

# птицепром

20



Рик Вайнвошт, главный менеджер компании Foodmate b.v.:  
«Есть книги, на которые обязательно надо найти время. Одна из них – «Наш айсберг тает» Джона Коттера. Она наглядно показывает, что большинство проблем – как в бизнесе, так и личных – можно решить, если выбрать правильную стратегию».

50



Федор Достоевский утверждал, что в России «увизжаться и провратиться от восторга – первое дело; а года через два глядишь – разошлись врозь, повесив носы». Однако все проекты главы «Евродона» Вадима Ванеева – успешное исключение из этого печального правила, прочно приклеенного к российскому агробизнесу.

08

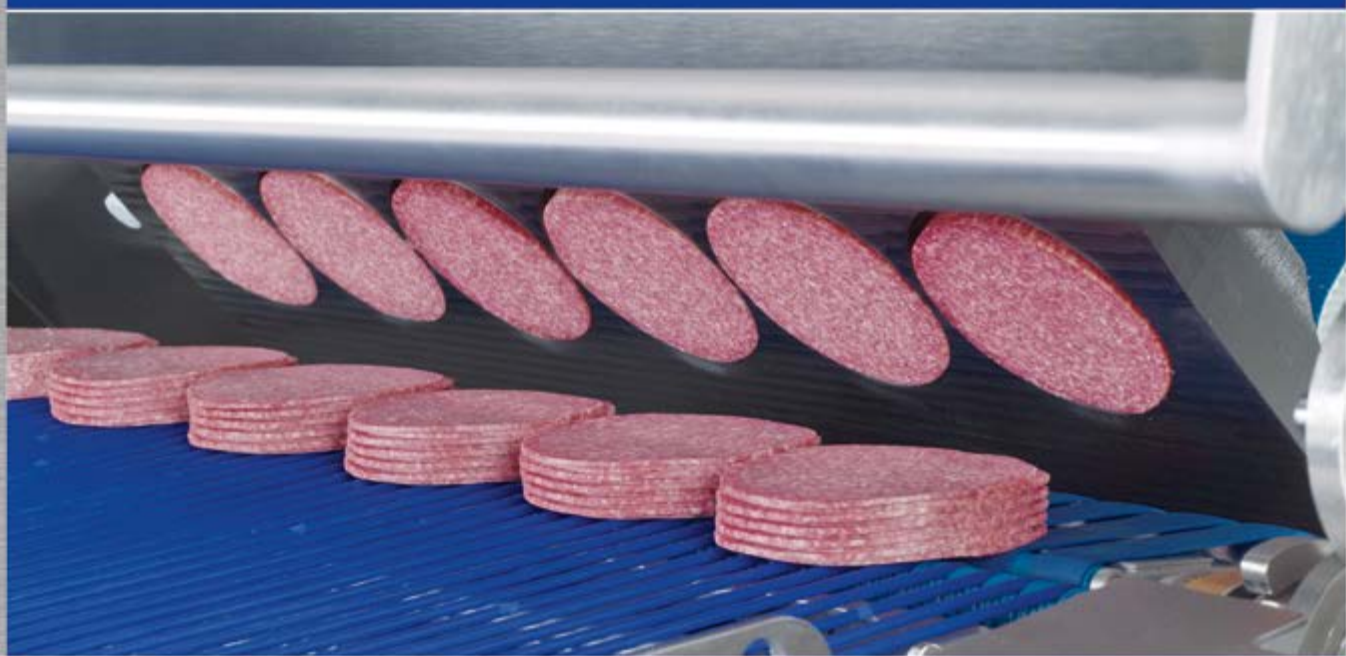


Среди общих тенденций, свойственных развитым странам, прослеживается повсеместный рост использования так называемой удобной пищи как результат общесоциальных сдвигов: одиночного проживания, приема пищи вне дома, роста числа работающих женщин. Это ведет к тому, что яичные продукты и продукты, в состав которых они входят, начинают активно замещать привычные яйца в скорлупе как в домашнем рационе, так и в системе общественного питания.

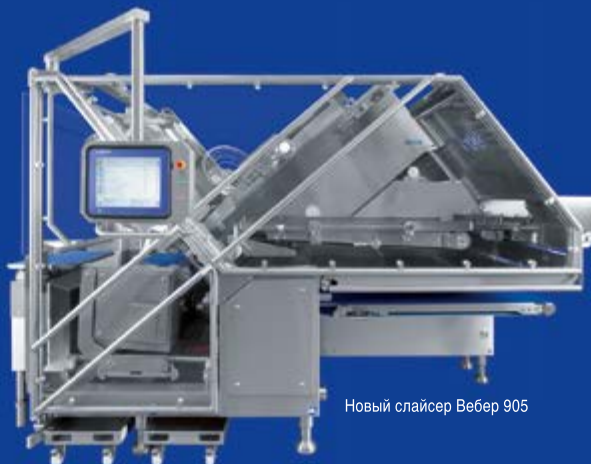
## Бизнес из яйца

Переработка яиц: перспективные направления

# На уровень выше



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100х150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

**weber®**  
The High Tech Company

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



# Отделение потрошения Stork



## Выбор для Вашего успеха!

Оборудование линии потрошения Stork Poultry Processing подтверждает свою высокую технологическую эффективность по всему миру. Производители, использующие Stork Nuova, по достоинству оценили производственные показатели при работе на разных скоростях линии с птицей широкого весового диапазона. Положение пакета внутренностей в специальной подвеске значительно облегчает как ручной, так и автоматический сбор субпродуктов. Основываясь на глубоких знаниях процесса переработки птицы, компания Marel Stork Poultry Processing разработала новую линейку оборудования для отделения потрошения серии Reference, включающую автоматы вырезания клоаки, вскрытия и мойки тушки изнутри и снаружи. При использовании данного комплекта оборудования вы сможете добиться наилучших показателей качества и выхода продукции в отделении потрошения.

Неотъемлемой частью эффективного производства является автоматическая система потрошения Stork Nuova, которая может работать как в комбинации с оборудованием Stork, так и с большинством подвесок и машин линии потрошения других производителей.

Наиболее важными характеристиками машин отделения потрошения Stork Poultry Processing являются:

- производительность до 13.500 бройлеров в час включительно
- эффективный автоматический или ручной сбор субпродуктов
- возможность работать с широким диапазоном массы продукции
- снижение затрат на продукт и стоимость эксплуатации
- максимальное внимание к безопасности и эргономике

Позвоните нам и узнайте подробности: +7 (495) 228 07 00. Электронная почта: [russia.storkpoultry@marel.com](mailto:russia.storkpoultry@marel.com)  
Вэб-сайт: [www.marel.com/russia](http://www.marel.com/russia)





# СИСТЕМА РАЗДЕЛКИ PROFLEX

## Высококачественное решение для птицепереработки

## Высокая выработка и качество

Взвешивание и визуальная классификация качества



Система разделки ProFlex



Взвешивание передних половин



Филетировочная машина 656



Формирование партии и упаковка



**Система разделки ProFlex - система, удовлетворяющая вашим потребностям:**

- Гибкость в расположении
- Чистые анатомические резы при высоком выходе мяса и минимизации стоимости тримминговых операций
- Высокая производительность до 7000 шт/час
- Высокоинтеллектуальная система, поддерживающая обход и автоматическое перенавешивание
- Применяется для птицы всех типов, включая бройлеров, родительское стадо и птиц разного размера



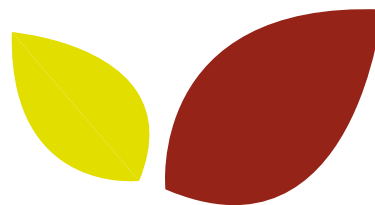
**Высокая выработка и качество филе при применении интеллектуального решения для филетирования**



**Превосходный контроль производства при использовании решения определения качества**



21-я Международная выставка  
продуктов питания и напитков



# worldfood

## MOSCOW

Основана в 1992 году

**17 - 20 сентября 2012** | Москва • ЦВК «Экспоцентр»



**ВСЕЬ МИР  
ПИТАНИЯ**



Бакалея  
Напитки  
Чай и Кофе  
Консервация  
Мясо и птица  
Фрукты и овощи  
Молочная продукция  
Кондитерские изделия  
Рыба и морепродукты  
Замороженные продукты  
Масложировая продукция



По вопросам участия обращайтесь:  
+7 (495) 935-7350, 788-5585  
[worldfood@ite-expo.ru](mailto:worldfood@ite-expo.ru)

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

# содержание

	<b>отрасль</b>	24
Современное состояние рынка комбикормов		32
<b>новые возможности</b>	<b>Торговля в новом измерении</b>	38



«Лидерами по потреблению яичных продуктов в России являются кондитерская и масложировая отрасли промышленности, которые потребляют около 90% объема рынка в натуральном выражении».

8

<b>тема номера</b>	<b>Бизнес из яйца</b>	8	<b>отрасль</b> /крупным планом	<b>Птицеводство Ленобласти: итоги и перспективы</b>	28
	<i>Переработка яиц: перспективные направления</i>		/исследование	<b>Современное состояние рынка комбикормов</b>	32
<b>NEW!</b> <b>женские правила</b>	<b>Мир не настолько серьезен, как нам кажется!</b>	16	<b>industry</b> /research	<b>Current state of compound feed market</b>	32
<b>NEW!</b> <b>в полях</b>	<b>Никогда не говорите плохо о конкурентах!</b>	20	/новые возможности	<b>Торговля в новом измерении</b>	38
<b>отрасль</b> /события и факты	<b>«Продэкспо-2012»: итоги</b>	24	<b>компании</b> /события и факты	<b>Новости</b>	42
	<b>Новости</b>	26			



# содержание

<b>производство</b>	54
Инъектирование мяса птицы: как и зачем?	62
<b>упаковка</b>	Концепт упаковки для яиц 64



«В России объем потребления утки пока невелик – около одного процента от потребления мяса птицы. Утку производят либо небольшие фабрики и фермы, либо подсобные хозяйства – не более 70 тыс. тонн в год».

# 50

<b>компании</b> /организация бизнеса	Экономическая эффективность глубокой переработки мяса птицы	46	<b>производство</b> /оборудование	Инъектирование мяса птицы: как и зачем?	62
/стратегия	Запустили индейку – запустим и утку!	50	/упаковка	Концепт упаковки для яиц	64
<b>производство</b> /события и факты	Новости	54	/ингредиенты	Глобальные тренды российского рынка пищевых ингредиентов	66
	Инновационные направления промышленного птицеводства	57	<b>консалтинг</b> /право	Агрострахование с господдержкой	70
/оборудование	«Приосколье» выбирает технологии будущего	58		Оправдаются ли ожидания?	

## птицепром

№2 (11) 2012

Информационно-аналитический журнал для специалистов птицеводческой индустрии  
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)  
Журнал СФЕРА/ПТИЦПРОМ  
ПИ №ФС77-45774 от 06 июля 2011

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

Издатель:  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:  
Алексей Захаров  
Заместитель Генерального директора  
по административным вопросам  
Зоя Киселева  
z.titova@sfera.fm

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

Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenova@sfera.fm  
Надежда Антипова  
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева  
n.barantseva@sfera.fm

Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:  
Виктория Загоровская  
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:  
Анастасия Баринова

Корректор, литературный редактор:  
Анастасия Баева  
korrektor@sfera.fm

Перевод:  
Бюро Переводов itbFirst

Иллюстрация на обложке:  
Тимофей Яржомбек

Журнал распространяется  
на территории России  
и стран СНГ.  
Периодичность – 5 раз в год.

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

Все рекламируемые товары имеют  
необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности  
за содержание рекламных материалов.

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

Мнение авторов не всегда совпадает  
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».  
Подписано в печать: 02.03.12.  
Тираж: 3000 экз.





## Пустить утку

Лживое известие, напечатанное в газетах, называют «газетной уткой». Почему именно утка стала синонимом недостоверной, с умыслом распространенной информации? Французы называют всякое неправдоподобное известие «доннэ да канар» (или просто «канар») – «пустить утку». Но почему? Как давно и по какому поводу появились эти слова, остается неясным. Тем не менее, языковеды склонны считать, что именно французы являются авторами этой «утки», которая затем, облетев полсвета, прижилась и в русском языке.

У сторонников такого мнения имеются серьезные оппоненты – немцы. К их доводам нельзя не прислушаться. Они уверены, что выдумал «утку» их соотечественник, видное духовное лицо Мартин Лютер (XV-XVI века). В одном из своих выступлений он вместо слова «легенда» будто бы употребил «люгенда» («люге» – «ложь»), намекая этим на ложь, к которой прибегают его противники. Позже это слово превратилось якобы в «люг энте» (что буквально означает «лживая утка»), а затем и просто в «утку» с уже известным нам образным значением.

Имеется еще немало других объяснений происхождения данного выражения. Например, в одной из газет более чем столетней давности рассказывалось, что известный бельгийский юморист Корнелиссен вздумал поиздеваться над легковерием публики и напечатал в журнале такую заметку:

«Прожорливость уток известна, но она наиболее явствует из следующего случая. Один ученый купил 20 уток и тотчас приказал изрубить одну из них, с перьями и костями, в мелкие кусочки, которыми накормил остальных птиц. Несколько минут спустя он поступил точно так же с другой уткой, потом с третьей, четвертой и так далее, пока не осталась только одна, которая пожрала, таким образом, 19 своих подруг». Журнал напечатал этот бред, другие перепечатали, и несколько дней все только и говорили, что о прожорливости уток. Только после того, как автор сам раскрыл секрет «научного опыта», стало ясно, что случилось. Считается, что с этих пор всякая ложь в печати стала именоваться уткой.

Удивительно? Еще удивительнее другое. Спустя много лет одна из американских газет снова напечатала всеми забытую выдумку Корнелиссена, и снова нашлись чудаки, которые поверили этой старой прожорливой газетной утке.

Несмотря на то что этот номер журнала выходит незадолго до 1 апреля – дня, когда каждый не прочь пошутить над окружающими, никто не застрахован от розыгрышей и даже самые серьезные улыбаются, всему написанному можно верить. В том числе и обещаниям главы «Евродона» Вадима Ванеева, что через полтора года в федеральных сетях и на столах россиян будет не только отечественная индейка, но и утка, а через 5 лет Россия будет кормить мясом этих птиц Европу и Азию. И здесь уже не до каламбуров! От них мы переходим к делу и к журналу.

Виктория Загоровская,  
редактор журнала «СФЕРА/Птицепром»,  
editor@sfera.fm



Автор:

**Валерий  
Агафонович,**  
начальник Центра  
высоких технологий  
ГУ ВНИИПП, д. т. н

*«Если бы от меня потребовали под страхом смерти назвать наиболее совершенную вещь во Вселенной, я назвал бы птичье яйцо».*

**Хиггинсон, 1863 г.**

# Бизнес из яйца

## Переработка яиц: перспективные направления



↓ По прогнозам, в течение ближайших 10 лет будет перерабатываться 30% произведенных в ЕС яиц, что говорит о мировой тенденции. В США уже сейчас перерабатывают около 35% произведенных яиц, а в Японии – более 40%.

**В** настоящее время мировое яичное производство характеризуется заметным сдвигом от потребления яиц в скорлупе к производству и потреблению разнообразных яичных продуктов.

Среди общих тенденций, свойственных развитым странам, четко отслеживается повсеместный рост использования так называемой удобной пищи как результат общесоциальных сдвигов (одиночное проживание, питание вне дома, рост числа работающих женщин). Это ведет к тому, что яйцепродукты и продукты, в состав которых они входят, начинают активно замещать привычные яйца в скорлупе как в домашнем рационе, так и в системе общественного питания. Эта тенденция подтверждается многими источниками. В 2002 году было переработано 20% произведенных в ЕС яиц, в 2005 году этот показатель поднялся до 25%. По прогнозам, в течение ближайших 10 лет он достигнет 30%, что говорит о мировой тенденции – в США уже сейчас перерабатывают около 35% произведенных яиц, а в Японии – более 40%.

### Что и для кого производить?

На современном рынке ряда стран присутствует значительное количество яичных продуктов, которые представлены двумя основными группами: пищевые и непищевые.

Группа пищевых продуктов в свою очередь делится на две подгруппы. Первая – это продукция для промышленного потребителя (кондитерская, масложировая, хлебопродуктовая, мясная и другие отрасли) – меланж, белок, желток в жидком, замороженном и сухом виде. Вторая – продукция для домашнего хозяйства и общественного питания, к которой относятся полуфабрикаты (специально упакованные и обработанные жидкие целые яйца с длительным сроком хранения при комнатной температуре, замороженные целые яйца в специальной упаковке, сухие омлеты, продукты сублимационной сушки с разнообразной

начинкой и без нее, сваренные вкрутую яйца и др.) и готовые продукты в охлажденном и замороженном виде (яичные рулеты, сосиски, омлеты с сыром, яичные котлеты на гриле, яичные пиццы, сэндвичи, фаршированные яйца и др.).

Группа непищевой продукции включает в себя лизоцим, овомукоиды, авидин, иммуноглобулин, сиаловую кислоту, фосфолипиды, липопротейны и др. Продукция этой группы предназначена для фармацевтической, косметической, химической и других отраслей.

Потребителями яичных продуктов в России являются несколько отраслей пищевой промышленности. В масложировой отрасли их используют жировые комбинаты, производящие майонез. В состав стандартной рецептуры этого соуса входит 5% сухого яичного продукта. В настоящее время среднелюбовое потребление майонеза в нашей стране по сравнению с 1990 годом увеличилось более чем в 3 раза и составило 3,2 кг на человека в год, что вывело Россию по этому показателю на второе место в мире после США.

Потребителями яичных продуктов в кондитерской и хлебопекарной отраслях являются булочно-кондитерские комбинаты, макаронные фабрики, хлебозаводы, кондитерские фабрики, а также мелкие предприятия, изготавливающие торты, пирожные, булочки.

Еще одним значительным потребителем являются производства макаронных изделий. Макароны, наряду с хлебом, сахаром, крупами, относятся к товарам повседневного спроса. С 1999 года импортная продукция стала вытесняться отечественной, и в результате Россия занимает четвертое место в мире по производству макаронных изделий.

В мясopерерабатывающей отрасли яичные продукты используются в качестве пищевой добавки при производстве вареных колбас, сосисок и сарделек, доля которых в общем производстве колбасных изделий достигает 70%.

Колбасные изделия занимают четвертую позицию в шкале продуктов, пользующихся постоянным спросом у населения. По прогнозам экспертов, в ближайшей перспективе следует ожидать роста объемов производства колбасных изделий в России.

Яйцепродукты применяют также при производстве мороженого нескольких видов: «яичное», «яично-желтковое» и «яично-белковое». По оценкам специалистов, потенциальная потребность в яичных продуктах составляет 400 тонн в год.

Применение яйцепродуктов предусмотрено при производстве некоторых продуктов детского питания: блинчики, колбасы, рубленые изделия и пицца. Однако оценить объемы требуемых яйцепродуктов на данном этапе не представляется возможным по причине отсутствия достаточно развитого промышленного производства таких продуктов детского питания.

### Свободные рыночные ниши

На российском рынке присутствует только пищевая продукция I подгруппы – для промышленного потребителя. Остальные рыночные ниши (пищевая продукция II подгруппы – для домашнего хозяйства и общественного питания и непищевая продукция) пока практически свободны.

Мировой опыт показывает, что яичные продукты для домашнего хозяйства и общественного питания занимают в натуральном выражении около 25% рынка. Поэтому отечественным производителям яичных продуктов следует обратить внимание на этот пока свободный сегмент рынка и попытаться его занять. В противном случае это сделают иностранные компании.

Лидерами по потреблению яичных продуктов в России являются кондитерская и масложировая отрасли промышленности, которые потребляют около 90% объема рынка в натуральном выражении.

Выполненный анализ показывает, что пищевые отрасли, являющиеся основными потребителями яичных

↓ Лидерами по потреблению яичных продуктов в России являются кондитерская и масложировая отрасли промышленности, которые потребляют около 90% объема рынка в натуральном выражении.

↓ Мировой опыт показывает, что яичные продукты для домашнего хозяйства и общественного питания занимают в натуральном выражении около 25% рынка.

продуктов, демонстрируют стабильный рост производства, что служит основой для устойчивого развития отечественного рынка яичных продуктов, являющихся ингредиентами при производстве масложировой, кондитерской, хлебобулочной и мясной продукции.

Массовая доля потребления продукции переработки яиц непившими отраслями промышленности незначительна. Однако следует отметить то обстоятельство, что данная продукция является наукоемкой и имеет высокую стоимость, в сотни раз превосходящую стоимость пищевых видов яичной продукции.

## В преддверии вступления в ВТО

В настоящее время главными факторами, определяющими положение отечественной яичной промышленности, являются процессы мировой интеграции и предстоящее вступление России в ВТО, которые существенно затрагивают экономические интересы отечественных производителей яиц и яичных продуктов.

Создание либеральной системы импортирования регулирования в соответствии с требованиями ВТО приведет к упрощению экспорта для российских производителей. Но в то же время усилится конкуренция на внутреннем рынке со стороны импорта, что может существенно обострить положение значительной части отечественных предприятий. Поэтому дополнительную актуальность приобретает решение задачи повышения конкурентоспособности отечественных яичных продуктов.

Для того чтобы российские предприятия достойно выглядели в конкурентной борьбе на отечественном и зарубежных рынках, каждому из них следует определить перспективные направления стратегического поведения, которые способствовали бы обеспечению им преимуществ или равных возможностей на мировом рынке. Руководящим документом в этих условиях должен стать стратегический план разви-

тия предприятия, состоящий из двух частей: стратегия предприятия на перспективу и тактические задачи предприятия по отдельным направлениям.

Одним из направлений конкурентной борьбы является противодействие применению заменителей яичных ингредиентов при производстве майонеза. Этот сегмент отечественного рынка оценивается примерно в 17-20 тыс. тонн в пересчете на сухие яичные продукты.

Проблема в том, что все большее распространение в майонезном производстве получают так называемые компаунды или премиксы, которые в основном производят зарубежные фирмы. Эти ингредиенты представляют собой комплексные эмульгирующие и стабилизирующие системы, в состав которых могут быть включены в различных соотношениях наряду с сухими яичными продуктами молочные (сывороточные) или растительные протеины, модифицированные крахмалы, стабилизирующие компоненты (гуаровая камедь, ксантан, альгинат натрия, камедь рожкового дерева и т. д.) и другие добавки. Их применение по причине удобства их использования вытесняет яичные продукты из майонезного производства.



В состав стандартной рецептуры майонеза входит 5% сухого яичного продукта. В настоящее время среднестатистическое потребление майонеза в нашей стране по сравнению с 1990 годом увеличилось более чем в 3 раза и составило 3,2 кг на человека в год.

В данной ситуации производители яичных продуктов должны оказывать влияние на потребителей майонеза путем проведения специальной рекламной и пропагандистской кампании с целью выработки у них предпочтений к покупке тех видов майонеза, ко-

торые содержат в качестве эмульгаторов яичные продукты без добавок. В рамках данной кампании можно использовать, например, следующие аргументы:

- из анализа определений классического майонеза следует, что в его составе наличие «яичного продукта» в виде «яичного желтка» обязательно;
- в настоящее время в странах с давними и устойчивыми традициями производства и потребления майонеза (Франция, Германия, Англия, США, Швейцария) при производстве майонезов предписывается обязательное применение в качестве эмульгатора «яичного желтка» и не допускается применение загустителей. В то время как использование загустителей допускается только при производстве салатных майонезов и соусов;
- яичные продукты, в отличие от упомянутых компаундов и премиксов, которые служат только эмульгаторами при создании майонезов, решают при их производстве триединую задачу: образуют устойчивую эмульсию, обогащают продукт биологически активными компонентами, повышают его пищевую ценность.

Кроме того, следует настойчиво инициировать процесс гармонизации нормативной документации на производство майонеза с международными стандартами.

Еще одно из направлений конкурентной борьбы – это противодействие экспансии импортной продукции на отечественном рынке.

С целью выявления низкокачественной продукции следует проводить работу по введению в содержание отечественной нормативной документации на производство яичных продуктов дополнительных показателей, более подробно характеризующих продукт, и позволяющих таким образом четко различать высококачественную продукцию, в производство которой вложены значительные материальные и интеллектуальные ресурсы, и прочую продукцию, производители которой экономят за счет сознательного снижения ее качества.

↓ Главными факторами, определяющими сегодня положение отечественной яичной промышленности, являются процессы мировой интеграции и предстоящее вступление России в ВТО.

Необходимо завоевывать доверие потребителей яичных продуктов путем поддержания и развития положительного имиджа яиц и яичных продуктов как безопасного высококачественного продукта. С этой целью следует закладывать в содержание разрабатываемых стандартов возможность прослеживаемости происхождения продукции.

Для повышения конкурентоспособности яичной продукции необходимо также постоянно проводить работу, направленную на удовлетворение требований потребителей к показателям ее качества: усиленные функциональные свойства, высокая растворимость, термостабильность и т. д.

Эти задачи можно решать только на основе углубления собственных знаний о механизме зависимости формирования показателей качества яичных продуктов от параметров технологического процесса. Причем этот тезис относится ко всем яйцеперерабатывающим предприятиям, как оснащенным самым современным оборудованием, так и к прочим.

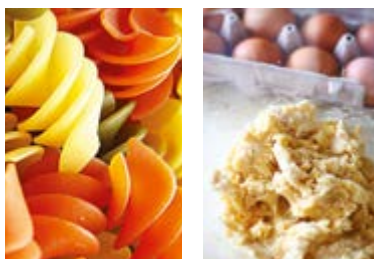
Конечно, хорошо, когда удается приобрести современное оборудование и технологии для производства яичных продуктов. Но поскольку технология совершенствуется непрерывно, этого недостаточно для стабильного развития успеха на рынке. Жизнь требует постоянного движения вперед, а его целесообразно обеспечивать собственными силами. Значит, необходимо самим переработчикам активно участвовать в этом процессе. Поэтому следует искать сотрудничества с отечественными исследовательскими организациями, ставить перед ними задачи, которые выдвигает рынок, и вместе повышать качество продукции и расширять ее ассортимент.

## Наука – производству

Основные российские промышленные потребители предъявляют к яичным продуктам, которые они используют в качестве ингредиентов при производстве собственной продукции, следующие основные требования: гарантия

качества, улучшенные функциональные свойства, удобство применения.

Цены на яичные продукты напрямую связаны с уровнем их функциональных свойств. Например, величина растворимости яичного меланжа определяет его цену следующим образом: при ее значении выше 94% цена 1 кг продукта достигает 180 рублей, а при



Потребителями яичных продуктов в кондитерской и хлебопекарной отраслях являются булочно-кондитерские комбинаты, макаронные фабрики, хлебозаводы, кондитерские фабрики, а также мелкие предприятия, изготавливающие торты, пирожные, булочки.

растворимости ниже 90% цена опускается до 90 рублей и ниже за 1 кг продукта.

В то же время значительная часть отечественных переработчиков яиц использует устаревшие технологии и оборудование. В результате около 75% яичных продуктов на российском рынке имеют невысокий уровень функциональных свойств и соответствующий уровень цен.

Предварительная оценка показывает, что в случае обеспечения всеми отечественными производителями повышения величины растворимости яичного порошка до 94% и выше только от масложировой промышленности они могут получить дополнительно 650 млн рублей в год.

Аналогичные тенденции ценообразования имеют место и применительно к эмульгирующим и пенообразующим свойствам яичных продуктов. Поэтому работы по совершенствованию технологии производства яичных продуктов

с целью усиления их функциональных свойств являются весьма актуальными.

Для таких отраслей, как масложировая и кондитерская, имеется потребность в яичных продуктах с повышенными пенообразующими и эмульгирующими свойствами. В этой связи во ВНИИПП была разработана технология производства сухого яичного белка и желтка с усиленными функциональными свойствами. Для удаления глюкозы, вызывающей карамелизацию белка при сушке – основного фактора, влияющего на качество конечной продукции, использовали ферментирование. Применение данного технологического приема позволяет быстро провести процесс обезсахаривания и исключает необходимость применения других методов, что упрощает технологию.

При ферментировании жидкого яичного белка количество сахаров снижается примерно в 50 раз, пенообразующие показатели при этом возрастают: пеноувязываемость на 30%, стойкость пены – на 18%. При обработке яичного желтка сложность представляет разнообразие состава его липидной фракции. Усиление эмульгирующих свойств желтка происходит за счет направленного изменения его липидного состава.

Нам удалось подобрать оптимальную активность фермента, позволяющую получить достаточно устойчивую эмульсию. Другие факторы, установленные нами, включают: температуру, pH, а также время реакции.

Сушку ферментированных яйцепродуктов (белка и желтка) можно осуществлять традиционными методами при действующих режимах.

Кроме того, нами исследован метод термообработки сухого яичного белка с целью усиления его пенообразующих свойств на основе физического подхода вместо биотехнологического. В рамках данных исследований образцы сухого белка выдерживали при повышенных температурах в течение различных интервалов времени. Таким образом, удалось при незначительном сни-



↓ Одно из направлений конкурентной борьбы – противодействие экспансии импортной продукции на отечественном рынке.

График 1. Яичные продукты мирового рынка, систематизированные по группам потребителей

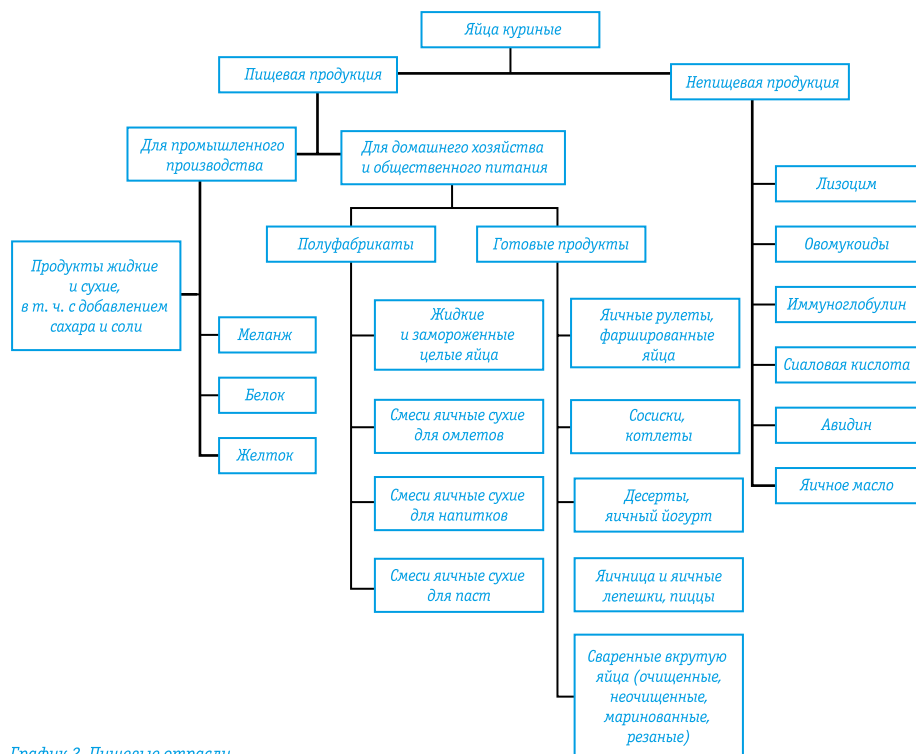
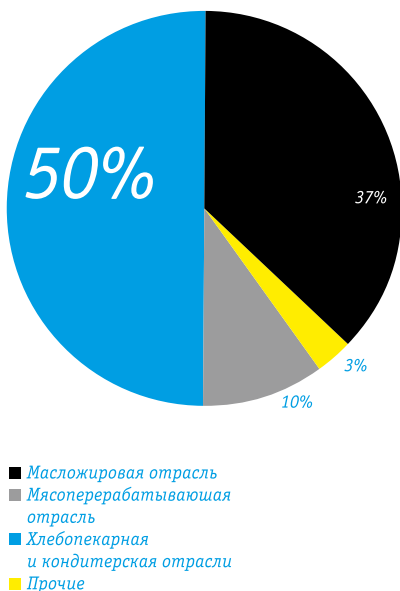


График 2. Пищевые отрасли – потребители яичных продуктов



жении растворимости повысить его пенизующесть почти в 2 раза, а стойкость пены – на 7%.

В результате выполненных исследований разработаны ТУ «Белок и желток яичные сухие ферментированные».

В целях повышения конкурентоспособности отечественных яичных продуктов во ВНИИПП разработана технологическая инструкция по производству яичных продуктов с улучшенной растворимостью.

Качество сухих яичных продуктов оценивают путем сравнения свойств восстановленных в воде продуктов с их свойствами в исходном состоянии. Наиболее важным показателем для определения их качества является растворимость, так как она отображает степень денатурированности белковой части,

во многом зависящей от условий проведения технологического процесса изготовления продуктов, а при хранении – продолжительности и условий. Показатель растворимости определяет, насколько содержимое яиц в процессе переработки сохранило свои первоначальные свойства.

Специалистами института была проведена работа по выявлению механизма влияния параметров технологического процесса на растворимость яичных продуктов. В результате установлено, что величина растворимости сухих яичных продуктов в основном определяется следующими факторами:

- степенью свежести сырья;
- величиной влажности продукта в ходе его переработки;
- значением максимальной температуры продукта в ходе его сушки и продолжительностью ее воздействия;
- конечной влажностью высушенного продукта;
- скоростью охлаждения продукта после окончания сушки;
- условиями и продолжительностью хранения.

Минимальная коагуляция яичного альбумина происходит при pH 7,0. Однако с потерей свежести pH яичного меланжа сдвигается, что приводит к усилению процесса денатурации. В результате после сушки растворимость полученного продукта понижается.

На ход процесса денатурации белка влияет влажность продукта: после окончания сушки скорость уменьшения растворимости яичных продуктов выше у продукта, имеющего более высокую влажность. Например, при одной и той же температуре сухой меланж, имеющий влажность 2%, может снизить растворимость с 80 до 50% за 10 дней, а при влажности 7% за это же время влажность снижается до 20%. Кроме того, в ходе сушки по мере уменьшения влажности продукта повышается его устойчивость к воздействию температуры. Например, пороговой величиной (после которой устойчивость существенно возрастает) для белка является влажность 35-40%, а для меланжа – 20-25%.

↓ Конечно, хорошо, когда удастся приобрести современное оборудование и технологии для производства яичных продуктов. Но поскольку технология совершенствуется непрерывно, этого недостаточно для стабильного развития успеха на рынке.

Температура продукта оказывает существенное влияние на растворимость сухого продукта. Например, продукт, высушенный в диапазоне температуры 50-60 °С, имеет меньшую растворимость, чем продукт, высушенный в диапазоне температуры 45-50 °С.

Кроме того, на растворимость оказывает влияние продолжительность воздействия повышенных температур. Например, меланж при температуре 80 °С за 1 час может потерять 10% своей растворимости, а за 4 часа – 28%, сухой белок при тех же условиях может снизить растворимость на 5 и 8% соответственно. Поэтому процессы сушки и охлаждения продукта после сушки следует проводить как можно быстрее.

Снижение растворимости после окончания процесса сушки для различных видов яичных продуктов (меланж, желток, белок) имеет различный характер и начинается с различных уровней. Максимальную растворимость имеет белок, затем следует меланж, и на последнем месте находится растворимость желтка (см. табл. 1).

Сухой продукт, полученный из ферментированного белка, хорошо сохраняет растворимость после сушки. Например, ферментированный сухой белок после хранения в течение 15 месяцев при 40 °С сохраняет 98% растворимости, в то время как растворимость аналогичного не ферментированного продукта при тех же условиях состав-

ляет лишь 48%. Снижение растворимости сухих яичных продуктов может быть скомпенсировано путем внесения в жидкий продукт перед сушкой сахарозы, лактозы или некоторых аминокислот.

В результате выполненных исследований разработана ТИ по производству сухих яичных продуктов с улучшенной растворимостью. Повышение растворимости достигается за счет следующих факторов:

- использования сырья определенной степени свежести;
- введения добавок сахара, соли и прочих ингредиентов;
- ферментации яичных продуктов;
- щадящих режимов сушки, не допускающих перегрева продукта и обеспечивающих оптимальную величину конечной влажности;
- быстрого охлаждения продукции после сушки;
- термообработки сухого яичного белка;
- соблюдения режимов хранения сырья и готовой продукции.

Что ждет нас на мировых рынках?

В связи с необходимостью расширения выхода отечественных предприятий на мировой рынок следует отметить некоторые особенности международной торговли.

Мировой рынок яиц и яичных продуктов действует по определенным

правилам и регулируется совокупностью государственных и общественных организаций, включающих как международные, так и национальные организации стран-участниц. Страны с развитой яичной промышленностью осуществляют координацию обеспечения жизненного цикла куриного яйца как товара: производство, переработка, хранение, торговля, стандартизация и научные исследования – в рамках специально созданных государственных и международных организаций и программ.

В число международных организаций входят следующие яичные организации: Международная комиссия по яйцу, Международная организация переработчиков яиц, Европейская ассоциация переработчиков яиц, Европейская яичная биржа.

Ряд стран имеют собственные яичные организации. Так, например, в США действуют: Объединение производителей яиц, Американский совет по яйцу, Центр изучения питательности яиц, Американская яичная биржа. В Канаде существует Агентство по маркетингу яйца, в Великобритании – Британский совет по яйцепромышленности, Британская служба информации по яйцу, в Австралии – яичная корпорация страны. Аналогичные организации действуют и в других промышленно развитых странах. Таким образом, становится ясно, что международный

Таблица 1. Зависимость показателей качества сухих яичных продуктов от режимов хранения сырья

Наименование показателей	Условия хранения сырья					
	Меланж		Белок		Желток	
	Комнатные	Холодильник	Комнатные	Холодильник	Комнатные	Холодильник
Массовая доля влаги, %	6,53	5,36	7,5	5,23	2,0	3,0
Растворимость, %	91,7	92,3	99,2	98,0	25,7	27,8
Кислотность, °Т	1,0	3,0	щелочная среда		25,8	31,0
pH	8,8	8,9	9,7	9,8	6,7	6,8
Объем пены, %	345,0	346,0	350,0	338,0	–	–
Стойкость пены, %/15 мин.	76,4	77,0	47,8	46,5	–	–
Стойкость эмульсии, %	95,0	96,0	–	–	94,0	95,0

↓ Следует искать сотрудничества с отечественными исследовательскими организациями, ставить перед ними задачи, которые выдвигает рынок, и вместе повышать качество продукции и расширять ее ассортимент.

рынок имеет четкую организацию и для выхода на него необходимо провести соответствующую подготовку.

Наш институт участвует в работе Европейской экономической комиссии ООН в части разработки стандартов на мясо птицы и яичные продукты. По просьбе комиссии мы представили проекты международных стандартов на яйца и продукты их переработки. В результате их рассмотрения они были одобрены, и принято решение о введении их в действие на 1 год с целью апробирования в промышленных условиях. Полученный опыт поможет нашему институту выполнить работу по гармонизации отечественных стандартов с международными.

Обогащаться за счет обогащенных яиц

Исследованиями, проведенными за последние 10 лет, собрано большое количество доказательств, свидетельствующих о том, что компоненты куриных яиц могут оказывать самое разнообразное биологическое влияние, дополнительно к своей основной функции, каковой является удовлетворение потребности в питательных веществах.

С целью определения потенциала коммерческого использования куриных яиц рассмотрим некоторые яичные компоненты и их роль в улучшении здоровья человека. Результаты анализа представлены в таблице 2.

Обогащенные яйца производят для того, чтобы получить обновленный продукт, с новым составом, например, с пониженным содержанием насыщенного жира или обогащенным общими или особыми жирными кислотами Омега-3, конъюгированной линолевой кислотой, витамином Е, лютеином, йодом, фолатом, селеном.

С целью обеспечения производства обогащенных куриных яиц (с повышенным содержанием йода, селена, Омега-3) ВНИИПП разработал соответствующий комплект нормативной документации: «Яйца куриные пищевые йодированные», «Яйца куриные пищевые с селеном», «Яйца куриные пищевые с каротиноидами», «Яйца куриные пищевые с жирными кислотами Омега-3». Кроме того, с целью увеличения сроков хранения мытых яиц, в том числе и обогащенных, ВНИИПП разработал ТУ «Яйца куриные пищевые с защитным покрытием».

Дальнейшее изучение в целях выявления новых и уточнения уже известных биологических функций белков куриного яйца и их производных поможет разработать новые способы повышения ценности куриного яйца как источника многочисленных биологически активных компонентов со специфическим полезным действием на здоровье человека и животных, а также повысить роль этих белков в лечении и профилактике хронических и инфекционных заболеваний.

При этом некоторые исследователи отмечают, что изучение свойств куриного яйца еще далеко от завершения и данный объект содержит значительный потенциал неиспользуемых полезных веществ. ■

↓ Обогащенные яйца производят для того, чтобы получить обновленный продукт, с новым составом.

Таблица 2. Специальные компоненты яйца и их роль в улучшении здоровья человека

Компонент	Функция
Антитело IgY	Иммуностимулянт. Применяют в терапии ротавируса, E.coli, сальмонеллеза, pseudomonas, стрептококковой и стафилококковой инфекций. Продлевает жизнь больных СПИД.
Бетаин	Снижает уровень гомоцистеина плазмы и риск сердечно-сосудистых заболеваний.
Брассикастерол, бета-ситостерол, кампестерол и стигмастерол (минорные стеролы)	Повышают уровень «хорошего» холестерина в сыворотке крови.
Каротиноидные пигменты	Натуральные антиоксиданты. Уничтожают свободные радикалы. Противоопухолевое средство. Снижают уровень «плохого» холестерина. Предохраняют от болезней сердца.
Связанная линолевая кислота	Противоопухолевое и антиинфарктное средство.
Фолиевая кислота	Снижают уровень «плохого» холестерина.
глобулины G2 и G3	Антимикробные агенты и иммуностимулянты.
Лизоцим	
овомакроглобулин	
Лецитин, связанный с витамином B12	Улучшает развитие нервной ткани у младенцев и снижает риск болезни Альцгеймера.
Лецитин	Натуральные антиоксиданты, предохраняют от старения и формирования атеросклеротических бляшек в сосудах.
Фосвитин	
Липопротени YLP-p17,5	Улучшает рост клеток, включая «человеческие гепатические клетки». Стимулятор роста.
Люмхром	Натуральные антиоксиданты, борются со свободными радикалами, противостоят развитию атеросклероза и старению. Противоопухолевое средство.
Люмифлавин	
Олеиновая кислота	Снижает уровень «плохого» холестерина и повышает — «хорошего».
Омега-3 жирные кислоты	Снижают гипертензию, предотвращают тромбозы, атеросклероз, балансируют уровни холестерина.
органический хром	Снижает уровень «плохого» холестерина и контролирует уровень сахара в крови, благодаря стимулированию продуцирования инсулина.
органический селен	Натуральные антиоксиданты. Иммуностимуляторы.
Витамины E	
Овальбумин	Защищает слизистую оболочку. Предохраняет от желудочно-кишечных заболеваний.
Силовая кислота Neu-5AC	Обладает антиожоговыми и антивирусными свойствами.
Сульфорафан	Противоопухолевый агент.
Таурин	Снижает уровень «плохого» холестерина. предохраняет от формирования атеросклеротических бляшек в сосудах.



# Сражаетесь с сальмонеллой? Нокаутируйте врага!

00000000



## Нобилис Salenvac T

- IRP (Iron Regulated Proteins – железо регулирующий протеин) антитела: вакцины, произведенные по технологии IRP, вызывают образование специфических антител, которые обладают высокой эффективностью в борьбе с сальмонеллой.
- Безмасляный адъювант: гель гидроокиси алюминия в качестве адъюванта обеспечивает продолжительный иммунный ответ и минимизирует возможные поствакцинальные реакции.
- Доказанная эффективность: более 10 лет успешного применения.
- Пассивный иммунитет передается через яйцо потомству.

**Нобилис Salenvac T:**  
**ваш проверенный партнер в борьбе с сальмонеллой**

Дополнительные сведения можно получить по адресу: [www.safe-poultry.com](http://www.safe-poultry.com)

# Наталья Яковлева: Мир не настолько серьезен, как нам кажется!



Фамилия, Имя:

Яковлева Наталья

Образование:

ветеринарный врач  
 (Витебская государственная академия  
 ветеринарной медицины);  
 стратегический менеджер  
 (Президентская программа  
 переподготовки управленческих  
 кадров на базе Экономической  
 академии им. Плеханова)

Название компании, должность:

Группа Компаний «АВИС»,  
 основатель, президент

Сколько времени на руководящей  
 должности: 17 лет

Хобби. Как предпочитает проводить  
 свободное время:

путешествия на автомобиле  
 по Европе и Америке

**– Вы с детства были лидером в компании? Или вообще в детстве проявляли лидерские черты характера?**

– До 6 лет я была очень тихим ребенком, похожим на ангела, который всегда уступал лидерство другим детям. До школы я жила в каком-то своем волшебном мире, мире сказок и чудес. Лидерские черты характера у меня стали проявляться только в школе, где я не принадлежала к какой-то одной компании, а умудрялась дружить с разными по характеру людьми, и со всеми мне было комфортно.

Кроме обычной школы, я училась еще в музыкальной и окончила ее по классу «скрипка», также посещала изостудию, бассейн, перечитала все книги в библиотеках, доступные в радиусе 50 км. Я была лидером пионерской и комсомольской организации. Это была очень хорошая система для координации молодежи.

**– А какие игры Вы в детстве любили?**

– До школы я и мой брат Сергей играли в «Дом», который мы делали из обеденного стола и длинной скатерти. С подругой Лилей в детском саду любили играть в «Змея Горыныча», а в школьное время мы с друзьями, конечно, играли в «Школу». Мне обычно доставались роли учениц, потому что находились более напористые участники игры, которым приходилось уступать роль учителей. Я до сих пор люблю играть с моей дочерью Лидой, которая говорит, что я смешная и «как маленькая». Мир не настолько серьезен, как нам кажется!

**– У Вас характер отца?**

– Я думаю, да. Мой папа был известный в СССР художник Дмитрий Сергеевич Копылов. Он был талантливым организатором, ярким, ценя-



Самым удачным для меня оказалось решение, принятое спонтанно, – это выбор профессии. Я ни разу не пожалела, что поступила в ветеринарный институт.

В бизнесе все делится на две категории: люди «процесса» и люди «результата». Я человек результата, и любой реализованный проект доставляет мне максимальное удовольствие.

Я бы хотела научиться управлять частным самолетом или вертолетом, окончить курсы скоростного вождения спортивных автомобилей.



*Три основных принципа, которые имеют для меня значение: внутренняя честность, уважение окружающих и добрые намерения относительно любого дела, за которое я берусь.*

щим роскошь человеком (что было несвойственно людям советской эпохи), очень щедрым и смелым. Мне кажется, что я «взяла» у папы талант и характер бизнесмена. Кстати, мой брат Сергей Копылов, как и папа, – художник. От мамы я переняла одну очень полезную привычку: если тебе что-то нужно и это тебе попадает на глаза (в магазине или просто по пути куда-то) – вещь надо немедленно приобрести, ведь такой подход экономит время на ее же поиски в последующем.

**– Назовите навскидку три главных черты Вашего характера?**

– Я могу назвать три основных принципа, которые для меня имеют значение. Это внутренняя честность, уважение окружающих и добрые намерения относительно любого дела, за которое я берусь.

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

– Я думаю, самым удачным для меня стало решение, принятое спонтанно, – это выбор профессии. Я ни разу не пожалела, что поступила в ветеринарный институт, который сейчас является Витебской государственной академией ветеринарной медицины. Я окончила его с красным дипломом. Это самый важный шаг в моей жизни, который я сделала, будучи всего шестнадцати лет от роду.

**– А в Вашей жизни был человек, которого Вы могли бы сейчас назвать своим учителем?**

– Вы знаете, в моей жизни было несколько учителей. И даже по истечении времени, когда я некоторых из них «переросла», они все равно воспринимаются как мои учителя.

**– Какими качествами, на Ваш взгляд, должна обладать современная business woman?**

– Она должна быть, прежде всего, сильной, потому что в нашем мире слабый человек в бизнесе просто не может стать никем, кроме клерка. И не важно, кто он – мужчина или женщина. Хотя бизнес-вумен должна быть вдвойне сильнее, потому что ей часто приходится сталкиваться с предвзятым мнением о женщинах-руководителях и преодолевать его.

**– Что Вы считаете главным достижением за время своего руководства?**

– Я думаю, главное мое достижение – это тот факт, что мне удалось выстроить гармоничный бизнес: гармоничный целям и задачам нашего общества. Я работаю в сфере инноваций АПК. Развиваю отрасль, которая кормит страну. Это я считаю своим главным успехом и достижением.

**– Подчиненные делают Вам скидку как женщине на плохое настроение, излишнюю порой эмоциональность?**

– Видите ли, так уж повелось в нашей компании, что мое плохое настроение может быть вызвано только некорректной работой коллектива. Сотрудники получают обоснование моему недовольству, мы вместе проводим анализ сложившейся ситуации и принимаем меры для ее корректировки. Я рада, что моему коллективу не приходится терпеть необоснованную женскую эмоциональность и зависеть от плохого настроения женщины-руководителя. У нас на это просто нет времени, учитывая объем работы, который мы выполняем.

**– Бизнес – дело жесткое, и здесь, как говорится, не до сантиментов, но, тем не менее, можете ли Вы позволить себе такую роскошь, как мягкость?**

– Конечно, могу. Мой стиль общения – мягкость и дипломатия. Мне нет необходимости размахивать копьём; партнеры ценят нашу компанию, мое знание рынка, технологий, это экономит им огромные ресурсы. Мне не надо ничего доказывать.



*Мой бизнес – это моя жизнь. Я не делю ее на работу, дом, личную сферу. Просто живу и получаю удовольствие!*



**– Дело с большой буквы изменило Вас как человека? Внутренне как-то переформатировало?**

– Внутренне, конечно, изменило. Появилась огромная ответственность за свой коллектив, партнеров, проекты. Например, за все время моей работы в компании не было ни одного случая задержки зарплаты и авансов сотрудникам.

**– А что Вам приносит в работе наибольшее удовлетворение?**

– Реализованные проекты, конечно, результат. В бизнесе все делится на две категории: люди «процесса» и люди «результата». Я человек результата, и мне, конечно же, любой реализованный проект доставляет максимальное удовольствие.

**– А как Вы отбираете людей в свою команду?**

– В большей степени интуитивно. И на сегодняшний день у меня лучшая команда – это мои сотрудники и партнеры на аутсорсинге.

**– Какие качества в людях Вы не принимаете?**

– Я допускаю, что люди имеют право на любые качества, покуда они не влияют негативно на окружающих.

**– А каким нужно быть, чтобы Вам понравиться?**

– Естественным. Люблю осознанных людей, которые понимают, чего хотят.

**– С кем Вам интереснее общаться: с коллегами по бизнесу или людьми, далекими от сферы Ваших профессиональных интересов?**

– Интерес в общении не определяется профессией. Интересно общаться с человеком, который находится в поиске, многим интересуется, постоянно куда-то стремится, развивается, эволюционирует. Мои друзья все очень разные.

**– Есть ли что-то, чему Вы в жизни еще хотели бы научиться?**

– Конечно. Очень многому! Например, я бы хотела научиться управлять частным самолетом или вертолетом, закончить курсы скоростного вождения спортивных автомобилей.

**– Не секрет, что руководство фирмой, компанией отнимает много времени. Как удастся сочетать работу, дом, отдых?**

– Мой бизнес – это моя жизнь. Я не делю ее на работу, дом, личную сферу. Я просто живу и получаю удовольствие!

**– А в семейных отношениях Вы тоже босс?**

– Наоборот. Я очень мягкая, женственная и веселая. Моя дочь считает, что я смешная и часто балуюсь.

**– Есть ли у Вас любимый стиль в одежде?**

– Нет. Моя одежда, конечно, зависит от деловой программы дня, но если нет специальных мероприятий, я одеваюсь по настроению. Люблю

*Мой деловой стиль общения можно выразить двумя словами – мягкость и дипломатия. Мне нет необходимости размахивать копьем; партнеры ценят нашу компанию, мое знание рынка и технологий. Мне не надо никому ничего доказывать.*

множество разных стилей и часто их меняю. Новые прически, макияж, духи, обувь, сумки... Как можно задать такой вопрос женщине?!

**– Вы читаете больше художественную литературу или деловую?**

– В основном читаю публицистику, а также философские книги по метафизике и литературу различных духовных течений. Люблю обсуждать прочитанное с моими друзьями – Михаилом Михайловичем Соболев, генеральным директором издательского дома «Животноводство», бизнес-тренером Андреем Моисеевым, нашим PR-директором Иваном Овчаровым.

**– И последний вопрос. Если бы Вам пришлось заниматься другим бизнесом – то каким?**

– Он бы не был другим. Я считаю, что заниматься можно только тем делом, в котором ты являешься экспертом. Бизнес должен быть профессиональным. ■



15 - я Московская международная выставка  
Пищевые ингредиенты, добавки и пряности



Одновременно:



MEAT  
INDUSTRY



DAIRY  
INDUSTRY

# ingredients

RUSSIA

13 - 16 марта 2012

ВВЦ, Павильон 75, Зал Б  
Москва, Россия



*Важный ингредиент для развития*  
**бизнеса**

реклама



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



Гость:  
**Рик Вайнвошт,**  
главный менеджер  
компании Foodmate b.v.

Беседовала:  
**Елена  
Максимова**

# Рик Вайнвошт : Никогда не говорите плохо о конкурентах!



Фамилия, Имя:

Вайнвошт Рик

Название компании, должность:

Foodmate b.v.,  
главный менеджер

Место рождения:

Влардинген, Голландия

Дата рождения:

5 мая 1973 года

Работает в продажах:

18 лет

Места, где побывал  
в командировках:

Москва, Белгород, Минск, Киев,  
Краков, Познань, Росток, Франкфурт,  
Ниебург, Шеффилд (США),  
Роттердам, Амстердам, Барселона

Семейное положение:

женат, две дочери (5 и 9 лет)

– **Как Вы начинали свою карьеру?**

– С 1994 по 2002 годы я работал инженером службы сбыта в нидерландской компании Rubber Design b.v. – компании, специализирующейся на создании антивибрационных систем для различных океанских судов. Начинал с должности ассистента инженера службы сбыта деталей и систем для круизных лайнеров и грузовых пароходов. Параллельно развивал навыки менеджера проектов, менеджера по продажам и главы отдела закупок. С 2002 по 2008 годы занимал должность инженера службы сбыта компании Drie-D b.v. (Нидерланды). Это была небольшая компания, и мне приходилось совмещать несколько должностей: технического инженера, менеджера по продажам, закупкам и логистике. Я разрабатывал проекты по морской добыче и транспортировке нефти и газа, в основном занимался конструированием бурового оборудования. Продавал детали из композитного пластика, занимался их техническим обслуживанием, а иногда – установкой. В 2008 году я начал работать главным менеджером компании Foodmate b.v. (Нидерланды), где работаю по настоящее время.

– **То есть перешли в абсолютно другую отрасль? Наверное, было непросто?**

– Поначалу работа в компании, занимающейся производством и продажами оборудования для пищевой индустрии, действительно казалась мне непростой. Новая отрасль кардинально отличалась от той, в которой я вращался раньше. И все же переработка птицы не была для меня совсем «в новинку»: мой отец работал 26 лет закупщиком в птицеводческой компании Systemate, и он заранее помог мне вникнуть в работу. Когда я начал работать в компании Foodmate, там было всего 8 человек, и сейчас, к 2012 году, штат увеличился до более чем 40 сотрудников. В спектр моих обязанностей входит контроль всего процесса работы компании: инжиниринга, продаж, закупок, производства, логистики, бухгалтерии и т. д. А около двух лет назад я решил сосредоточиться на быстрорастущем российском рынке птицеводства, и за это время добился успеха.

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

– Моя первая важная продажа состоялась еще до того, как я начал работать



Хороший продажник всегда использует флирт, независимо от того, с кем он общается: с мужчиной или женщиной.

Продажник не должен обещать покупателю слишком многого, важно говорить только о реальных достоинствах товара.



щика. Особенно много преимуществ мне дает мой опыт закупщика: я знаю, как покупатели думают, какую игру они могут вести.

– **Какие ошибки делают неопытные менеджеры по продажам наиболее часто?**

– Продажник не должен обещать покупателю слишком многого, важно говорить только о реальных достоинствах товара, не приписывая ему лишних преимуществ. Другая ошибка многих современных специалистов по продажам – это то, что они плохо говорят о своих конкурентах. Лично я никогда этого не делаю, так как каждый поставщик имеет свои сильные стороны. К тому же наличие конкуренции позволяет нам всегда оставаться в форме и развиваться, чтобы быть на шаг впереди своего соперника, например, первыми предлагать рынку новые продукты, лучшие условия сотрудничества. Кроме того, некоторые специалисты по продажам считают, что заключение контракта – самое важное в работе сэйлз-менеджера. Безусловно, продажи очень важны, но поддержание коммуникаций и забота о клиенте после осуществления сделки даже важнее.

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

– Многие люди, с которыми я работал, равно как и члены моей семьи, иногда очень удивляются моей способности быстро составить о человеке определенное мнение. В большинстве случаев это занимает у меня всего несколько минут, и при этом ошибаюсь я не так часто.

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

– Мне крайне редко приходится общаться с подобными клиентами, но если я замечаю, что мой собеседник напряжен или не совсем дружелюбен, я стараюсь сменить тему разговора или пытаюсь найти компромисс, чтобы обе стороны во время беседы остались довольны. Конечно, если у человека был крайне неудачный день, ничто не заставит его улыбаться.

– **Общаясь с клиентом, Вы обращаете внимание на его пол? Подход к переговорам с мужчинами или женщинами – одинаков ли он? В чем нюансы?**

– В целом я считаю, что общение с женщинами и мужчинами одинаково, многое зависит от вида работы, которую они выполняют.

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

*Думаю, что Россия со временем будет иметь серьезное влияние на весь мир.*

**противоположного пола? Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?**

– Я считаю, что хороший продажник всегда использует флирт, независимо от того, с кем он общается: с мужчиной или женщиной. Однако флирт может быть разным. Если перед тобой мужчина, то стоит использовать «технический флирт»: сделать комплимент его компании, например, сказать о том, как хорошо у них выстроена логистика. Другими словами, флирт в бизнесе вполне приемлем, а иногда даже необходим.

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

– Мне очень понравилось в Белоруссии. Люди, живущие там, очень открытые и дружелюбные.

– **Жители каких стран из тех, с которыми Вы работаете, наиболее ответственны?**

– Я бы отметил бизнесменов из США и азиатских стран. Если уж что-то подписывают, то не отказываются от своих обязательств в последний момент. Хотя в России тоже есть очень ответственные предприниматели.

– **С кем у Вас складываются более теплые партнерские отношения: с клиента-**

в пищевой индустрии. Я продал оборудование для оснащения крупного итальянского круизного судна. И благодаря положительной рекомендации от этой компании многие другие большие судостроители узнали о нашей фирме и начали обращаться лично ко мне с заказами. Я до сих пор довольно известен в судостроительной отрасли.

– **Каковы, на Ваш взгляд, главные качества хорошего продавца?**

– Продажник должен знать досконально продукцию, которую он предлагает.

– **Что помогает Вам осуществлять успешные продажи?**

– Я прошел множество технических курсов и всегда интересовался новыми техническими решениями в отраслях, в которых работал. Кроме того, хороший менеджер по продажам должен знать не только продукцию, которую он предлагает, но и отрасль изнутри. Например, когда я начинал карьеру главного менеджера в компании Foodmate, я несколько месяцев работал в цеху птицеперерабатывающего производства, изучал оборудование, чтобы знать все о машинах, которые собираюсь продавать. С другой стороны, у меня большой опыт работы в должности технического инженера, бухгалтерии и закуп-

Если у человека был крайне неудачный день, ничто не заставит его улыбаться.



## День «в поле»

**В деловую поездку** я обязательно беру с собой мобильный телефон и ноутбук. Без этих вещей я не могу жить! Хотя с другой стороны, иногда я думаю о временах, когда не было ни мобильных, ни электронной почты, ни факса, а был только обычный телефон и почта. Новые возможности коммуникаций сделали жизнь очень бурной.

**Находясь в пути,** я отвечаю на электронные письма, читаю или слушаю музыку, пытаюсь расслабиться.

**Собираясь на переговоры,** я настраиваюсь на предстоящую встречу.

**Если я опаздываю на встречу...** до сих пор я никогда не опаздывал на переговоры, но если это когда-нибудь произойдет, я обязательно предупреджу клиента о том, что немного задерживаюсь.

**Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу,** я его дождусь, а во время ожидания поработаю.

**После подписания договора** (или договоренности о подписании договора)... тут все зависит от конкретного клиента или страны. В России, например, традиционно договоренность о подписании контракта заканчивается рукопожатием и совместным выпиванием по бокальчику. А вообще если я имею дело с иностранными заказчиками, то, как правило, по окончании беседы приглашаю их в Нидерланды, советую посетить Амстердам.

**ми из регионов или со столичными заказчиками? Чувствуется ли разница в менталитете?**

– Если говорить о России, то люди в Москве и в других регионах страны действительно разные: москвичи более конкретны в бизнесе, они сразу говорят о финансовой стороне вопроса. В регионах отношения продавца и покупателя более теплые, и с региональными клиентами переговоры проходят с меньшим стрессом.

**– А вообще легко Вам работать с русскими?**

– Я люблю Россию, русских людей, которых встречаю. Начал ездить в эту страну 2 года назад, бываю здесь все чаще и люблю Россию все больше. Думаю, что Россия со временем будет иметь серьезное влияние на весь мир.

**– Часто ли Вы встречаете своих деловых партнеров в неформальной обстановке? Как поступаете в таких ситуациях?**

– Такое действительно случается, особенно часто я сталкиваюсь с ними в морских круизах. Однако вне рабочей обстановки стараюсь не говорить о бизнесе, а вести светскую беседу. Неформальное общение может отлично способствовать укреплению деловых отношений.

**– Часто ли Вы говорите о работе в «не-рабочее» время?**

– Стараюсь этого не делать: хочется иметь хоть какую-то частичку личной жизни.

**– Вам легко отключаться от работы?**

– Если бы вы задали этот вопрос моей жене, она бы тут же сказала «нет, он всегда занят своей работой». И была бы отчасти права: для меня очень важно быть успешным.

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

Мне больше нравится работать в поле: люблю путешествовать, осматривать новые места. К тому же предпочитаю реальное общение с клиентом: когда он сидит напротив тебя, вы друг друга понимаете гораздо лучше, чем при общении по переписке или телефону.

**– Остается ли у Вас время на чтение книг?**

– К сожалению, из-за моего плотного графика я очень редко читаю. Но есть книги, на которые обязательно стоит найти время. Одна из них — «Наш айсберг тает» Джона Коттера. Эта книга от-

лично показывает, что большинство проблем – как в бизнесе, так и личных – можно решить, если выбрать правильную стратегию и должным образом ей придерживаться. «Наш айсберг тает» поможет менеджерам, которые считают, что их должность слишком незначительна, чтобы что-то изменить. Также книгу будет полезно прочесть сотрудникам компании, которые не понимают, как и почему в фирме происходят изменения – предвиденные и непредвиденные.

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

– Если бы я был действительно богат, я бы не работал в продажах.

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

Двух своих дочерей и свою жену, потому что они – отличная основа моего успеха. ■



# EUROMONITOR INTERNATIONAL

СЕМИНАР

## Российский рынок FMCG: стратегии развития в условиях меняющегося потребительского поведения

Euromonitor International в пятый раз проводит эксклюзивный бесплатный семинар для ключевых представителей розничной торговли, игроков рынков продуктов питания и напитков, косметики и парфюмерии, а также других FMCG индустрий. Не упустите возможность узнать последние новости о потребительских тенденциях в России и их влиянии на основные рынки FMCG!

### Темы для обсуждения:

- Динамика и особенности модели потребительских расходов в России и Восточной Европе
- Тенденции российского потребительского рынка: сегодня и завтра
- Направления развития: стратегии в сфере розничной торговли и общественного питания
- Мировые тенденции в упаковке и их влияние на российский рынок

Увидимся в Москве!  
Euromonitor International

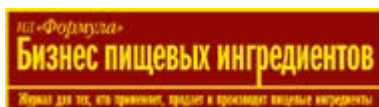
Регистрация для участия в семинаре  
<http://www.euromonitor.com/market-insight-seminar>

Семинар состоится  
26 апреля 2012 года, с 13:30 до 18:00  
в гостинице «Марриотт Кортярд»  
по адресу Вознесенский пер. 7, Москва

дополнительная информация  
[seminar@euromonitor.it](mailto:seminar@euromonitor.it)  
+370 5 243 1577 # 4603

Семинар бесплатный. Количество мест ограничено.  
Все презентации будут представлены на русском языке, без перевода.

Партнеры:





Событие: **19-я Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2012»**

Источник: **По материалам организаторов выставки**

# «Продэкспо-2012»: итоги

*С 13 по 17 февраля в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр» проходила 19-я Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2012».*

Международная выставка «Продэкспо» – самое крупное и авторитетное в России и Восточной Европе бизнес-мероприятие продовольственной отрасли.

«Продэкспо» по праву считается наиболее эффективной выставочной площадкой для презентации всеобъемлющего ассортимента пищевой продукции, не имеющей себе равных по качеству и количеству экспонентов и профессиональных посетителей. Ежегодно на выставку съезжаются ведущие зарубежные и российские производители, поставщики, представители известных мировых брендов пищевой индустрии.

Выставка обладает всеми знаками отличия выставочного сообщества, сертификатами качества Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

Смотр проводится «Экспоцентром» при содействии Министерства сельского хозяйства РФ и Правительства



*На выставке демонстрируются все новинки отрасли и выявляются существующие на мировом рынке продовольствия тенденции.*

Москвы, под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ.

Высокий авторитет выставки подтвержден участием в этом престижном смотре мировых лидеров и ведущих российских производителей, поставщиков, представителей известных мировых брендов пищевой индустрии.

Общая площадь выставки этого года составила более 102 тыс. м<sup>2</sup>. В ней принимали участие более 100 производителей напитков и продуктов из 55 стран мира. В течение десяти лет доминирующие позиции на смотре за-

нимают российские компании, составляющие 2/3 всех участников «Продэкспо». Иностранное участие год от года расширяется и его уровень повышается, свидетельством чего служат национальные экспозиции.

На «Продэкспо-2012» с национальными экспозициями выступили компании из 30 стран: Австралии, Австрии, Аргентины, Болгарии, Бразилии, Венгрии, Германии, Греции, Дании, Индии, Ирландии, Испании, Италии, Казахстана, Канады, Китая, Латвии, Литвы, Македонии, Мексики, Молдовы, Польши, Сербии, США, Уругвая, Франции, Финляндии, Шри-Ланки, Эстонии, Японии.

В этом году география смотра пополнилась еще одной страной: впервые в «Продэкспо» приняли участие фирмы Македонии. После долгого перерыва с национальной экспозицией выступили компании из Чили.

Все это говорит о неослабевающем международном интересе к российскому продовольственному рынку, его внушительном потенциале, а также о значении самого выставочного форума для российской и мировой пищевой отрасли.

На выставке «Продэкспо-2012» свою продукцию продемонстрировали известные мировые производители и поставщики продуктов питания и напитков, в числе которых Hyleys, Le Café, Lactalis, Nicolas International, Alokozay Tea, Milford, Tonnies Fleisch, Cacique, Cibus, Koncern Farmakom, VALIO, Myllyn Paras, Cykoria, Rigas Sprotes, European Quality Food, Eurovision, Tea Tang,

Imperial Teas, Dilmah, Riston, Ulker, Vetroelite S.P.A., Grosseto-Eurofood и др.

Весьма значительны и экспозиции российских участников – предприятий пищевой промышленности из всех регионов России. Более 1500 российских компаний стали участниками мероприятия. Среди наиболее именитых отечественных экспонентов можно отметить «Останкинский мясокомбинат», «Рублевские колбасы и деликатесы», МПЗ «Сетунь», «Рузком», «ТАВР», «Мириталь», «Миллтаун Фудз», «Иннов-Импекс», ТД «БЖНИ», «АСТОН», «Органик Фуд», «Ниагара», «ПИР Продукт», «Арла Фудс Артис», «Челны-Холод», ТД «Поспел», «Море-гранд», «Меридиан», «Главпродукт-торг», «Булгарконсерв», «Завод упаковочных изделий ТОКК», «Пищмашсервис» и т. д.

На выставке «Продэкспо-2012» демонстрируются все новинки отрасли и являются существующие на мировом рынке продовольствия тенденции.

Для удобства участников и посетителей-специалистов выставка построена по салонному принципу: в 9 павильонах выставочного комплекса расположились 18 тематических салонов, посвященных продуктам питания, напиткам, а также сопутствующему оборудованию и упаковке. Кроме того, на выставке представлен салон оборудования и услуг, а также организована экспозиция «Упаковочные решения для пищевой промышленности» – «ПродэкспоПак-2012». Впервые в ее рамках представлен дегустационный стенд «Вина из России», организованный аналитической группой АЛКО-ЭКСПЕРТ.



Церемонию открытия «Продэкспо-2012» посетила Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник.

Важной составляющей «Продэкспо» является насыщенная программа мероприятий, которая затрагивает все сферы продовольственного рынка. Деловая составляющая смотра – это целый комплекс актуальных по тематике кон-

В этом году в рамках деловой программы состоялись: VII Всероссийский торговый форум «Поставщик-2012. Стратегии работы с розничными сетями», Центр Закупок Сетей™, III Форум производителей и ритейлеров

*«Впервые в «Продэкспо-2012» приняли участие фирмы Македонии. После долгого перерыва с национальной экспозицией выступили компании из Чили».*

грессных мероприятий, которые дают возможность оценить положение дел в отрасли, освоить новые технологии продвижения продуктов питания и напитков, наладить всесторонние связи производителей и ритейлеров.

«Собственная торговая марка-2012», Центр Закупок Сетей™: СТМ, VI Всероссийский продовольственный форум «Бренд становится хитом. Технологии XXI века» и V Всероссийский гурме-банк дирикторов, организованные КВК «Империя».

Также прошла конференция «Государственная программа на 2013-2020 гг. Новые горизонты развития отраслей пищевой промышленности России», организаторами которой выступили Министерство сельского хозяйства РФ и фирма «Агроэкспосервис». РИА «Напитки» провели конгресс региональных дистрибьюторов алкоголя «Алко-КОНГРЕСС». В рамках «Салона мороженого» состоялся круглый стол «Современные проблемы производства мороженого», организованный Союзом мороженщиков России. Кроме того, прошел ряд конкурсов: «Лучший продукт», «Инновационный продукт», «Выбор Сетей», «ПродЭкстраПак», XIV Международный дегустационный конкурс по алкогольной продукции. ■



#### Коротко о выставке

##### Название:

«Продэкспо-2012»  
19-я Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства

##### Статус:

имеет Знаки Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ)

**Общая площадь выставки:**  
более 102 тыс. м²

##### Организаторы:

ЦВК «Экспоцентр» при содействии Министерства сельского хозяйства РФ. Выставка проводится под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ и Правительства Москвы

**Количество фирм, чья продукция представлена на выставке:**  
более 2100

**Из них российских:**  
более 1500



## Зубков предлагает увеличить господдержку

**Первый вице-премьер РФ Виктор Зубков**, курирующий в правительстве АПК, предложил увеличить господдержку производства мяса птицы путем пересмотра норм потребления в детском питании и социальных учреждениях.



Серьезным стимулом может стать адресная поддержка поставки отечественного мяса птицы в систему детского питания и сети социальных учреждений. Тем более что господдержка этого направления входит в меры так называемой «зеленой корзины». «Она разрешена правилами ВТО. Нам надо посмотреть нормы. Скорее всего, ее надо несколько увеличить», – сказал Зубков.

По его словам, необходимо увеличивать не только производство, но и потребление, а для этого посмотреть на нормы потребления в школах, детских садах, социальных учреждениях, больницах и т. д. В эти учреждения можно напрямую поставлять продукцию птицеводства и мясо говядины.

«Можно учесть эти подходы при разработке проекта федерального закона «О федеральной контрактной системе», – сказал он.

РИА Новости

## Большая тройка контролирует 30% рынка

Рынок мяса птицы является одним из самых консолидированных сегментов на российском мясном рынке, несмотря на наличие большого числа мелких производителей: 12 крупнейших компаний отрасли обеспечивают более половины всего натурального объема производства мяса птицы сельскохозяйственными организациями РФ.

Согласно расчетам, приведенным в исследовании РБК.Research «Конкуренция на российском рынке мяса птицы в 2010–2011 гг.», совокупная доля «большой тройки» («Приосколье», «Черкизово» и «ПРОДО») в 2011 году приблизилась к 30%. Рынок переживает стадию обострения конкуренции, которая сопровождается



слияниями, поглощениями и уходом менее «удачливых» компаний. В 2011 году состоялись две масштабные сделки по покупке крупных компаний, повлекшие за собой существенные изменения в расстановке сил на рынке мяса птицы: в мае группа «Черкизово» приобрела агрохолдинг «Моссельпром», а в августе группа «Ресурс» купила у холдинга «Интеррос» компанию «Ставропольский бройлер». Произошло несколько банкротств: несостоятельными должниками были признаны «Сибирская губерния», «Агрохолдинг», входящие в число 15 ведущих производителей, а также менее крупные компании «Белый фрегат» и «Агрика».

Продолжается процесс приватизации птицефабрик, все еще находящихся в собственности региональных администраций. Предприятия, функционирующие в форме ГУПов, реорганизуются в акционерные общества со 100%-м государственным участием, а затем выставляются на аукционы. Наиболее успешно приватизация проходит в тех субъектах РФ, где птицефабрики выставляются на аукцион под конкретного покупателя, в качестве которого зачастую выступает компания, аффилированная с региональным руководством.

РБК.Исследования рынков

## Российская птица не входит в серьезные страны

Российская птица не входит в серьезные страны, заявил президент компании «Agrifood Strategies» и вице-президент Международной программы развития птицеводства Альберт Давлеев, выступая на Международном форуме птицеводов «Бройлер-2012», проходившем совместно с выставкой «Зерно-Комбикорма-Ветеринария».



В конце января вице-премьер Виктор Зубков сделал весьма амбициозное заявление о том, что уже в этом году мы предложим внешним рынкам до 200–250 тыс. тонн мяса птицы, а к 2015 году этот показа-

тель вырастет до 400 тыс. тонн. Также, по его словам, за прошлый год экспорт мяса птицы составил 20 тыс. тонн. На самом же деле, отметил Давлеев, данные таможенной статистики в части экспортных поставок за январь–ноябрь 2011 года показывают несколько другую картину.

По состоянию на 1 декабря мы экспортировали всего 16,5 тыс. тонн, 14,5 тыс. тонн из которых составляют лапки. Назвать их мясом можно с большим трудом. В виде готовых продуктов экспортируется 1,5 тыс. тонн мяса птицы, но пункты назначения поставок особой чести нам не делают. Как правило, это Шпицберген, различные корабли и военные базы Таджикистана. На что же может рассчитывать Россия в плане экспорта? В первую очередь – на большой рынок Средней Азии. «Мы можем рассчитывать на Казахстан как часть Таможенного союза, если нас не обойдут белорусы с их дешевой курятиной, которой туда тоже полностью дорога открыта», – добавил Давлеев.



Также, по его оценке, возможными рынками сбыта для нашей курятины могут стать Ближний Восток, Северная Африка, Юго-Восточная Азия, Дальневосточная Азия вплоть до Филиппин и Индонезии, а также Центральная Африка, которая, кстати, сейчас уже стала основным рынком для продажи американского и бразильского мяса птицы. Что касается трех остальных континентов, то в Северную Америку, Австралию и Южную Америку мы никогда не сможем ничего поставлять по всем известным и совершенно объективным причинам. Единственное исключение – некие дружественные нам политические режимы, такие как Венесуэла, куда мы можем поставлять свою продукцию в обмен на их товары. «В серьезные страны мы все равно пока не входим», – резюмирует эксперт.

Soyanews.ru

## РФ может снизить импорт мяса птицы

Россия в 2012 году может снизить импорт мяса птицы примерно на 17% по сравнению с предыдущим годом – до чуть более 400 тыс. тонн, сообщил **руководитель исполкома Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин**.

Он напомнил, что в 2011 году импорт этого вида мяса соста-



вил 473 тыс. тонн. «Я думаю, что в этом году импорт мяса птицы снизится до 400 с небольшим тысяч тонн», – сказал он. Ожидаемое сокращение импорта связано в первую очередь с сокращением ввозной квоты и наращиванием внутреннего производства. При этом, как отметил эксперт, спрос на мясо птицы в России растет не такими большими темпами, как, например, на свинину, и составляет в настоящее время чуть более 25 кг на душу населения. В ближайшие три года объем внутреннего производства мяса птицы может возрасти примерно на 700 тыс. тонн к уровню 2011 года, когда объем производства составил около 3,2 млн тонн.

Юшин напомнил, ссылаясь на программу Росптицесоюза, что отечественные птицеводы планируют нарастить объем производства до 4,5 млн тонн к 2020 году.

Ria.ru

## Рост производства мяса птицы

Почти во всех регионах России одновременно наблюдается ряд устойчивых тенденций: рост объемов производства мяса птицы (во II квартале 2011 года оно выросло по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 7,5%), увеличение объемов розничной торговли, а также рост потребительских цен на мясо птиц и субпродукты в пределах 8%.



Кроме того, во II квартале 2011 года более чем в 1,5 раза увеличился и объем импорта: сказалась отмена эмбарго на ввоз мяса птицы из США. В результате доля импортного мяса птицы во II квартале 2011 года выросла с 10 до 14%, а весь объем российского рынка мяса птицы увеличился более чем на 12%.

По данным исследования компании «Экспресс-Обзор», до 93% от общего объема импортируемо-



го мяса птиц приходится на мясо курицы. На долю не столь распространенных в России индек, уток, гусей, цесарок приходится 6,9% от общего объема импорта в натуральном выражении, и здесь не наблюдалось столь значительного увеличения объема поставок, как в сегменте куриного мяса, хотя и в этом сегменте был отмечен стабильный рост.

РБК.Исследования рынков

## Россия достигла показателей продовольственной безопасности

Россия впервые по итогам 2011 года достигла показателей продовольственной безопасности по производству мяса птицы.



Об этом на заседании Президиума Правительства Российской Федерации заявила **Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник**. «Если говорить о доктрине продовольственной безопасности, то за 2011 год мы выполнили показатель доктрины продовольственной безопасности по зерну, сахару, картофелю, овощам и впервые по мясу птицы, то есть мы полностью себя закрываем, свое потребление именно по мясу птицы в соответствии с доктриной», — отметила министр. По ее словам, рентабельность по производству мяса птицы за минувший год выросла до 24%.

«В связи с этим в 2011 году были введены в строй 289 новых предприятий животноводческих объектов и было произведено 11 млн тонн мяса. Это на 460 тыс. тонн больше, чем в 2010 году», — цитирует Скрынник пресс-служба Минсельхоза.

webpticeprom.ru

## Ростовская область в числе лидеров

Ростовская область входит в первую десятку регионов России по производству животноводческой продукции и поголовью сельскохозяйственных животных. За 2011 год всеми категориями хозяйств произведено 373,7 тыс. тонн мяса, 1018 тыс. тонн молока и 1,69 млрд шт. яиц.

«По итогам прошлого года Ростовская область занимает второе место по ЮФО и пятое место по РФ в производстве скота и птицы на убой в живом весе, — сообщил **заместитель донского губернато-**

**ра по АПК Вячеслав Василенко**. — Особых успехов достигли птицеводы области».

Донской регион занимает первое место по поголовью птицы в Южном округе и третье — среди российских регионов. Первое место на юге и второе в целом по России у донских птицефабрик по производству яиц.



Вячеслав Василенко подчеркнул, что такие результаты во многом стали возможными благодаря мерам государственной поддержки, которая ежегодно оказывается животноводам области. Общая сумма поддержки за 2011 год составила 911 млн рублей. В этом году только из областного бюджета планируется выделить 111,4 млн рублей, что почти на 30% выше прошлогоднего объема региональной поддержки. Подписание Соглашений между Правительством Ростовской области и Минсельхозом России о предоставлении субсидий на поддержку сельхозпроизводства из федерального бюджета планируется в ближайшие дни.

ИА «Казах-Зерно»

## Потребление мяса птицы должно вырасти

Среднедушевое потребление мяса птицы в России должно быть увеличено с нынешних 25 кг до европейской нормы в 35 кг, заявил **первый вице-премьер Виктор Зубков** на совещании по развитию животноводства.

«По мясу птицы есть все возможности в ближайшее время увеличить среднедушевое потребление с 25 до 30 кг, а в перспективе — до 35 кг. Это как раз то, что сегодня потребляет Европа, и эти цифры реальные», — сказал Зубков. По словам первого вице-премьера, увеличить потребление можно в том числе за счет расширения производства мяса индейки. Помимо Ростова-на-Дону, проекты таких высокотехнологичных комплексов уже запущены в Ставрополе, Калуге и других городах. Зубков отметил, что за последние 6 лет при-



рост объемов производства отечественной мясной продукции составил более 3 млн тонн, наибольший рост был отмечен в птицеводстве и свиноводстве. Только в 2011 году прирост от производства мяса птицы составил 320 тыс. тонн, свинины — около 100 тыс. тонн. В итоге самообеспеченность по продукции животноводства достигла 73%, а среднедушевое потребление отечественного мяса выросло за эти годы на четверть — до 58 кг. «Этого явно недостаточно. Резервы есть», — сказал Зубков.

Он напомнил, что Доктриной продовольственной безопасности страны целевой показатель по самообеспеченности мясной продукцией установлен на уровне 85% и в ближайшие годы необходимо сохранить положительную динамику производства.

РИА Новости

## Производство мяса птицы в Подмосковье

С 2006 по 2011 годы в результате реализации инвестиционных проектов в птицеводстве агропромышленного комплекса Московской области создано и модернизировано мощностей для единовременного содержания 2,7 млн голов птицы.



За это время производство мяса птицы увеличилось на 57,6 тыс. тонн в год (2005 год — 120 тыс. тонн, 2011 — 177,6 тыс. тонн), или почти в 1,5 раза. Птицефабриками Московской области, такими как ЗАО «Моссельпром», ЗАО «Элинар Бройлер», ЗАО «Петелинская птицефабрика», Группа компаний «Ассортимент Сергиев Посад», ООО «Ново-Петровская птицефабрика», получено и освоено инвестиционных кредитных средств более чем на 3,5 млрд рублей.

Кроме того, построен и введен в строй завод по убою и разделке мяса птицы компании «Моссельпром». Это первый и один из крупнейших инвестиционных проектов в российском сельском хозяйстве, возводимый в рамках приоритетного национального проекта «Развитие АПК». Мощности завода по убою и разделке мяса птицы составляет 10 тонн в час. На предприятии трудоустроено 500 человек, сообщает Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

webpticeprom.ru

## Россия на внешних рынках

В 2012 году Россия предложит на внешних рынках до 250 тыс. тонн мяса птицы, сообщил **первый вице-премьер РФ Виктор Зубков**.

«Перспективным направлением является рынок мяса птицы, за прошлый год его экспорт составил 20 тыс. тонн, — отметил первый вице-премьер. — А уже в этом году мы сможем предложить на внешних рынках до 200-250 тыс. тонн этого вида продовольствия. К 2015 году планируется довести этот показатель до 400 тыс. тонн. Бахрейнский рынок для подобных поставок рассматривается как перспективный».



При этом, по его словам, безусловным приоритетом всегда будет оставаться обеспечение потребностей внутреннего рынка, поддержание предложения российской продукции в объеме достаточном для обеспечения внутренней ценовой стабильности», — подчеркнул Зубков.

Взгляд



**Австралия:** Производство яиц в Австралии увеличилось более чем на 20% с 2009 года, но розничная цена на яйца не изменилась. Представители птицеводческой промышленности Австралии обеспокоены тем, что переизбыток яиц на местных рынках может привести к большим убыткам. Ассоциация производителей яиц Австралии сообщает, что к июлю объем производства яиц в стране может достигнуть показателя в 1 млн штук в день, а это очень много. Излишки яиц могут привести к снижению закупочных цен, которые получают фермеры, приблизительно на 30-50 центов за дюжину, что приведет к значительному сокращению прибыли или даже к полной ее потере.

Ассоциация производителей яиц, которая представляет интересы 400 коммерческих фермеров, пригласила 25 ведущих производителей в Сидней, чтобы разобраться, что должно быть сделано в сложившейся ситуации.

Исполнительный директор Ассоциации производителей яиц Джеймс Келлевей говорит, что, возможно, для сокращения объемов производства яиц около 400-500 тыс. птиц должны быть уничтожены.

Meatinfo

Автор: **Сергей Цивинский**,  
начальник сектора по развитию птицеводства  
Комитета по агропромышленному  
и рыбохозяйственному комплексу  
Ленинградской области

# Птицеводство Ленобласти: итоги и перспективы

*Завершился сложный для птицеводов Ленинградской области 2011 год, который начался резким ростом тарифов на все составляющие статьи в себестоимости продукции. В частности, расходы на электро- и теплоэнергию увеличились почти в 2 раза к началу 2010 года и составили в себестоимости яйца более 5-6%, в себестоимости мяса птицы – более 16%.*

Птицеводство в очередной раз прошло испытание на прочность и устойчивость к выживанию: птицефабрики перекредитовывались, чтобы погасить предыдущие кредиты, получали в долг корма и тару, росла задолженность за электроэнергию и газ, падала цена реализации продукции в регионе.

Птицефабрики, неся дополнительные затраты на транспорт, вывозили продукцию в южные, центральные и уральские регионы России, где цена реализации была выше. В целом

экономическая ситуация всего птицеводства России остается напряженной, и есть потери: в ряде регионов птицефабрики выставлены на продажу (Пензенская, Свердловская, Самарская, Кировская и др. области), ряд хозяйств прекратил свою деятельность.

В Ленинградской области прекратило деятельность ООО «Пирамида» (бывшая птицефабрика по производству яйца «Новая Невская»), снизили объемы производства четыре птицефабрики по яйцу и одна по мясу.

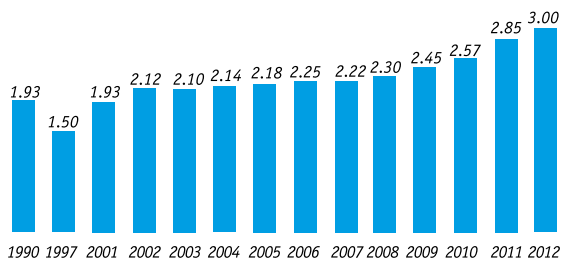
В наиболее сложном положении оказались птицефабрики по производству яйца с объемом продукции до 200 млн шт./год. На этих предприятиях сложились самые высокие удельные затраты в себестоимости продукции, инфраструктуре и логистике, уменьшился объем оборотных средств.

По итогам 2011 года эти хозяйства сработали с убытком или имеют практически нулевую рентабельность, ухудшилось финансовое состояние в мясном птицеводстве – рентабельность снизилась с 14 до 8%.

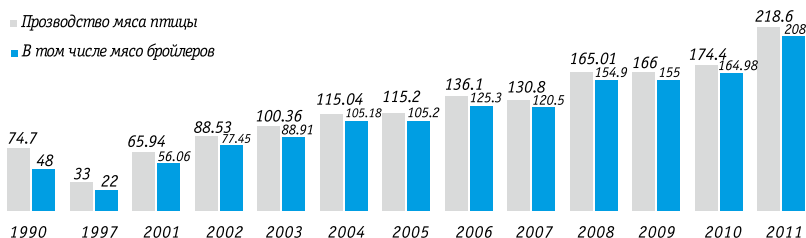
Экономическое положение птицефабрик было бы значительно сложнее, если бы не финансовая поддержка со стороны государства:

- птицеводческим предприятиям были предоставлены прямые дотации из федерального бюджета за производство мяса птицы и яйца в I квартале 2011 года, в том числе по Ленинградской области дотации со-

Динамика производства яйца птицефабриками  
Ленинградской области, млрд шт.



Динамика производства мяса птицы  
в Ленинградской области



ставили на производство мяса птицы 234,7 млн рублей и на производство яйца 157,7 млн рублей;

- выплачено субсидий на погашение процентных ставок по инвестиционным и краткосрочным кредитам из федерального бюджета – 480,1 млн рублей, из областного бюджета – 150,1 млн рублей;
- субсидии на содержание высокопродуктивного маточного поголовья и производство племенного яйца составили из федерального бюджета – 2,95 млн рублей, из областного бюджета – 8,51 млн рублей.

Несмотря на все сложности птицеводческая отрасль Ленинградской области в 2011 году динамично развивалась. По итогам 2011 года производство яйца составило 2 млрд 851 млн шт. – а это +280 млн шт. (+10%) к 2010 году. Производство мяса птицы составило 218,5 тыс. тонн – +44,1 тыс. тонн (+25,3%). Продуктивность птицы яичных пород равна 329 шт./год на одну несушку – +3,3 шт. к 2010 году, продуктивность привеса бройлеров –

свыше 56 г/сутки – +3 г к 2010 году. Поголовье птицы на первое января 2012 года составило 25,2 млн голов – возросло на 2,4 млн голов.

Такие показатели достигнуты благодаря системному развитию отрасли с 2006-2008 годы в рамках приоритетного национального проекта «Развитие АПК» и Государственной

сокопродуктивные и экономичные по расходу кормов кроссы: яичное производство – Ломанн белый, Ломанн коричневый, Хай-Лайн, расход корма на 1 тыс. шт. яиц ниже по сравнению с другими кроссами на 30-35%, а потенциал яйценоскости достигает 350 шт./год. В бройлерном производстве используются кроссы Росс, Кобб

*«В наиболее сложном положении оказались птицефабрики по производству яйца с объемом продукции до 200 млн шт./год».*

программы развития сельского хозяйства на 2008-2012 годы, привлечению инвестиций и масштабному внедрению на птицефабриках новых технологий и всесторонней модернизации.

В птицеводстве Ленинградской области используются генетически вы-

с потенциалом среднесуточных привесов до 60 г.

Благодаря экономичности кроссов по расходу кормов птицефабрики Ленинградской области имеют возможность, даже в условиях роста цен на комбикорм, применять энергетически полноценные корма.

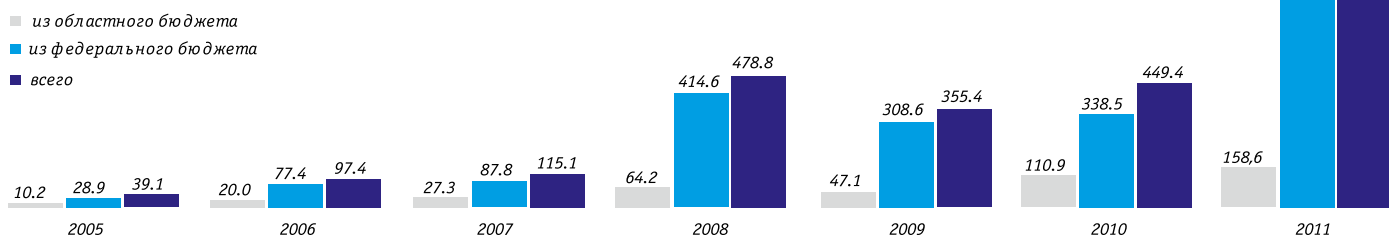
Средняя яйценоскость кур яичных пород на птицефабриках Ленинградской области



Среднесуточный привес бройлеров на бройлерных птицефабриках Ленинградской области



Государственная поддержка птицефабрик Ленинградской области (млн рублей)





## Информация по производству продукции птицеводства на 01. 01. 2012

Хозяйство	Производство яйца, тыс. штук		Производство мяса, тонн		Среднее поголовье кур-несушек, голов		Получено яиц от одной несушки, штук		Сохранность, %	
	2011 г.	+/- к 2010 г.	2011г.	+/- к 2010 г.	2011 г.	2010 г.	2011 г.	+/- к 2010 г.	Молодняк 2010 г.	Взрослое 2010 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ЗАО «ПФ Невская»	142108,0	-30364,0	57,2	-394,8	453992	557777	313,02	+3,8	98,91	92,88
ООО «Пирамида»	0	0	0	0	0	0	0	0	-	—
ЗАО «АК Ордеж»	239037,9	+39033,9	704,1	+119,7	724992	610207	329,71	+1,9	98,47	96,9
ООО «Леноблптицепром»	91489,02	-84964,17	947,34	+154,7	301000	599400	303,95	+9,6	98,78	91,64
ЗАО «ПФ Лаголово»	106897,61	-5712,35	336,1	-296,5	347839	360048	307,32	-5,4	98,65	93,21
ОАО «ПФ Ударник»	126018,7	+2054,6	341,9	-288,3	463900	403600	271,65	-35,5	98,71	86,81
ОАО «ПФ Приморская»	175188,0	+17731,0	655,3	-54,0	4527661	484160	332,01	+6,8	99,06	93,72
ЗАО «ПФ Синявинская»	1001326,0	+240970,0	4091,1	+1590,4	3000154	2321366	333,76	+6,2	99,76	97,68
ЗАО «ПФ Роскар»	831003,4	+84941,9	3429,6	+291,6	2437096	2181277	340,98	-1,0	99,1	90,3
Итого по яичным	2717695,6	+268317,85	10562,69	+1122,8	8256634	7517835	329,15	+3,3	99,23	93,9
ЗАО «ППФ Войсковницы»	83581,0	+18823,0	2157,9	+200,4	399030	420428	209,46	+31,6	93,79	85,01
ООО «ПФ Русско-Высоцкая»	17667,14	+1616,37	12484,3	+109,0	66489	61829	265,72	+6,1	91,29	96,89
ОАО «ПФ Ломоносовская»	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ООО «ППФ Лебяжье»	20429,0	+2387,1	420,7	-27,9	87642	80093	233,1	+7,8	92,44	91,95
ООО «Нагорное»	0	0	536,5	-122,6	0	0	0	0	95,82	
ЗАО «ПФ Роскар»	11602,4	-692,5	16463,91	+2255,9	44132,8	47923,9	262,9	+6,3	95,77	96,55
ОАО «ПФ Северная»	0	0	175972,9	+40638,7	0	0	0	0	98,09	
Итого по мясным	133279,54	+12133,97	208036,21	+43053,5	597293,8	610273,9	223,14	+24,6	97,83	88,08
ВСЕГО	2850975,14	+280451,82	218598,9	+44176,3	8853928	8128109	322,0	+5,8	97,88	93,33
ООО «Перепелочка»	22941,17	+10786,62	53,69	+32,01	92520	47850	247,96	-6,0		

Гибко и в тесном контакте с птицефабриками работала комбикормовая промышленность – постоянно совершенствовались рационы, применялись необходимые добавки, по разработанным электронным программам кормления заменялись одни компоненты комбикорма на другие более дешевые.

При реконструкции и новом строительстве на птицефабриках области применяются прогрессивные ресурсосберегающие системы машин и оборудования.

Современное оборудование обладает улучшенными характеристиками:

- имеет низкую энергоемкость, меньшую мощность электродвигателей, меньшее их количество – это снижает потребление дорогой электроэнергии;
- повышено поголовье птицы в птичниках за счет увеличения ярусов клеточного оборудования – это уве-

личивает фондоотдачу, выход продукции с квадратного метра полезной площади;

- характеризуется высокой точностью дозирования кормораздачи – это способствует снижению себестоимости продукции, сокращает расход корма на одну голову;
- все процессы автоматизированы и компьютеризированы, сокращаются трудозатраты на обслуживание птицепоголовья.

Общая стоимость инвестиционных проектов, реализуемых птицефабриками с 2006 года составляет около 16 млрд рублей. К 2012 году уже введены объекты стоимостью более 5 млрд рублей: 105 птичников на 10 млн 189 тыс. птицемест; пять автоматизированных яйцескладов с голландскими линиями сортировки и упаковки яйца производительностью от 45 до 360 тыс. шт./час; два инкубатория мощностью по 14 млн

суточных цыплят в год и один инкубаторий на 105 млн суточных цыплят в год; три убойных цеха; один цех по производству жидких пастеризованных яйцепродуктов.

В минувшем году на продолжение реконструкции и строительства птицеводческих объектов направлено свыше 2,5 млрд кредитных средств.

Очень важно, что такая модернизация проводится до вступления России в ВТО. С учетом вступления России в ВТО для поддержания конкурентоспособности отрасли необходимо сохранить темпы модернизации птицеводства и осваивать с учетом мировых тенденций направления переработки, совершенствовать логистику и продвижение товарных брендов птицефабрик на рынке.

Сегодня реализуются яйца, подвергшиеся переработке в США – 35%, Западной Европе – 25%, в России – 12,5%.

В Ленинградской области цеха по производству жидких пастеризованных яйцепродуктов имеют ЗАО «Птицефабрика Роскар» и ОАО «Птицефабрика Приморская», по производству сухих порошковых яйцепродуктов – ЗАО «Птицефабрика Роскар», ОАО «Птицефабрика Ударник» и ЗАО «Птицефабрика Синявинская», но два последних производства нуждаются в реконструкции.

С позиций конкурентоспособности бройлерного птицеводства Ленинградской области важно наращивать поставку в торговые сети объема разделанного охлажденного мяса птицы, так как конкуренты поставляют в торговые сети только тушки птицы, что связано с длительностью транспортировки продукции из других регионов.

Снятие торговых ограничений рынка и развитие глобальной транспортной сети превращают торговлю продукцией птицеводства в мировой бизнес, к внутренней конкуренции добавляется внешняя.

Путь к выживанию в этом бизнесе – повышение продуктивности птицы, строгий контроль себестоимости и рост прибыли, расширение ассортимента и создание продукции высокого качества.

На Ленинградских птицефабриках к такой категории относятся яйца улучшенных функциональных качеств: обогащенные селеном, йодом, витаминами, полиненасыщенными жирными кислотами (Омега-3) – ленинградские бренды «Экстра», «Активита», «Омега-3», «Счастливая курица», «Деревенская курица», «Рябушка», «Мамина забота» – доля такого яйца составляет около 16%.

Рецепты питания кур-несушек для производства яиц с улучшенными функциональными качествами разрабатывались совместно с Институтом питания Российской Академии наук.

Производство продуктов премиум-класса необходимо развивать на птицефабриках с объемом производства до 200 млн шт./год, так как здесь высокие удельные затраты в себестоимости продукции, самая низкая рентабельность, поэтому меньшие финансовые возможности для крупных инвестиций в производство переработки.

Птицефабрики Ленинградской области имеют международные сертификаты соответствия качества продукции по системе ХАСПП – это озна-

чает, что производственный контроль предусматривает наличие системы контроля качества и безопасности продуктов по перечню и описанию контрольных точек, в которых контролируются технологические параметры, а также периодичность проведения контроля в этих точках.

Специалисты из Государственного ветеринарного надзора (28 человек) – штатные работники районных ветеринарных инспекций Ленинградской области – работают непосредствен-

*«Общая стоимость инвестиционных проектов, реализуемых птицефабриками с 2006 года, составляет около 16 млрд рублей. К 2012 году уже введены объекты стоимостью более 5 млрд рублей».*

но в местах производства и отгрузки продукции птицеводства: это цеха по забою птицы и переработке мяса птицы, холодильники по временному хранению забитой птицы, яйцесклады и участки сортировки и упаковки яйца.

Продукция, выпускаемая птицефабриками Ленинградской области, соответствует всем установленным международным сертификатам качества и санитарным требованиям.

С позиций конкурентоспособности Правительством Ленинградской области рассматривается и дальнейшее развитие птицеводческой отрасли – необходимо корректировать структуру мяса птицы и развивать производство нетрадиционных для промышленного птицеводства области видов птицы – перепелов, индейки, утки, гуся.

С этой целью разработана и утверждена отраслевая программа «Развитие птицеводческих семейных ферм в Ленинградской области в 2010-2015 гг. и на период до 2020 г.».

В 2011 году в рамках этой программы велось строительство восьми ферм, освоено около 153 млн рублей – это две перепелиные фермы, объекты инженерной инфраструктуры для строительства четырех ферм по откорму индейки, два птичника фермы по откорму индейки, два птичника фермы по откорму гусей и уток.

На 2012 год строительство этих ферм будет продолжаться, а так-

же начнется строительство еще четырех ферм, запланирован ввод четырех птичников для перепелов на 216,3 тыс. голов, 14 птичников по откорму индейки на 131 тыс. голов, трех птичников по откорму утки-бройлера на 7,8 тыс. голов.

Кроме этого, в Лужском районе ООО «Эко-ферма «Саба» планирует построить три птичника на 6 тыс. голов по содержанию нетрадиционной для промышленного производства, новой отечественной мясо-

яичной породы кур-несушек «Пушкинская полосато-пестрая», созданной в 2007 году Институтом генетики и разведения животных (ВНИИГРЖ).

В этом году будет продолжена реконструкция и модернизация птицефабрик, планируемый объем инвестиций составит более 3 млрд рублей. Так, в ЗАО «Птицефабрика Синявинская имени 60-летия Союза ССР» завершается реконструкция промышленного птицеводства и начинается реконструкция племенного репродуктора хозяйства для обеспечения воспроизводства возрастающего поголовья птицы. В ОАО «Птицефабрика Северная» в 2012 году планируется завершить строительство второй очереди – отделение «Мгинское» по откорму цыплят-бройлеров, ввести последние 32 бройлерника (из 80) для откорма более 10,2 млн бройлеров в год. Кроме того, ведется строительство собственного комбикормового завода на ОАО «Птицефабрика Приморская», завершается модернизация убойного цеха и продолжится реконструкция птичников для откорма цыплят-бройлеров в ОАО «Птицефабрика Ударник».

В планах птицеводов Ленинградской области на этот год – увеличить объем производства куриных яиц до 3 млрд штук, перепелиных до 49 млн штук, мяса кур и бройлеров до 220 тыс. тонн, мяса перепелов до 200 тонн, мяса индейки до 5 тыс. тонн. ■



Наибольшая доля в объеме российско-го рынка комбикормов принадлежит комбикормам для птицы – примерно 49%.

## Современное состояние рынка комбикормов

Современные комбикорма – это смесь зернового сырья, продуктов с высоким содержанием белка, витаминов и микроэлементов для кормления животных. В рамках данного исследования рассматривались полнорационные комбикорма, включая престартеры, которые также являются полноценными комбикормами, используемыми на ранних стадиях кормления животных.

### Общая характеристика

Рынок комбикормов делится на три основных сегмента: комбикорма для КРС, для свиней и для птицы. Данное разделение обусловлено тем, что для каждого вида животных предлагается строго определенная рецептура комбикорма.

Для российского рынка комбикормов характерно региональное деление, каждый производитель стремится укрепить позиции в своем регионе. Так, свиноводство и птицеводство наиболее раз-

## Current state of compound feed market

Today's compound feed is a mixture of grain material, high-protein products, vitamins and minor elements used for animal feeding. Within this research we considered complete compound feed, including pre-starters which are also full-fledged compound feed used at the early stages of animal feeding.

### General characteristics

The compound feed market is divided into three main segments: compound feed for cattle, pigs and poultry. Each subdivision depends on the fact that each type of animals needs certain compound feed recipe.

Авторы:



**Любарская Анна,**  
руководитель  
инициативных  
исследований



**Фетисова Ирина,**  
ведущий аналитик

Компания:

**B2B Research**

111397 Москва, Зеленый  
проспект, 20, 8 этаж  
тел.: +7(495) 638-56-61  
e-mail:  
lubarskaya@b2bresearch.ru,  
info@b2bresearch.ru  
www.b2bresearch.ru

Authors:

**Lubarskaya Anna,**  
Head of Initiative  
Researches

**Fetisova Irina,**  
Leading Analyst

Company:

**B2B Research**

Contacts:  
111397 Moscow, Zeleniy  
Prospect, 20, 8th floor  
tel.: +7(495) 638-56-61  
e-mail:  
lubarskaya@b2bresearch.ru,  
info@b2bresearch.ru  
www.b2bresearch.ru



виты в Белгородской области, соответственно, и основные комбикормовые заводы ориентированы на производство продукции для свиней и птицы. Основной объем комбикормов для КРС приходится на Республику Башкортостан, поскольку там наиболее развита отрасль животноводства.

Соотношение сегментов является в основном постоянным, доля каждого зависит от размера поголовья, развития инвестиционных проектов, открытия новых холдингов и комплексов.

В 2009 году российский рынок комбикормов вырос практически на 7% по сравнению с 2008 годом. В 2010 году по сравнению с 2009 годом рост составил 8%, что повлияло на уровень цен. Аномально засушливое лето также подтолкнуло хозяйства к активному использованию комбикормов, поскольку других альтернатив в связи с неурожаем зерна практически не осталось. Другой причиной увеличения спроса стали мелкие хозяйства, которые ранее работали с размолами (самостоятельно мелют и смешивают корм для скота), но перестали справляться с ними и стали закупать комбикорм.

В 2009 году объем рынка комбикормов составил около 14 млн тонн. Отечественное производство преобладало, его доля равнялась примерно 99% в общем объеме. Объем импортных комбикормов на российском рынке составлял около 0,2%. Доля экспорта в 2009 году была незначительной.

### Фрагментация и деконсолидация

В 2009 году наибольшую долю в общем объеме рынка занимали комбикорма для птицы – около 48%. Вторым по популярности был сегмент комбикормов для свиней: его доля находилась на уровне 33%. Комбикорма для КРС занимали около 18% рынка.

Объем российского рынка комбикормов в натуральном выражении в 2010 году составил около 15 млн тонн. Отечественные производители сохранили свои позиции. Наибольшая доля по-прежнему принадлежит комбикормам для птицы – примерно 49%, доля комбикормов для свиней составила около 32%, для КРС – около 18%.

Российский рынок комбикормов характеризуется отсутствием консолидированного состава

The largest share in the volume of Russian compound feed market is still with poultry compound feed – about 49%.

Russian compound feed market is characterized by regional separation; every manufacturer tries to strengthen positions in its region. Thus, pig and poultry breeding are well-developed in Belgorod region, so, the main compound feed plants are focused on production of feed for pigs and poultry. The general volume of cattle compound feed is produced in the Republic of Bashkortostan because this sector of animal breeding is well-developed there.

Segment correlation is generally constant; the share of each depends on the number of livestock, development of investment projects, opening of new holdings and complexes.

In 2009 Russian compound feed market grew almost by 7% as compared to the year 2008. In 2010 as compared to 2009 the growth accounted 8% - and this affected the price level. Abnormally torrid summer also made the farmers actively use compound feed because due to failure of grain crops there were no other options. The other reason of demand growth was small farms which earlier worked with grinds (ground and mixed feed made by their own) - they could not handle the process and started to purchase compound feed.

In 2009 the compound feed market volume amounted to about 14 mln. tons. Domestic production prevailed; its share was about 99% of the total volume. The share of import compound feed at the Russian market was about 0.2%. In 2009 the share of export was insignificant.

### Fragmentation and deconsolidation

In 2009 the largest share in the total market volume was with compound feed for poultry - about 48%. The second popular - compound feed for pigs segment: its share was about 33%. The share of compound feed for cattle was about 18%. In 2010 the volume of Russian

Диаграмма 1. Российский рынок комбикормов в разрезе происхождения продукции, %, 2009-2010 гг.

Diagram 1. Russian compound feed market as to product origin, %, 2009-2010



Источник: ФТС, Росстат, Экспертная оценка, B2BResearch

Source: FCS, Rosstat, Expert estimation, B2BResearch

In 2009-2010 the share of compound feed import was insignificant and remained at the level of about 0.2%. We saw almost complete lack of export.

The share of Russian compound feed is estimated at the level of about 99% of the total volume.

В 2009-2010 годах доля импорта комбикормов была незначительной и оставалась на уровне 0,2%. Экспорт практически отсутствовал.

ва участников. Доли отечественных компаний и производителей-импортеров здесь невелики. Среди иностранных производителей, представленных на российском рынке в 2009-2010 годах, выделяются: HL HAMBURGER LEISTUNGSFUTTER GMBH, HANKKIJÄ-MAATALOUS OY, A.R.C. PIGLET NUTRITION и BOOIJINK VEEVOEDERS B.V.

К российским участникам рынка относятся: «Унеченский КХП» (Брянская область), «Сухиничский комбикормовый завод» (Калужская область), ООО «Мелькомбинат» («Вязьмахлебопродукт», Смоленская область). Также необходимо отметить АПХ «Мираторг» (Белгородская область), ЗАО «Курский комбинат хлебопродуктов», ЗАО «Агрокомплекс».

Значительное преобладание на рынке отечественной продукции обусловлено рядом факторов, основным из которых является более низкая стоимость российских комбикормов по сравнению с западными аналогами. Кроме того, комбикорма обычно продаются в пределах нескольких сот километров от места их производства, что обусловлено невыгодностью транспортировки в связи с относительно низкой стоимостью товара и большими объемами его повсеместного производства.

### Факторы, влияющие на развитие рынка

В числе основных факторов, которые оказывают влияние на темпы роста рынка комбикормов, можно выделить следующий комплекс макро- и микроэкономических показателей:

- государственная поддержка программ по модернизации предприятий сельского хозяйства;
- таможенное регулирование импорта и экспорта комбикормов;
- таможенное регулирование импорта мясной продукции;
- изменение климата, аномальные температуры, засухи;
- развитие животноводства в целом и отдельный рост поголовий основных видов продуктивных животных;
- появление новых предприятий в отрасли животноводства;
- рост небольших фермерских хозяйств, которые являются более платежеспособными, чем многие крупные хозяйства;
- болезни животных, в частности – чума.

Необходимо отдельно отметить фактор таможенного регулирования импорта мясной продукции. По оценкам экспертов, при ограничении импорта отечественный рынок животновод-

### \*NOTE:

Development of Russian compound feed market in 2009-2010 was characterized by the next factors:

- growth of compound feed market volume by 7-8%;
- domination of domestic production at the market;
- share of Russian compound feed is estimated at the level of about 99% of the total volume;
- dominating volume of poultry compound feed share in the market structure;
- lack of formed and consolidated list of market players, share of domestic and import companies are insignificant.

compound feed market in natural units amounted to about 15 mln. tons. Domestic manufacturers kept their positions. The largest share is still with poultry compound feed - about 49%, the share of compound feed for pigs - about 32%, for cattle - about 18%.

Russian compound feed market is characterized by the lack of consolidated list of members. The shares of domestic companies and import producers are very small. Among foreign producers present at the Russian market we can mark: HL HAMBURGER LEISTUNGSFUTTER GMBH, HANKKIJÄ-MAATALOUS OY, A.R.C. PIGLET NUTRITION and BOOIJINK VEEVOEDERS B.V.

The Russian market participants: Unchensky KKHPP (Bryansk region), Sukhinicheskyy compound feed plant (Kaluga region), Melkombinat LLC (Vyazmakhleboproduct, Smolensk region). Also it is necessary to note APH Miratorg (Belgorod region), Kursk cereal product combined plant CJSC, Agrocomplex CJSC.

The significant domination of domestic products at the market is caused by several factors the main of which is lower cost of

Russian feed as compared to foreign alternates. Moreover, compound feed is usually sold within several hundred kilometers from the place of production which is caused by disadvantageous transportation due to low cost of goods and big volumes of all-round production.

*Для российского рынка комбикормов характерно региональное деление, каждый производитель стремится укрепить позиции в своем регионе.*

*Доля российского комбикорма оценивается экспертами на уровне около 99% в общем объеме рынка.*

Ситуация на рынке комбикормов во многом зависит от отечественного рынка зерна, который в 2009-2010 годах испытывал серьезные трудности.

ства может возродиться за 3-4 месяца практически в полном объеме. В рамках промышленного производства станет возможно восстановить необходимые объемы крольчатин и бройлеров за 2 месяца, свинины – за 4-5 месяцев, телятины – за 2 года. Подобный рост животноводства способен привести к значительному скачку на рынке комбикормов.

Ситуация на рынке комбикормов во многом зависит от отечественного рынка зерна, который в 2009-2010 годах испытывал серьезные трудности, вызванные следующими причинами:

- наложение правительством эмбарго на экспорт зерна и, как следствие, наличие большого количества нереализованного зерна;
- низкая продажная цена зерна, почти равная себестоимости зерна;
- сокращение животноводства, которое позволяло ранее реализовывать зерно посредством кормов.

### Ценовая и потребительская сегментация

Производство комбикормов зависит от двух основных факторов: производства зерна в регионе, стоимости которого претерпевает сезонные изменения, связанные с циклом выращивания тех или иных культур, и наличия в регионе животноводческих хозяйств.

Самые низкие цены зафиксированы в Воронежской, Белгородской и Ростовской областях, Краснодарском крае. Ведь в этих регионах произрастает максимальное количество фуражных зерновых (основная составляющая комбикормов – пшеница, ячмень, рожь – до 70% в общем объеме кормов).

По мере удаленности от этих районов цены на комбикорма увеличиваются, что связано с высокими транспортными расходами. Например, в Смоленской области они составляют порядка 122,5% от стоимости в вышеуказанных регионах. В Псковской или Ленинградской областях стоимость привозных комбикормов достигает около 135% от цен в Воронежской, Белгородской, Ростовской областях и Краснодарском крае.

Низкий ценовой сегмент представлен продукцией невысокого качества, стоимость такого товара – около 4-5,5 руб./кг. Продукцию среднего ценового сегмента можно приобрести за 7-9 руб./кг, премиум – 16-17 руб./кг.

Потребление комбикормов различается в зависимости от региона, размера хозяйства, количества голов скота. Комбикормовая промышленность хорошо развита там, где активно развито животноводство. Центральный и Южный федеральные округа потребляют около 50% всех комбикормов. Еще порядка 15% приходится на Сибирский федеральный округ. В Якутии и Магадане спрос на них минимален в связи с практическим отсутствием животноводства.

Максимальное потребление приходится на Белгородскую, Липецкую и Брянскую области,

### Market development factors

The main factors affecting the compound feed market growth rates include the next complex of macro and microeconomic indices:

- state support of agricultural enterprises modernization programs;
- customs regulation of compound feed export and import;
- customs regulation of meat product import;
- change of climate, abnormal temperatures, droughts;
- development of animal breeding in general and separate growth of the main productive animal types;
- appearance of new enterprises in the animal breeding sphere;
- growth of small farms which are more credit worthy than many large enterprises;
- animal diseases, particularly - plague.

It is necessary to separately note the factor of customs regulation of meat import. According to experts, if import is limited, the domestic animal breeding market can be fully restored in 3-4 months. Within the industrial production it will be possible to restore necessary volumes of rabbit and broiler meat in 2 months, pork - in 4-5 months, beef - in 2 years. This growth of animal breeding can lead to significant growth at the compound feed market.

The situation at the compound feed market depends also on the domestic grain market which in the years 2009-2010 incurred difficulties due to the next reasons:

- government embargo to grain export and, consequently, presence of wide amount of unsold grain;
- low cost, almost equal to grain production cost;
- reduction of animal breeding which allowed earlier to sell grain through feeds.

### Price and consumer segmentation

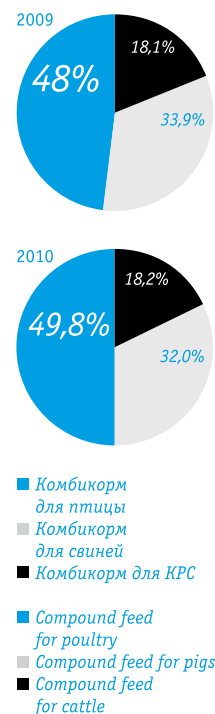
Production of compound feed depends on two main factors: production of grain in the region the cost of which is season-sensitive due to cycle of cultures growth and presence of farms in the region.

The lowest prices are noted in Voronezh, Belgorod and Rostov regions, Krasnodar Krai. These regions grow the maximum coarse grain (the main component of compound feed - grain, barley, rye - up to 70% of the compound feed volume). The further from these regions the greater the price, connected to high transportation cost. For example, in Smolensk region they amount to about 122.5% of the cost of the cost in the mentioned regions. In Pskov and Leningrad regions the cost of shipped compound feed reaches about 135% of the Voronezh, Belgorod and Rostov regions, Krasnodar Krai prices.

Low price segment is represented by the products of low quality, the cost of these goods

Диаграмма 2. Объем рынка комбикормов в разрезе ассортиментной сегментации, %, РФ

Diagram 2. Russian compound feed market volume as to assortment segmentation, %, RF



Источник: ФТС, Экспертные оценки, Расчеты B2B Research

Source: FCS, Expert estimation, B2BResearch calculations

*Russian compound feed market is characterized by regional separation; every manufacturer tries to strengthen positions in its region.*



где наиболее развито птицеводство. В Белгородской области и Краснодарском крае также большое внимание уделяется свиноводству. В Башкортостане и Татарстане ставка делается на КРС.

### Оптимистичный прогноз

Согласно прогнозам экспертов, прошлый и этот годы продемонстрируют сохранение достигнутых показателей производства комбикормов, также вполне возможен ощутимый рост рынка.

При оптимистичном прогнозе годовой показатель роста рынка в 2011-2012 годах будет находиться на уровне 10%. Оптимистичный прогноз определяют следующие макроэкономические факторы:

- интенсивные темпы роста промышленного производства;
- появление новых предприятий на рынке;
- решение существующих проблем на рынке зерна (в том числе, вопросы о цене на зерно, пошлинах и эмбарго на экспорт);

#### \* СПРАВКА:

Развитие российского рынка комбикормов в 2009-2010 годах характеризовалось следующими факторами:

- увеличение объема рынка комбикормов примерно на 7-8%;
- преобладание на рынке отечественного производства: доля российского комбикорма оценивается экспертами на уровне около 99% в общем объеме рынка;
- доминирующий объем в структуре рынка сегмента комбикормов для птицы;
- отсутствие сформировавшегося и консолидированного состава основных игроков рынка, доли отечественных и импортных компаний были незначительны.

- активное развитие животноводства;
- увеличение предприятий полного цикла (выпуск комбикормов, выращивание продуктивных животных и изготовление мясных продуктов);
- поддержка со стороны государства;
- создание благоприятных условий для развития небольших фермерских хозяйств;
- снижение цен на комбикорма;
- наращивание производственных оборотов;
- рост нагрузки на предприятия до 20%;
- рост доли дорогих кормов примерно на 15%. ■

The situation at the compound feed market depends also on the domestic grain market which t-in the years 2009-2010 incurred difficulties.

- about 4-5.5 rub/kg. Products of medium price segment can be purchased for 7-9 rub/kg, premium - 16-17 rub/kg.

Consumption of compound feed differs depending on region, farm dimensions, number of animals. Compound feed industry is well developed in the regions where animal breeding is also developed well. Central and Southern Federal Districts consume about 50% of all compound feed. About 15% fall within Siberian Federal District. In Yakutia and Magadan the demand is minimal due to almost complete lack of farmers.

Maximum consumption falls within Belgorod, Lipetsk and Bryansk regions where poultry breeding is highly developed. In Belgorod region and Krasnodar Krai pig breeding is well developed. In Bashkortostan and Tatarstan they mainly place stake at cattle.

### Optimistic forecast

According to expert forecasts, the last and this year will show maintenance of reached parameters of compound feed production, also a significant market growth is possible.

In optimistic forecasts the annual growth rate in 2011-2012 will be about 10%. Optimistic forecast is defined by the next macroeconomic factors:

- intensive industrial production expansion growth rate;
- appearance of new enterprises at the market;
- solving of existing problems of grain market (including, grain prices, taxes and export embargo);
- dynamic animal breeding development;
- increase of number of complete cycle enterprises (compound feed production, animal breeding and meat production);
- support from the state;
- creation of favourable conditions for development of small farms;
- reduction of compound feed prices;
- growth of production turnover;
- growth of enterprise loads by 20%;
- growth of expensive feed share by 15%. ■

Максимальное потребление приходится на Белгородскую, Липецкую и Брянскую области, где наиболее развито птицеводство.

Maximum consumption falls at Belgorod, Lipetsk and Bryansk regions where poultry breeding is highly developed.



- КОМБИКОРМОВЫЕ И ПРЕМИКСНЫЕ ЗАВОДЫ ОТ 10 Т/Ч И ВЫШЕ.
- СИСТЕМЫ ДРОБЛЕНИЯ, СМЕШИВАНИЯ, ГРАНУЛИРОВАНИЯ.
- СИСТЕМЫ МИКРОДОЗИРОВАНИЯ С ТОЧНОСТЬЮ +/- 2ГР.
- ТОСТЕРЫ (РОТАЦИОННЫЕ ПЕЧИ) ДЛЯ ТЕРМООБРАБОТКИ СОИ, ЗЕРНОВЫХ И ЯИЧНОЙ СКОРЛУПЫ.
- ПОРТОВЫЕ ЭЛЕВАТОРЫ.
- ТРАНСПОРТНЫЕ СИСТЕМЫ ОТ 5 ДО 2 000 Т/Ч.
- ТРУБНЫЕ СИСТЕМЫ.
- СИСТЕМЫ АСПИРАЦИИ И ЛОКАЛЬНЫЕ ФИЛЬТРЫ.
- СУШИЛКИ И СИЛОСЫ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ЗЕРНОВЫХ.
- ЗЕРНООЧИСТИТЕЛЬНОЕ И СЕМЕНОВОДЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ.
- СВИНОКОМПЛЕКСЫ И ПТИЦЕФАБРИКИ.
- БИОЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ТЕПЛА И ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ ИЗ СОЛОМЫ, ДРЕВЕСНЫХ И ДР. ОТХОДОВ ДО 20 МВт.
- КОРМОВОЗЫ.



Дания, тел.: +45 20 94 88 89  
 факс.: +45 48 41 88 89  
 Украина, т/ф.: +38 056 370 12 37  
 Россия, тел.: +7 903 551 51 84  
 E-mail: [agrotechnology@mail.dk](mailto:agrotechnology@mail.dk)  
<http://www.agrotechnology.net>



Гость:



**Илья Адамов,**  
маркетолог проектов ГК «ЛАВИРАЖ»

Беседовала:



**Виктория Загоровская**

# Торговля в новом измерении

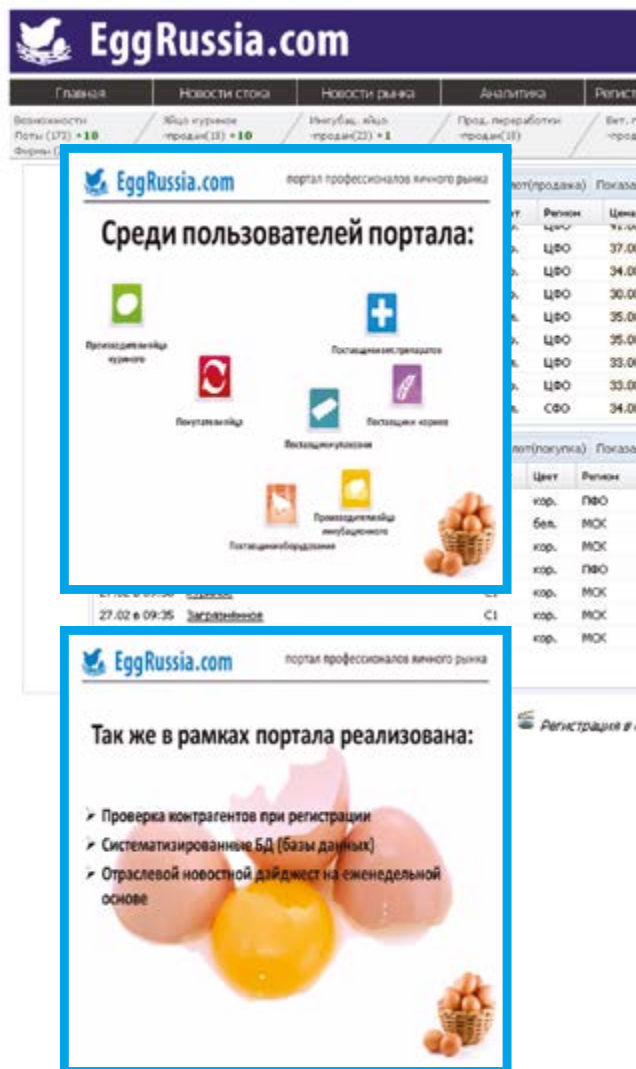
*В последние годы в России активно набирает обороты интернет-торговля – ее рост исчисляется двузначными цифрами. По мнению аналитиков РнС, эта тенденция сохранится и в последующие годы, причем онлайн-торговля вслед за увеличением числа интернет-пользователей получит развитие не только в двух столицах, но и в регионах.*

Использование Глобальной сети в качестве торговой площадки – едва ли не самая популярная на Западе интернет-возможность для агробизнеса. В нашей стране для некоторых отраслей сельского хозяйства также есть площадки для размещения информации о своей компании, оказываемых услугах и поиска партнеров.

О популяризации использования интернета в пищевой отрасли, а также о создании и развитии портала EggRussia.com мы поговорили с **маркетологом проектов Группы Компаний «ЛАВИРАЖ» Ильей Адамовым.**

**– Расскажите о появлении портала EggRussia.com, причинах, побудивших ГК «ЛАВИРАЖ» запустить данный проект.**

– EggRussia.com является инновационным порталом для участников яичного рынка. Идея проекта родилась непосредственно из нужд реального бизнеса, конкретных ситуаций и проблем отрасли. Одному из структурных подразделений группы компаний пришлось заняться реализацией куриного яйца. Приобретая неоценимый опыт работы в данной сфере, специалисты компании сталкивались с конкретными производственными ситуациями, а также основной особенностью – высокой волатильностью цены на яйцо. Это, по сути, и послужило толчком к созданию проекта. В ходе проведенного маркетингового исследования рынка и консультаций с его участниками разработчиками была создана концепция портала. Ее уникальность базируется на двухсезонной модели рынка: период с Пасхальных праздников и до осени, когда наблюдается избыток яй-

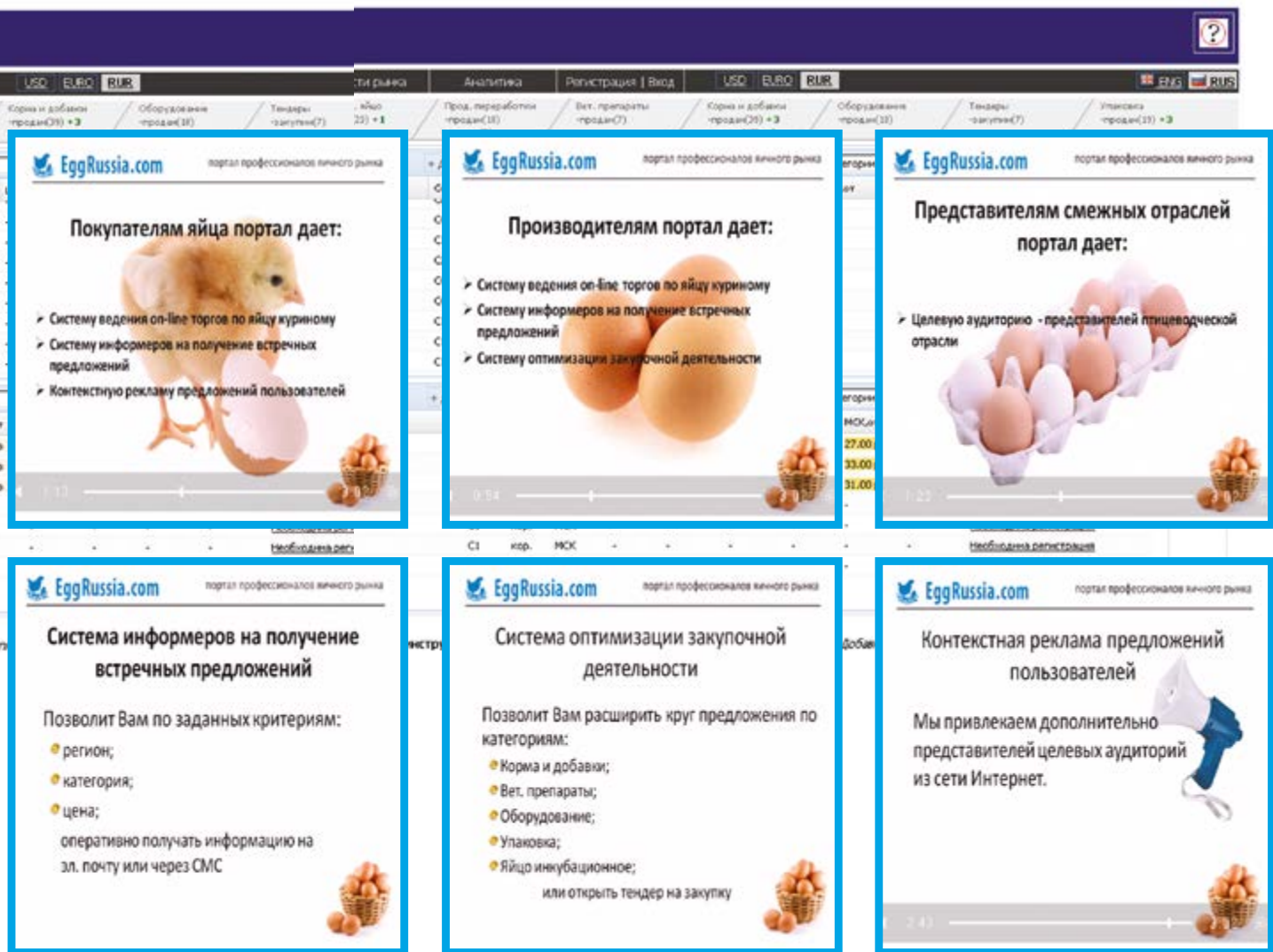


ца на рынке у производителей; и остальное время, когда рынку требуется дополнительный объем продукции. У игроков в зависимости от периода – разная рыночная позиция. Как ни парадоксально, но шаг по цене за десяток составляет 50 копеек или 1 рубль, и создается впечатление, что мало кто считает деньги. Ведь оптимизация цены на 20 копеек при объеме отгрузок по 1 фуру в день даст месячную экономию более 180 тысяч рублей, в годовом исчислении это более 72 тысяч долларов США. Наш портал позволяет получить выгоду независимо от сезона.

**– На кого ориентирован портал? Как за время его работы изменилось количество и состав посетителей?**

– Портал рассчитан в первую очередь на непосредственных участников яичного рынка: производителей куриных яиц, крупных и средних оптовых покупателей. Также концепцией предусматривается наличие на пор-





тале предложений смежных отраслей: корм и добавки, ветеринария, упаковка, инкубационное яйцо, оборудование. Поэтому порталом пользуются не только менеджеры по продаже яйца и закупкам, но и ветеринары, технологи и инженеры. На данный момент портал сфокусирован на себе строго целевой поток посетителей: более 200 человек в день, которые хотят купить продукцию, представленную на сайте, или предложить свою. Более того, общение пользователя с порталом происходит дистанционно, с помощью уникальной функции «информер» (получение информации о предложении / спросе на яйцо в заданном диапазоне цены на электронную почту или SMS). У этой услуги более сотни пользователей.

Если говорить о географии – то это преимущественно ЦФО и Поволжье, где уровень компьютеризации и информа-

ционной культуры достаточно высок. Неожиданно мы столкнулись с проблемой, лежащей в области нашего менталитета, а не рыночных законов: иногда посетители сайта стремятся завышать цену продажи и занижать покупки, готовы торговаться при личном контакте, например, по телефону.

**– Насколько я знаю, с декабря минувшего года каждый пользователь портала получил возможность осуществить размещение своего предложения и поиск контрагента на бесплатной основе. С чем связано такое решение?**

– Это достаточно серьезное изменение в концепции портала, однако оно не идет в разрез с политикой информационной открытости, декларируемой компанией. Платным остается подключение услуги «информер». Из текущих разработок (дополнений на портале) могу на-

*Помимо других преимуществ, онлайн-платформа позволяет значительно сократить издержки на маркетинг и упрощает ведение торговли.*

звать расширение тендерной площадки, которая позволит оптимизировать закупочные цены птицеводам. Разработчиком также был создан и запущен проект по зерновому рынку GrainStock.ru.

**– Как Вы оцениваете перспективы подобных электронных торговых площадок?**

– Портал EggRussia.com по своей сути инновационен и обладает большим потенциалом для развития не только как инструмент продаж, но и как платформа коммуникативного взаимодействия участников рынка, в частности, оператором портала создается и распространяется еженедельный отраслевой дайджест.

ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ**Илья Адамов:**

*«Если говорить о секторе B2B, то относительно новым и перспективным форматом реализации продукции является проведение электронных торгов и аукционов».*

Многие отрасли народного хозяйства требуют не только инвестиций, структурных изменений, но и новых инструментов хозяйствования, птицеводческая отрасль не исключение. При создании портала был использован механизм биржевой торговли, реализованный в современных торговых модулях, нами создавался новый отличительный от досок объявлений и каталогов продукт. Он обладает рядом преимуществ: он лишен информационной мусора – старой и неактуальной информации, все участники портала проходят проверку регистрационных данных, используя базы данных ФНС и Росстата.

**– Каковы основные тенденции развития онлайн-торговли пищевыми продуктами в России?**

– Рынки пищевых продуктов в своей массе – это уже сформировавшиеся классические рынки. В то же время спрос диктует новые требования к производителям/поставщикам, в том числе это связано и с изменениями в структуре потребления конечных потребителей и особенностями в каналах продаж. Этот процесс предполагает с одной стороны рост предложения, с другой – сегментацию товарных рынков. Развитие и зарождение онлайн-торговли на B2B продовольственном рынке предполагают в первую очередь многоканальность: возможность осуществлять поиск (получение) информации, выбор, покупку, получение товара как в классической оффлайн-среде, так и онлайн, совмещающая каналы и переходя из одного в другой.

Среди основных тенденций на этих рынках можно выделить:

- неотделимость онлайн- и оффлайн-каналов и превалирование последних;

- ускорение процессов сбора и принятия решений;
- унификация процессов в каналах;
- интеграция этапов в дистрибутивном канале.

**– Насколько активно онлайн-каналы используются производителями пищевой продукции? Можете привести в пример реализованные интернет-проекты?**

– Если говорить о секторе B2B, то относительно новым и перспективным форматом реализации продукции является проведение электронных торгов и аукционов. Основное преимущество торгов с помощью интернета – возможность миновать посредников – уже оценили некоторые компании. Так, например, ЗАО «Сибирская группа» (Томск) производит закупки свинины в полутушах и прочей продукции с использованием автоматизированной информационной системы «Торговая площадка». Интернет площадкой, на которой осуществляется размещение информации о закупках и проведение электронных аукционов, является официальный сайт компании.

Электронная площадка «КОМОС ГРУПП» – первый опыт создания эффективной электронной торговой площадки в Удмуртской Республике. Как отметил начальник отдела реинжиниринга бизнес-процессов компании Вячеслав Бердов, электронные торги позволили сделать процесс закупок более продуктивным и прозрачным. В дальнейшем «КОМОС ГРУПП» планирует предоставлять торговую площадку и для других предприятий республики, внедрять систему объединения лотов, а также активно продвигать торговую площадку в интернете.

В мае прошлого года Министерство сельского хозяйства Ставропольского края запустило на своем сайте электронную торговую площадку, где хозяйства могут размещать сообщения о продаже и оставлять заявки на покупку. Раздел «Торговая площадка» включает восемь категорий: «Растениеводство», «Мясная продукция», «Молочная продукция», «Семена», «Овощи», «Технические культуры», «Алкогольная продукция», «Хранение».

Успешно продают свою продукцию через интернет амурские земледельцы и животноводы. К такому выводу пришли в региональном Минсельхозе, подведя первые итоги работы специально созданной для торгов веб-страницы. Торговый раздел на сайте областного Министерства сельского хозяйства открыли в августе 2011 года. Информацию о наличии товара мо-

**«Использование Глобальной сети в качестве торговой площадки – едва ли не самая популярная на Западе интернет-возможность для агробизнеса».**

гут разместить как крупные предприятия, так и любой владелец личного подсобного хозяйства. Они предлагают мясо, овощи, молочные продукты. Чтобы фермеры освоились в интернете, по поручению губернатора в селах организованы бесплатные курсы.

**– На Ваш взгляд, каковы возможности использования интернета в современной пищевой отрасли?**

– Говоря о перспективах интернета применительно к пищевой отрасли, приходится констатировать существование старых, ретроградных форм ведения бизнеса, проявление деловой близорукости, нежелание осваивать что-то новое, наличие «серых» схем во взаиморасчетах, а зачастую и технические трудности. Однако не все так печально. Российский рынок онлайн-торговли еще относительно молод. Он активно развивается, но все еще далек от насыщения. Основной тенденцией является увеличение аудитории, причем как за счет расширения географии обслуживания, так и за счет выхода на рынок онлайн-торговли игроков из ранее не представленных сегментов. В то же время конкуренция на российском рынке постепенно возрастает, что приводит к улучшению качества обслуживания и удобства для пользователя. ■



# НА ШАГ ВПЕРЕДИ !

весозетикеровочно-упаковочный комплекс  
чеквейеры, автоматизация  
электронные весы

ООО «КАСцентр»  
г. Москва,  
Волоколамское ш., 1, оф.506  
Телефон: (499) 271 66 27

cas.ru



**CAS**



## СОВРЕМЕННОЕ ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПТИЦЕВОДСТВА КОМПАНИИ ООО «Производственно-Техническая Фирма «КРИОТЕК»



- Воздушно-капельное охлаждение
- Ледяная вода для ванн
- Чешуйчатый лёд для субпродуктов
- Замораживание птицы и полуфабрикатов
- Камеры хранения
- Вентиляция и охлаждение производственных помещений, коридоров, тамбуров

(495) 580-61-71; 580-61-51

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

Приглашаем Вас посетить наш **стенд F019**  
на выставке «Мясная/Молочная  
Индустрия 2012» с 13 по 16 марта,  
ВВЦ, Москва, Павильон 75





## Проект в Рязанской области

В Старожиловском районе Рязанской области продолжается строительство птицефермы по производству мяса индейки. Объем инвестиций проекта составил 373 млн рублей.

Проект на участке площадью 67,2 га возле деревни Брусня осуществляется ООО «Рудо-ИндоСтар», входящим в группу компаний «РУДО».

В настоящее время ведется строительство пяти птичников, смонтированы фундаменты и каркасы для всех корпусов, ведутся работы по подводке энергоснабжения и обустройству съездов с автодороги «Старожилово-Панино-Мишенево».

Первую очередь строительства комплекса по производству 1 тыс. тонн мяса индейки в год планируется сдать в эксплуатацию в июле 2012 года, выпуск продукции намечен на декабрь текущего года. Птенцов будут завозить из Германии, Польши, а в будущем из Тулы. Конечная продукция – мясо индейки в тушках и полуфабрикаты мелкой фасовки.



Как отметил губернатор области Олег Ковалев, в Старожиловском районе это уже вторая ферма по производству мяса индейки, которое сегодня очень востребовано. «Хороший проект, и мы будем оказывать всяческое содействие приходу в регион подобных инвесторов», – сказал Олег Ковалев. – Вообще в Рязанской области продолжается диверсификация сельскохозяйственного производства: развивается мясное и молочное животноводство, овощеводство, возделывание масличных культур и картофеля. Многоотраслевой характер АПК уменьшает риски при погодных катаклизмах, поэтому мы поддерживаем все виды аграрного бизнеса на территории региона».

webpticeprom.ru

## В Калужской области будут растить цесарок

В начале зимы прошлого года рядом с земельными угодьями ОАО «Агрофирма Адуево» в Калужской области началось строительство фермерского комплекса ООО «Самсон-Ферма» по производству биоорганических (натуральных) продуктов из мяса и яиц цесарки.

Инвестором проекта является московская фирма «Самсон-Фарма». Уже возведены десять зданий, в том числе восемь птичников для содержания



жания цесарок на откорме, птичник для несушек, цех убоя и утилизации переработки мяса, включая переработку отходов; в отдалении от птичника готова к эксплуатации инкубаторная станция, рядом с ней – склад-холодильник. Около проходной построен двухэтажный административно-бытовой корпус с санпропускником, помещением для охраны, диспетчерским пунктом, мини-зооветлабораторией и прачечной.

На выращивание в цех откорма будет поставляться до 220 тыс. суточных цесарят, что обеспечит в год производство более 250 тонн мяса птицы в живом весе

agro.ru

## «Черкизово» приобретет производителя комбикормов

ФАС России удовлетворила ходатайство птицефабрики «Васильевская» (Пензенская обл.) о покупке 31,2% акций Пензенского комбината хлебопродуктов, говорится в пресс-релизе ведомства.



Сейчас «Васильевская» (в 2011 году произвела 74 235 тонн мяса птицы, 109,9 млн инкубационного яйца и 120,5 млн валового яйца) владеет 62,2% акций хлебокомбината. Разрешение ФАС России на совершение сделки действует в течение года, пояснили в пресс-службе группы «Черкизово» (владеет «Васильевской»), не уточнив, когда состоится сделка.

Акции купят у Объединенной зерновой компании (ОЗК). Для компании нецелесообразно владеть неконтрольным пакетом акций комбината, так как нет возможности принимать ключевые решения, говорится в ответе пресс-службы ОЗК. Компания стала акционером пензенского комбината и еще 29 предприятий в области хранения и переработки зерна, получив их пакеты в рамках увеличения своего уставного капитала (по указу президента РФ от 20 марта 2009 года). Сумму сделки стороны не называют.

По оценкам аналитика «Инвесткафе» Антона Сафонова, она будет не ниже 100 млн рублей.

По словам аналитика ФГ БКС Богдана Зыкова, хлебокомбинат – один из крупнейших в об-

ласти производителей комбикорма для птиц: в 2010 году, по собственным данным, компания выпустила 1060 тонн. Доля комбикормов в себестоимости продукции птицефабрик варьируется от 60 до 70%, знает вице-президент агрофирмы «Птицефабрика Сеймовская» Артур Холдоев (в 2011 году выпустила около 1 млрд яиц). По его словам, наличие собственного комбикормового производства даст птицефабрике экономию на кормах 10-15% в год.

Vedomosti.ru

## «Кочубеевская» прикупит активов

Федеральная антимонопольная служба РФ удовлетворила ходатайство «Кочубеевской птицефабрики» (Ставропольский край) о покупке 100% акций ЗАО «Белореченский комбикормовый завод».

Об этом сообщается в пресс-релизе антимонопольного ведомства. Кроме того, удовлетворено ходатайство этой фабрики о покупке 54,8% акций ЗАО «Птицефабрика Белореченская» (Краснодарский край).

«Кочубеевская птицефабрика» входит в группу «Ресурс», которая является одним из крупных производителей мяса птицы в России. В состав группы входят элеватор, два комбикормовых завода, пять инкубационных комплексов, шесть племенных и 14 бройлерных предприятий, а также два птицеперерабатывающих комплекса общей годовой мощностью 120 тыс. тонн продукции.

Kommersant.ru

## «Алтайский бройлер» удвоил показатели

ЗАО «Алтайский бройлер» (дочернее предприятие белгородской компании «Приосколье») по итогам прошедшего года увеличило производство куриного мяса в 1,8 раза.

Как сообщает пресс-центр администрации Алтайского края со ссылкой на генерального директора компании Николая Байдинова, компания перевыполнила намеченные планы развития, произведя 62 тыс. тонн куриного мяса. Общая выручка от его реализации составила порядка 3,4 млрд рублей.



«В 2012 году на ЗАО «Алтайский бройлер» продолжится работа по увеличению мощности комбикормового завода», – отмечает пресс-центр.

Интерфакс – Россия

## «Газпромбанк» рефинансирует обязательства «Боровской»

«Газпромбанк» рефинансирует часть обязательств птицефабрики «Боровская», которая является собственностью Ханты-Мансийского автономного округа.



ГАЗПРОМБАНК

«Новый партнер агропромышленного предприятия оказал своевременную финансовую помощь. Данные меры позволяют обеспечить стабильность работы предприятия, в том числе и подготовку к весенне-полевой кампании», – сообщили в пресс-службе главы НАО.

Это первый этап реализации плана по развитию деятельности птицефабрики. Разработанный совместно с правительством Югры график мероприятий даст возможность погасить рефинансированные обязательства и обеспечить прибыльную деятельность акционерного общества.

Добавим, в настоящее время крупнейшая в России птицефабрика «Боровская» работает в текущем плановом режиме, готовит программу по модернизации сельскохозяйственного оборудования и обновлению парка уборочной техники.

kazakh-zerno.kz



## Черкизово построит индюшину ферму

Группа «Черкизово» в 2012 году планирует начать строительство индюшиной фермы в Тамбовской области. Сметная стоимость проекта – 4 млрд рублей, говорится в документах обл администрации.

Планируется, что ферма расположится в Первомайском и Староруевском районах области. Проектная мощность – до 40 тыс. тонн мяса. Ввод в эксплуатацию проекта намечен на 2014 год.

В администрации Тамбовской области от комментариев будущего проекта отказались. В самой компании также предпочитают свои планы не комментировать. Источник в региональной администрации отметил, что «Черкизово» действительно уже в текущем году планирует приступить к реализации проекта.

Отметим, что на территории Тамбовской области «Черкизово»

имеет подразделение – «Тамбов-мясопром», представляющее собой свиноплекс на 4,8 тыс. свиноматок каждый, рассчитанный на выращивание порядка 200 тыс. голов свиней в год. Также в Тамбове под контролем компании находится торговый дом «Мясное царство».

Агентство  
Бизнес Информации

### Индюшинный проект

«Агрохолдинг «Рамонская индейка» готовит к запуску в Воронежской области предприятие по производству мяса индейки.



Стоимость проекта оценивается в 1,6 млрд рублей. Как сообщает пресс-центр областной администрации, мощностью предприятия составит 10,8 тыс. тонн в год. Кроме того, на создаваемом производстве планируется организовать также производство продуктов переработки мощностью 1,09 тыс. тонн в год.

webpticeprom.ru



### «Промоптторг» модернизирует производство

ООО «Промоптторг», единственное предприятие в Дальневосточном регионе по выпуску перепелиного яйца, в 2012 году направит на модернизацию фабрики в Хабаровске 15 млн рублей, сообщила исполнительный директор компании Альфия Капитанова.

«Скоро специалисты из Санкт-Петербурга начнут на фабрике монтаж первой партии нового оборудования – клеток для содержания.

В этом году мы намерены запустить два современных цеха по производству перепелиного яйца», – сказала она. По ее словам, предприятие в 2012 году планирует увеличить на 100% по-

головые птицы – до 160 тыс. перепелок. Производство яйца возраст в 4 раза – до 40 млн штук, мяса – на 40%, до 3 тыс. кг.

Интерфакс – Россия

### «Курский агрохолдинг»: запуск объектов

ЗАО «Курский агрохолдинг» (структура белгородского ЗАО «Белая птица») планирует в I квартале 2012 года ввести в строй комбикормовый завод, два репродуктора, птицеперерабатывающий комбинат и семь птицефабрик по откорму бройлеров в рамках инвестпроекта стоимостью 11,7 млрд рублей (Горшеченский район), сообщили в курской обл. администрации.

На апрель компания наметила посадку птицы на откорм. Напомним, что проект предполагает возведение птицеводческого комплекса мощностью 120 тыс. тонн мяса в живом весе и 7 млн штук товарного яйца в год. Кроме того, «Курский агрохолдинг» намерен производить 74,606 тыс. тонн зерна. Стоимость проекта составляет около 11,7 млрд рублей.

Изначально стоимость проекта оценивалась в 10 млрд рублей, а мощность птицекомплекса –

100 тыс. тонн мяса. Напомним, соглашение о строительстве птицеводческого комплекса между ЗАО «Белая птица» и областным правительством было подписано в конце 2009 года.



ЗАО «Белая птица» (ранее холдинг назывался ЗАО «Кочетковъ») включает зерновую компанию, комбикормовый завод мощностью производства до 240 тыс. тонн, три репродуктора (около 59 млн яиц в год), инкубаторий (69 млн цыплят), восемь птицефабрик с общим объемом производства до 100 тыс. тонн живой птицы, комплексное производство по убою (10,5 тыс. голов в час) и переработке (130 тыс. тонн мясопродукции), а также торговый дом (реализует более 84 тыс. тонн мясопродукции в год). Выручка от реализации в 2009 году составила 5,22 млрд рублей.

Агентство Бизнес Информации

**ЭКСПЕРТ ПО ВОПРОСАМ ПЕРЕРАБОТКИ ЯЙЦА** **УЖЕ БОЛЕЕ 60 ЛЕТ**



Наш Опыт позволит создать производство  
Высококачественных Жидких и Сухих яичных продуктов



от 8.000 яиц/ч на нашей компактной линии  
**OVOCOMPACT®**



до 144.000 яиц/ч на полностью автоматических линиях  
**OVOLINE®**

**Вас интересует переработка яйца?**  
Обратитесь к нам сегодня за дополнительной информацией!






E: [russia@actini.com](mailto:russia@actini.com) • T: 7 (495) 937 2297 • [www.actini.com](http://www.actini.com)



## «Окская птицефабрика» увеличит производство

Агрохолдинг ЗАО «Окская птицефабрика» входит в число лидеров яичной промышленности в России, спрос на «Окское» яйцо постоянно растет.



На фабрике увеличивается поголовье кур-несушек. К концу 2011 года производится 1,65 млн штук яиц в день, 50 млн штук в месяц. За 2010 год всего было произведено 512 млн яиц, а в 2011 году агрохолдинг вышел на уровень производства 573 млн яиц. Новым структурным подразделением птицефабрики стала открывшаяся производственная площадка возле поселка Дашки-2. Здесь планируется построить четыре новых цеха, два из которых уже введены в действие. В каждом из двух новых размещается по 123 тыс. кур-несушек. Планируется, что с вводом в действие всех четырех цехов объекта объемы производства возрастут почти на 30%.

Неподалеку от села Вышетравино вступает в завершающую стадию строительство Окского инкубатора – самого крупного не только в рязанском регионе, но и всей России. Производственная мощность первой очереди «Окского инкубатора» – 40 млн яиц, это 15 млн кур. Собственные потребности фабрики – 2,5 млн птицы, остальное будет продаваться на предприятия отрасли по всей стране.

ikar62.ru

## «Орловские зори» признаны банкротом

Арбитражный суд Орловской области поставил точку в финансово-долговой эпопее птицефабрики ООО «Орловские зори». В декабре она признана банкротом по иску Курского отделения Сбербанка России, которому птицеводы задолжали более 600 млн рублей.

«Деятельность предприятия является нерентабельной и практически прекращена, выручка от реализации продукции не покрывает издержек на производство, должник имеет значительную кредиторскую задолженность», – сообщили в суде. В отношении общества от-

крыто конкурсное производство сроком на шесть месяцев.

ООО «Орловские зори» было образовано в 2008 году. Занималось разведением птицы. До 2010 года общество являлось структурным подразделением курского агрокомплекса «Красная поляна». В последние годы реорганизованное предприятие «Орловские зори» работало на базе предприятия «Орловский бройлер» и птицефабрики «Орловская» в пос. Альшанские Выселки (Орловский район).

По информации Департамента сельского хозяйства Орловской области, в конце прошлого года птицефабрика не имела оборотных средств, чтобы погасить долги и приобретать корма для птицеводства. Именно нехватка средств на закупку кормов стала финальной точкой в работе фабрики.

Как подчеркнули в Минсельхозе, собственник должен был заранее беспокоиться о том, чтобы было заготовлено зерно для производства комбикормов в необходимом количестве. Тем более что департамент еще в августе прошлого года предлагал руководству птицефабрики помочь с поставками зерна орловских сельхозтоваропроизводителей.



«К сожалению, вышло наоборот. В этой ситуации можно сослаться на то, что дорожало зерно, растут цены на электроэнергию, увеличивается себестоимость продукции и т. д. Но в отрасли уже много лет нет стабильности, и все это надо просчитывать далеко вперед, в том числе всерьез стоило задуматься о производстве собственных кормов», – отметили в ведомстве.

webpticeprom.ru

## «Тюменский бройлер» модернизируют

240 млн рублей будет направлено на модернизацию «Тюменского бройлера» в 2012 году. Об этом сообщил заместитель губернатора региона, директор департамента АПК области Владимир Чейметов на заседании комитета областной думы по аграрным вопросам и земельным отношениям.

«Модернизация позволит в течение 2012-2014 годов увеличить производство мяса птицы на 80%, – отметил он. – В текущем году будет действовать региональная программа поддержки предприятий, которые производят мясо птицы. Финансирование пойдет из регионального и федерального бюджетов. В 2012 году начнется строительство нескольких животноводческих

комплексов в Ялutorовском, Ярковском, Сорокинском районах. Финансовая помощь претерпела изменения: теперь бюджет будет субсидировать инвесторам не строительство комплексов, а инфраструктуру и оборудование».



Говоря о развитии рыбной отрасли в регионе, Владимир Чейметов добавил, что в 2011 году в Тобольском районе на оз. Царево завершилось строительство базы сбора пеляди. «В 2012 году планируется завершить строительство племенного центра холодноводного рыбоводства на оз. Волково Тобольского района. В текущем году стартует серьезная программа по Сладковскому району, где будет построен прудовой рыбопитомник и завод замкнутого производства рыбы. Увеличив объемы производства рыбы в субъекте, мы планируем через 3-4 года полностью закрыть потребность области в этом продукте», – уточнил он.

Тюменская Линия

## «Продукты питания» расширяют ассортимент

Компания «Продукты Питания», крупнейший российский производитель замороженных полуфабрикатов под ТМ «Золотой Петушок» и «Домашняя Сказка», расширяет продуктовый ассортимент.

Под ТМ «Золотой Петушок» выпускается новая котлетная группа мясных полуфабрикатов без панировки из свинины и говядины в среднем ценовом сегменте. Данный шаг обусловлен планами компании увеличить свою долю на рынке и предложить потребителям продукцию высокого качества в традиционной категории мясных полуфабрикатов – котлетной группе, которая пользуется стабильным спросом. Таким образом, лидер рынка по производству продуктов из птицы входит в новую категорию мясного полуфабрикатов из другого мясного сырья и предлагает потребителям формованные замороженные продукты из рубленого мяса безупречного качества с высокими потребительскими свойствами.



Полностью автоматизированный процесс производства исключает ручной труд. Продукты проходят строгий контроль качества на всех этапах производства от поступающего сырья до

выхода готового продукта на прилавок. Современные технологии и IQF-заморозка обеспечивают высокие потребительские свойства продукта, сочность и полезность мяса.

Котлеты поставляются в картонной коробочке с ярким современным дизайном. Удобная квадратная форма упаковки имеет оптимальный вес – 300 г. В планах компании – дальнейшее развитие ассортимента полуфабрикатов из мяса говядины и свинины. По словам вице-президента компании «Продукты Питания» Дамира Имамovichа, «Золотой Петушок» сегодня предлагает не только продукты из мяса цыпленка, но и из говядины и свинины – на любой вкус! Мы точно знаем, что наши новинки будут пользоваться спросом у российских потребителей, ведь они созданы с учетом вкусовых предпочтений россиян и положительной динамики на стабильный спрос данной категории продукции. Мы непрерывно работаем над расширением ассортимента, делая ставку на высокое качество продукта и разнообразный ассортимент, каждый выберет для себя любимый вкус как традиционных, так и оригинальных блюд.

По сообщению компании

## Уткофабрика в Ленинградской области

В Гатчинском районе Ленинградской области продолжается строительство уткофабрики с годовым объемом производства утиного мяса 1 тыс. тонн в год. Объем инвестиций в проект 215 млн рублей. Предприятие разместится вблизи деревни Куйдузи Пудостской волости на участке площадью 60 га.



Инициатором проекта выступает ООО «Гатчинская уткофабрика». Планируется ежегодно производить: инкубационное яйцо в объемах до 970 тыс. штук, молодняк утят свыше 500 тыс. голов, тушку утки охлажденной – 510 тонн, а также утиные эмбрионы, субпродукты, пухперо. На фабрике, после ее открытия, будут трудиться до 80 человек. Основным видом сырья для предприятия является корма для птиц и подстилочный материал (стружка, солома). Годовая потребность в кормах составляет 4,5 тыс. тонн. Подстилочный материал в объеме 3,1 тыс. тонн фабрика намерена закупать у крупных деревообрабатывающих предприятий.

«Уже налажены хорошие производственные связи с поставщиками кормов, потребителями эмбрионов и покупателями утиного мяса», – говорится в сообщении правительства Ленобласти.

webpticeprom.ru



# Отличное качество и оптимальный выход продукции

# идеальный

# конечный продукт

Устройство “Мейн WLD” для обвалки целой ножки полуавтоматически обрабатывает левую и правую анатомические ножки с кожей или без кожи, с производительностью 3.000 ножек в час. Установку легко обслуживать и регулировать. Более того, все необходимые операции, выполняемые вручную, быстро усваиваются, легко выполняются и в меньшей мере оказывает напряжение на мускулы и суставы работников. Это позволяет предприятиям перерабатывающей промышленности достигать выдающихся результатов в короткий промежуток времени и легко обеспечивать непрерывность процесса.

Устройство “Мейн WLD” для обвалки целой ножки – идеальное решение для производства из целой ножки филе исключительного качества при непревзойдённо высоком выходе продукции.



## ООО «Мейн»

125212, Российская Федерация  
г. Москва, ул. Адмирала Макарова,  
дом 8, строение 1  
телефон: +7 495 783 76 35  
факс: +7 495 783 76 34  
Интернет: [www.meyn.com](http://www.meyn.com)

## ООО «Мейн», Екатеринбург

620010, г. Екатеринбург,  
ул. Профсоюзная, дом 43,  
офис 316  
телефон: +7 343 345 7298  
мобильный: +7 916 816 8724

**МЕЦП**

Poultry Processing Solutions

В статье старшего научного сотрудника ВНИИ птицеперерабатывающей промышленности РАСХН Татьяны Трухиной, опубликованной в журнале №05 (09) за 2011 год, по вине редакции был допущен ряд неточностей. Приносим свои извинения автору и приводим исправленный вариант статьи.

Автор: **Татьяна Трухина**,  
старший научный сотрудник  
ВНИИ птицеперерабатывающей  
промышленности РАСХН

# Экономическая эффективность глубокой переработки мяса птицы

*Рост объема производства и уровня наполнения рынка продуктами из мяса птицы определяет необходимость обращения к рациональным подходам при комплексном использовании сырья.*

Многие проблемы рационального использования сырья решает глубокая переработка мяса птицы. Она позволяет рационально использовать сырье, направляя наиболее ценные части тушек, такие как грудки и окорочка, на производство натуральных полуфабрикатов, а менее ценные, такие как carcasses и шеи, – на механическую обвалку и далее на производство рубленых изделий, например, колбас или консервов. А из так называемой сопутствующей (или «побочной») продукции, представляющей собой костный остаток после механической обвалки, вырабатывают бульоны, сухие корма, консервы для животных и многое другое.

Глубокая переработка мяса птицы также позволяет рационально использовать нестандартные по упитанности и обработке тушки птицы, которые раньше не находили своего потребителя. В настоящее время все российские птицефабрики производят продукцию глубокой переработки мяса птицы, причем у некоторых из них количество наименований достигает 200-250. Повышение уровня переработки тушек, направляемых на производство полуфабрикатов и готовых изделий, характерно для предприятий, избравших в качестве приоритета производство широкого ассортимента продукции. Это стало результатом переориентации производителей мяса птицы на конечный результат, стремление отвечать требованиям рынка и предпочтениям покупателей. Компании, использующие глубокую переработку мяса птицы, повышают свою экономическую эффективность, расширяют ассортимент и занимают новые ниши на рынке.

Комплексный методический подход к определению экономической эффективности производства включает в себя не-

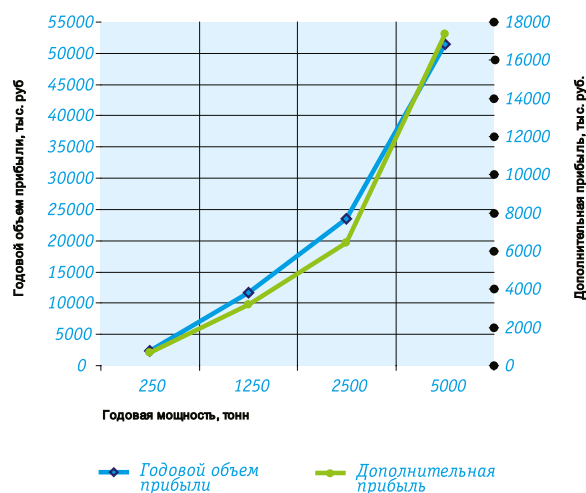


График 1. Изменение объема товарной продукции в зависимости от мощности

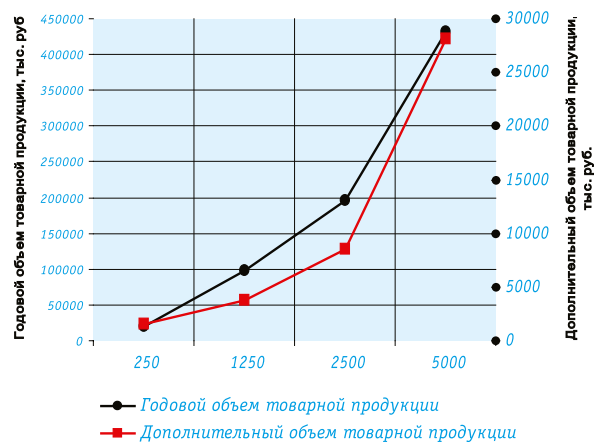


График 2. Изменение объема прибыли в зависимости от мощности

сколько этапов: методический подход к изучению и анализу потребительского рынка, методические принципы формирования производственной программы и методические основы определения эффективности производства.

В ходе изучения потребительского рынка стало понятно, что сегодня важно не просто произвести продукцию, а реализовать ее. При исследовании потребительского рынка продуктов из мяса птицы необходимо учитывать ряд факторов, определяемых спецификой товара. Птицеперерабатывающие предприятия производят свою продукцию из

*«Компании, использующие глубокую переработку мяса птицы, повышают свою экономическую эффективность, расширяют ассортимент и занимают новые ниши на рынке».*

сельскохозяйственного сырья и реализуют ее на продовольственном рынке, на мясо птицы отсутствует отложенный спрос, то есть постоянность функционирования рынка обусловлена непрерывностью воспроизводства рабочей силы.

Кроме того, существует взаимозаменяемость между мясом птицы и другими видами мяса; между мясом птицы и полуфабрикатами из него. Надо принять во внимание, что большинство продуктов из мяса птицы имеет ограниченные сроки хранения.

Методический подход к изучению и анализу потребительского рынка является главным и первоначальным этапом определения экономической эффективности. Методическое обоснование изучения потребительского рынка представляет собой совокупность методов получения информации о состоянии и развитии спроса на исследуемые товары.

Исследование потребительского рынка проводится по ряду направлений. Прежде всего, проводится текущее изучение спроса, рассматриваются те случаи, когда в коммерческой деятельности предприятия появляются серьезные проблемы, в частности, дефицит спроса, ассортиментная диспропорция, трудности в сбыте продукции из-за незнания рынка, завышенные цены, недостаточность информации (когда не знают о товарах конкурентов, вариантах нового товара, представленного на рынке, и т. д.).

Здесь используется метод наблюдения, анализа и количественной оценки. Для предприятий особенно важен прямой метод наблюдения, то есть изучение информации непосредственно от розничных и оптовых потребителей, который позволяет собрать максимально полные и достоверные данные, что особенно важно в условиях острой конкуренции. Прямой метод наблюдения применяется при изучении потребительской оценки ассортимента и качества продукции, а также отношения покупателей к предлагаемым товарам. Наиболее доступным является метод изучения потребительского рынка путем анкетирования. В зависимости от целей проводимого исследования анкеты могут разрабатываться самим предприятием или привлеченными специалистами, имеющими опыт работы в данной отрасли.

Изучение потребительского рынка рекомендовано компаниям, укрепившимся со своим товаром в определенной продуктовой нише, участникам отрасли, выводящим на ры-

нок новинку или осваивающим новые региональные рынки, а также строящимся и проектируемым предприятиям.

Исследование может быть направлено либо на группу товаров, либо на конкретное наименование продукта. Действующие предприятия, стабильно работающие в своем сегменте, должны постоянно проводить текущее изучение спроса для корректирования производственной программы в соответствии со сложившейся рыночной конъюнктурой. Как правило, оно проводится отдельно на каждый вид продукции, для чего используется анкетирование. Компании, выходящие на рынок с новым продуктом либо осваивающие новые региональные рынки, имеют возможность запустить пробную партию товара и на основе ее изучения понять отношение к нему потребителя. Исследование спроса в данном случае проводится путем организации выставок-продаж, пробных продаж, дегустаций, мероприятий по презентации группы товаров, изучение отношения к которым поможет сформировать рынок спроса. При проектировании новых предприятий одновременно с разработкой технико-экономического обоснования необходимо проводить изучение спроса на ассортиментную линейку продуктов, чтобы определить их перспективы на рынке. Рекомендуются исследовать рынок на примере товара-аналога, либо на примере другого продукта, обладающего свойствами, максимально приближенными к тому, который планируется выпускать. Наиболее достоверными в данном случае будут экспертные оценки специалистов торговли, которые имеют опыт работы на рынке изучаемого продукта.

**4-Й ТЕХНИЧЕСКИЙ СЕМИНАР**  
**«Холодильные системы и пищевые технологии — эффективное взаимодействие»**

**ПРИГЛАШАЕМ ВАС**  
 принять участие в семинаре и прислать заявку до 04 апреля 2012 года  
 по факсу: (812) 740-55-48 или e-mail: seminar@ok-ref.ru

**Время проведения:** 18–20 апреля 2012 года  
**Место проведения:** Санкт-Петербург, ул. Фурштатская д. 24, «Кочубей Клуб».  
**Организаторы семинара:** ООО «ОК»,  
 при участии Российского союза предприятий холодильной промышленности,  
 Международной Академии Холода, Северо-Западного управления Федеральной  
 службы по экологическому, технологическому и атомному надзору.

**Основной целью семинара является:**  
 Получение практической информации  
 о возможных путях создания и реконструкции систем холодоснабжения,  
 о методах повышения эффективности систем холодоснабжения  
 для пищевых технологий, об автоматизации и управлении  
 холодильными системами промышленных предприятий,  
 о новом холодильном оборудовании и обмен опытом.

 **Нам 20 лет!**

ПРОМЫШЛЕННЫЕ  
ХОЛОДИЛЬНЫЕ  
СИСТЕМЫ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ  
ПОСТАВКА  
МОНТАЖ

ООО «ОК», 194044, Санкт-Петербург, Большой Сампсониевский проспект, дом 45, литера А  
 тел.: +7 (812) 740 2265, факс: +7 (812) 740 5548 office@ok-ref.ru, http://www.ok-ref.ru



Схема 1. Комплексный методический подход к определению экономической эффективности производства



Схема 2. Порядок изучения спроса на потребительском рынке птицепродуктов

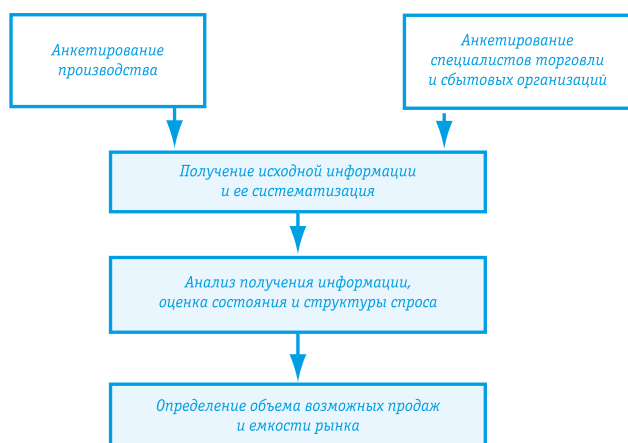
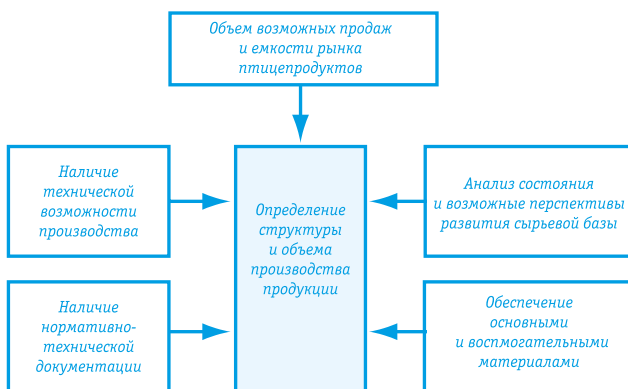


Схема 3. Порядок формирования производственной программы предприятия



При обработке собранной информации я бы рекомендовала в первую очередь сгруппировать потребителей по главному показателю, заложенному в анкету. В числе основных факторов, по которым группируются потребители на рынке птицепродуктов, можно выделить: демографические (размер семьи, уровень дохода на каждого члена семьи) и поведенческие (степень нуждаемости в продукте, степень готовности купить продукт, отношение к его качеству и цене). Главным показателем, под влиянием которого формируется спрос на птицепродукты, является платежеспособность населения. Все большее значение, особенно для семей со средним и ниже среднего достатком, приобретает цена товара. Анализ анкет по возможному уровню цен на птицепродукты различных групп населения даст возможность предприятиям найти нишу для реализации своего товара, ориентируясь на конкретного покупателя, структуру его доходов. Информация, полученная в ходе опроса, позволяет определить объем среднедушевой покупки и увидеть, как формируется спрос в зависимости от уровня дохода.

Опрос покупателей и специалистов торговли является источником информации для оценки структуры спроса, определения фактических и возможных продаж производимой продукции, расчета емкости рынка птицепродуктов. Объем возможных продаж на рынке птицепродуктов по каждой ассортиментной позиции представляет собой сумму объемов фактических продаж (реализованного спроса) и неудовлетворенного спроса. Определение емкости данного рынка возможно двумя способами, каждый из которых не является взаимоисключающим, а дополняет другой. При первом способе емкость рынка определяется исходя из объема возможных продаж по торговой точке и удельным весом поставки товаров в данную торговую точку. При втором емкость рынка определяется по регионам как произведение объемов среднедушевой покупки в определенный период времени и численности населения региона.

Таким образом, анализ результатов исследуемого рынка позволит установить наличие реальной и потенциальной потребности населения в конкретном виде продукта, количественные показатели развития рынка, репутацию различных позиций – как на предприятии, так и у конкурентов, отношение потребителей к качеству товара и его цене.

Все это обеспечит предприятиям обоснованный подход к корректировке ассортиментной политики в соответствии с существующим потребительским спросом, позволит выбрать продуктовые позиции, которые могут быть успешно реализованы на рынке.

Институтом разработаны методические рекомендации по повышению эффективности (Трухина Т. Ф. «Методические рекомендации по эффективности переработки сырья при производстве продуктов из мяса птицы с учетом потребительского рынка», ГУ ВНИИПП, 2006 г.), которые включают все эти направления: изучение рынка, составление производственной программы и определение экономической эффективности. Результаты анализа потребительского рынка птицепродуктов служат основой для определения структуры ассортимента при разработке производственных программ.

Различные рыночные стратегии зависят от конкретных условий, однако основными принципами построения служат: анализ состояния и возможных перспектив развития

сырьевой базы, новейшие технические возможности производства, обеспечение производственной программы основными и вспомогательными средствами, возможность использования действующей технической документации либо разработка новых условий производства.

Основными показателями для оценки экономической эффективности являются капитальные вложения, текущие затраты (себестоимость) и срок окупаемости. Капитальные вложения необходимо определять для рас-

ности – от 1 до 20 тонн сырья в смену (Трухина Т. Ф. «Методика определения рационального ассортимента продукции из мяса птицы для предприятий различной мощности», ГНУ ВНИИПП Россельхозакадемии, 2011 г.).

Если при мощности 1 тонна в смену предприятие вырабатывает четыре вида полуфабрикатов и ему требуется минимальный набор оборудования и активное использование ручного труда, то при мощности 20 тонн в смену ассортимент выпускаемой продукции включает более 40 наиме-

*«Глубокая переработка мяса птицы также позволяет рационально использовать нестандартные по упитанности и обработке тушки птицы, которые раньше не находили своего потребителя».*

чета дополнительных капитальных затрат, требующихся для приобретения новой техники, вложений в новые технологии, а также увеличения объемов производства и изменения ассортимента продукции. В настоящее время организация производства продуктов из мяса птицы осуществляется, как правило, на имеющихся площадях, так как строительство «с нуля» делает проект малоэффективным из-за высокой стоимости строительных работ.

Для определения себестоимости продукции получены коэффициенты потребительской стоимости, разработанные нашим институтом и вошедшие в методические рекомендации по калькулированию себестоимости мяса птицы и продуктов из него (Трухина Т. Ф. «Методические рекомендации по калькулированию себестоимости продукции птицефабрик мясного направления – мяса птицы и продуктов из него», ГУ ВНИИПП, 2007 г.).

Экономическая эффективность определяется путем сравнения ожидаемой прибыли, которая может быть получена при реализации предлагаемого ассортимента продукции и мяса птицы в виде тушек. Эффективность производства зависит также от мощности предприятия, поскольку чем меньше объемы производства, тем более ограничен ассортимент.

Нами разработан индивидуальный ассортимент продукции из мяса птицы для предприятий различной мощ-

нований (натуральные, рубленые и паннированные полуфабрикаты, копчености и колбасы).

При определении экономической эффективности производства важными показателями являются такие показатели, как дополнительный объем товарной продукции и дополнительный объем прибыли в зависимости от мощности и возможного ассортимента продукции. Сравнение этих показателей с показателями при реализации мяса птицы в виде тушек показывает, что объем дополнительной товарной продукции составляет от 1,5 до 28,1 млн рублей, а дополнительный объем прибыли – от 687,5 тыс. до 17,4 млн рублей.

Таким образом, можно сказать, что глубокая переработка мяса птицы обеспечивает комплексное рациональное использование сырья, получение продуктов, различных по потребительским свойствам и цене, химическому и биологическому составу; возможность коррекции ассортимента в соответствии с гастрономическими предпочтениями целевой аудитории; охват различных социальных групп населения; снижение экологической нагрузки за счет промышленной переработки костного сырья; более длительную сохранность и безопасность продукции благодаря применению новых технологий производства и упаковки; получение дополнительной прибыли, объем которой зависит от мощности предприятия. ■



**CSB-System**  
INTERNATIONAL

**Бизнес-IT-решение для  
всего Вашего предприятия**



**Успех – вопрос  
системы**

Посетите нас на выставке  
Молочная и Мясная индустрия 2012  
Павильон 75  
Стенд Е59  
13-16 марта 2012, ВВЦ, Москва



**Быстрее  
Надежнее  
Продуктивнее**

Успешные компании птицепрома по всему миру сотрудничают с CSB-System. Повысьте свою конкурентоспособность с нашим IT-решением.

**Ваши преимущества:**

- оптимально настроенные процессы
- соответствие всем требованиям отрасли
- быстрая окупаемость благодаря короткому сроку внедрения

**CSB-System в России:**

115455, г. Москва, ул. Пятницкая, 73  
тел.: +7 (495) 64-15-156 ■ факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург  
ул. Белоостровская 2, офис 423  
тел.: +7 (812) 44-94-263 ■ факс: +7 (812) 44-94-264

e-mail: [info@csb-system.ru](mailto:info@csb-system.ru) ■ [www.csb-system.ru](http://www.csb-system.ru)



ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ



**Вадим Ванеев:**

*«Любовь обменивается только на любовь, доверие – на доверие. Мы понимаем, что для того чтобы что-то получить, надо много отдать».*

Компания: «Евродон»

# Запустили индейку – запустим и утку!

*Нет недостижимых целей – есть цели непоставленные*

Компания «Евродон», достигнув успеха в производстве индейки и заглянув, по собственным данным, треть российского рынка, запускает новый инвестиционный проект. В феврале начинается возведение еще одного «птичьего» комплекса – «Евродон» запускает утку.

## Забывший сегмент рынка

Уже на первом этапе планируется выпуск 20 тыс. тонн утиного мяса – с потенциалом удвоения в ближай-

шие годы. Закладывается не только промышленное производство с переработкой, но и выращивание родительского стада – что уже этим несоизмеримо отстраивает от конкурентов, проект снижает страховые риски и гарантирует высокое качество продукции.

Для каждой российской семьи это означает, что она скоро сможет разнообразить свой обеденный стол уже не только диетической индейкой «Индолина», но и вернуть традиционное

украшение русского застолья – вкусную маложирную белую утку (утятицы остались в каждой семье). Владелец и генеральный директор компании «Евродон» Вадим Ванеев возрождает забытый сегмент рынка и «ту самую» породу, которая была главным угощением на Руси не одну сотню лет. «В магазине наша охлажденная утка будет стоить около 200 рублей за килограмм, что составит конкуренцию замороженной с жиром по той же цене (гусь 400 руб./кг)», – обещает глава компании.

Важно отметить, что в основе нового проектирования – главные принципы ванеевских проектов: комплексность, модульность, высокая технологичность, современность решений, возможность тиражирования. «Мы готовились к этому старту на протяжении нескольких лет, – подчеркивает Вадим Ванеев. – Мы сможем существенно снизить долю импортной замороженной продукции на российском, а затем и на мировом рынке».

Утиный комплекс строится в Миллеровском районе Ростовской области. Первая продукция ожидается в 2013 году. Бюджет проекта – 5 млрд рублей. Инвестирует Россельхозбанк.

## Утиная идентификация

Федор Достоевский утверждал, что в России «увизжаться и провратиться от восторга – первое дело; а года через два глядишь – разошлись врозь, повесив носы». Однако все проекты Вадима Ванеева – успешное исключение из этого печального правила, прочно приклеенного к российскому агробизнесу.

Еще лет 5 лет назад Ванееву мало верили, когда он искал единомышленников своей «идее с индейкой» (каламбурили некоторые инвесторы), теперь верят с полуслова: «Если этот парень сказал – так и будет». И если он говорит, что через 1,5 года в федеральных сетях и на столах россиян будет индейка и утка, а через 5 лет Россия будет кормить Европу и Азию, то можно не сомневаться.

Он осваивает самые «непроходимые» и считающиеся «неподъемными» сегменты российской экономики. Его агрокомплекс можно показывать, как музеи: говоря словами идеолога Айн Ренд, «перед пуском этого поезда прошупаны и перепро-



верены все шпалы: путь выверен от одной станции к другой – до самого горизонта».

Оба птичьих проекта – по производству индейки и производству утки – тождественны, инновационны (содержат немало эффективно внедренных новшеств), модульны по структуре (включают весь цикл от родительского стада до переработки и сбыта) и глобальны, как говорится, «по определению».

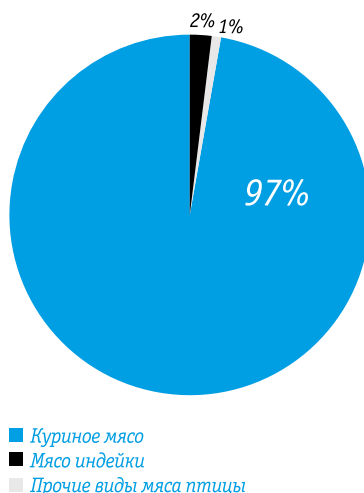
### С миру по утке

Мировое производство мяса уток увеличивается в среднем на 4-5% в год, утверждают эксперты. Основным производителем остается Азия – более 80% от общемирового объема. Самая большая доля приходится на Китай.

Считается, что производство утки и в странах Евросоюза – тоже довольно перспективная сфера, в ней давно отлажены технологии. Однако, в первых, мало комплексов, где выращивались бы только утки. Во-вторых, спрос считается невнятным. Для широкой массы людей утка остается продуктом деликатесным или сезонным (к праздникам).

Многие европейцы потребляют утку только в ресторанах. В России утку всегда любили готовить до-

Структура российского производства мяса птицы, %



рассматривают по-разному. Одни видят в существующих показателях рынка, что стакан наполовину пуст, другие – что наполовину полон. Для одних рынок имеет потенциал к быстрому росту, для других – это неперспективный сегмент.

Позицию Ванеева отражает одна из его любимых фраз: «Нет недостижимых целей, есть цели непоставленные».

«Было много удачных экспериментов, но из-за того, что выращивание утки было большей частью непромышленным, они малотехнологизированы. Например, связывали развитие отрасли с разведением рыбы. Считалось, что существует определенная синергия: наличие утки в открытом водоеме повышает производство рыбных пород, карпа, в частности», – рассказывает Вадим Ванеев.

Особое ускорение разведению мяса уток стали придавать после победы в Великой Отечественной войне. Поголовье птицы в миллионах голов выросло с 1941 года к 1987-му с 135 млн голов в РСФСР до 632 млн голов. Существовала и заморозка. Все эти традиции были изучены. Лучшее заложено в новые технологии.

«Мы делаем ставку на перманентный поиск и импорт лучших практик и проектных решений в производстве мяса птицы. Причем это не всегда только зарубежный опыт», – заявляет глава «Евродона».

Он считает несправедливым, что в России потребляют утку в количестве 300-400 г на душу населения. Во Франции, Германии, Венгрии и Болгарии мясо утки уже едят по 2 кг на человека. То есть потенциал рынка (за счет роста и традиций) огромный.

«Культура потребления самоимпортируется, – убежден Вадим Ванеев. – Люди всюду стремятся к более высокому качеству жизни. Они хотят разнообразия, «новенького и вкусненького», им нужен выбор – помимо свинины, говядины, курицы. У мяса утки есть все, чтобы завоевать рынок на новом уровне. Это яркий вкус и неповторимый аромат. Это нежное, сочное мясо. Оно подходит и детям, и взрослым. Повышает тонус. Насыщает. Улучшает настроение. В утке высокое содержание минеральных элементов, витаминов и белка. А в пекинской молодой утке – мало жира, он легко контролируется возрастом птицы».

### Модернизация ресурсов плюс минимизация рисков

Такая позиция созвучна государственной концепции модернизации производства и минимизации рисков в результате присоединения России к ВТО.

«Мы уже не только практически полностью обеспечили себя мясом птицы, но и начинаем осваивать даже зарубежные рынки. Требуется со-

*«Утиный комплекс строится в Миллеровском районе Ростовской области. Первая продукция ожидается в 2013 году. Бюджет проекта – 5 млрд рублей».*

ма, однако сейчас в магазинах ее нет или есть только в замороженном виде. Охлажденная утка продается, как правило, только на продуктовых рынках. А потребительский спрос в городах, как известно, немало зависит от предложений ближайшего супермаркета...

Словом, в России объем потребления утки пока невелик – около 1% от потребления мяса птицы. Утку производят либо небольшие фабрики и фермы, либо подсобные хозяйства – не более 70 тыс. тонн в год.

Импорт мяса уток, гусей или цесарок в 2010 году составил 1,7 тыс. тонн.

Как в той классической истории про пессимиста и оптимиста, ситуацию

### Утиная история

В СССР производство уток существовало как отдельное направление в животноводстве. «Производство мяса уток ведется в основном специализированными хозяйствами с использованием интенсивной технологии, в клеточных батареях или в птичниках», – говорится в БСЭ, изданной в 1969-1978 годах.

В отчетных материалах тех лет мясо утки практически не выделялось из производства других видов мяса: свинины, говядины, курицы, гуся. Точных данных о производстве и потреблении именно мяса утки не так много.



Прямая  
речь



### Вадим Ванеев:

«В утке высокое содержание минеральных элементов, витаминов и белка. А в пекинской молодой утке – мало жира, он легко контролируется возрастом птицы».

хранить текущую динамику производства. В течение ближайших 3-5 лет мы должны достичь показателей доктрины продовольственной безопасности по мясу», – подчеркивалось на недавнем совещании по развитию животноводства в России, которое провел премьер В. В. Путин в Тамбове.

Выслушав доклад Вадима Ванеева, премьер позитивно прокомментировал заявленные планы, а увидев фото 45-килограммовой индейки, сказал с радостным удивлением: «Это кобыла какая-то!».

После совещания было принято решение увеличить господдержку производства мяса птицы – в частности, путем пересмотра норм потребления в детском питании и социальных учреждениях. Такая господдержка входит в меры так называемой «зеленой корзины» и разрешена правилами ВТО.

### Уточные нормы

Современные деньги, как известно, устремлены в сферу высоких оборотов. Производство утки по ресурсам, рискам, затратам сравнимо с циклами признанных драйверов рынка (курицы, к примеру). Выращивание составляет от 38 до 49 дней (гуси и индейки растут дольше). Сопоставимы показатели необходимого корма: курице нужно 1,8 кг корма на 1 кг веса пти-

цы, а утке – 2,2 килограмма корма на 1 кг веса. При близкой конверсии цена на утку лучше. И потребительские качества гораздо выше. Плюс еще перо и пух. Они отлично используются в производстве подушек и одежды.

Но утку мало вырастить, мясо нужно переработать, придать потребительские свойства, упаковать, транс-

*«В России объем потребления утки пока невелик – около одного процента от потребления мяса птицы. Утку производят либо небольшие фабрики и фермы, либо подсобные хозяйства – не более 70 тыс. тонн в год».*

портировать... Все это затратно и технологически сложно.

Не удивительно, что в России утку в промышленных масштабах производят немногие: «Благоварский концерн», «Гатчинская уткофабрика», «Фермеры Белогорья», птицефабрика «Северная», «Юбилейная»... Остальное либо еще строится, либо пока в планах.

Вадим Ванеев строит не просто утиный комплекс. Это будет замкнутый производственный цикл с полной автоматизацией производственных процессов, с отлаженным циклом

производства (начиная от родительского стада и яйца), получения качественного мяса, формирования потребительских свойств, логистикой, сбытом и пр.

Он ставит задачу технологизировать и отладить бизнес-процессы в максимально короткие сроки: «Мы хотим максимум за три года удовлетворить и удвоить рынок».

При всей масштабности главной для Ванеева задачей является добиться контролируемого качества на всех уровнях. К примеру, отходы. Будучи ответственной компанией, «Донстар» решает вопрос утилизации отходов комплексно. «Мы замыкаем переработку отходов в единый цикл и превращаем в муку. Для этого закупаем специальное оборудование. Получаем продукт, который можем потреблять или реализовывать на рынке», – поясняет Вадим Ванеев.

Что касается воды, то с помощью современных технологий создана трехстадийная очистка загрязнителей до состояния чистой воды. На всех площадках есть накопительные резервуары, которые систематически очищаются, а стоки централизованно перерабатываются.

Вадим Ванеев выстраивает совокупность разнородных предприятий, обеспечивающих единую эффективную технологическую цепочку и пре-

имущества, которые в конечном счете призваны утвердить рыночные плацдармы для российской экономики.

### Где родина пекинских уток

Вадима Ванеева часто спрашивают: «Почему Миллеровский район?»

Расположение комплекса было выбрано неслучайно. Миллерово – мощный зерновой район, логистически емкий, с мощным потенциалом развития.

«Принято считать, что цена утки на 70% состоит из корма. Мы считаем, что качественный корм – прежде

всего насыщенный белком, содержащий все необходимое, чтобы птица была здоровой», – говорит он.

Утиный проект будет включать собственное производство кормов. Почему не отдать что-то на аутсорсинг?

«Мы стремимся к контролируемому качеству. Это – во-первых. А во-вторых, мы бы, может, и рады привлечь поставщиков, но подчас просто не с кем кооперироваться. Нет, к примеру, компаний, которые бы занимались специализированными услугами для отрасли, например, спецтехникой – мы создаем такие предприятия сами. То же самое можно сказать про инкубирование яйца, выращивание родительского стада. Нигде нет подобных комплексных решений. Мы первые. А первым всегда непросто», – отмечает глава «Евродона».

### Утка с брендовой начинкой

К своему новому бренду и его имиджу Ванеев подходит так же основательно, как ко всему остальному. Известно, что разработку идеологии «Индолины» Ванеев проводил настолько глубоко, что мог в подробностях рассказать, «какое вино пьет его Индолина, на какой машине ездит» и так далее.

Усилия окупились: марка стала национальным брендом, ключевые сообщения точно попали в цель. Продажи охлажденной индейки идут по всей стране, включая Сибирь.

«Донстар» тоже ведет переговоры с опытными создателями начинки для нового утиного бренда.

«Любовь обменивается только на любовь, доверие – на доверие. Мы понимаем, что для того чтобы что-то получить, надо много отдать. Мы закладываем в наш продукт и его имя столько любви, понимания, за-

боты о потребителе, что это обязательно обернется взаимностью», – уверен Вадим Ванеев.

### Деньги – как мера уникальности

Характерная особенность лидера – простота и ясность планов, комбинаций и решений, к которым он пришел. Эту особенность Вадима Ванеева ценят его инвесторы. В частности, Россельхоз-

*«Мировое производство мяса уток увеличивается в среднем на 4-5% в год. Основным производителем остается Азия – более 80% от общемирового объема».*

банк, предоставивший утиному проекту финансовую опору.

«Быстро оценили идею, живо ее подхватили, активно поддержали. Мы ценим взаимопонимание и стратегическое единомыслие», – говорит он.

Утиный комплекс, как и все прежние проекты Ванеева, строится в чистом поле (в прямом и переносном смысле). Чтобы такой комплекс функционировал в соответствии с мировыми нормами, ему нужны современные артерии: газовые коммуникации, вода, электричество, дороги. Пока «Евродон» строит все сам – с перспективой и не только для себя.

Помимо прочего, в утином проекте заложено более 800 рабочих мест, каждое из которых дает возможность заработать свой хлеб еще шести человекам, формируя внешнюю инфраструктуру, выстраивая современные схемы кооперации.

Ванеев, и это понимая, планирует помимо прочего жилищное строительство в регионах, где растут его комплексы... Он мечтает о том, чтобы в России заработала экономика с человеческим измерением, чтобы в каждом доме было сытно, радостно, тепло, благополучно и чтобы домов таких в России было все больше.

Он верит, что его проекты и идеи будут находить все больший отклик во всех причастных аудиториях. Ведь слово «дом» восходит к слову «строить», а слово «есть» омонимично понятию «существовать». Не случайно еще одной любимой фразой Ванеева стала – «Раз мы осуждены на то, чтобы есть, будем есть хорошо!» (Жан Антельм Брилья-Саварен). ■



*«Для широкой массы людей утка и индейка остаются продуктом деликатесным или сезонным (к праздникам)».*



## Решение по упаковке продуктов

Каждый магазин старается привлечь покупателя презентабельным видом упаковки, широким ассортиментом и свежестью продуктов, минимизировав убытки из-за потери товарного вида.

Возможное решение данной задачи – полуавтоматический упаковщик CAS (трейсилер) для запайки пластиковых жестких контейнеров барьерной пленкой, в том числе в модифицированную газовую среду, с производительностью до 10 упаковок в минуту.

Жесткий лоток и гладкая поверхность прозрачной барьерной пленки, аккуратно обрезанной по контуру, препятствует физической деформации упакованного товара. Высокая устойчивость к проколу, по сравнению с распространенной стретч-пленкой, будет важна при дальнейшей

выкладке в зоне самообслуживания.

Данный тип упаковки можно применять для широкого ассортимента продуктов: птица, мясные продукты, зелень, замороженные полуфабрикаты, порционные наборы на небольших производствах, цехах фасовки, супермаркетах, обеспеченных только напряжением в 220 В. В завершении цикла, после упаковки, товар взвешивается и маркируется, например, на торговых весах CAS CL-JI с чекопечатью. **Р**

ООО «КАСцентр», г. Москва,  
Волоколамское ш., 1, оф. 506.  
Телефон: +7 (499) 271 66 27



ется в 21,1 млрд долларов, и 63% этой суммы приходится на лекарственные препараты (13,3 млрд долларов), 25% – на биологические препараты (5,27 млрд долларов) и 12% – на лекарственные кормовые добавки (2,5 млрд долларов).



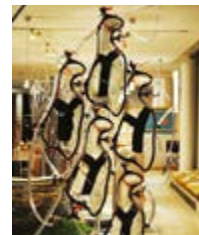
Таким образом, прогнозируемый рост составит больше 100%, при этом доля групп препаратов немного изменится: больше будет приходиться на биологические препараты и кормовые добавки, а доля лекарственных препаратов снизится до 50%.

По материалам The Pig Site

## Выращивать бройлеров в боксах

На Лондонской выставке молодой ученый Андре Форд представил инновационную систему, которая, по его задумке, позволит сделать массовое производство куриного мяса более гуманным.

Ученый предлагает удалять птицам кору головного мозга, ампутировать лапы (для компактности) и помещать в специальные вертикальные боксы, к которым подведены все необходимые трубы для поступления питательных веществ и вывода отходов жизнедеятельности.



Таким образом, это полностью позволит избавить птиц от боли и кошмаров незавидного существования. Они будут постоянно находиться в бессознательном состоянии и выращиваться наподобие «биологических растений».

agro.ru

## «Счастливым» курам – бесклеточные курятники

Крупнейший в Балтии производитель яиц Balticovo продолжает наращивать производственные мощности и улучшать качество продукции.

Так, руководство птицефабрики планирует ввести в эксплуатацию бесклеточную систему со-

## Куры, устойчивые к антибиотикам

Согласно недавнему исследованию немецкой экологической группы «Бунд», половина свежих кур, закупленных в магазинах пяти городов Германии, содержали микробы, устойчивые к антибиотикам.



Экологическая группа сделала вывод, что из 20 образцов куриного мяса, взятых с прилавков супермаркетов по всей стране, 12 были инфицированы устойчивыми к антибиотикам бактериями.

Группа приобрела кур в супермаркетах Берлина, Гамбурга, Кельна, Нюрнберга и Штутгарта. Исследование показало, что 10 образцов содержали кишечную палочку, и 2 образца – бактерии, так называемые метициллин-устойчивый золотистый стафилококк. «Степень загрязнения продуктов питания микробами – это четкий сигнал предупреждения ущерба промышленному животноводству», – сказал председатель Ассоциации по охране окружающей среды и охраны природы Германии Хьюберт Вайгер.

«На данный момент правительство готовит новые законы,

чтобы сократить использование антибиотиков в животноводстве. Ужесточение правового регулирования направлено на сокращение применения антибиотиков до минимума при лечении животных», – отметил пресс-секретарь Министрства по защите прав потребителей Хольгер Айхель.

Генеральный секретарь немецкой Ассоциации фермеров Хельмут Борн отклонил это исследование, назвав его паникерством, и сказал, что исследование не содержит никакой новой идеи.

kazakh-zerno.kz

## МЗ «ТОНАР» отгружает партию птицевозов

До конца 2011 года ООО МЗ «Тонар» изготовил и отгрузил заказчику, одному из крупнейших производителей мяса в Южном федеральном округе, 12 полуприцепов с гидравлическим подъемом крыши для перевозки птицы на убой.

Еще одна партия из 9 таких же полуприцепов готова к отправке в Курскую область. Всего в ноябре-декабре 2011 года по заказам рос-



сийских и белорусских предприятий было изготовлено 25 полуприцепов с гидравлическим подъемом крыши для перевозки птицы. Полуприцепы с гидравлическим подъемом крыши для перевозки птицы МЗ «Тонар» выпускает с 2008 года, это двухосный Тонар-974617, способный перевозить от 5600 голов птицы, и трехосный Тонар-97461Н – от 6160 голов птицы. Каждая модель имеет модификации для перевозки различных контейнеров, в зависимости от производителя убойного цеха (STORK, MEYN, LINKO и т.д.).

Кроме этого, МЗ «Тонар» изготавливает прицепы для перевозки птицы Тонар-85793 и устанавливает птицевозные кузова на автомобили.

Mashportal.ru

## Рост мирового рынка ветпрепаратов

TriMarkPublications.com в своем недавно опубликованном «Рынке ветеринарного здравоохранения» прогнозирует рост ветеринарных товаров медицинского рынка более чем на 8 млрд долларов к 2017 году.

Ветеринарные препараты могут быть разделены на три основные группы: ветеринарные препараты, биологические препараты и лекарственные кормовые добавки (МФА). Ветеринарный рынок на 2011 год оценива-

держания кур-несушек. Данный способ позволит производить яйца второй категории, на которые среди потребителей наблюдается большой спрос. В настоящее время в магазинах наиболее востребованы яйца третьей категории. Напомним, к данной категории относятся яйца кур-несушек, которые всю жизнь провели в клетках. А яйца второй категории от так называемых «счастливых» кур предприятие закупает в Финляндии, Польше и Литве, где они пользуются большим спросом. В связи с этим один из старых птичников, находящийся на территории предприятия, будет реконструирован таким образом, чтобы передвижение «счастливых» кур не было ограничено. На переоборудование Balticovo потратит 300 тыс. евро.



Планируется, что после введения в эксплуатацию объекта (ориентировочно в марте 2012 года) в бесклеточном птичнике будут находиться около 20 тыс. птиц. Стоит отметить, что, помимо этого, Balticovo ведет закупку яиц высшей категории. У крестьянских хозяйств закупаются яйца от кур-несушек, которых выращивают на свежем воздухе. Руководство компании планирует расширить и эту сеть поставщиков яиц первой категории.

По материалам новостного дайджеста EggRussia.com

### Карелия: «Корм» переходит на природный газ

ОАО «Корм» (петрозаводская птицефабрика) переходит на более экономичный и экологически безопасный тип топлива – природный газ. Цель строительства газопровода – снижение затрат на обогрев цехов.

Разведение птицы требует строгого соблюдения температурно-влажностного режима. Новое оборудование позволяет подавать теплый воздух в отопительные и вентиляционные системы и поддерживать оптимальную температуру без привлечения птичников, ухаживающих за цыплятами. Более низкая стоимость топлива позволит уменьшить себестоимость продукции и выделить средства на развитие производства. До этого момента отопление птицефабрики происходило с использованием электроэнергии. Инвестор проекта ООО «АКС-Холдинг» – акционер Петрозаводской птицефабрики, Карельского мясокомбината и свиного комплекса «Кондопожский». На реализацию проекта затрачено порядка 60 млн рублей, из них

18 млн (30%) – собственные средства, 42 млн – кредит банка ВТБ. Бизнес-плана был рассчитан на полгода, строительство было реализовано в срок. Основные сложности были на стадии проектирования внутриплощадочных сетей, которые удалось преодолеть благодаря конструктивному подходу ЗАО «Карелтрансгаз». Общая длина газопровода составила более 4 км. Диаметры трубопроводов определяются гидравлическим расчетом и на разных участках различные. До вводов в цеха прокладка газопровода осуществлялась под землей. В экологическом отношении природный газ – самый чистый вид минерального топлива.

ТД Карельский мясокомбинат

### «Евродон»: участие в съезде американских индейководов

Компания «Евродон» стала первым и единственным российским участником самого влиятельного в мире съезда Национальной Федерации производителей мяса индейки, который состоялся в г. Тампа (штат Флорида).

Всего в нем приняло участие около 300 представителей крупнейших производителей мяса индейки. Ежегодный форум является центральной площадкой для обмена опытом, анализа достижений и перспектив, дискуссий по вопросам законодательства, продвижения и развития индейководческой отрасли.



«Евродон» получил официальное приглашение на форум от одного из его главных организаторов и спонсоров – компании Hendrix Genetics, которая занимается разработкой инновационных генетических решений для животноводства. Российский производитель впервые приглашен на мероприятие подобного уровня. Это показывает, что успехи компании не остаются без внимания западных партнеров, их значимость для глобального рынка признается профессионалами.

«На съезде удалось познакомиться с рядом руководителей американских компаний, среди которых был председатель Национальной Федерации индейки, вице-президент компании Foster Farms Юберт Энвиа. Именно он предоставлял Белому Дому и Президенту США Бараку Обаме индейку на День Благодарения, – сообщил генеральный директор



**АГРО-3**



## ПРЕССЫ

механической обвалки и дообвалки (ММО/ММД)

- Производительность 200—15000 кг/ч, птица, свинина и т.п.
- Высококачественное ММО/ММД, высокий выход, низкий нагрев
- Отдел сервисного обслуживания + склад запчастей в Москве
- 40 лет опыта в данной области, 500 прессов по всему миру

**«АГРО-3»**  
**Франция:** yves.mouden@am2c.com  
**Москва:** (495) 721 20 77, meat@agro3.ru  
**Санкт-Петербург:** (812) 337 15 08, agro3@agroneva.ru  
**Екатеринбург:** (343) 375 75 47, agroural@bk.ru  
**Краснодар:** (861) 275 70 88, apt-top@mail.ru  
**Красноярск:** (391) 264 01 82, apt@krasmail.ru  
**Новосибирск:** (383) 362 02 52, nsk@agro3.org  
**Ростов-на-Дону:** (8632) 95 40 94, ait@aaanet.ru  
**Саратов:** (8452) 48 61 77, agro@renet.ru  
**Алматы:** (727) 323 65 27, office@agro3.kz

компании «Евродон» Вадим Ванеев. – Индейководство в США – это отдельная отрасль животноводства. Рынок уже насыщен, его объем – около 2,5 млн тонн мяса в год. Американцы имеют очень богатые и интересные традиции производства этого мяса. У них есть чему учиться. Наша задача – наладить на своем уровне продуктивные взаимоотношения с американскими производителями для взаимовыгодного партнерства. Пока что российская индейка на мировом рынке – все равно, что американская матрешка».

По сообщению компании

### Молдова: новые требования к маркировке яиц

С 1 января производители яиц обязаны маркировать каждое яйцо. Особый знак на яйцах должен указывать страну происхождения, населенный пункт, код компании и дату изготовления.

Так, например, в маркировке цифра 1 будет означать, что птица выращивается на месте, 2 – выросла свободными, 3 – в клетке.

Ион Бызгу, генеральный директор государственного предприятия Avicola в Молдове, одного из крупнейших производителей мя-

са птицы и яиц в стране, сказал, что в настоящее время 100% предприятий, занимающихся производством яиц, имеют необходимое оборудование. По его словам, цена на яйца в связи с введением новых требований не будет расти.



По предварительным данным, до 2011 года Молдова произвела около 750 млн штук яиц, что на 19% выше, чем в 2009 году, и на 4% выше уровня 2010 года. По данным Министерства сельского хозяйства, отсутствие в стране рынков сбыта является ключевым фактором, который сдерживает развитие производства яиц в стране. Основными импортерами яиц из Молдовы сегодня являются Украина, Грузия, Сирия и Ирак. В 2011 году Молдова увеличила экспорт яиц до 20 млн тонн, или 25% по сравнению с уровнем предыдущего года. Введение новых правил маркировки яиц, по данным Министерства сельского хозяйства, поможет Молдове открыть новые рынки сбыта, в частности, Объединенные Арабские Эмираты, Армению, Беларусь и Россию.

kazakh-zerno.kz





taste the quality

## Новая сенсация от REICH

Фирма REICH с 1 января этого года начинает принимать заказы на эксклюзивную линейку камер, не имеющих аналогов в мире.

Новая серия получила индекс IC (InterCooler). Уникальность примененной при ее разработке технологии заключается в следующем: процесс приготовления мясных, рыбных и сырных продуктов происходит в одной камере без перекатывания или перемещения между сегментами – то есть вы вкатываете «сырую» продукцию в камеру, проводите сушку, копчение, варку и даже запекание, и затем по готовности камера переходит к автоматическому интенсивному охлаждению, не передвигая тележки в отдельную зону охлаждения. В итоге вы выкатываете продукт, охлажденный до температуры упаковки и, соответственно, с минимальным бактерицидным фоном.



Камеры могут быть любого размера и исполнения, например, туннельными и тупиковыми. Исполнение в одном корпусе без отдела для охлаждения серьезно экономит площадь – камера в 2 раза меньше, чем подобные аналоги у конкурентов, и работает практически в 2,5 раза быстрее за счет новой запатентованной технологии. Камеры прошли испытания на нескольких европейских предприятиях и показали фантастический результат. **Р**

Более подробно о продукции можно узнать в представительстве компании REICH в Санкт-Петербурге по телефону: (812) 380-42-14 и на предстоящей выставке ANUGA в Кельне.

## Съедобные контейнеры

Исследователь Дэвид Эдвардс из Гарвардского университета разработал съедобные емкости для продуктов питания, названные им WikiCells.

Их создание должно решить проблему утилизации пластиковых отходов, которая наносит огромный вред окружающей среде.

Контейнеры WikiCells представляют собой тонкие пищевые мембраны (биоразлагаемые полимеры с пищевыми добавками), которые удерживаются вместе электростатическими силами. Они могут содержать в себе как твердые, так и жидкие вещества благодаря высокому диффузному сопротивлению к воде. При этом контейнер может оставаться в стабильном состоянии на протяжении долгого времени.



В настоящее время эксперты из Гарвардского университета уже создали мембрану с апельсиновым соком, которая имеет вкус апельсина, томатную оболочку для супа гаспачо и упаковку для вина с виноградным вкусом – в этом случае можно будет сразу выпить и закусить.

Ученые планируют, что продукты в упаковке, которую при желании можно будет съесть, вскоре появятся в магазинах.

rbcdaily.ru

## Птицеводам рекомендовали покупать земли

В Челябинской области директорам птицеводческих предприятий и холдингов рекомендовано расширять свои посевные площади, выкупая земли у малоэффективных растениеводческих хозяйств.



Об этом заявил в конце февраля на отчетном совещании министр Иван Феклин. Он также сообщил директорам птицефабрик, что будущая Государственная программа развития сельского хозяйства России на 2013-2020 годы уже с 2014 года не предусматривает поддержку строительства новых птицеводческих площадок. Поэтому запланированное строительство нужно вести активно, чтобы получить государственные субсидии. Также в ходе совещания была поднята экологическая проблема. С учетом расширения производства отрасли, помимо продукции,

будет производить более одного миллиона тонн отходов – в основном птичьего помета. Его необходимо утилизировать, причем с использованием современных технологий переработки.

На отчетном мероприятии Иван Феклин рекомендовал руководителям птицефабрик в ближайшее время разработать и начать реализацию программ внедрения эффективных технологий переработки отходов. В будущем государственный контроль и санкции за нарушение экологического законодательства будут усилены.

Uralpolit.ru

## Яйца признали лучшим энергетиком

Британские диетологи пришли к выводу, что никакие сласти не могут соревноваться по своему возбуждающему эффекту с куриным яйцом. Они советуют подпитывать усталый организм не шоколадками, а яйцом вкрутую.



По результатам последних исследований выяснилось, что протеины, полученные из яичного белка, помогают бодрствовать и сохранять хорошую концентрацию внимания, информирует The Daily Mail. При этом они куда полезнее для организма, чем углеводы – особенно добытые из шоколадок, печенья и прочих сладостей.

Специалисты Кембриджского университета исследовали, как различные питательные вещества влияют на клетки головного мозга. В ходе экспериментов было установлено, что питательная смесь, идентичная по своим свойствам яичному белку, активизирует выработку натурального стимулятора орексина, который заставляет организм быстрее сжигать калории и служит ключом к бодрости. А вот смеси на основе сахаров, напротив, блокируют выработку естественного энергетика.

Выводы ученых, опубликованные в журнале Neuron, не только объясняют малоизученный феномен – отчего белковая пища заставляет людей чувствовать себя бодрее, чем углеводистая, но и создают пространство для исследований проблем ожирения и бессонницы. По словам одного из авторов работы, доктора Дениса Бурдакова, для решения этих задач необходимо получить как можно больше данных о том, как диета влияет на сон и аппетит на клеточном уровне.

«Одних питательных веществ недостаточно для того, чтобы воздействовать мозговые клетки, – объяснил Денис Бурдаков. – Решающее значение имеет пищевой состав. На данный момент мы можем сказать одно: если приходится выбирать между вареным и тостами с яйцом – сделайте выбор в пользу последних».

Хотя куриные яйца многие считают «тяжелой» и даже вредной пищей, диетологи развенчали это убеждение. Последние исследования специалистов Британского фонда по питанию показали, что тип холестерина, содержащийся в яйцах, оказывает минимальное влияние на повышение риска сердечных заболеваний. Главными виновниками повышения уровня холестерина в организме эксперты считают насыщенные жиры, курение и недостаток физической активности, в то время как яйца служат источником высококачественного белка, а вредных жиров почти не содержат. Здесь, правда, стоит отметить, что Британский фонд по питанию частично финансируется птицеводами.

Недавние исследования специалистов Британского фонда по питанию показали, что тип холестерина, содержащийся в яйцах, оказывает минимальное влияние на повышение риска сердечных заболеваний. Главными виновниками повышения уровня холестерина в организме эксперты считают насыщенные жиры, курение и недостаток физической активности, в то время как яйца служат источником высококачественного белка, а вредных жиров почти не содержат. Здесь, правда, стоит отметить, что Британский фонд по питанию частично финансируется птицеводами.

mirkur.ru

## Господдержка российских фермеров

Начинающие фермеры и семейные животноводческие фермы в РФ в текущем году получат 3,5 млрд рублей бюджетных средств на развитие своей деятельности.

Соответствующее постановление банк федеральных нормативных и распорядительных актов. Госпрограмма развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельхозпродукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы, в рамках которой осуществляются данные меры, была утверждена в 2007 году. Начиная с 2008 года фермер для участия в региональной программе поддержки должен пройти соответствующий отбор. Участники программы смогут получить гранты на создание хозяйства и единовременную помощь на бытовое обустройство, а также льготы по кредитам.

Ria.ru



Событие: **XVII Международная конференция  
«Инновационные разработки и их освоение  
в промышленном птицеводстве»**

## Инновационные направления промышленного птицеводства

Российское отделение Всемирной научной ассоциации по птицеводству приглашает принять участие в XVII Международной конференции Российского отделения Всемирной научной ассоциации по птицеводству на тему: «Инновационные разработки и их освоение в промышленном птицеводстве».

Конференция состоится 15 – 17 мая 2012 года во Всероссийском научно-исследовательском и технологическом институте птицеводства (ВНИТИП), г. Сергиев Посад.

### Организаторы

Организаторами мероприятия выступают: Российская академия сельскохозяйственных наук (РАСХН), Российское отделение Всемирной научной ассоциации по птицеводству (ВНАП), НП «Научный центр по птицеводству», Всероссийский научно-исследовательский и технологический институт птицеводства (ВНИТИП), Российский птицеводческий союз (РПС) и Немецкое сельскохозяйственное общество (DLG e.V.).

### Участники

Ожидается, что в конференции примут участие около 400 специалистов, среди которых:

- ведущие ученые и специалисты из научно-исследовательских учреждений и учебных заведений России и зарубежных стран, занимающиеся вопросами генетики и селекции птицы, кормления, содержания, а также ветеринарными и санитарными проблемами птицеводства;
- руководители и главные специалисты российских птицеводческих предприятий, племенных хозяйств: инженеры, зоотехники, ветврачи, экономисты, начальники производств;
- руководители и главные специалисты ведущих отечественных и зарубежных фирм – производителей оборудования, кормов и кормовых добавок, ветеринарных препаратов и средств производства для птицеводства;
- руководители национальных и международных организаций;
- представители средств массовой информации.

Для представителей научных учреждений и учебных заведений, руководителей и специалистов птицеводческих хозяйств участие в конференции – бесплатное. Проживание и питание оплачивается всеми участниками самостоятельно.

По результатам конференции издается сборник материалов, который является настольной книгой для специалистов отрасли.

Компаниям мы предлагаем уникальную возможность обратить на себя внимание, выступив в качестве спонсоров мероприятия.

### Форма заявки и требования к тезисам размещены на сайтах:

[www.vnitip.ru](http://www.vnitip.ru), [www.rps.ru](http://www.rps.ru), [www.webpticeprom.ru](http://www.webpticeprom.ru), [www.vniipp.ru](http://www.vniipp.ru)

По вопросам участия необходимо обращаться в Российское отделение ВНАП:

Васильева Татьяна Владимировна – тел./факс: +7 (495) 9446313 доб. 443, [vasilievatv@gmail.com](mailto:vasilievatv@gmail.com)



1. Транспортировка продукции происходит одновременно, а не скапливается и не выстраивается в очередь: филе после голени, голень после крыльев.

2. Шнеки из нержавеющей стали, расположенные в шнековом питателе весов компании Ishida, плавно передвигают продукт в бункер весов. Система работает как с бескостным продуктом, так и с продукцией «на кости», а также с любым видом свежего мяса.



Компания: **Ishida Europe**  
129164 Москва,  
Ракетный бульвар, 16,  
Бизнес-центр  
«Алексеевская Башня»,  
офис 603

Олег Боричевский,  
коммерческий директор  
Россия и СНГ  
тел.: +7 919 766 00 71  
info@ishidaeurope.com  
www.ishidaeurope.ru



Не пропустите видео  
«Приосколье» на канале  
Ishida YouTube. Просканируйте  
QR код при помощи Вашего  
смартфона, используя  
приложение QR Reader .

# «Приосколье» выбирает технологии будущего

Альянс компаний Meun и Ishida успешно завершил строительство завода по глубокой переработке и упаковке мяса птицы для крупнейшего производителя ЗАО «Приосколье», Белгородская область.

На ультрасовременном заводе применяются новейшие технологии Ishida, которые стали революционными в быстрой, точной и компактной взвешивании и упаковке мяса птицы.

Компания «Приосколье» является одним из самых крупных производителей мяса птицы в России, включая разведение, откорм и переработку. Meun-Ishida – это альянс, созданный компанией Ishida, ведущим экспертом в мире по процессам взвешивания и упаковки мяса домашней птицы, и инновационной компанией Meun, которая в течение



ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ



## Сergeй Часовских:

«В конечном счете самым главным компонентом успешной работы стало оптимальное соотношение цены и качества решения, которое предложил нам альянс Meun-Ishida».

многих лет определяет на международном уровне направление развития отрасли по переработке мяса птицы. Целью альянса является создание единой системы обработки и упаковки продукции мяса птицы на новейших предприятиях.

## Объем работ

Компания «Приосколье» хотела увеличить свои мощности, одновременно получив максимальную выгоду интегрированной производственной системы от одного поставщика. В частности, компания искала завод, который



1. Разделанная продукция подается к мультиголовочному весовому дозатору Ishida серии R.
2. Мультиголовочный весовой дозатор Ishida серии R позволяет справиться с прилипавшим мясом птицы деликатно, при этом сохраняя высокую скорость, с последующим размещением продукции в лоток.
3. Порция крыльев взвешивается в бункерах весового дозатора Ishida серии R.

мог бы обеспечить самый высокий доход от каждой поставленной партии живой птицы, а также сочетал в себе наиболее эффективное использование ручного труда и автоматизации при 100%-м контроле работы предприятия.

Исходя из данных требований, был необходим поставщик, высокий уровень знаний которого распространялся бы на все этапы производства – начиная от работы с живой птицей до управления процессом раздела, взвешивания и упаковки.

Альянс Meyn-Ishida был выбран компанией «Приосколье» для разработки, поставки и установки нового завода близ города Валуйки, производительностью 10 500 тушек в час, с дальнейшим увеличением производства до 12 тыс. тушек в час.

### От целой тушки до упакованной продукции

На совместном проекте завода Meyn-Ishida потрошенная и обесперенная тушка птицы автоматически подается на упаковку либо на линию разделки. Около 50% продукции идет на упаковку целой тушки, а остальные 50% вновь взвешиваются и поступают на две линии разделки. Данный отдел можно «программировать» на разделку не-

скольких видов продукции, например, на последовательный выход крыльев, филе и голени. После выбора определенного вида продукции она подается на четыре линии в виде уже точно взвешенных порций крыльев, голени, филе или смешанного типа продук-

ции. Затем порции подаются на упаковку, маркировку, укладку в коробки и палетирование.

Именно поэтому каждому виду продукции необходим свой канал обра-

*«Преимущество решения, предложенного альянсом Meyn-Ishida, заключается в получении самых точных данных по взвешиванию при высокой скорости с последующим размещением продукции в лоток».*

### Прощай отбраковка

На современном заводе по глубокой переработке мяса птицы целую тушку можно разделить и переработать в считанные минуты. Чтобы работать на такой скорости и перерабатывать тысячи тушек, необходимо грамотно построить работу по разделке, а именно направлять на разные конвейеры различные части птицы, в первые секунды

после нее. Транспортировка продукции должна проходить одновременно, а не скапливаться и не выстраиваться в очередь: филе после голени, голень после крыльев и т. д.

### Взвешивание и сортировка: технологии будущего

Решение, внедренное на заводе «Приосколья», а также предшествующие проекты альянса Meyn-Ishida, заклю-





1.

1. На станциях сортировки весового дозатора компании Ishida восемь сотрудников могут спокойно работать с поступающей продукцией при скорости разделки 10 500 тушек в час. Остальные восемь станций позволят увеличить мощности в будущем.



2.

2. Оператор нажимает на кнопку и точно взвешенная порция выпадает из бункера.



3.

3. Оператор выкладывает кусочки порции необходимым способом в лоток и размещает лоток на конвейер для дальнейшей упаковки и маркировки.

чается в получении самых точных данных по взвешиванию при высокой скорости с последующим размещением продукции в лоток. Также производятся все необходимые «ручные» операции с продукцией для контроля ее качества и внешнего вида. Этого можно достигнуть, используя бункерное дозирующее устройство компании Ishida.

Каждое из четырех бункерных дозирующих устройств, расположенных на заводе «Приосколье», состоит из мультиголовочного весового дозатора компании Ishida, серия R, 16 станций дозирования и конвейеров Ishida, а также системы сигналов, которые дают возможность оптимально эффективно совместить работу между операторами и автоматикой.

Мультиголовочный дозатор серии R компании Ishida с подачей продукта с помощью спирали позволяет справиться с прилипающим мясом птицы и любым другим свежим мясом деликатно, при этом сохраняя высокую скорость. Конвейеры, куда поступает мясо после дозатора, расположены чуть выше рабочей поверхности и подают взвешенный продукт на рабочие станции. Как только взвешенная порция продукта поступает на рабочую станцию, рычаг сталкивает продукт с конвейера на уровень станции. Когда кнопка загорается красным светом, оператор знает, что порция поступила на станцию и ее можно упаковать.

Оператор нажимает на кнопку, и точно взвешенная порция выпадает из бункера. Оператор выкладывает кусочки порции необходимым способом в лоток и размещает лоток на конвейер для дальнейшей упаковки и маркировки. Когда оператор завершил операцию, то он или она нажимает на кнопку, устанавливает подложку и повторяет операцию со следующей партией взвешенного продукта.

### Большее количество птицы в час

Компания «Приосколье» очень довольна достигнутым результатом. Партия птицы из 24 тыс. голов может быть переработана с момента поступления живой птицы на завод до полной упаковки примерно за 2 часа 20 минут. Например, получение лотка с голенью весом 830 г с момента ее поступления с линии разделки до полной упаковки займет около 60 секунд. Производительность взвешивания мультиголовочного дозатора Ishida может составлять 40 лотков в минуту. Целевая производительность составляет 32 подложки в минуту; в данный момент достигается 28 подложек.

Кроме того, оборудование позволяет получать большее количество продукции от каждой птицы. Подход весового дозатора является очень точным. Процент потерь очень низок, несмотря на правила минимального веса, принятые в России. Для крыльев и голеней этот процент составляет 0,2%.

### Высокоэффективная работа

«Возможности оборудования составляют 95%, производительность 80%, а качество – 97%, следовательно, общая эффективность оборудования по взвешиванию и упаковке составляет 73,7%», – отмечает директор завода по убою и переработке птицы №3 ЗАО «Приосколье» Сергей Часовских. По его словам, компания была впечатлена не только технологией нового завода, но и тем, насколько слаженно компании Meyn и Ishida смогли вместе отладить все участки производственного процесса. Например, каждый мультиголовочный дозатор может точно взвесить все поступающие в него кусочки продукции и передать их на линии разделки, разделив на более тяжелые, легкие или разнообразные по весу кусочки продукции.

«В конечном счете самым главным компонентом успешной работы стало оптимальное соотношение цены и качества решения, которое предложил нам альянс Meyn-Ishida», – подчеркивает Сергей Часовских. **Р**



# ИНФРАКРАСНЫЕ ОБОГРЕВАТЕЛИ

**ДЛЯ СЕЛЬСКОГО  
ХОЗЯЙСТВА**



- Равномерный прогрев зоны обитания оптимизируют условия содержания поголовья, что обеспечивает дополнительный привес
- Быстрая окупаемость системы ИК-обогрева за счет экономии газа и невысокой стоимости оборудования

**ООО «Нортех Инжиниринг Групп»**  
Тел.: (812) 327-50-19, (495) 987-42-11  
[www.nortech-eg.ru](http://www.nortech-eg.ru)

реклама

**AWILA®**  
**Anlagenbau GmbH**

## Динамический кондиционер



### Оборудование и полная технология производства для комбикормовых заводов:

приёмка, транспортировка, дробление, смешивание, дозирование, кондиционирование, гранулирование, премиксные линии и линии микродозирования, система ввода жидких компонентов, хранение, расфасовка и т.д.



- Улучшение качества гранул
- Сокращение расхода энергии
- Сокращение износа пресса-гранулятора



- Время обработки 4 минуты при 80°C
- Модификация крахмалов
- Обеззараживание
- Сокращение микроорганизмов

Анаэробный пар Анаэробный пар  
Пресс-гранулятор Охладитель для муки



- комплексные объекты – под ключ
- реконструкция существующих объектов
- сертификаты ГОСТ Р на оборудование фирмы AWILA®
- оборудование фирмы AWILA® – это признанное во всём мире немецкое качество и надёжность



Dillen 1 · 49688 Lastrup · Germany · Tel.: +49 (0) 44 72 / 892-0 · Fax: +49 (0) 44 72 / 892 220 · [info@awila.de](mailto:info@awila.de) · [www.awila.de](http://www.awila.de)

**Для СНГ и стран Балтии**

Тел.: +7 812 335 06 45 · Моб.: +372 512 88 44 · e-mail: [telyakov@agrico.ee](mailto:telyakov@agrico.ee)

реклама





**NORBERT SCHALLER GESMBH**  
Ares-Tower, Donau-City-Strasse 11  
1220 Wien, Austria  
tel.: +43-1-368-65-05,  
fax: +43-1-368-66-36,  
e-mail: office@schalleraustria.com  
www.schalleraustria.com

**ЗАО «ШАЛЛЕР»**  
РФ, 115054, Москва,  
Павелецкая пл., 2, стр. 2  
тел.: +7 (495) 797-63-33,  
факс: +7 (495) 797-63-44  
e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

# Инъектирование мяса птицы: как и зачем?



Специальные инъекторы Inject Star для мяса птицы позволяют производить однородную инъекцию курицы целиком или частями, с костями или без костей.

**В** последние годы потребление мяса птицы растет, причем более быстрыми темпами, чем, например, потребление говядины и свинины. На то есть определенные предпосылки: мясо птицы гораздо полезнее, чем любое другое. Благодаря его невысокой калорийности, оно идеально соответствует тенденции к здоровому питанию, которая набирает все больше оборотов. К тому же мясо птицы стоит дешевле, чем говядина и свинина, а это тоже немаловажный фактор. При этом каждый производитель хочет обеспечить высокий выход продукции и хорошую прибыль от ее последующей реализации, а для покупателей важен вкусный, сочный и мягкий продукт. Инъектирование куриных тушек или отдельных ее частей поможет без особого труда достичь этих целей.

## Приготовление рассола

Процесс инъектирования начинается с рассола, получаемого с помощью специальных установок. Максимальная гомогенность рассола достигается благодаря его постоянной циркуляции, осуществляемой с помощью насоса. Установки для приготовления рассола Inject Star рас-

считаны на 400, 800, 1100 или 2000 л рассола и могут быть выполнены с охлаждением или без. В них предусмотрено компьютерное управление для регулировки важных производственных параметров и для запоминания рецептов рассола.

## Инъектирование

Специальные инъекторы Inject Star для мяса птицы позволяют производить однородную инъекцию курицы целиком или частями, с костями или без костей. В комплектацию машин входят специальные иглы для мяса птицы, разделитель транспортера, фиксирующий положение тушек для равномерного шприцевания, а также устройство остановки куриных тушек с возможностью плавной регулировки. Последнее предназначено для того, чтобы при посоле куриные тушки не испытывали давления скребкового сбрасывателя и не деформировались.

## Принцип работы инъекторов

Инъектор оборудован насосом, при помощи которого из бака через ряд фильтров всасывается рассол, поступающий далее через регулировочный клапан (для регулировки давления шприцевания)

и запорный клапан, через короб с иглами для шприцевания. Запорный клапан управляет впрыскиванием рассола, которое происходит только после втыкания игл в мясо. При шприцевании происходит очень равномерное, гомогенное распределение рассола в продукте. Подача рассола перекрывается этим же запорным клапаном перед выходом концов игл из мяса. Так достигается экономия рассола и предотвращается его излишнее разбрызгивание. Оставшийся рассол собирается, фильтруется и возвращается в бак. На выходе после процесса шприцевания получается стандартизированный продукт с неизменно хорошим сочным вкусом и долгим сроком хранения. Специальная конструкция держателей насадок позволяет обрабатывать также мясо с костями. Попавшие на кость иглы или ножи автоматически отводятся. Остальные иглы продолжают равномерно шприцевать мясо.

## Компьютерное управление

Система позволяет выбрать или создать необходимые программы производства. Сенсорный экран служит для ввода и контроля данных и доступен на многих языках, в том числе на русском. Программа отражает такие параметры, как температура рассола, его давление, скорость работы или состояние напорного фильтра. Компьютер синхронно управляет дополнительными устройствами, например, ленточным транспортером, интегрируя их в производственную линию. Система контролирует все процессы безопасности и подпрограммы (очистка, перемещение продукта, система фильтрации), а также постоянно обрабатывает производственные параметры.

Компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® (SLT) предлагает весь спектр оборудования и технологий для переработки мяса птицы. Наши специалисты порекомендуют отдельные установки, разработают комплексные линии или проекты целых птицеперерабатывающих комплексов. Технологи SLT помогут создать рецептуры аппетитных и рентабельных продуктов из мяса птицы на основе комплексных смесей специй и добавок Schaller Technology. ■





## Прописные истины успеха

Превратим идею в Ваш успех!  
**SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®**  
на выставке Anuga FoodTec  
с 27 по 30 марта 2012 г.  
пав. 5.2, стенд С-039  
г. Кельн, Германия



С увеличением спроса на качественную продукцию параллельно растет потребность в профессиональном гигиеническом оснащении предприятий, в том числе в серьезных системах гигиены для инструментария и тары. **Машина для мойки евроящиков SLT Crate Master CM 250** отвечает этой тенденции. Выполненная полностью из нержавеющей стали, с производительностью до 300 ящиков в час, включающая модули дезинфекции и обдува, установка является необходимой составляющей любого среднего или крупного производства, желающего соответствовать высоким гигиеническим стандартам.

Компания **SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®** объявляет о беспрецедентном снижении цен на некоторые позиции в линейке оборудования по гигиене. Более подробная информация - на нашем сайте: [www.schalleraustria.com](http://www.schalleraustria.com).



**SCHALLER®**  
LEBENSMITTELTECHNIK

Превратим идею в Ваш успех!

**SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®**

**ЗАО "ШАЛЛЕР"**

РФ 115054, Москва

Павелецкая площадь, дом 2, стр. 2

Тел.: +7-495-797 63 33, Факс: +7-495-797 63 44

e-mail: [office.moskau@schalleraustria.com](mailto:office.moskau@schalleraustria.com)

SCHALLER TECHNOLOGY® | WIBERG® | STAR MIX® | VORAN®  
ITEC® | FREUND | HOLAC® | LASKA | SEPAMATIC® | KNECHT  
INJECT STAR® | NOCK® | REX® | TIPPER TIE TECHNOPACK®  
TIPPER TIE ALPINA® | SCHALLER THERMOSTAR®  
TOWNSEND | HEINEN FREEZING | WEBER® | SEALPAC®  
KOMET | BIZERBA | HAAS

Автор:



Виктория  
Загоровская



Как полагает дизайнер Конор Вилан, два яйца можно выпускать в одной коробочке и снабжать их парой рецептов блюд «на одного человека».

# Концепт упаковки для яиц

Упаковка яиц – именно тот редкий случай, когда значение функциональности уверенно лидирует по сравнению с другими характеристиками. Что неудивительно: для такого хрупкого продукта упаковка – единственная защита.

## Только экологически чистые материалы

Основная конкурентная борьба разворачивается между двумя видами контейнеров – бумажным и пластиковым. Главное из достоинств пластиковой упаковки очевидно: прозрачные контейнеры для яиц позво-

ляют покупателям видеть то, что они покупают, не открывая крышку. Разбитые яйца, если они, конечно, есть, видны с первого взгляда. Однако в последнее время на первый план вышел критерий экологичности упаковки, и популярность картона взлетела в разы.

Так, в конце прошлого года нидерландская компания PaperFoam, которая разрабатывает и заменяет пластиковые упаковки на экологически чистые, и компания Rondeel, занимающаяся созданием систем содержания кур-несушек, выпустили совместный продукт — лоток для

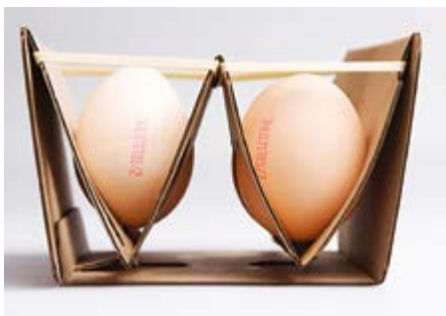
яиц «The Rondeel Eggs». Это первый опыт сотрудничества известных организаций.

Как сообщает EggRussia.com, новые экологически чистые лотки с яйцами поступили в продажу в конце прошлого года. Один из ведущих супермаркетов в борьбе за улучшение экологии в Германии Kaiser Tengelmann первый предложил своим покупателям экологически чистую упаковку. Оценить достоинства и практичность новых лотков смогут пока только жители Европы.

Новая упаковка имеет серый цвет и характеризуется простотой исполнения. При ее изготовлении не используются никакие красители, что минимизирует выбросы углерода в атмосферу. Вместимость лотка прежняя – семь яиц. Главное отличие новой упаковки – это маленький вес, который никак не повлиял на ее функциональность и практичность. А 100-процентный биосодержащий материал, из которого она сделана (крахмал, клетчатка и вода), можно перерабатывать с бумажными отходами или компостировать.

А в ноябре 2011 года выпускница Колледжа искусств при Мэрилендском институте (Великобритания) Сара Мачикадо (Sarah Machicado) представила альтернативу пластиковой упаковке для яиц – разработанный ею концепт бренда и экологичной упаковки для шести крупных органических яиц с коричневой скорлупой.

Дизайнер решила, что печать на упаковку такого продукта должна наноситься соевыми красками, а сама упаковка должна изготавливаться



Упаковка напоминает «гармошку», которая легко складывается до и после использования и занимает мало места при хранении.





Нидерландская компания PaperFoam, которая разрабатывает и заменяет пластиковые упаковки на экологически чистые, и компания Rondeel, занимающаяся созданием систем содержания кур-несушек, выпустили совместный продукт — лоток для яиц «The Rondeel Eggs».

целиком из переработанного гофрированного картона. С точки зрения окружающей среды, это прекрасная альтернатива пластиковой упаковке для яиц, пишет Upakovano.ru

### На первом плане – удобство и надежность

По сути, яичная упаковка, будь то бумажная или пластиковая, – это давно изобретенный велосипед. На российском рынке производителей яйца существует три категории продукта: отборное яйцо (весом свыше 65 г), первая категория (55-65 г) и вторая категория (45-55 г). Форма у яиц всегда примерно одинаковая, исходя из этого моделируется сама упаковка: контейнеры, состоящие из неделимой крышки и дна с ячейками овальной формы. А вот вариации с количеством ячеек и дизайнерским оформлением вполне имеют место.

Самая распространенная и привычная отечественному покупателю упаковка – 10-ячеечная форма. Вспомните небезызвестную фразу «десяток яиц». Есть блоки из двух упаковок, каждая из которых содержит по шесть ячеек, они легко отделяются

друг от друга переламыванием. Некоторые компании пытаются сделать упаковку для 4, 18, 26 яиц, но пока это скорее изыски, чем продукция массового потребления.

Недавно дизайнер Конор Вилан (Conor Whelan) разработал концепт упаковки для двух яиц Two Eggs for You. Как сообщает The Dieline, такой продукт пришелся бы по вкусу холостякам и вообще всем, кто живет один или не имеет времени на приготовление полноценных завтраков. Как правило, таким людям как раз и нужно одно-два яйца, чтобы сделать яичницу или сварить их. Чаще всего желание приготовить себе завтрак является эпизодическим и случается у одиноких людей довольно редко, поэтому покупать десятков яиц нецелесообразно – всегда приходится часть выбрасывать. Как полагает дизайнер, два яйца можно выпу-



скасть в одной коробочке и снабжать их парой рецептов блюд «на одного человека».

Венгерский дизайнер Ева Валижек (Eva Valicsek), которая учится в Университете Западной Венгрии, в прошлом году придумала концепт ди-

зайна упаковки для сырых куриных яиц. Как пишет Packaging of the World, ее разработка представляет собой картонную коробку с перегородками и прорезями для фиксации яиц. Такая упаковка напоминает «гармошку», которая легко складывается до и после использования, занимая мало места при хранении.

Кроме того, любителям куриных яиц больше не придется переживать за сохранность продуктов по дороге домой. В этом году португальский дизайнер под ником Nuno придумал оригинальную упаковку в виде нескольких окружностей, соединенных между собой, пишет Sostav.ru.

Сам каркас сделан из алюминия из расчета, что материал обладает хорошей теплопроводностью и может быть помещен в кастрюлю с кипящей водой. С помощью такой кон-



Молодая дизайнер из Великобритании Сара Мачикадо нашла альтернативу пластиковой упаковке для яиц.

струкции также уменьшается шанс разбить яйцо при переноске.

«Яйца можно готовить прямо в упаковке, что облегчает задачу для потребителя», – комментирует Nuno, рассказывая о своем изобретении.

Что ни говори, а покупатель становится все более привередливым. Так что, думается, с новыми модификациями упаковки для яиц мы еще не раз столкнемся. ■

С такой упаковкой любителям куриных яиц больше не придется переживать за сохранность продукта по дороге домой.





Автор: **Елена Баева**,  
старший аналитик исследований рынков  
Департамента консалтинга  
ЗАО «РосБизнесКонсалтинг»,  
автор исследования «Российский рынок  
пищевых ингредиентов»

e-mail: baeva@rbc.ru,  
marketing@rbc.ru  
www.marketing.rbc.ru  
тел.: +7 (495) 363-11-12

# Глобальные тренды российского рынка пищевых ингредиентов

*Исследование компании «РосБизнесКонсалтинг» – «Российский рынок пищевых ингредиентов» – показало, что рынок пищевых ингредиентов в России является относительно молодым и активно развивающимся за последние 20 лет.*

Такое положение дел объясняется тем, что в Советском Союзе производства и сбыта пищевых добавок и ингредиентов практически не существовало. Несмотря на небольшой опыт производства, сбыта пищевых ингредиентов и отставание от глобальных трендов, российская пищевая промышленность за это время сумела сделать гигантский скачок в освоении обширной группы пищевых ингредиентов почти во всех своих отраслях.

## Динамика мирового рынка пищевых ингредиентов

Годовые темпы роста мирового рынка пищевых ингредиентов составляют порядка 2-3%, что указывает на его насыщенность. Об этом свидетельствует и влияние финансово-экономического кризиса, когда в 2009 году наибольший спад продаж произошел в странах Европы и США, а развивающиеся рынки показали более высокие результаты и стабильность.

Наибольший вклад в динамику мирового рынка вносит интенсивное

развитие таких сегментов, как эмульгаторы, ферменты, гидроколлоиды, функциональные ингредиенты.

Специфика конкурентной среды на мировом рынке определяется тем, что в области производства пищевых ингредиентов конкурируют представители двух направлений – специализированные предприятия по производству ингредиентов и химические компании, занимающиеся

щевой промышленностью, за исключением некоторых фирм (например, Danisco), выпускающих широкий ряд различных категорий пищевых добавок. Поэтому характерной является тенденция на специализацию предприятий в определенном секторе – с одной стороны, и на поставку всеобъемлющего ряда продуктов данного сектора – с другой. Кроме того, существует важное направление для таких предприятий – выпуск добавок для конкретных областей применения по требованию производителей определенных групп и видов пищевых продуктов.

Ведущим фактором влияния за последние годы на мировой рынок пищевых ингредиентов стала сильней-

*«Годовые темпы роста мирового рынка пищевых ингредиентов составляют порядка 2-3%, что указывает на его насыщенность».*

в первую очередь выпуском добавок для пищевых продуктов и напитков, а уже во вторую очередь – производством компонентов для непищевых отраслей промышленности. Как правило, компании специализирующиеся на производстве добавок, относятся не более чем к 2-3 секторам пи-

шшая конкуренция со стороны китайских компаний, производящих более дешевые ингредиенты, что привело к снижению цен и прибыли мировых компаний в некоторых сегментах производства. Этот фактор побудил основных западных производителей создавать крупные объе-



К мировым лидерам рынка пищевых ингредиентов относятся американский концерн Cargill, компании BASF, ADM, ABF.

динения или основывать собственные производственные предприятия на территории Китая и других стран Юго-Восточной Азии.

Пищевые ингредиенты, производимые в Китае и других странах Азии, продолжают активно внедряться на международный рынок и в настоящее время составляют сильнейшую конкуренцию для производителей Европы и США. При этом около 75-80% общемирового объема производства химико-биологического сырья сегодня сконцентрировано в Китае, Индии и других странах Юго-Восточной Азии.

Конкуренция усилила консолидационные процессы в мировой промышленности пищевых ингредиентов и добавок с одновременными крупными инвестициями в приобретение заводов в различных странах мира, расширением линейки производимых на них продуктов. Примером такого процесса, в частности, в мировом производстве ароматизаторов, может служить приобретение компанией IFF (США) фирмы Bush Boake Allen в 2000 году, что вывело компанию на лидирующие позиции в мире. В 2002 году произошло объединение фирм Naarmann&Reiner и Dragoso (Германия) в концерн Symrise, который стал третьим в мире по производству ароматизаторов.

В 2011 году доля международного концерна BASF возросла вслед-

ствие покупки немецкой компании-производителя функциональных ингредиентов Cognis. В этом же году американский химический гигант – компания DuPont приобрела известного производителя пищевых ферментов и добавок компанию Danisco.

К мировым лидерам рынка пищевых ингредиентов относятся американский концерн Cargill, компании BASF, ADM, ABF. Однако в деятельности большинства этих компаний пищевые добавки и компоненты составляют небольшую долю в общем объеме продаж. 53% мирового рынка ароматизаторов контролируют четыре крупнейших игрока: компании Givaudan, IFF, Symrise и Firmenich.

В настоящее время динамика мирового рынка пищевых ингредиентов определяется следующими тенденциями:

- консолидационные процессы среди игроков рынка;

- отход в производстве от использования искусственных добавок в пользу натуральных ингредиентов;
- рост рынка функциональных продуктов;
- рост популярности сектора низкокалорийных продуктов;
- разработка новых пищевых технологий в области пищевых ингредиентов.

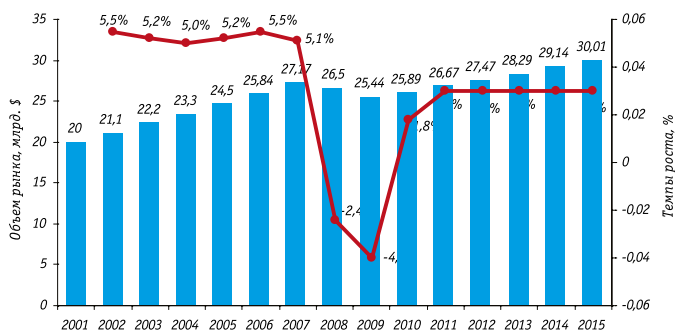
### Особенности рынка

Развитие российского рынка пищевых ингредиентов сдерживается низкой поддержкой отрасли со стороны государства. В Китае, например, государственная поддержка этого рынка способствует его стабильности и росту. Здесь государство гарантирует, что оно выкупит всю продукцию, даже если производители изготовят продукции объемом больше, чем требуется, на несколько лет вперед. У производителей появляется воз-



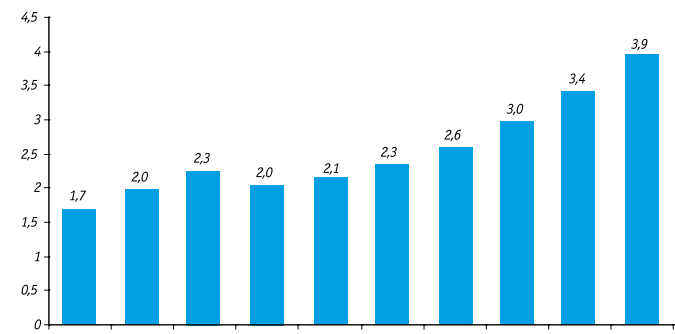
В деятельности большинства этих компаний пищевые добавки и компоненты составляют небольшую долю в общем объеме продаж. 53% мирового рынка ароматизаторов контролируют четыре крупнейших игрока: компании Givaudan, IFF, Symrise и Firmenich.

Рисунок 1. Объем мирового рынка пищевых ингредиентов до 2015 года, млрд долларов в год (оценка и прогноз)



Источник: Leatherhead Food International, оценка РБК Research

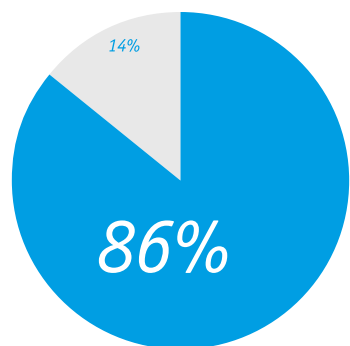
Рисунок 2. Объем российского рынка пищевых ингредиентов до 2015 года, млрд долларов в год



Источник: данные экспертов, оценка РБК Research

Объем рынка \$ млрд © РосБизнесКонсалтинг

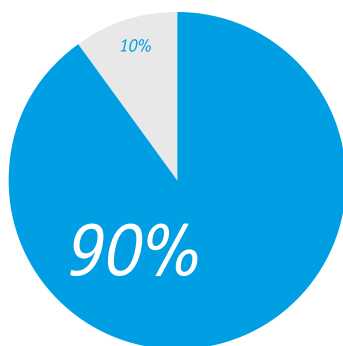
Рисунок 3. Структура рынка пищевых ингредиентов по типу производителей, %, 2010 г.



Иностранные производители  
Российские производители

Источник: экспертные оценки, оценка РБК Research

Рисунок 4. Соотношение импорта и экспорта в структуре российского рынка пищевых ингредиентов, %, 2010 г.



Импорт  
Экспорт

Источник: данные ФТС, оценка РБК Research

возможность заниматься отработкой и совершенствованием технологий производства, а правительство начинает постепенно снижать цены на данную продукцию. Образовавшиеся запасы по демпинговым ценам из Китая поставляются на Запад. Таким образом, производитель успевает повысить свою эффективность за несколько лет, а риски производства сдерживаются государством. В России такой протекции нет, а количество рисков и барьеров выхода на рынок велико. Поэтому число производителей, имеющих полный цикл производства пищевых ингредиентов, в России не так много. Индустрия пищевых ингредиентов в России пока значительно уступает уровню развития этой отрасли в зарубежных странах. Рынок насыщается в основном за счет импортной продукции, а не за счет внутреннего производства.

Тем не менее, несмотря на многие трудности, локальный рынок в России развивается опережающими темпами по сравнению с другими отраслями перерабатывающей промышленности. Российский рынок пищевых ингредиентов развивается как в качественном, так и в количественном отношении. Рост пищевой промышленности, объемов потребления, влияние западных пищевых рынков обуславливают привлечение внимания отечественных производителей к расширению ассортимента, повышению качества, инновационным технологиям производства продуктов питания, разработке современных высокотехнологичных ингредиентов.

По оценке РБК Research, на долю российского рынка приходится порядка 8-10% от общего объема мирового рынка пищевых ингредиентов. В отличие от насыщенных европейского и американского рынков, российский рынок имеет большой потенциал для активного роста.

Одной из особенностей российского рынка является доминирование зарубежных производителей на локальном рынке. По оценке РБК Research, в среднем доля иностранных производителей является подавляющей и составляет 86%. Доля отечественных игроков – 14%.

Следует отметить, что эта доля неоднородна в зависимости от сегмента рынка. Так, в сегменте ароматизаторов доля российских производителей и дистрибьюторов несколько выше и составляет около 30%, и она продолжает увеличиваться.

Доминирование зарубежной продукции на российском рынке подтверждает и подавляющая доля импорта в структуре рынка (90%). Доля экспорта пищевых ингредиентов составляет только 10%.

Нередко компании-производители, кроме дистрибуции собственной продукции, являются официальными дистрибьюторами мировых иностранных брендов на территории России. Российские производители и поставщики пока не могут соревноваться с западными конку-



рентами ни по масштабам своей деятельности, ни по уровню оснащенности необходимым оборудованием, так как пока не обладают всем спектром передовых наработок и технологий, существующих в мире.

Российские производители ингредиентов стремятся усилить свои позиции на рынке, создать конкурентоспособную продукцию в противовес импортной. За последние годы в России были созданы новые предприятия по производству пищевых ингредиентов, часть из них – с участием иностранного капитала. Основным препятствием для развития отечественных производителей стал финансовый порог вхождения на рынок. Открыть в России полный цикл производства – достаточно сложный процесс, связанный с инвестициями и бюрократическими издержками.

Развитие производства пищевых ингредиентов в нашей стране осложняет проблема сырья. Отечественная тонкая химическая промышленность практически не ориентирована на производство сырья для пищевой промышленности. На сегодняшний день местные производители пищевых ингредиентов используют при производстве до 90% импортного сырья, что влияет на себестоимость продукции и устанавливает прочную зависимость отечественных производителей от импортных поставок. Это связано с отсутствием необходимого уровня инвестиционных вливаний в отрасль, серьезных научных исследований и разработок, высококвалифицированных кадров.

Таким образом, среди барьеров для интенсивного развития отечественного производства пищевых ингредиентов можно выделить следующие факторы:

- отсутствие исходного сырья на внутреннем рынке;
- отсутствие опыта по внедрению инновационных продуктов;
- значительное использование импортного сырья в производстве;
- отсутствие заинтересованности государства в поддержке производителей пищевых ингредиентов, высокие риски организации полного цикла производства пищевых ингредиентов;
- развитие уже традиционных, насыщенных ниш (ароматизаторы, красители) и низкая заинтересован-

ность в развитии новых для российского рынка.

Между тем пищевая индустрия в России растет интенсивно, указывая на актуальность развития внутреннего сырьевого рынка, ориентированного на специфику местного потребительского и коммерческого спроса. Поэтому основной особенностью российского рынка пищевых ингредиентов остается все еще нереализованный потенциал на фоне бурного развития отечественной пищевой индустрии.

### Резюме

«Молодость» российского рынка пищевых ингредиентов характеризуется существенным отставанием от глобальных трендов. С одной стороны,

*«Молодость» российского рынка пищевых ингредиентов характеризуется существенным отставанием от глобальных трендов».*

это является позитивным фактором, так как наш рынок демонстрирует значительный потенциал развития в контексте насыщенного мирового рынка, с другой – достижение глобальных стандартов на российском локальном рынке может растянуться на многие десятилетия.

Приход и активная деятельность гигантов мировой индустрии пищевых ингредиентов на российском рынке способствует его качественному развитию. Мировые игроки рассматривают российский рынок как привлекательный для инвестиций с целью открытия новых производств. Зарубежные игроки привносят на российский рынок глобальные стандарты качества, тем самым делая критерий качества продукции основным средством конкурентной борьбы. Это заставляет отечественных игроков стремиться производить более качественную, конкурентоспособную продукцию.

По некоторым прогнозам, к 2015 году отечественные производители займут 45-50% российского рынка пищевых ингредиентов. Драйверами роста доли отечественных производителей станут рост продаж ингредиентов российского производства, географическая близость наших про-

изводителей к заказчикам (конечным потребителям), знание специфики покупательского спроса, возможность оперативного решения технологических проблем предприятий, отлаженность логистических услуг, низкие цены (по сравнению с импортом).

В перспективе локальный рынок ожидает выход новых игроков, отечественных компаний-производителей, которые будут использовать в производстве пищевых ингредиентов новые технологии, современное оборудование, инновационные разработки. Основная борьба за клиента развернется в ракурсе соотношения «цена-качество». Все чаще в России открытие линий собственного производства будет сопровождаться от-

крытием научно-исследовательских центров на базе производства, установлением партнерских взаимоотношений с профильными научно-исследовательскими институтами и центрами страны для разработки, экспертизы и продвижения новых продуктов.

Для мировых производителей российский рынок пищевых ингредиентов сохранит привлекательность как в плане расширения реализации уже готовых ингредиентов, так и в плане создания предприятий по их производству на территории России. Этому также будет способствовать инвестиционная привлекательность российского рынка.

В перспективе можно ожидать, что по основным секторам пищевых ингредиентов структура рынка будет приближаться к мировым стандартам. Постепенно доля сегмента зарубежных дистрибьюторов будет снижаться, а доля производителей увеличиваться. Благоприятная динамика рынка и приближение к мировым стандартам требует его прозрачности, открытости и государственной поддержки в виде разработки и реализации политики, которая будет ориентирована на поддержку отечественных производителей. ■

Автор:



**Ольга Романова,**  
управляющий партнер  
ООО «Юридическая группа  
«РАТУМ»

# Агрострахование с господдержкой *Оправдаются ли ожидания?*

**С** января этого года вступил в силу Закон «О государственной поддержке в сфере агрострахования» (далее – Закон). В части страхования сельскохозяйственных животных он начнет действовать с 1 января 2013 года.

Как и большинство законов, связанных с регулированием деятельности в аграрном секторе и перерабатывающей промышленности, его применение на практике вызывает много вопросов, как у страховщиков, так и юристов, сельхозпроизводителей и даже у Правительства России.

Так, **первый вице-премьер РФ, председатель центрального совета Российского аграрного движения (РАД) Виктор Зубков** призвал избавиться от жуликов в агростраховании. «Надо... сделать так, чтобы вокруг сельскохозяйственного страхования прекратили вращаться всякие жулики и проходимцы», – заявил он на заседании президиума РАД в феврале.

Необходимо создание прозрачной системы сопровождения договоров агрострахования с господдержкой.

Законодатель следует своей традиции и многие вопросы, которые должны быть урегулированы в Законе, переносит на плечи Правительства России, которое должно принять различного



*Нескоординированность системы возмещения ущерба от стихийных бедствий с использованием средств страховых компаний, федерального и регионального бюджетов – один из основных недостатков системы страхования сельскохозяйственных рисков.*

рода Постановления, связанные с применением Закона:

- порядок оказания господдержки устанавливается нормативными правовыми актами высших исполнительных органов государственной власти субъектов РФ;
- правительством РФ устанавливаются: общие требования, методика расчета субсидий, правила проведения экспертизы, требования к экспертам.

Нужно отдать должное, по данному Закону правительство быстро среагировало, чего нельзя сказать о Законе «Об обороте земель сельскохозяйствен-

ного назначения» (здесь лобби страховщиков явно сильнее), и до вступления Закона в силу, а не после того как, 30 декабря 2011 г. вынесло Постановление 30 декабря 2011 г. №1205 «О проведении экспертизы в целях подтверждения факта наступления страхового случая и определения размера причиненного страхователю ущерба по договору сельскохозяйственного страхования», №1234 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на компенсацию части затрат сельскохозяйственных товаропро-

изводителей по страхованию урожая сельскохозяйственных культур, урожая многолетних насаждений и посадок многолетних насаждений».

### Недостатки системы страхования сельскохозяйственных рисков

К основным недостаткам системы страхования сельскохозяйственных рисков можно отнести:

- несовершенство действующей нормативно-правовой базы, регулирующей современную систему сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой;
- значительная финансовая нагрузка на сельскохозяйствен-

*«Новый закон об агростраховании, как и большинство документов, связанных с регулированием деятельности в аграрном секторе и перерабатывающей промышленности, вызывает много вопросов, как у страховщиков, так и у юристов, сельхозпроизводителей и даже Правительства России».*

- ных товаропроизводителей в период подготовки и проведения сезонных сельскохозяйственных работ. При заключении договора страхования необходимо уплатить страховую премию в размере 100%, а возмещение из бюджета 50% страховой премии происходит только через 3-6 месяцев;
- отсутствие системы перестрахования рисков по территории Российской Федерации;
  - при заключении договора сельскохозяйственного страхования сельхозорганизация оплачивает сразу 50% страховой суммы;
  - отсутствие единой системы независимой оценки ущерба и порядка урегулирования убытков – принятые правила не решают данной проблемы;
  - несоординированность системы возмещения ущерба от стихийных бедствий с использованием средств страховых компаний, федерального и регионального бюджетов;
  - незаинтересованность сельскохозяйственных товаропроизводителей в страховании урожая сельскохозяйственных культур ввиду отсутствия доверия к страховым организациям.

К сожалению, закон не решает системных проблем. Точно так же, как и Правила, утвержденные Постановлением от 30 декабря 2011 г. По новым Правилам договор с экспертом заключается страховщиком, несмотря на то что Правилами предусмотрены признаки взаимозависимости между страховщиком и экспертом, мы все прекрасно понимаем, что экспертом, подконтрольным страховщику, может быть кто угодно. По новым Правилам эксперты аттестуются Минсельхозом РФ, мы проводили опрос среди наших клиентов и можем сказать, что, к сожалению, и данная процедура не воспринимается как адекватная с целью противодействия коррупции как со стороны госорганов, так и со стороны страховщиков.

### Плюсы системы агрострахования

Что же можно отнести к плюсам Закона об агростраховании? Лично я как эксперт и юрист не могу ответить сейчас на этот вопрос – пока я их не вижу. Для того чтобы получились плюсы, нам надо совместно обсудить и исправить существующие недостатки, обратив внимание на проблемы, которые но-

## Официальный туроператор выставок



**S-Continental**  
Travel Company

**Эксклюзивное предложение  
от компании «С-Континенталь»:**

- СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ  
на бронирование  
номеров в гостиницах.
  - БЕСПЛАТНЫЙ трансфер на выставку.
  - БЕСПЛАТНАЯ сим-карта  
с исходящими  
вызовами по Москве и области.
  - БЕСПЛАТНАЯ визовая поддержка.
- А также:
- Информационное сопровождение  
24 часа в сутки.
  - Услуги переводчика.
  - Билеты в театры и на концерты.
  - Экскурсионное обслуживание.

+7 (812) 318-30-30

8 (800) 55-55-001

info@scontinental.com

www.scontinental.com

(звонок по России бесплатный)



вый Закон, к сожалению, не решает. Надо отдать должное страховщикам – свои интересы они отстаивают по максимуму. Только по законам, связанным с агрострахованием, так быстро принимаются Постановления Правительства и подаются в Госдуму законопроекты, связанные с защитой прав страховщиков.

**Проект о внесении изменений в Налоговый кодекс**

Отметим, что 14 февраля этого года в Госдуму внесен проект о внесении изменений в Налоговый кодекс.

Как следует из пояснительной записки: «Проект Федерального закона «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» разработан в целях реализации положений Федерального закона от 25 июля 2011 г. №260-ФЗ «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» (далее – Федеральный закон), который определил, что если страховое возмещение или его часть не могут быть осуществлены страховщиком, заключившим договор сельскохозяйственного страхования, осуществляемого с государ-

**Эволюция системы сельскохозяйственного страхования в России**

1969-1990 гг. – Действует система обязательного государственного страхования имущества колхозов, совхозов и других сельскохозяйственных предприятий.  
1993-1995 гг. – Первая попытка организовать сельхозстрахование с господдержкой в новых экономических условиях.  
1997 гг. – Принят Федеральный закон 100-ФЗ «О государственном регулировании агропромышленного производства».  
2003 г. – При Минсельхозе России образовано ФГУ ФАГПССАП, начало предоставления федеральных субсидий на страхование.

2004-2005 гг. – Страхование сельхозкультур с господдержкой регулируется ежегодными приказами Минсельхоза России.  
2006 г. – Принят Федеральный закон 264-ФЗ от 22.12.06 «О развитии сельского хозяйства».  
2008 г. – Принятие постановления Правительства Российской Федерации №1091 от 31 декабря 2008 года.  
2009 г. – Утверждена Концепция совершенствования сельскохозяйственного страхования.  
2011 г. – Принят Закон «О государственной поддержке в сфере агрострахования».

ственной поддержкой, вследствие процедур, применяемых в деле о банкротстве страховщика или применения в отношении страховщика мер по предупреждению банкротства, объединением страховщиков осуществляются компенсационные выплаты.

Компенсационные выплаты осуществляются объединением страховщиков по требованиям страхователей или выгодоприобретателей.

Данный механизм позволит объединению страховщиков выполнить функции поддержания платежеспособности всей системы сельскохозяйственного страхования, осуществляемого с го-

сударственной поддержкой, посредством осуществления выплат страхового возмещения в случае банкротства одного из страховщиков, а также позволит обеспечить дополнительные условия финансовой устойчивости системы сельскохозяйственного страхования, защиту прав и интересов страховщиков, сельскохозяйственных товаропроизводителей и государства в сфере страхования сельскохозяйственных рисков, создание дополнительных возможностей для их перестрахования, а также финансовых и организационных основ механизма защиты от катастрофических рисков». ■

**Таблица 1. Преимущества использования страхования как механизма управления риском**

Снижение неопределенности в финансовом планировании деятельности предприятий
Привлечение страхового капитала для компенсации убытков предприятия
Сокращение затрат на управление риском путем использования опыта страховых экспертов для оценки и управления риском
Высвобождение денежных средств для более эффективного использования

**Таблица 2. Потенциальные субъекты агрострахования с господдержкой (по аналитическим данным юридической группы «РАТУМ»)**

Наименование субъектов агрострахования	Количество <sup>1</sup>
Агрохолдинги (региональные и федеральные)	150
Сельскохозяйственные организации	25 000
Крестьянские (Фермерские) хозяйства	255 000
Страховщики в системе господдержки	66 (11 федеральных)
Активные страховщики на рынке	ИНГОССТРАХ, ЮГОРИЯ, ВСК, РГС, МАКС, РОСНО, АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ

<sup>1</sup> По аналитическим данным Юридической группы «РАТУМ», полученным из открытых источников по состоянию на 30.09.2011 г.

**Таблица 3. Классификация рисков и страховых программ в зависимости от этапов хозяйственной деятельности**

Этапы хозяйственной деятельности сельхозтоваропроизводителя (потребности предприятия)	Виды страхования
Выращивание сельскохозяйственных культур	Страхование урожая с/х культур с государственной поддержкой Добровольное страхование урожая с/х культур Страхование урожая с/х культур (залог Банка)
Выращивание сельскохозяйственных животных	- Добровольное страхование с/х животных - Страхование с/х животных (залог Банка)
Хранение готовой продукции	Страхование товарных запасов
Переработка продукции	Страхование ответственности за качество Страхование основных фондов и технологического оборудования Страхование убытков от перерыва в хозяйственной деятельности
Отгрузка готовой продукции по различным условиям поставки	Страхование грузов
Эксплуатация элеваторов, технологического оборудования и т. д.	Страхование опасных производственных объектов
Дополнительная нефинансовая мотивация персонала	Добровольное медицинское страхование
Удержание ключевых сотрудников предприятия	Накопительное страхование жизни



17-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ  
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

# АГРО ПРОД МАШ

ЦВК «Экспоцентр», Москва, Россия

**8-12 октября 2012**



**ПЕРВЫЙ  
В ИННОВАЦИЯХ**

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

Организатор:



123100, Москва,  
Краснопресненская наб., 14  
E-mail: [centr@expocentr.ru](mailto:centr@expocentr.ru)  
[www.expocentr.ru](http://www.expocentr.ru), [экспоцентр.рф](mailto:экспоцентр.рф)

# 10-я международная выставка Молочная и Мясная индустрия

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



Москва, ВВЦ,  
павильон №75

Одновременно:

**ingredients**  
RUSSIA

13-16 марта  
2012 года

Организаторы:



Официальная поддержка

Официальный партнер



Тел.: +7 (495) 935-81-40, 935-73-50, e-mail: [md@ite-expo.ru](mailto:md@ite-expo.ru)