства на использование комбинированного общеизвестного товарного знака на шоколадные конфеты «Мишка косолапый». Это второй кондитерский бренд



ОАО «Московская кондитерская фабрика «Красный Октябрь», признанный общеизвестным в России (первым стал шоколад «Аленка»). Таким образом, и само текстовое наименование, и изображение конфет получили высшую степень защиты.

Другой пример – патенты на конфеты и торт «Птичье молоко» (правообладатель – ООО «Московская кондитерская фабрика

а именно получение лицензии на производство вин защищенного географического указания. На этикетках всех массандровских вин появится надпись «вино с защищенным географическим указанием «Крым» либо «специальное ликерное вино с защищенным географическим указанием «Крым».

Возвращаясь к нашей колбасе «Докторская», следует заметить, что инициатором этого новшества – создания специального ГОСТа – является Национальный союз мясопромышленников, а не Роспотребнадзор, Россельхознадзор или Федеральная антимонопольная служба. Поэтому говорить о силовом волевом запрете или давлении вышестоящих структур не приходится. Распространяться такой необычный стандарт будет не только на территории России, но на всем евразийском пространстве (на территории пяти государств – членов Евразийского экономического союза: Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и РФ).

Таким образом, данный прецедент можно рассматривать как случай «защищенных сортовых наименований некоторых колбас». На закономерный вопрос, кто будет держателем прав на товарный знак, эксперты-юристы поясняют, что речь идет «не о наименовании колбасы, а о ее сорте, который связан с рецептурой, поэтому регистрации товарного знака не требуется».

Здесь следует уточнить: речь идет не о сорте продукции как таковом, а о привычном понимании определения «товарные (торговые) сорта» (высший сорт, первый сорт, второй сорт, «экстра» и пр.). К примеру, рыба

«Рот Фронт»). Свидетельство на изобретение конфет из сбивной массы, покрытой шоколадной глазурью. Одновременно с этим автор получает и комбинированный товарный знак, а это двойная юридическая защита.

Следующий путь защиты наименований продукции применим лишь для продукции винодельческой отрасли – получение защищенного географического указания (ЗГУ) предусматривается ГОСТ 32715-2014 «Вина ликерные, вина ликерные защищенных географических указаний, вина ликерные защищенных наименований места происхождения. Общие технические условия». Ярчайшим показательным примером соблюдения данной процедуры служат недавние события, произошедшие в ФГУП «ПАО Массандра» и ФГУП «ПАО Инкерман»,



▲
Само присутствие слова «докторская» в наименовании колбасы будет означать, что мясное изделие изготовлено по ГОСТу, и при этом разработка ТУ и СТО на данный ассортимент будет запрещена.

мороженая в зависимости от показателей качества может быть изготовлена первого и второго сортов (ГОСТ 32366-2013 «Рыба мороженая. Технические условия»), соль поваренная пищевая первого и второго сортов (ГОСТ Р 51574-2000 «Соль поваренная пищевая. Технические условия»), консервы мясные высшего и первого сортов (ГОСТ 5284-84 «Консервы мясные. «Говядина тушеная». Технические условия»). Ранее действовавшие стандарты на перечисленную пищевую продукцию также имели подобную – привычную всем пользователям (профессионалам и непрофессионалам) – схему подразделения на высший, первый и второй сорт.

В «колбасном» же мире связь между сортом и ассортиментом имеет иную парадигму – один конкретный сорт (например,



TT1512/TT1815

Автоматы для двойной заклипсовки

Универсально, продуктивно.

Универсальность и высокая скорость – это ключевые аспекты моделей TT1512 и TT1815 из серии двойных клипсаторов. Колбасная продукция с диапазоном калибра от 20 до 140 мм расфасовывается в искусственные, волокнистые и коллагеновые оболочки со скоростью до 200 порций в минуту. Рыхлая набивка без доступа воздуха с растягивающим приспособлением в моделях TT1815, а также полный контроль давления и шага заклипсовки позволяют не только расширить ассортимент, но и повысить производительность и качество продукции.

«Несмотря на интенсивный рост нашего производства, мы не успеваем за этим дуэтом».

~ Стив Леа, компания Blue Ridge Beef



**STRONGER
TOGETHER**

TIPPER TIE™

JBT с гордостью объявляет о добавлении TIPPER TIE к нашей компании. Добавление TIPPER TIE расширяет нашу белковую платформу путем добавления дополнительных упаковочных решений. Мы почитаем всемирно признанный TIPPER TIE бренд, передовые технологии и непоколебимую приверженность к своим клиентам и будем продолжать строить на нём JBT-инновации, опыт и глобальное присутствие.

To learn more about JBT and TIPPER TIE, visit or call:
www.jbtfoodtech.com | www.tippertie.com/TT1815
youtube.com/tippertiegroup | 919 362 8811

We've expanded our offering to better serve you.

Brine Preparation | Injection | Maceration | Tenderization | Automated Tray Loading | Massaging
Homogenization | Injection & Return Milling | TVI Meat Slicing | Portioning/Trimming | Coating
Frying & Filtration | Cooking | Chilling | Freezing | Refrigeration | Weighing | Filling | Sterilizing
Juice Processing | Citrus Processing | Storage | Liquid Egg Processing | Mixing/Blending
Cooling | Pasteurization | Cleaning (CIP Systems) | Automatic Guided Vehicles | Aftermarket
Technology & Training Center | X-Ray Technology | Clipping & Packaging Solutions



высший) объединяет несколько ассортиментных наименований («Докторская», «Любительская» и пр.), различающихся придуманным названием колбасных изделий, а не качеством. Среди вареных колбас «Докторская» могла выпускаться только высшего сорта, «Московская» – только первого сорта, а у колбасы «Чайная» имелся только второй сорт (высшего и первого сортов не существовало по определению). При этом рядовой потребитель об этом и не подозревал и, возможно, терял время в поисках, скажем, «Московской» высшего сорта.

Инициатором новшества – создания специального ГОСТа – является Национальный союз мясопромышленников, а не Роспотребнадзор, Россельхознадзор или Федеральная антимонопольная служба. Поэтому говорить о силовом запрете или давлении вышестоящих структур не приходится.

Градации продукции на сорта стандартами на любые колбасные изделия (в прошлом) предусматривалась в следующей редакции: «Вареные колбасные изделия выпускают следующих видов, наименований и сортов:

- высший сорт – «Говяжья», «Диабетическая», «Докторская», «Краснодарская», «Любительская», «Любительская свиная», «Телячья», «Русская», «Столичная»;
- первый сорт – «Московская», «Отдельная», «Отдельная баранья», «Свиная», «Столовая», «Обыкновенная», «Ветчинно-рубленая», «Калорийная», «Молочная»;

- второй сорт – «Закусочная», «Чайная», «Заказная» (ГОСТ Р 52196-2003, ГОСТ 16290-86, ГОСТ 16131-86, ГОСТ 23670-79).

Стандарты нового поколения (ГОСТ Р 55456-2013, ГОСТ Р 52196-2011, ГОСТ 33673-2015) не предусматривают подобного «ассортиментно-сортового» деления колбас, а также любого деления на сорта (высший, первый и второй). Регламентация продукции и формирование ее наименования осуществляются по иным правилам. Так, согласно ГОСТ 33673-2015 «Изделия колбасные вареные. Общие технические условия», разработанным вслед за ТР ТС 034/2013

и призванным являться доказательной базой для регламента, в разделе «4. Классификация» и вовсе отсутствует подразделение колбасной продукции на любые сорта, по ассортиментному ли наименованию или по товарной (торговой) сортности, присутствуют лишь категории, группы и виды.

Поэтому слова, заключенные в кавычки («Докторская», «Любительская», «Краковская»), – это маркировка мясной продукции с использованием придуманных названий. Согласно техническому регламенту Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011, статья

«2. Определения») «придуманное название пищевой продукции – слово или словосочетание, которые могут дополнять наименование пищевой продукции.

Придуманное название пищевой продукции может не отражать ее потребительские свойства и не должно заменять собой наименование пищевой продукции...». Оно также называлось фирменным или фантазийным по ГОСТ Р 51074-2003 (Раздел «2. Определения»):

«2.7. Фантазийное (придуманное) наименование. Слово или группа слов, которые могут не характеризовать потребительские свойства продукта, но позволяют отличить конкретные, близкие по составу и органолептическим показателям продукты друг от друга.

3.5.1.6. Наименование продукта, сформированное в соответствии с изложенными выше требованиями, может быть дополнительно фирменным названием, в том числе написанным буквами латинского алфавита, фантазийным наименованием, наименованием по месту изготовления, по названию изготовителя и другими, нанесением фирменной марки (знака)».

В некоторых странах Европейского союза (в Латвии, например) наименование продукта называют «условным» или «модным» (Правила Кабинета министров Латвии от 23.03.2004 №150 «Правила маркировки продовольственных товаров»: «Торговое наименование продовольственного товара не может быть заменено товарным знаком, фирменным знаком или условным («модным») наименованием»).



Иногда одна организация-изготовитель выпускает до 15 видов колбас с различными вариантами слова «докторская».

Таким образом, говоря о юридической защите, следует иметь в виду именно защиту придуманного названия продукции, полное наименование которой выглядит следующим образом: «Мясной продукт категории А охлажденный. Вареная колбаса «Докторская» или «Мясной продукт. Колбасное изделие вареное. Колбаса «Молочная» категории Б». И этот никак не сорта колбасы. Также вызывает вопросы, каким образом можно «запихнуть» в один стандарт исключительно все «брендовые» исторические наименования, например «Докторскую» вместе с «Краковской»?

Кроме того, существуют и так называемые «предварительные стандарты» согласно Федеральному закону от 29 июня 2015 года №162-ФЗ «О стандартизации в РФ» (статья 2. Основные понятия):

«2 документа, разрабатываемые и применяемые в национальной системе стандартизации... – предварительный национальный стандарт РФ... на ограниченный срок в целях накопления опыта в процессе применения предварительного национального стандарта для возможной последующей разработки на его основе национального стандарта».

Таким образом, складывается следующая ситуация: на одну и ту же продукцию одновременно будет существовать несколько стандартов. Например, ГОСТ или ГОСТ Р (базовый); ГОСТ Р (опережающий) с грифом «Российская система качества» и ГОСТ Р (предварительный) на ограниченный срок. Так называемый специальный ГОСТ Р, защищающий исторические для страны об-

щезвестные бренды. И вдобавок «православный» ГОСТ Р для предпринимателей, придерживающихся православных взглядов, предложения по созданию которого появились в последнее время.

С одной стороны, достаточная юридическая проработка имеется, профессионалам с компетенциями также все ясно – они работают с документами, но на неискушенного потребителя обрушивается сильнейшая информационная нагрузка в виде обилия ГОСТов на этикетках. А для него – неискушенного потребителя – этикетка является единственным связующим документом между изготовителем и готовой продукцией, между государственным миром и палочкой колбасы.

Да, безусловно, будут разъяснения в средствах массовой информации. Да, обязательно будут изображения Знака качества на этикетках. Да, будут отдельные стенды (прилавки, уголки) в торговых сетях с продукцией, имеющей повышенные параметры качества. Есть договоренность Роскачества с рядом крупных ритейлеров о совместной работе в данном направлении, среди них Metro Cash & Carry, «Лента» и X5 Retail Group (торговые сети «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель»). Уже есть идеи продвигать такую продукцию через каталоги для покупателей и электронную рассылку для владельцев карт лояльности, пишут «Ведомости». А как быть простым покупателям, которым трудно уследить за всеми новостями пищевой промышленности?

Существует и такой немаловажный аспект в рассматриваемой теме. Все перечисленные способы правовой охраны культурных, исторических и общеизвестных наименований пищевой продукции, так называемых «брендов», в итоге превращают придуманное название в товарный знак (текстовая часть), или в патент (наименование), или в лицензию на выпуск вина с защищенным географическим наименованием лишь для одного правообладателя, будь то ОАО «Московская кондитерская фабрика «Красный Октябрь» или ФГУП «ПАО Массандра».

В случае с колбасой «Докторская» право изготавливать и маркировать продукцию по новому специальному стандарту принадлежит всем субъектам хозяйственной деятельности – любому мини-заводу или крупному мясокомбинату, фермерскому хозяйству или частному предприятию, находящемуся на территории государств – членов Евразийского экономического союза. При соблюдении единственного условия – неукоснительного соответствия технологии изготовления ассортиментному наименованию. **МП**



26-я МЕЖДУНАРОДНАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА АГРОРУСЬ

22.08 – 25.08.2017
ВЫСТАВКА
ПАВИЛЬОНЫ F, G

19.08 – 27.08.2017
ЯРМАРКА
РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ
ОТКРЫТАЯ ПЛОЩАДЬ КОМПЛЕКСА



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
ЭКСПОФОРУМ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

0+

www.agorus.expoforum.ru
тел. +7 (812) 240 40 40
доб. 2231, 2234, 2235, 2188, 2281
farmer@expoforum.ru

ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
МЕДИАПАРТНЕР

ТЕЛЕКАНАЛ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Автор:



**Константин
Корнеев,**
исполнительный
директор «РИНКОН
Менеджмент»



ПОДВОДНЫЕ КАМНИ ПРИВЫЧНЫХ РЕШЕНИЙ

Многолетняя практика работы на мясном рынке показывает, что у многих инвесторов / владельцев мясоперерабатывающих предприятий (в данном случае речь идет именно о производстве натурального мяса, а не продукции глубокой переработки, такой как колбасы, сосиски, копчености и т. д.) подход к выбору упаковочного оборудования сводится к нескольким сценариям.

Среди них можно выделить четыре основных:

- использование того оборудования, что уже было на предприятии (в случае приобретения готового актива);
- приобретение довольно дешевого упаковочного оборудования по принципу «лишь бы во что-нибудь упаковать»;
- приобретение максимально сложных, «навороченных» упаковочных линий, не

Одно из главных преимуществ, которые предоставляют дорогие упаковочные решения, – это возможности маркетингового продвижения продукции.

соответствующих возможностям предприятия и качеству исходного сырья. Такие линии просто превосходят остальное оборудование на предприятии и не дают той экономической и маркетинговой отдачи, которую могли обеспечить производителю;

- приобретение соответствующих возможностям предприятия и целевым каналам продаж упаковочных линий. Четвертый вариант мы в данном материале рассматривать не будем, поскольку именно он и должен быть стандартным в работе любого производителя.

Прежде чем перейти к анализу упаковочных решений в различных сценариях, перечисленных выше, необходимо дать краткую характеристику ситуации на мясном рынке.

Как мы видим из табл. 1, у разных видов мяса разная ситуация по соотношению реа-



Использование автоматических укладчиков мяса в лоток применимо у нас только на самых новых и автоматизированных производственных комплексах.

Таблица 1. Соотношение реализации разных видов мяса в брендированном и небрендированном виде

Вид мяса	Доля брендированной продукции от общего объема производства	Доля продаж в современные форматы торговли от общего объема производства
Птица	От 50 до 75%	Более 60%
Свинина	От 5 до 15%	Более 30%
Говядина	Менее 10%	Более 15%

Источник: собственная оценка «РИНКОН Менеджмент»

лизации в брендированном и небрендированном виде. Мясо птицы, например, имеет самую высокую долю реализации под собственными брендами, а свинина и говядина значительно уступают ему в этом направлении. Поэтому выбор упаковочных решений для мяса птицы очень важен именно с точки зрения работы с конечным покупателем, а для свинины и говядины крайне важна упаковка, востребованная в таких каналах, как B2B и HoReCa. Зная эту рыночную специфику, легче сориентироваться в выборе упаковочных решений для различных видов мяса.

Сценарии выбора упаковочного оборудования

Начнем с того сценария, когда используется **оборудование, уже установленное на**

действующем предприятии. В этом случае инвестору (покупателю), прежде всего, необходимо соотнести используемое оборудование с требованиями тех рынков, на которых планирует работать компания. Так, нередки случаи, когда, приобретая птицефабрику (или планируя ее приобретение), инвесторы не уделяют внимания вопросу модернизации упаковочного оборудования. Поскольку обычно на продажу выставляются птицефабрики с небольшой производственной мощностью (от 12 до 40 тыс. т в год), запущенные больше 10–15 лет назад, то и упаковочное оборудование у них соответствующее.

Чаще всего на таких птицефабриках установлены линии по упаковке частей птицы в лоток из вспененного полистирола, завернутый в стрейч-пленку, тушка же упаковывается в обычный пакет. Да, такая упаковка

вполне надежно защищает продукт и привычна клиентам. Но визуально такое решение сильно проигрывает современным решениям (таким как упаковка во flow-pack с использованием SES).

Также часто на старых предприятиях установлено универсальное оборудование, которое используется как для упаковки в потребительскую тару, так и в тару для переработчиков. К таковым можно отнести, например, термоформовочные упаковки. Использование такого типа упаковки для свинины и говядины в качестве потребительской чревато тем, что в углах упаковки будет скапливаться жидкость, которая значительно ухудшает внешний вид продукции и отталкивает покупателя от покупки.

Оценивая имеющееся на предприятии упаковочное оборудование, покупателю нужно обязательно определить, для какого сегмента рынка его лучше всего использовать, и сформировать бюджет на модернизацию / дооснащение упаковочных линий современными решениями.

При сценарии **покупки дешевого оборудования** производитель сильно рискует оказаться в проигрыше из-за конкуренции с более «продвинутыми» компаниями. Особенно это заметно в сегменте мяса птицы и премиальной говядины. Например, если для упаковки частей птицы используется обычная прозрачная пленка, а маркировка продукции осуществляется одной или двумя этикетками, возможности по маркетинговому продвижению продук-

Таблица 2. Выбор упаковки в зависимости от вида охлажденного мяса

Вид охлажденного мяса		Оптимальный тип упаковки		Упаковка, использование которой требует детальной оценки целесообразности	
Птица	тушка	на подложке в цветной стрейч-пленке	на подложке / без подложки в термоусадке	термоформованный лоток	вакуумный пакет
	части	на подложке в цветной стрейч-пленке	готовый лоток + термоусадка	термоформованный лоток	вакуумный пакет
	филе	на подложке в цветной стрейч-пленке, на подложке под запайкой	на подложке под вакуумом, на подложке в термоусадке	термоформованный лоток	вакуумный пакет
Свинина (куски для реализации в потребительской упаковке)		термоформованный лоток + МАП	готовый лоток с запайкой, готовый лоток + термоусадка + скин-эффект	на подложке в стрейч-пленке	вакуумный пакет
Говядина (куски для реализации в потребительской упаковке)		готовый лоток с запайкой + МАП	готовый лоток с запайкой + скин-эффект	на подложке в стрейч-пленке	вакуумный пакет

ции минимальны, хотя именно этот вид мяса больше всего представлен в современных каналах реализации.

Яркий пример недостатков использования дешевых упаковочных решений – вынужденное дисконтирование продукции. Например, на полке представлено куриное бедро по цене 150 рублей за килограмм. При прочих равных условиях покупатель выберет то, которое лучше упаковано. Соответственно тот производитель, который упаковывает свою продукцию в морально устаревшие упаковки, вынужден давать скидку, чтобы за счет цены перетянуть спрос на себя. Минимально значимая скидка составляет 10%. Таким образом, производитель будет вынужден терять до 10% от возможного заработка, только чтобы иметь сопоставимую динамику продаж.

Аналогичная ситуация возникает и с мраморной говядиной, если для ее потребительской упаковки используется обычный вакуумный пакет со стикером, а не скин-упаковка. Оба этих решения обеспечивают сохранность продукта, но более дорогое позиционирование обеспечит именно скин-упаковка. В среднем, разница в цене реализации этих двух типов составляет порядка 30–35%, при том что качество продукта является сопоставимым.

При сценарии закупки дорогого и высокопроизводительного оборудования производители часто забывают учесть следующие факторы:

- Европейское оборудование такого плана спроектировано с целью сокращения производственного персонала и продления срока годности продукции. В России же рабочая сила стоит дешевле, чем в Европе, поэтому данный фактор не столь значим.

Выбор термоформовочной упаковки для свинины и говядины в качестве потребительской чреват тем, что в ее углах будет скапливаться жидкость, которая значительно ухудшает внешний вид продукции и отталкивает покупателей.

Что касается продления срока годности, то это возможно только на предприятиях, где чистота продукта и поточность его производства соблюдаются на всех производственных участках. Так, например, использование автоматических укладчиков мяса в лоток применимо у нас только на самых новых и автоматизированных производственных комплексах.

- Инвестиции в высокопроизводительное и технологичное оборудование для упаковки продукции в потребительскую упаковку возможны, когда есть сложившийся рынок на определенный товар. На сегодняшний момент доля упакованной промышленным образом свинины составляет всего порядка 10% от общего объема производства. Соот-

ветственно, инвестиции в дорогую потребительскую упаковку для свинины (например, скин-упаковку) целесообразны только в том случае, когда компания твердо решила работать именно в сегменте товаров для конечного потребителя и готова понести соответствующие расходы на развитие каналов продаж. В противном случае инвестиции только ради 10% от общего объема выпуска будут окупаться очень долго.

Одно из главных преимуществ, которые предоставляют дорогие упаковочные решения, – это возможности маркетингового продвижения продукции. Поэтому, инвестируя в них, производителю сразу необходимо сформировать бюджет на продвижение продукции. В противном случае потребитель просто не сможет полностью оценить предложенное решение и спрос на продукцию окажется не столь значимым, каким мог бы быть.

Общие данные по типам упаковок

Резюмируя опыт и статистику продаж мясной продукции на российском рынке, можно сгруппировать различные упаковочные решения в потребительскую упаковку по принципу оптимальности их применения для того или иного вида мяса. В данном случае речь идет только об охлажденном мясе, поскольку на него приходится большая часть продаж и именно в этом сегменте наблюдается наибольшая потребительская активность. Результаты представлены в табл. 2.

Разумеется, эти данные носят исключительно оценочный характер, однако они могут послужить отправной точкой при принятии решений об использовании того или иного типа потребительской упаковки. **МП**



22-я Международная выставка
упаковочной индустрии

20–23 июня 2017

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

**Большой выбор
упаковки, этикетки и
упаковочного оборудования
для продуктов питания**

500 компаний из 33 стран мира

Получите бесплатный электронный билет,
используя промокод **rsk17pDZIS**

www.rosupack.com

Организатор
Группа компаний ITE





Компания: «Логос»
г. Санкт-Петербург,
наб. Обводного канала, 150
Тел.: +7 (812) 334-21-21
E-mail: logos@logosltd.ru
www.logosltd.ru.

Автор: Павел Иванчиков,
руководитель направления
«Полиамидные оболочки
и продукты собственного
производства»

Пленки «БЕККДОРИН» и сетки «Логонет» – идеальный формат кусковых изделий



1. Широкая ассортиментная линейка цветов пленки Беккдорин

2. Деликатесы из мяса птицы в пленке Беккдорин с сеткой «Логонет СТРИНГ»

Коллагеновые пленки повсеместно используются для производства кусковых и ветчинных мясных изделий, а также продуктов из курицы и рыбы. Благодаря свойству «второй кожи» они обеспечивают натуральный внешний вид продукта и улучшают технологические показатели его производства.

Первым и единственным российским производителем данного вида пленок стала компания «Логос», запустив в 2010 году производственную линию по выпуску коллагеновой пленки под торговой маркой «БЕККДОРИН». На сегодняшний день пленки «БЕККДОРИН» пользуются устойчивым спросом как на российском рынке, так и за рубежом.

«БЕККДОРИН» – полупрозрачная съедобная пленка, производится из коллагена, получаемого из спилка шкур крупного рогатого скота. Высокая паро-, газо-, дымо- и влагопроницаемость позволяет достигнуть наилучших вкусовых и ароматических показателей при термообработке и копчении готовых мясных продуктов.

Помимо этого, ценность пленки заключается в том, что она дает возможность полностью использовать технологические отходы от обрядки мясных деликатесов. Формируя полученное сырье в коллагеновую пленку

и подвергая его последующей термообработке, можно получать мясные рулеты оригинальной формы и вкуса с ярко выраженной запеченной корочкой. В случае использования такой пленки достигается дополнительный выход продукции за счет снижения потерь при термообработке от трех до пяти процентов в зависимости от вида продукта.

В ассортименте представлены следующие цвета: бесцветный, розовый, светлая карамель, темная карамель, светлый шоколад, темный шоколад, черный. К имеющейся цветовой гамме добавилась линейка вкусов, которая значительно расширяет возможности технологов и маркетологов при разработке и выпуске на рынок новых продуктов. Представлены ароматы душистого перца, чеснока, перца чили.

Пленки «БЕККДОРИН» могут использоваться одновременно с эластичными сетками «ЛОГОНЕТ». Отличительной особенностью ассортимента сеток «ЛОГОНЕТ» является правильный баланс в сочетании хорошо узнаваемых, «классических» вариантов сеток с оригинальными видами и типами плетения в различных цветовых вариантах, позволяющими однозначно выделить продукцию мясокомбината на полке в глазах потребителя.

Эластичные сетки «ЛОГОНЕТ» изготовлены из нитей натурального латекса, благодаря чему обладают высокой эластичностью, способностью подпрессовывать и формировать кусочки мяса и фарш. В ассортименте компании «ЛОГОС» эта группа представлена стандартными эластичными формовочными сетками типа «Классик», «Экстра» и «Микро», отличающимися силой сжатия, которая зависит от количества латексных нитей на 10 см длины сетки:

- «Классик»: 8 на 10 см;
- «Экстра»: 11 на 10 см;
- «Микро»: 14 на 10 см.

Сетки для копчения помогают придать деликатесу правильную форму, а в сочетании с коллагеновой пленкой «БЕККДОРИН» – сохранить естественные соки и аромат мяса. В результате поверхность готового продукта приобретает красивый рельефный «отпечаток» в виде «сеточки» даже при использовании сырья первого и второго сортов, что является неоспоримым преимуществом работы с данным видом сеток.

Также в ассортименте компании есть эластичные сетки «СТРИНГ». Их отличительной особенностью являются более толстые жгуты с увеличенной силой сжатия при редкой фактуре ячеек. Сетка «Стринг» эффективно укрепляет нежные оболочки, подверженные разрывам. Большие ячейки позволяют видеть привлекательную подкопченную поверхность продукта или подчеркнуть необычный цвет, придаваемый продукту коллагеновой пленкой «БЕККДОРИН» из широкой цветовой линейки.

Пленка «БЕККДОРИН» и сетки «Логонет» соответствует европейским стандартам и требованиям FSSC 22000, в то же время они производятся в России, что позволяет сформировать более низкую в сравнении с импортными аналогами цену и реализовать идею импортозамещения. **Р**

ЛОГОС

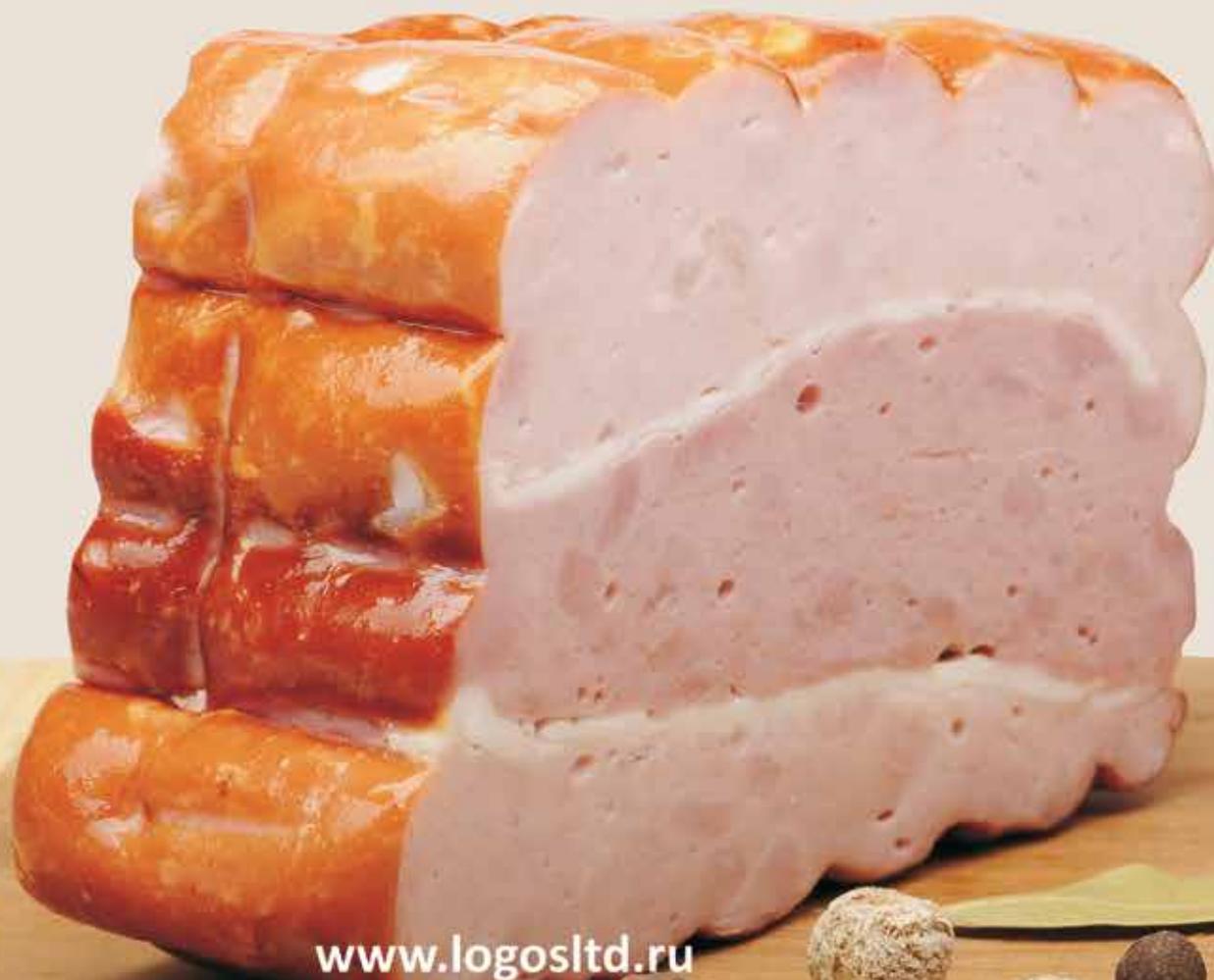
ЕДИНСТВЕННАЯ

КОЛЛАГЕНОВАЯ

ПЛЁНКА

**РОССИЙСКОГО
ПРОИЗВОДСТВА**

 **Беккдорин**



www.logosltd.ru

реклама
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

МОСКВА

РОСТОВ-НА-ДОНУ

ЧЕЛЯБИНСК

НОВОСИБИРСК

АСТАНА

тел.: +7 812 334 21 21

тел.: +7 499 681 33 00

тел.: +7 863 223 22 44

тел.: +7 351 792 29 20

тел.: +7 383 319 08 01

тел.: +7 7172 383 625

Интернет вещей и феномен большого объема данных в пищевой отрасли

Кладезь идей или перегруженность информацией?

Оборудование и сами предприятия становятся все более прогрессивными за счет новейших технологий и возможности подключения в сеть. Как следствие, предприятиям становится доступен массивный объем технологических показателей и рабочей информации.

Как же им использовать это «золотое дно» идей и данных с максимальной пользой, чтобы улучшить производственные процессы, которые, естественно, отражаются на рентабельности?

Согласно отчету «Голос предпринимательства: организационная динамика Интернета вещей», подготовленному 451 аналитиком, 90% предприятий по всему миру будут инвестировать в этом году средства в развитие Интернета вещей (IoT). Из всех опрошенных 71% уже используют системы обработки данных Интернета вещей и планируют увеличить расходы на них до 33% в течение последующих месяцев. В числе ожидаемых улучшений респонденты назвали оптимизацию операционной деятельности и повышение качества продукции.

В пищевой отрасли наблюдаются постоянное развитие технологий и рост высокотехнологичного производства, а большой объем данных выводит инновационные разработки и рентабельность на новый уровень. В этих условиях компания Sealed Air Food Care предлагает спектр услуг CogniPRO™, которые являют собой комплексные решения для эффективного достижения поставленных целей при помощи оптимизированных показателей деятельности.

Джозеф Фионделла, генеральный директор систем и интеграции Sealed Air Food Care, сказал: «Услуги CogniPRO сочетают в себе самые передовые технологии и самую современную обработку данных;



Предприятия пищевой отрасли смогут повысить эффективность работы за счет использования систем и материалов для вакуумной упаковки Cryovac®.

они предоставляют результаты аналитической обработки информации, требующие конкретных мер. Все это напрямую влияет на итоговые показатели и позволяет нашим клиентам быть в центре инновационного развития».

Услуги CogniPRO помогают компаниям повысить качество управления проектами и рентабельность. При помощи предиктивного мониторинга данных и анализа можно избежать сложностей операционной деятельности и материального обеспечения,

наладить бесперебойный процесс производства в заданные сроки и в пределах бюджета. Кроме того, за счет повышения эффективности работы можно добиться снижения потребления энергии и сокращения отходов.

Основной целью CogniPRO является поддержка клиентов на всех стадиях производственного процесса с применением комплексного подхода. В систему CogniPRO входят четыре этапа работ:

1. Единый пакет услуг Essential Cryovac Core Services – установка системы оборудования, техническое обслуживание, модернизация и ремонт.

2. Основной пакет услуг CogniPRO Core Services – технологии упаковки, проведение аудитов и обучение. На этом этапе оценивается текущее состояние оборудования в отношении целей, которые ставит перед собой предприятие. Специалисты Sealed Air предоставляют заказчику специальные консультационные услуги и проводят необходимое обучение.

3. Третий этап – услуги по интеграции (CogniPRO Integration Services) – предназначен для ведения и управления проектами у клиента. На этом этапе подготавливаются производственные линии, оптимизируется система производства и проводится настройка ПО.

4. Четвертый этап – услуги связи (CogniPRO Link Services). Здесь осуществляются мониторинг оборудования, анализ данных и выявление факторов оптимизации. В частности, проводится процедура «Повышение срока службы критически важного оборудования», которая может предотвратить появление неполадок и сбоев, повысить общую операционную эффективность и надежность, а также позволит сократить простой в производстве. ■

ингредиенты



Компания:
ООО «Биофуд Спайс»

Котлеты «Сочные»

Сырье	Кол-во, кг
Говядина 2-й сорт (d 3 мм)	10,0
Свинина полужирная (d 5 мм)	10,0
Филе куриного бедра (d 5 мм)	20,0
Мясо птицы механической обвалки	40,0
Шпик боковой	20,0
Ингредиенты	Кол-во, кг
Вода/лед	10,0
Лук свежий	10,0
Чеснок свежий	0,10
«Мясницкие котлеты» арт. 106119	0,80
Соль пищевая	1,10
Соя (текстурированная)	2,00
«Конвиниенс микс» арт. 152590	0,70
Сухари (панировка)	6,00
Итого	131,0



«Конвиниенс микс» арт. 152590 – функциональная смесь для производства рубленых полуфабрикатов из мяса, мяса птицы. Формирует плотную консистенцию и снижает термопотери при термической обработке продукта. Дозировка: 5–25 г на 1 кг фарша. «Мясницкие котлеты» арт. 106119 – комплексная смесь для приготовления рубленых полуфабрикатов из различных видов мясного сырья. Формирует яркий насыщенный вкус и аромат в готовых продуктах. Вкусовое направление: яркое, мясной вкус с пряностями: перец черный, лук, кориандр. Дозировка: 6 г на 1 кг фарша. **Р**



Комплексные смеси специй, вкусо-ароматические композиции и функциональные добавки австрийской фирмы ZALTECH для производства всех видов мясных изделий.

Москва	(495) 642-82-42
Санкт-Петербург	(812) 600-45-45
Владимир	(4922) 34-66-11
Казань	(843) 224-52-61
Липецк	(4742) 41-78-73
Новосибирск	(383) 363-03-70
Барнаул	(3852) 25-95-31
Томск	(3822) 40-56-96
Омск	(3812) 55-12-06
Саранск	(8342) 23-04-98
Самара	(846) 977-38-18
Саратов	(846) 977-38-18
Тамбов	(4752) 73-70-01
Челябинск	(351) 262-28-40
Ярославль	(4852) 72-18-85
Воронеж	(473) 206- 90-12
Пенза	(8412) 60-69-68
Хабаровск	(4212) 46-18-71
Уфа	(347) 246-64-98
Красноярск	(391) 264-06-30
Иркутск	(3955) 57-12-42
Краснодар	(861) 252-25-16
Пятигорск	(8793) 31-98-38
Армавир	(86137) 5-47-00
Рязань	(4912) 96-82-62
Крым	(978) 831-50-14
Н. Новгород	(831) 469-34-13

Эксклюзивный представитель ZALTECH

в России ООО «Биофуд Спайс»

Тел./факс: (495) 642-82-42, (498) 602-76-40

Приглашаем на работу менеджеров-технологов

www.zaltech.com



Событие:

**круглый стол на тему
«Развитие мясного
скотоводства в России:
тенденции и меры
государственной поддержки
отрасли»**

Организатор:

**Комитет Государственной
Думы по аграрным вопросам**

Дата:

11 апреля 2017 года

Фото предоставлены duma.gov.ru

Участники дискуссии указали на одно из самых важных преимуществ мясного скотоводства – решение проблемы огромного количества невостребованных территорий.



В качестве примера участникам круглого стола был предложен кластерный подход к развитию мясного скотоводства в Воронежской области.

КНУТ И ПРЯНИК. КАК ПОМОЧЬ МЯСНОМУ СКОВОДСТВУ РОССИИ?

Делать монету из каждого крика петуха и раздать людям удочки вместо пособий порекомендовали спикеры круглого стола, посвященного развитию мясного скотоводства в России и мерам государственной поддержки отрасли.

Мероприятие, организованное Комитетом Государственной Думы по аграрным вопросам, прошло 11 апреля в Москве. В обсуждении приняли участие депутаты Государственной Думы, представители федеральных органов исполнительной власти, законодательных и исполнительных органов власти субъектов Федерации, отраслевых союзов и ассоциаций АПК, коммерческих и некоммерческих организаций, сельхозтоваропроизводителей.

Модерировал дискуссию председатель подкомитета по производству сельскохозяйственной продукции, развитию систем первичного семеноводства, питомниковод-

ства, племенного животноводства и ветеринарии Комитета Госдумы по аграрным вопросам Батор Адучиев.

Открыл заседание **первый заместитель председателя Комитета по аграрным вопросам Владимир Плотников**, отметив успехи в птицеводстве, свиноводстве и других отраслях сельского хозяйства. Он констатировал, что производство говядины еще недостаточно развито в России.

Рассматривая развитие отрасли мясного скотоводства как инструмент социально-экономического развития регионов России, депутаты и эксперты заявляли, что нужна государственная воля и поддержка отрасли.



При этом мясное скотоводство может стать фактором развития АПК для смежных отраслей, растениеводства, кормопроизводства, перерабатывающей промышленности и др.

Директор департамента животноводства и племенного дела Минсельхоза России Харон Амерханов поблагодарил депутатов за серьезный подход к теме специализированного мясного скотоводства и подчеркнул, «что с советских времен эту тему не удавалось решить в нужном объеме». По его словам, 10 лет назад поголовье скота в стране было меньше 700 тыс. голов, тем не менее, уровень более 3 млн голов мясного скота, намеченный в Госпрограмме на 2020 год, сейчас практически достигнут. Он просил «региональные власти и науку подключиться, чтобы к 2025 году иметь хотя бы 10 млн голов специализированного мясного скота».

Председатель Комитета Госдумы по региональной политике и проблемам Севера и Дальнего Востока Николай Харитонов, в свою очередь, подчеркнул, что «любой килограмм мяса начинается с человека, с его труда». Он также предупредил о возможной экспансии восточного соседа при высокой рождаемости в этой стране, поднял актуальные вопросы заселения северных территорий и Дальнего Востока в целом. Н. Харитонов напомнил, что «даже во время Великой Отечественной войны стадо крупного рогатого скота в России насчитывало 22 млн голов, а мы более 70 лет живем в мирное время».

Генеральный директор Национального союза производителей говядины Роман Костюк поднял вопрос целесообразности существования вертикально интегрированных предприятий из-за удлиненного цикла производства, убеждал в необходимости создания региональных кооперационных центров мясного скотоводства для устойчивого развития сельских территорий России и развития малого предпринимательства.

По его убеждению, «необходимо заинтересовать людей ехать на село», «чтобы они ехали с песней и из каждого крика петуха делали монету».

Ряд вопросов, по словам депутата, тревожащих его самого, поднял **первый заместитель председателя Комитета по образованию и науке Геннадий Онищенко**, в частности по нивелированию нормативов по красному мясу. Г. Онищенко выступил с критикой ведущего научного центра НИИ мясной промышленности им. В.М. Горбатова, заявив о недопустимости снижения нормативов по уровню белка в мясных изделиях до 12%. Это приведет к увеличению жировых эмульсий в продуктах в пять раз, что, по мнению депутата, не только «противоречит национальным интересам, но и майским указам президента» о здоровом питании нации.

Генеральный директор Национального союза производителей говядины Роман Костюк в своем выступлении обозначил цели и задачи отрасли, начиная с обеспечения национальной продовольственной безопасности и введения в оборот земель сельхозназначения, которые, по его словам, «могут стать реальным драйвером для развития малых фермерских хозяйств, металлургии, производителей оборудования и сельхозтехники, но и платежеспособным игроком на рынке товаропроизводства в стране». Спикер поднял вопрос целесообразности существования вертикально интегрированных предприятий из-за удлиненного цикла производства, убеждал в необходимости создания региональных кооперационных центров мясного скотоводства для устойчивого развития сельских территорий России и развития малого предпринимательства.

«Нужна интеграция малого и среднего бизнеса, детальная специализация по выращиванию и переработке стандартизированного производства красной говядины, – настаивал Р. Костюк. – Важно, чтобы эта модель была распространена в регионах. Нужно использовать конъюнктуру спроса».

Директор Всероссийского НИИ мясного скотоводства Сергей Мирошников добавил, что «мясное скотоводство сегодня не только занимается производством говядины, это жизнь людей, которые сегодня остались на селе». По его мнению, эта отрасль изменит уклад жизни на селе, создаст более 800 тыс. новых рабочих мест. «Людам нужно дать удочку, а не плодить получателей пособий», – считает ученый. Кроме того, по его мнению, скот необходимо откармливать на специализированных откормочных площадках, а перерабатывать в крупных перерабатывающих комплексах.

Советник группы производителей говядины Воронежской области Анатолий Сливаков предложенные подходы счел «вя-

ловатыми», так как 10 млн поголовья – мало для обеспечения здоровья нации. По его словам, высоких темпов роста стада в регионе удалось добиться «кнотом и пряником», за семь лет в отрасль вложено более 15 млрд рублей. Кластерный подход к развитию мясного скотоводства в Воронежской области он предложил участникам «круглого стола» в качестве примера.

Причину, «почему наша страна не хочет заниматься мясным скотоводством», А. Спиваков объясняет недостаточностью воли на государственном уровне, подчеркивая, что «при наличии субсидий и грамотной политике можно в 20–30 регионах страны успешно развивать отрасль». Однако, по его заявлению, мешают двигаться нужными темпами банки: субсидии к весенней посевной кампании удалось получить только трети сельхозтоваропроизводителей, остальные «пропадают в банках» или «собирают справки», а «миллиарды субсидий прокисают сегодня по стране».

Член правления ТПП Московской области, руководитель комитета по АПК Светлана Тананова также поддержала кластерную модель развития отрасли, рассказав о региональных мерах поддержки развития мясного скотоводства.

Также в ходе обсуждения экспертами поднимались вопросы налогового законодательства, оборота земель сельхозназначения, подготовки кадров, затрагивались проблемы регионализации и карантинных правил для субъектов РФ, в том числе перемещения скота и продукции животноводства.

Участники дискуссии указали на одно из самых важных преимуществ мясного скотоводства – решение проблемы огромного количества не востребуемых территорий. Например, в процессе исследований, которые проводились в различных районах Костромской области, было установлено, что каждые 3 га нечерноземных земель, даже без улучшения, способны в течение одного года прокормить одну корову с молодняком (для заготовки кормов на зиму необходимо 2 га, для пастбищ – 1 га). В этом случае на земле российского Нечерноземья можно содержать от 1,5 до 3 млн коров или 5–10 млн поголовья мясного скота и использовать территории, на которых другие направления не могут существовать в силу своей специфики.

Эксперты отметили, что для развития отрасли требуются строительство современных объектов и увеличение мощности заводов по первичной переработке скота; внедрение новых технологических процессов по организации убоя, комплексной переработке скота и продуктов убоя на основе инновационных ресурсосберегающих технологий с использованием энергоэффективного оборудования; углубление



Анатолий Спиваков,
советник группы производителей
говядины Воронежской области:

«Мешают двигаться нужными темпами банки: субсидии к весенней посевной кампании удалось получить только трети сельхозтоваропроизводителей, остальные собирают справки, а миллиарды субсидий прокисают сегодня по стране».

12%

Геннадий Онищенко выступил с критикой ведущего научного центра НИИ мясной промышленности им. В.М. Горбатова, заявив о недопустимости снижения нормативов по уровню белка в мясных изделиях до 12%.

переработки и расширение ассортимента вырабатываемой продукции, увеличение сроков ее хранения до 30 суток; увеличение сбора и переработки побочных сырьевых ресурсов (шкур и специального сырья) для выработки различных видов продукции; снижение экологической нагрузки на окружающую среду; переоснащение перерабатывающих цехов современным оборудованием и технологиями, создание новых производств.

Заслушав и обсудив доклады и выступления, участники заседания разработали ряд рекомендаций Правительству РФ и профильным федеральным органам исполнительной власти по ускорению внесения в Государственную Думу проектов пяти федеральных законов, по дополнительному выделению средств на субсидирование льготного кредитования для сельхозпроизводителей и ряд других предложений.

Федеральному Собранию РФ рекомендовано ускорить компетентную доработку и рассмотрение трех законопроектов: №21184-6 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» (в части установления возможности строительства на земельных участках, предоставленных или приобретенных для ведения крестьянского (фермерского) хозяйства, объектов индивидуального жилищного строительства); №114937-7 «О внесении изменений в Федеральный закон “О личном подсобном хозяйстве” и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов РФ»; а также «О внесении изменений в отдельные законодательные акты в части совершенствования государственного регулирования сохранения плодородия земель, предназначенных для сельскохозяйственного производства».

Органам государственной власти субъектов Федерации рекомендовано разработать и принять региональные программы по приоритетным направлениям АПК – мясному и молочному скотоводству, как инструменту для развития сельских территорий и поддержки предпринимательства. **МП**



ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА»

+7 (812) 70-236-70 sfm.events



Вторая Международная конференция

РЫБА 2017

Технологии рыбопереработки и аквакультуры

ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «РЫБА 2017»
Технологии рыбопереработки и аквакультуры



Город
МОСКВА



Дата
02-03.02.2017



ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

ПТИЦЕПРОМ

ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ПТИЦЕПРОМ»
Индустрия птицеводства и птицепереработки



Город
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Дата
22-23.03.2017



Третья Международная конференция

WORLD SOY – FEEDS

МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА

ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА»



Город
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Дата
30-31.05.2017



1-Й ТОВАРИЩЕСКИЙ СЪЕЗД МЯСОПЕРЕРАБОТЧИКОВ

ПЕРВЫЙ ТОВАРИЩЕСКИЙ СЪЕЗД
МЯСОПЕРЕРАБОТЧИКОВ



Город
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Дата
30.06-03.07.2017



МЕЛЬКОМБИНАТ 2017

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«МЕЛЬКОМБИНАТ 2017»



Город
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Дата
13-14.09.2017



Вторая Международная конференция

МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ

МАСЛА И ЖИРЫ

ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ. МАСЛА И ЖИРЫ».



Город
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Дата
24-26.10.2017



Первый технологический форум

ПЕРЕРАБОТКА МАСЛОСЕМЯН

ПЕРВЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФОРУМ
«ПЕРЕРАБОТКА МАСЛОСЕМЯН»



Город
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Дата
26.10.2017



ВТОРОЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ
ФОРУМ

АГРО.PRO

ВТОРОЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ФОРУМ «АГРО.PRO»



Город
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Дата
22-23.11.2017



№ 1

1-Й ТОВАРИЩЕСКИЙ СЪЕЗД МЯСОПЕРЕРАБОТЧИКОВ

Ладожское озеро

30 ИЮНЯ–
03 ИЮЛЯ 2017

Организатор съезда:
ИД «СФЕРА»



Регистрация и подробная
информация:

+7 (812) 70-236-30

sfm.events
info@sfm.events