

# МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

**Екатерина Лучкина,**

Исполнительный директор  
национального союза  
мясопереработчиков:

«Работать, производить некогда! Времени остается только на то, чтобы отслеживать идущие «ноздря в ноздю» реформы и наспех пытаться понять, чего же еще от тебя хотят».

## 44

По мнению аналитиков, в 2021 году стоимостный объем экспорта охлажденных мясных полуфабрикатов из России составит 44,3 млн долларов, что больше уровня 2016 года на 103,3%.

## 54

ТЕМА НОМЕРА

В мае 2017 года баранина в России в среднем стоила 343 рубля за кг.

## 8





При поддержке  
Правительства  
Москвы

# 19-я Российская агропромышленная ВЫСТАВКА

## ЗОЛОТАЯ ОСЕНЬ 2017



Министерство  
сельского хозяйства  
Российской Федерации

### МОСКВА ВДНХ

4-7  
ОКТЯБРЯ  
2017

[www.goldenautumn.moscow](http://www.goldenautumn.moscow)

+7(495)256-80-48

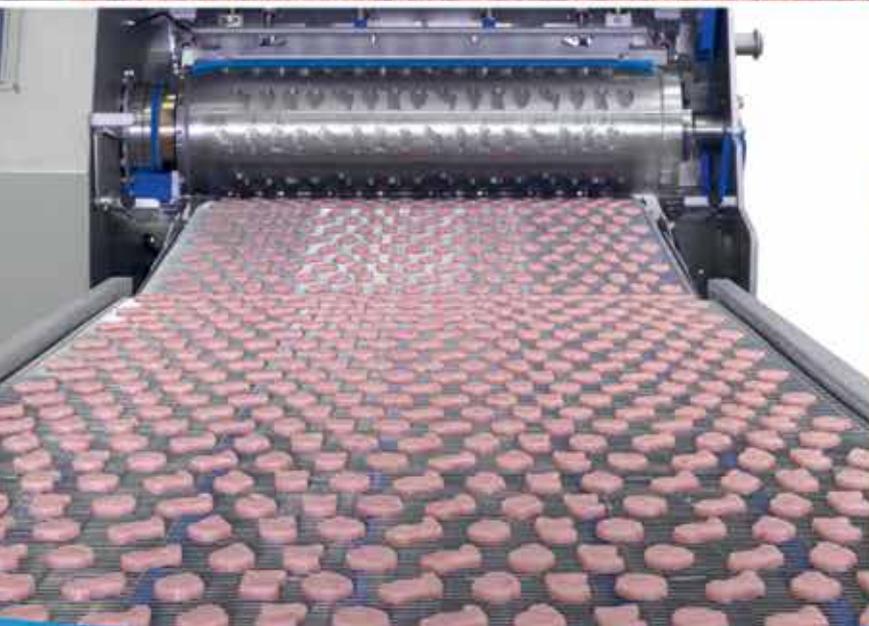
#### Свиноводство



**ПОЛНЫЙ СПЕКТР  
ОТРАСЛЕЙ АПК  
НА ОДНОЙ  
ПЛОЩАДКЕ**

**ДЕМОНСТРАЦИЯ  
ДОСТИЖЕНИЙ ЛИДЕРОВ  
РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО АПК**

**МЕСТО ВСТРЕЧИ  
РЕГИОНАЛЬНЫХ ВЛАСТЕЙ  
И БИЗНЕСА**



реклама

## Комплексные решения для мясопереработки

ГЕА предлагает оптимальные решения для мясопереработки, от отдельных машин до комплексных производственных линий для:

- подготовки;
- маринования;
- обработки и загрузки;
- нарезки и упаковки;
- охлаждения и заморозки.



- Решения «под ключ»: проектирование, изготовление, поставка, шеф-монтаж, пусконаладка;
- Сервисное обслуживание 24/7;
- Склад запасных частей в Москве и области;
- Мировой опыт концерна.

Москва, 105094, ул. Семеновский Вал, ба. Тел.: (495) 787-20-20, факс: (495) 787-20-12, sales.russia@gea.com



**С ТОЧНОСТЬЮ ДО ГРАММА. ГИГИЕНИЧНЫ. ЭКОНОМИЧНЫ.**  
СИСТЕМЫ ДОЗИРОВАНИЯ HANDTMANN



# РЕШЕНИЯ ОТ РУЧНОЙ ДО ПОЛНОСТЬЮ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ УПАКОВКИ

- Системы, пригодные для любого использования, от гибкого медленного повышения дозировки и добавления до полностью автоматизированного совокупного решения с интерфейсом для упаковки
- Однополосное или многополосное дозирование, непрерывное, точечное или гибкое
- Дозирование в самые разные емкости, на транспортеры или в упаковочные машины глубокой вытяжки
- Многообразиие продуктов с жидкими, пастообразными или кусковыми массами
- Исключительная точность порционирования позволяет снизить превышение веса и затраты
- Превосходное качество продуктов с первоклассным внешним видом
- Великолепные гигиенические условия благодаря процессу с точно заданным тактом

**Идет ли речь о самых маленьких упакованных отдельных порциях или большой таре: тренд упакованных и долгохранящихся продуктов продолжается. Системы дозирования Handtmann обеспечивают исключительную точность порционирования и изготовление продуктов при безупречных гигиенических условиях с подачей их в разнообразные емкости.**



## **Дозировочная станция DS 551**

С распределителем массы для многополосного дозирования на тестовую ленту или в емкости



## **Система дозирования VDM**

Многополосное дозирование в упаковку с применением погружения с сервоприводом



## **Клапан для резки SV 424**

Абсолютно точное дозирование кусковых продуктов в упаковочные машины глубокой вытяжки или емкости



## **Клапан для дозирования**

Гибкое дозирование разнообразных масс

**handtmann**  
Идеи с будущим.

# Редакционная коллегия

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



**Джавадов**  
**Эдуард Джавадович,**

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

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



**Андреев**  
**Михаил Павлович,**

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



**Забодалова**  
**Людмила Александровна,**

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



**Лисицын**  
**Александр Николаевич,**

директора ВНИИЖ, доктор  
технических наук.



**Доморощенкова**  
**Мария Львовна,**

заведующая отделом производства  
пищевых растительных белков  
и биотехнологии ВНИИ жиров.



**Тимченко**  
**Виктор Наумович,**

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



**Глубоковский**  
**Михаил Константинович,**

доктор биологических наук, директор  
ВНИИ рыбного хозяйства и океанологии.



**Ванеев**  
**Вадим Шалвович,**

владелец, основатель и генеральный  
директор агрокластера «Евродон».



**Маницкая**  
**Людмила Николаевна,**

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



**Егоров**  
**Иван Афанасьевич,**

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



**Лоскутов**  
**Игорь Градиславович,**

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



**Савкина**  
**Олеся Александровна,**

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



НОВИНКА

# TWINVAC EVOLUTION

ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНАЯ НАБИВКА



- **Управление посредством сервонабивки**  
*Лучшая Точность в весе на рынке*
- **Давление уплотнения**  
*Максимальный расчетный выход при нарезке*
- **Двойной Цилиндр**  
*Максимальная производительность и скорость набивки*
- **Большие Диаметры**  
*Непревзойденная четкость видимости цельной мыщцы*
- **Сокращение площади**  
*Сокращение требуемой производственной площади*
- **Совершенный дизайн**  
*Максимальная легкость технического обслуживания, мойки и санитарной обработки*



реклама

# Содержание

## 20

Группа компаний «Тавр» занимает 7-е место среди мясоперерабатывающих компаний в России.



- |           |   |           |  |           |  |
|-----------|---|-----------|--|-----------|--|
| <b>8</b>  | <b>Тема номера</b><br>Российский рынок баранины: оценка и прогноз / Russian mutton market: opinion and forecast                           | <b>32</b> | <b>Технологии</b><br>Производство – наш долгосрочный приоритет   | <b>48</b> | <b>IT-технологии</b><br>Девять способов снижения затрат для большей прибыли: практические рекомендации компании CSB-System для предприятий мясной промышленности |
| <b>16</b> | <b>Ингредиенты</b><br>Группа компаний BELSTAR: динамичное развитие  | <b>36</b> | Новый пистолет для аппаратов высокого давления Kärcher. Инновационная концепция важнейшего элемента управления | <b>50</b> | <b>Оборудование</b><br>Системы для производства свежих колбасно-сосисочных изделий   |
| <b>18</b> | «Верхневолжский кожевенный завод» – надежный партнер мясной отрасли   | <b>38</b> | <b>От слов к делу</b><br>Игорь Переплетчиков: «Мы движемся наравне с лучшими мировыми брендами»                | <b>52</b> | <b>Упаковка и оболочка</b><br>«Атлантис-Пак» на «Агропродмаше-2017» предложит свежие решения для бизнеса   |
| <b>19</b> | <b>Рецептура</b><br>Колбаса полукопченая «Ветчинная»  | <b>42</b> | <b>Компании</b><br>Юлия Аршинова: «Конкуренция подстегивает к совершенствованию»                               | <b>54</b> | <b>Исследование</b><br>Анализ рынка охлажденных мясных полуфабрикатов  |
| <b>20</b> | <b>Фоторепортаж</b><br>ГК «Тавр» – сделано на Дону  | <b>44</b> | <b>Отрасль</b><br>Псевдонаучные заявления СМИ дискредитируют мясную промышленность                             | <b>58</b> | <b>В мире</b><br>Инновационная Италия  |
| <b>26</b> | <b>От первого лица</b><br>Александр Ремета: «На мой взгляд, перспектива ближайших нескольких лет – это глобализация и консолидация рынка» |           |  |           |  |

## Сфера

Мясная сфера  
(Мясная промышленность) №4 (119) 2017

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

Издатель:  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»  
Адрес редакции:  
Россия, 197101, Санкт-Петербург,  
ул. Мира, д. 3, литера А, помещение 1Н,  
тел./факс: +7 (812) 245-67-70,  
www.sfera.fm

Управляющий:  
ИП Захаров Алексей Павлович

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

Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова  
n.antipova@sfera.fm

Екатерина Зенько  
e.zenko@sfera.fm

Екатерина Полищук  
e.polishuk@sfera.fm

Оксана Перепелица  
o.perpelitza@sfera.fm

Евгения Гненная  
e.gnenная@sfera.fm

Валерия Скиданова  
v.skidanova@sfera.fm

Ирина Крещул  
i.kretsul@sfera.fm

Лилия Далакишвили  
l.dalakishvili@sfera.fm

Выпускающий редактор:  
Ксения Жукова  
kseniya\_kalanova@mail.ru

Дизайн и верстка:  
Ирина Слосарева  
n.slyusareva@sfera.fm

Корректор:  
Лариса Торопова

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 4 раза в год.

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

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

Материалы, отмеченные значком , публикуются на коммерческой основе.

Материалы, отмеченные значком , являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 01.10.17. Тираж: 3 000 экз.



# Эффективность выше на 25%!

EXCELLENCE IN  
**CLIPPING**

Клипсование с одновременным наложением петли,  
автоматическое подвешивание и размещение на  
копильной палке

Для больших объемов производства в диапазоне  
калибров от 38 до 100 мм

До 37% экономии расходов на персонал

Потенциальное увеличение производительности с 2 т  
до 4 т на человека по сравнению с FCA 3430

**FCHL 160**  
**НОВИНКА!**



Ждем Вас на выставке  
Павильон Форум, стенд FC 075



**лидерство • новаторство • надежность**

**poly-clip®**  
**SYSTEM**

Poly-clip System · Niederckerstraße 1 · 65795 Hattersheim a.M. · Germany  
marketing@polyclip.com · Смотри также: polyclip.com/5338  
Ваш партнер в России и СНГ: www.polyclip.com/russianfederation.htm

**В 2016 ГОДУ В РОССИИ  
В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ  
БЫЛО ИЗГОТОВЛЕНО 6,7 ТЫС. Т  
МЯСА БАРАНИНЫ, ЧТО ВЫШЕ  
НА 7,6%, ЧЕМ В 2015 ГОДУ.**

**Автор:**

**Антон Щербаков,**  
эксперт ИА «Крединформ»  
E-mail: a.scherbakov@credinform.ru

**Author:**

**Anton Scherbakov,**  
Kredinform information agency, expert  
E-mail: a.scherbakov@credinform.ru

**343** ₺

средняя стоимость  
баранины в РФ в мае  
2017 года за кг.

**88%**

экспорта российской  
баранины закупает  
Казахстан.

**3,3** ТЫС. Т

баранины было завезено  
в РФ в 2016 году.

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК БАРАНИНЫ: ОЦЕНКА И ПРОГНОЗ

## RUSSIAN MUTTON MARKET: OPINION AND FORECAST

### Общая характеристика рынка мяса

По итогам 2016 года отечественные сельхозкомпании и фермеры произвели рекордный объем мяса и субпродуктов убойных животных (исключая мясо птицы) в натуральном выражении за всю постсоветскую историю – 2620 тыс. т, причем к уровню 2015-го показатель увеличился на 14,4%, а уровень 2010-го превзошел в 2,2 раза (рис. 1).

Столь стремительного роста производства удалось достичь в основном благодаря интенсификации разведения поголовья свиней. Сегодня мясо свинины занимает 78% общей структуры рынка мяса убойных животных (не включая домашнюю птицу). Баранина в этом ряду имеет весьма скромную долю – лишь 0,2% рынка (рис. 2).

Производство свинины в 2016 году в натуральном выражении составило 1993 тыс. т, субпродуктов убойных животных – 295 тыс. т, говядины – 263 тыс. т. Что характерно, российские агрохолдинги в минувшем году увеличили выпуск свинины более чем в 2,5 раза в сравнении с данными 2010 года, а вот производство говядины осталось практически на неизменной планке.

### Объем производства баранины и структура рынка

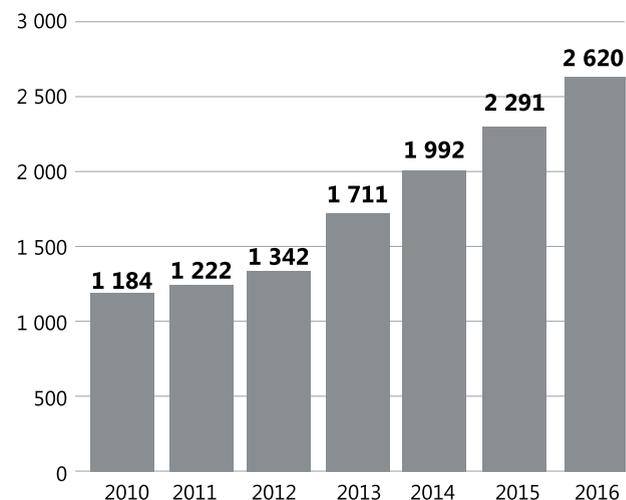
Баранина незаслуженно пользуется гораздо меньшей потребительской популярностью, чем традиционные виды мяса – свинина, говядина и домашняя птица. Баранина содержит примерно в 2–3 раза меньше жира, чем свинина, и в 4 раза меньше холестерина. В сравнении с говядиной в баранине меньше холестерина в 2,5 раза. Баранину рекомендуется употреблять в пищу детям и людям пожилого возраста. Это мясо содержит много



В 2016 году в Россию было завезено 3,3 тыс. т баранины на сумму 16,8 млн долларов, тогда как весь наш экспорт чуть превысил 0,1 тыс. т (0,67 млн долларов).

Рисунок 1. Динамика производство мяса и субпродуктов убойных животных (исключая мясо птицы) в натуральном выражении (не в убойном весе) в России, тыс. т

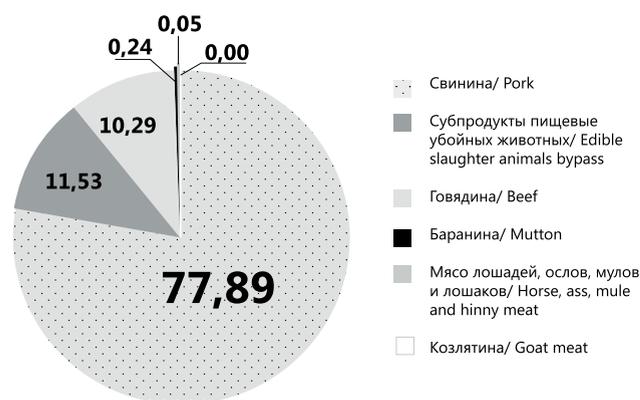
Figure 1. Slaughter animals meat and bypass (poultry excluded) production dynamics in kind (not in carcass weight) in Russia, thous tonnes



### General description of the meat market

As of the end of 2016, Russian farming companies and farmers set their record in slaughter animals meat and bypass-in-kind production (poultry excluded) for the first time in the post-Soviet economic history – 2,620 kilo tonnes, and this is by 14.4% more than the index of 2015, and 2.2 times more than in 2010 (see Fig. 1).

Рисунок 2. Структура рынка мяса и субпродуктов убойных животных (исключая мясо птицы) по итогам 2016 года, % от объема производства в натуральном выражении  
Figure 2. Slaughter animals meat and bypass (poultry excluded) market structure at year-end 2016, percentage of production output (in kind terms)



фтора, который укрепляет зубы и оберегает их от кариеса. В состав баранины также входит лецитин, который способствует предотвращению сахарного диабета, активизирует работу поджелудочной железы и, кроме того, нормализует обмен холестерина и имеет антисклеротические свойства.

Соли калия, магния и натрия, которые есть в баранине, положительно влияют на состояние сосудов и сердца. Это мясо содержит много железа (на треть больше, чем в свинине), без которого не обходятся процессы кроветворения. Также баранина богата йодом, обеспечивающим правильную работу щитовидной железы.

Баранина имеет высокую питательную и вкусовую ценность, по количеству минеральных веществ, аминокислот, белка она ничем не уступает говядине. Баранина также более калорийное мясо, чем говядина. Некоторые ученые предполагают, что народы, которые употребляют баранину, менее подвержены атеросклерозу.

В 2016 году в России в натуральном выражении было изготовлено 6,7 тыс. т мяса баранины, что выше на 7,6%, чем в 2015 году. Доля баранины в общей структуре мясного рынка России не превышает 0,3%. Баранина больше всего распространена в мусульманских регионах страны, что связано с религиозной особенностью этих территорий: гастрономическая культура мусульман запрещает употреблять в пищу свинину – самое распространенное мясо в РФ. Баранина же, напротив, считается желательным продуктом на столе у 21 млн мусульман России. Поэтому основной рост потребления этой разновидности мяса



Almost 98% of produced meat is covered by slaughter-warm mutton, fresh or chilled. Frozen mutton is rare – about 2% of the market.

Баранина содержит примерно в 2–3 раза меньше жира, чем свинина, и в 4 раза меньше холестерина.

Mutton contains about 2-3 times less fat than pork, and 4 times less cholesterol. The contents of cholesterol in mutton is 2.5 times less if compared to beef.

Рисунок 3. Динамика производства свинины, субпродуктов мясных и говядины в натуральном выражении, тыс. т  
Figure 3. Dynamics of pork, meat bypass and beef production in kind terms, thous.



It is mainly intensified pig stock breeding that such a rapid growth of production owes to.

Today pork occupies 78% of the whole market of slaughter animals meat (excluding poultry). The share of mutton in this line is fairly humble – only 0.2% of the market (see Fig. 2).

Kind production of pork in 2016 totaled 1,993 kilo tonnes, slaughter animals bypass – 295 kilo tonnes; beef – 263 kilo tonnes. Characteristically, Russian agricultural holdings increased pork production by more than 2.5 times in the preceding year as compared to the data of 2010, although beef production stayed at just about the same level.

### Mutton production volume and market structure

Mutton is unfairly less popular with the consumers as traditional meat kinds – pork, beef and poultry. Mutton contains about 2-3 times less fat than pork, and 4 times less cholesterol. The contents of cholesterol in mutton is 2.5 times less if compared to beef. Mutton is recommended to be consumed by infants and elderly people. This meat contains much fluorine which strengthens teeth and protects them from decay. Also lecithin contained in mutton prevents diabetes, stimulates pancreas, and moreover, it improves cholesterol exchange and has anti sclerotic effect.

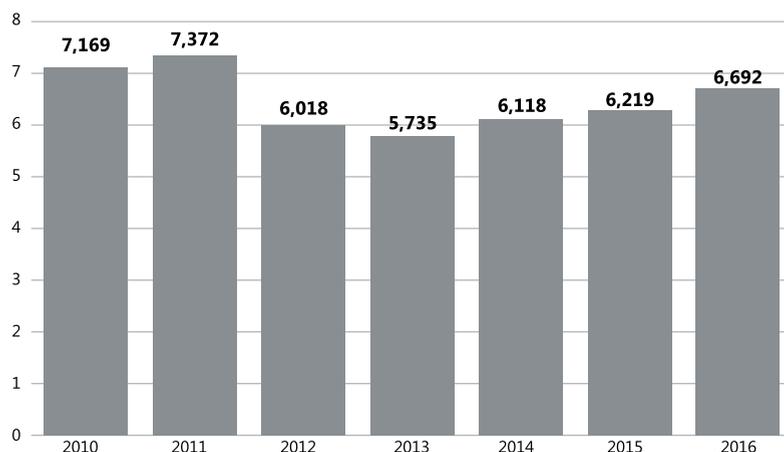
Potash, magnesium and sodium salts that occur in mutton are good for heart and vessels. This meat contains much ferrum (one third as much as in pork) essential for blood-forming. Mutton is as well rich in iodine providing for proper thyroid function.

Зависимость нашего рынка от импортных поставок остается на высоком уровне: в 2016 году доля импорта достигала 30% от общего объема потребления в натуральном выражении.

6.7 kilo tonnes of mutton in kind terms were produced in Russia in 2016, that is by 7.6% more than in 2015.

Рисунок 4. Динамика внутреннего производства мяса баранины в натуральном выражении, тыс. т

Figure 4. Dynamics of domestic mutton production in kind terms, thous.



приходится на субъекты Северного Кавказа и Поволжья. Однако и тут религиозные обычаи могут ограничивать потребление мясных продуктов в определенное время года.

Почти 98% производимого мяса приходится на парную баранину, остывшую или охлажденную. Замороженная баранина встречается редко (около 2% рынка). Еще 0,1% баранины поставляется в соленом или сушеном виде, в рассоле (рис. 5).

### Среднерозничные цены на баранину

Помесячная динамика среднерозничных цен на баранину с января 2015 года в целом по РФ такова. Пик стоимости мяса баранины пришелся на апрель 2016 года (349 рублей за кг). Это объясняется заметной девальвацией рубля, приведшей к скачку цен. Зависимость нашего рынка от импортных поставок остается на высоком уровне: в 2016 году доля импорта достигала 30% от общего объема потребления в натуральном выражении. Поэтому волатильность национальной валюты во многом определяет розничные цены на баранину. В мае 2017 года баранина в России в среднем стоила 343 рубля за кг.

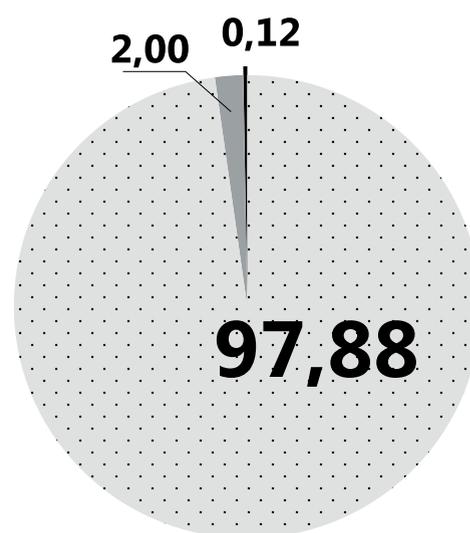
Если сравнить цены на баранину в мае 2017 года к маю 2016-го в региональном разрезе, то наибольший рост фиксируется в Ненецком АО (22,3%), Новгородской области (8,9%), Камчатском крае (8,7%). В Санкт-Петербурге баранина подорожала в среднем на 4,9% (до 386 рублей за кг), в Москве на 1,2% (до 437 рублей за кг). (табл. 1).

Производство свинины в 2016 году в натуральном выражении составило 1993 тыс. т, субпродуктов убойных животных – 295 тыс. т, говядины – 263 тыс. т.

Kind production of pork in 2016 totaled 1,993 kilo tonnes, slaughter animals bypass – 295 kilo tonnes; beef – 263 kilo tonnes.

Рисунок 5. Структура рынка мяса баранины по итогам 2016 года, % от объема производства в натуральном выражении

Figure 5. Mutton market structure as of 2016, % of the production output in kind terms



- Баранина парная, остывшая, охлажденная/ Slaughter-warm, fresh, chilled mutton
- Баранина подмороженная, замороженная, глубокой заморозки и размороженная/ Sub-frozen, frozen, deep-freeze and defrosted mutton
- Баранина соленая, в рассоле или сушеная (в т.ч. сублимационной сушки)/ Salted, brined or dried mutton (incl. freeze-dried)

Mutton is highly nutritive and gustatory. This meat is equal to beef in mineral substances, amino acids and proteins. Mutton is higher in calories than beef. Some scientist suggest that mutton-consuming nations are less subject to atherosclerosis.

6.7 kilo tonnes of mutton in kind terms were produced in Russia in 2016, that is by 7.6% more than in 2015. The hold of mutton in the overall Russian market structure does not exceed 0.3%. Mutton is most popular in Muslim regions of the country, which is due to a specific religious aspect of these territories: consuming pork – which is the most popular meat in the Russian federation – is prohibited by Muslim food culture model; to the contrary, mutton

В Санкт-Петербурге баранина подорожала в среднем на 4,9% (до 386 рублей за кг), в Москве на 1,2% (до 437 рублей за кг).

Mutton went up in price for an average of 4.9% to 386 RUR per kilo in Saint Petersburg; 1.2% to 437 RUR per kilo in Moscow.

Таблица 1. Регионы с наибольшим приростом среднерозничных цен на баранину

Table 1. Regions with the largest increase in mutton average prices

п/п No.	Субъект РФ / Constituent entity of the Russian Federation	Средняя цена в рознице в мае 2017 года, руб. за кг / Average retail price in May 2017, RUR per kilo	Прирост цен / Price increase by May 2016, %
1	Ненецкий автономный округ / The Nenets Autonomous District	418	22,3
2	Новгородская область / Novgorod Region	492	8,9
3	Камчатский край / Kamchatka Krai	569	8,7
4	Сахалинская область / Sakhalin Region	529	7,7
5	Омская область / Omsk Region	287	7,2
...	г. Санкт-Петербург / Saint Petersburg	386	4,9
...	г. Москва / Moscow	437	1,2

С другой стороны, в Смоленской области за аналогичный период времени баранина подешевела на 23,2%, в Калининградской области на 10,3%, в Республике Тыва на 7,7% (табл. 2).

### Внешнеторговый оборот

Внешнеторговый оборот на рынке баранины складывается не в пользу России:

- имеется значительный отрицательный торговый баланс;
- наблюдается достаточно высокая зависимость рынка от импортных поставок.

В 2016 году в Россию было завезено 3,3 тыс. т баранины на сумму 16,8 млн долларов, тогда как весь наш экспорт чуть превысил 0,1 тыс. т (0,67 млн долларов).

Примечательно, что в 2016 году в сравнении с 2014-м импорт баранины сократился в 3 раза по причине девальвации рубля, приведшей к заметному подорожанию иностранной продукции.

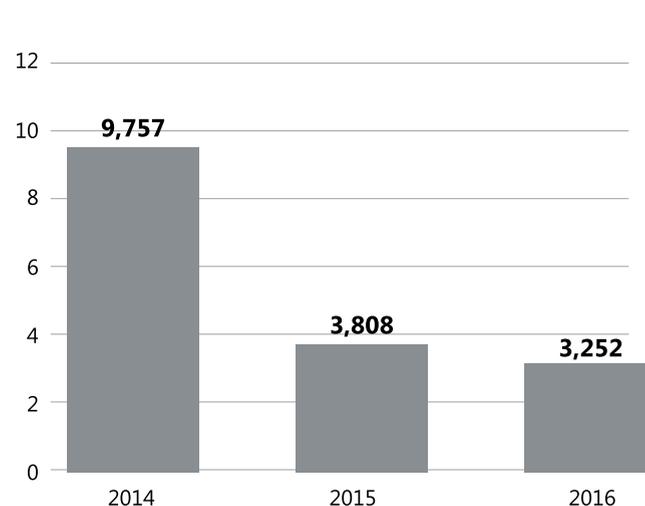
Доля импорта в структуре отечественного рынка баранины продолжает оставаться достаточно высокой: по итогам 2016 года это 30%, но зависимость существенно сократилась буквально за последние несколько лет. Для сравнения: в 2014 году импорт доходил до 62% рынка.

Экспорт отечественной баранины в 2016 году был незначителен (0,115 тыс. т), но он вырос в 4,6 раза в сравнении с 2015-м. Отечественный продукт стал более конкурентоспособен в других странах.



*В 2016 году в России в натуральном выражении было изготовлено 6,7 тыс. т мяса баранины, что выше на 7,6%, чем в 2015 году. Доля баранины в общей структуре мясного рынка России не превышает 0,3%.*

Рисунок 6. Динамика импорта баранины в РФ, тыс. т  
Figure 6. Dynamics of Russian mutton import, thous.



is preferable to be served to Russian Muslim community of 21 million people. This is why the consumption increase of this meat principally corresponds to the subjects of North Caucasus and the Volga region. But even here meat products consumption at certain times of the year can be limited by religious customs.

Almost 98% of produced meat is covered by slaughter-warm mutton, fresh or chilled. Frozen mutton is rare – about 2% of the market. Another 0.1% of mutton is supplied salted or dried and in brine (see Fig. 5).

### Mutton average retail prices

The cost of mutton reached its peak in April 2016 – 349 RUR per kilo. This fact can be explained by the significant devaluation of the Russian ruble leading to price leap. Our market stays highly dependent on import supplies: the share of import reached for 30% of the total kind consumption volume in 2016. That is why mutton retail prices are largely determined by the national currency volatility.

The average price for mutton in Russia was 343 RUR per kilo in May 2017.

The mutton prices in May 2017 regionally compared to the prices in May 2016 show the major rise recorded in the Nenets AD 22.3%; the Novgorod Region – 8.9%, the Kamchatka Region – 8.7%.

Mutton went up in price for an average of 4.9% to 386 RUR per kilo in Saint Petersburg; 1.2% to 437 RUR per kilo in Moscow (see Table 1).

Основной импортер баранины в РФ – Австралия, на долю которой в прошлом году пришлось 49,2% всех поставок, далее следуют Новая Зеландия (25,6%) и Молдова (17,4%).

Australia is the principle importer of mutton to Russia with its last year's share of 49.2% of overall supplies; next goes New Zealand with 25.6% of supplies and then Moldova with its 17.4%

Таблица 2. Регионы с наибольшим снижением среднерозничных цен на баранину

Table 2. Regions with the largest reduction of mutton average retail prices

п/п No.	Субъект РФ / Constituent entity of the Russian Federation	Средняя цена в рознице в мае 2017 года, руб. за кг / Average retail price in May 2017, RUR per kilo	Снижение цен к маю 2016 года, % / Price reduction by May 2016, %
1	Смоленская область / Smolensk Region	466	-23,2
2	Калининградская область / Kaliningrad Region	379	-10,3
3	Республика Тыва / the Republic of Tyva	319	-7,7
4	Волгоградская область / Volgograd Region	289	-7,5
5	Тамбовская область / Tambov Region	322	-5,6

On the other hand, mutton became cheaper by 23.2% in Smolensk Region; 10.3% in Kaliningrad Region; 7.7% in the Republic of Tyva, over the same period (see Table 2).

### Foreign-trade turnover

The foreign trade turnover of mutton is unfavourable for Russia:

- There is a significant trade deficit;
- The market is highly dependent on import supplies.

3.3 kilo tonnes of mutton amounting to 16.8 million dollars were imported to Russia in 2016, whereas the bulk of Russian export just slightly exceeded 0.1 thousand tonnes, that is 0.67 million dollars.

It is noteworthy that mutton import decreased by 3 times in 2016, as compared to 2014, due to the devaluation of the ruble which caused a tangible rise of foreign products costs.

The import share in the domestic mutton market is still quite large: 30% as of 2016, but this dependence has grown less just for several last years. Compare: The share of import on the market reached 62% in 2014.



## СИСТЕМЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА СВЕЖИХ КОЛБАСНО-СОСИСОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Marel располагает самым широким спектром оборудования для производства свежих колбасно-сосисочных изделий - от подготовки мяса до финальной упаковки.

Преимущества:

- Высокоавтоматизированный процесс
- Подходит для разных видов оболочки
- Максимальная гибкость
- Снижение затрат на оболочку и трудовые ресурсы

Если Вы ищете инновации на каждом шагу производства, технологии Marel – лучший выбор!

Для получения детальной информации свяжитесь с нами: 8 495 228 0700 | [info.ru@marel.com](mailto:info.ru@marel.com)

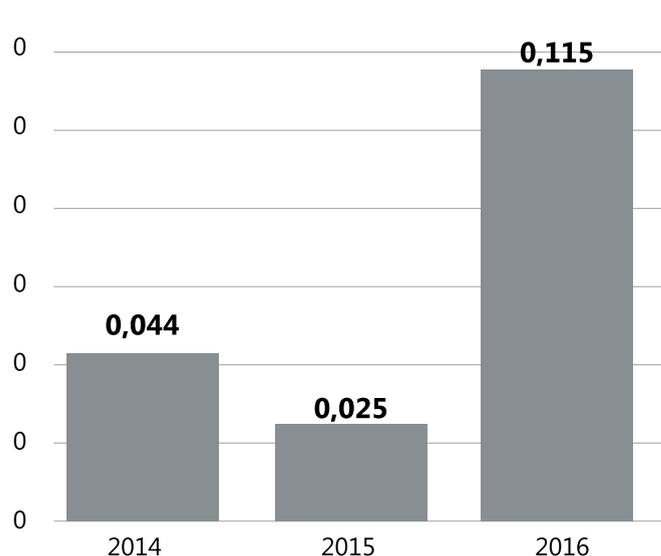
ADVANCING FOOD PROCESSING



Баранина имеет высокую питательную и вкусовую ценность, по количеству минеральных веществ, аминокислот, белка она ничем не уступает говядине.

Mutton is highly nutritive and gustatory. This meat is equal to beef in mineral substances, amino acids and proteins.

Рисунок 7. Динамика экспорта баранины из РФ, тыс. т  
Figure 7. Dynamics of Russian mutton export, thous. tonnes



Основной импортер баранины в РФ – Австралия, на долю которой в прошлом году пришлось 49,2% всех поставок, далее следуют Новая Зеландия (25,6%) и Молдова (17,4%).

Казахстан закупает 88% нашего экспорта баранины, оставшиеся 12% – Республика Беларусь. Кроме того, продажи налажены в Армении и Азербайджан, но их вклад в общую структуру экспорта крайне мал.

Подводя итоги, следует сказать, что в России производство баранины в сравнении с другими сегментами мясной индустрии находится в зачаточном состоянии; сохраняется высокая зависимость от импортных поставок.

Заметного увеличения спроса в этом сегменте ожидать не приходится, так как в России исторически сложилась своя гастрономическая культура, основанная на трех сортах мяса: свинине, говядине и мясе домашней птицы.

Определенные перспективы роста можно предсказать только в мусульманских регионах страны, где с улучшением ситуации с реальными доходами населения закономерным образом увеличится спрос на баранину.

Дешевый курс национальной валюты дает шанс нашим агрохолдингам и крестьянским хозяйствам расширить свое присутствие на внешних рынках, где преобладает мусульманское население. Пока мы здесь явно проигрываем. **МП**



Почти 98% производимого мяса приходится на парную баранину, остывшую или охлажденную.

Таблица 3. Топ-5 стран по объему импорта баранины в РФ, 2016 год, тыс. т

Table 1. Regions with the largest increase in mutton average prices

Место / Place	Страна / Country	Вес, тыс. т / Weight, thous. tonnes	Удельный вес во всем объеме импорта, % / The share in overall import, %
1	Австралия / Australia	1,599	49,2
2	Новая Зеландия / New Zealand	0,832	25,6
3	Молдова / Moldova	0,566	17,4
4	Исландия / Iceland	0,204	6,3
5	Аргентина / Argentina	0,023	0,7
-	Итого по топ-5 / Top-5 total	3,224	99,1

Exportation of domestic mutton was rather negligible in 2016 – 0.115 thous. tonnes, but it grew up by 4.6 times as compared to 2015. The domestic product became more competitive in other countries.

Australia is the principle importer of mutton to Russia with its last year's share of 49.2% of overall supplies; next goes New Zealand with 25.6% of supplies and then Moldova with its 17.4%.

88% of our mutton export is covered by Kazakhstan, the remaining 12% – by Belarus Republic. Besides, there are supplies to Armenia and Azerbaijan, but their share of the common export structure is next to none.

Summing up, it should be said that mutton production in Russia is in embryo if compared to other meat industry segments; there is still kept a high dependence on import supplies.

There can hardly be a chance of a significant increase in demand in this segment, as there is a long-standing food culture in Russia based on three meat sorts: pork, beef and poultry.

Definite growth can be foreseen only for Muslim regions of the country, where demand for mutton could grow up consistently together with real earnings increase of the nation.

Cheap exchange rates for the national currency gives our agricultural holdings and farm households a chance to expand their presence in the international markets where Muslim population prevails. Meanwhile we are on the losing side in this domain. **МП**



**HAARSLEV™**  
Processing Technology

# MASTER YOUR PROCESS

При переработке непищевого животного сырья технологический процесс является ключевым. Технологический процесс определяет объем производства, качество конечного продукта, уровень инвестиций и прибыли.

Компания Haarslev предлагает Вам надежное деловое партнерство. Благодаря разработанным нашей компанией технологиям, знаниям и накопленному опыту, мы поможем Вам найти решения, которые будут органично вписываться в технологический процесс на любой стадии. Вместе мы доведем технологический процесс до совершенства.

Haarslev LLC • Prospect Lenina 107/49 • Office 304 • Podolsk Moscow  
Russian Federation • +7 (495) 543 94 10 • [www.haarslev.com](http://www.haarslev.com)

## HAARSLEV™

Обладая более чем 100-летним опытом во всем мире, компания Haarslev разрабатывает, производит, устанавливает и обслуживает самые современные системы и оборудование для переработки рыбы, побочных продуктов животного происхождения, побочных продуктов пищевой промышленности и производства напитков, для производства биотоплива и переработки промышленных и бытовых отходов.



г. Санкт-Петербург  
Тел.: +7 (812) 603-20-00

г. Н. Новгород  
Тел.: +7 (831) 277-80-14

г. Ростов-на-Дону  
Тел.: +7 (863) 283-02-55

г. Екатеринбург  
Тел.: +7 (343) 287-38-14

г. Новосибирск  
Тел.: +7 (383) 373-03-29

E-mail: mail@belstar-spb.ru  
www.belstar-spb.ru



# Группа компаний BELSTAR: динамичное развитие

Одна из первых компаний Группы компаний BELSTAR была основана в Санкт-Петербурге в 2000 году как альтернатива многочисленным иностранным фирмам по предложению функциональных технологических продуктов для пищевой промышленности России. Время показало и полностью подтвердило правильность этого решения. Накопленный к этому времени опыт технологических процессов позволил самим производить необходимые для производств комплексные смеси и предлагать производствам готовые технологические решения. Это в совокупности с неоспоримой экономической выгодой и независимостью от политиканской конъюнктуры является, на мой взгляд, решающим фактором.

За время своего существования в жесткой конкурентной борьбе компания из небольшой фирмы превратилась в Группу компаний BELSTAR. Сегодня Торговая компания «Белстар» поставляет комплексные смеси и ингредиенты практически для всех отраслей пищевой промышленности: мясоперерабатывающей, рыбоперерабатывающей, молочной, кондитерской, а также для производителей кормов для животных и нефтедобывающей промышленности. Мы имеем развитую филиальную сеть по всей России: Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Новосибирск и Екатеринбург. Со временем мы расширили рынок сбыта и в другие страны. Наши представительства работают в Белоруссии, Казахстане, Кыргызстане, Ар-



**Алексей Слепнев,**  
генеральный директор  
Группы компаний BELSTAR:

*«Я четко понимаю, что только такой интенсивный путь может гарантировать достойное место на рынке в современных условиях».*

мении, Грузии, Туркменистане, Азербайджане, Таджикистане и Сербии.

Собственные «ноу-хау» по разработке и использованию функциональных продуктов, широкий ассортимент ингредиентов, стабильное высокое качество продукции, а также технологическая, информационная и логистическая поддержка позволили компании «Белстар» стать одним из лидеров в этой области на российском рынке и «доверенным поставщиком» многих крупных производителей России и стран СНГ. Мы

стабильно работаем с крупными ведущими европейскими и мировыми поставщиками ингредиентов и сырья, что обеспечивает высокое качество сырья и конкурентоспособные цены на наши продукты.

В декабре 2016 года «Белстар» запустил в эксплуатацию новый производственно-логистический комплекс класса А площадью более 3000 кв. м на участке земли 1,3 га в черте Санкт-Петербурга. Объем инвестиций в данный проект составил более 200 млн рублей. Комплекс включает в себя современную автоматизированную линию по производству смесей, а также логистический комплекс, отвечающий всем последним европейским стандартам производства и хранения пищевых смесей. Высокий технологический уровень производства и строгий контроль на всех его этапах позволяют гарантировать вам стабильное высокое качество поставляемой нами продукции.

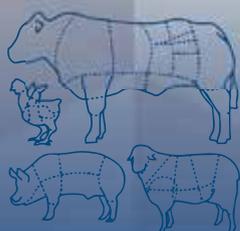
Сегодня наша Группа компаний находится на пути динамичного развития. Я четко понимаю, что только такой интенсивный путь может гарантировать достойное место на рынке в современных условиях, поэтому мы постоянно отслеживаем конъюнктуру рынка и расширяем ассортиментный ряд наших продуктов, а также увеличиваем количество наших клиентов. Мы активно участвуем в отраслевых мероприятиях рынка пищевой промышленности и стремимся быть необходимыми и полезными всем нашим клиентам и партнерам. **■**



Оборудование для пищевых производств

НАДЕЖНОСТЬ. КАЧЕСТВО. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

# Упаковочное оборудование по скандинавским технологиям



## SCANDIVAC

### ООО «РУТЕКС»

Официальный представитель в России

Павильон №2,  
зал 3, стенд 23E20

410044, г. Саратов, ул. Студеная, д. 8  
Тел.: 8 (8452) 24-36-20, 24-36-21  
E-mail: info@rutex.org www.rutex.org



Оборудование для пищевых производств

НАДЕЖНОСТЬ. КАЧЕСТВО. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

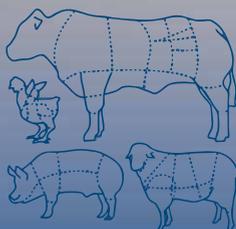


Sausage peeler - PTF



**ПЕРЕДОВЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ  
«РАЗДЕВАНИЯ»  
СОСИСОК**

Павильон №2,  
зал 3, стенд 23E20



**ООО «РУТЕКС»**

Официальный представитель в России

410044, г. Саратов, ул. Студеная, д. 8  
Тел.: 8 (8452) 24-36-20, 24-36-21  
E-mail: info@rutex.org www.rutex.org



REHO **RÄUCHER GOLD**<sup>®</sup>  
Smoking Chips Räucherspäne



# SMOKING HOT!



**Щепа для копчения  
высшей категории**

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



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

реклама

ООО РЕТТЕНМАЙЕР РУС



Природные  
волокна  
Член концерна JRS

Отдел Техники  
115280 Москва (Россия)

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



Компания: АО «Верхневолжский  
кожевенный завод»

Россия, 172735, Тверская область,  
г. Осташков, ул. Рабочая, д. 60 ж  
Тел.: +7 (495) 221-53-70  
E-mail: info@volgatannery.ru

# «Верхневолжский кожевенный завод» – надежный партнер мясной отрасли

АО «Верхневолжский кожевенный завод» является одним из ведущих российских производителей говяжьего коллагенового белка полного цикла. Завод находится на берегу озера Селигер в экологически благоприятном районе. Новая технология позволяет получать ценный продукт с содержанием белка более 95%. В качестве сырья для получения **белка говяжьего «VT-Pro»** используется собственная отечественная сырьевая база – гольевой спилкок шкур крупного рогатого скота, прошедший полный контроль по гигиеническим нормативам безопасности для человека. Оригинальная технология и вода высокого качества, которая применяется при обработке гольевой спилки, позволяет сохранить нативную структуру коллагена и получить конечный продукт, соответствующий самым современным мировым стандартам.

**Белок говяжий «VT-Pro»** применяется для производства вареных колбасных и ветчинных изделий, полукопченых и варено-копченых колбас, консервов, рубленых полуфабрикатов и других мясных изделий. Белок говяжий «VT-Pro» является полноценной стабилизирующей добавкой для приготовления мясных продуктов с заданным выходом и определенными органолептическими характеристиками. Гидратация **1:8-14**. Целесообразность применения белка говяжьего «VT-Pro» обусловлена его технологическими свойствами. На основе белка готовят гели, эмульсии, гранулы или используют его без предварительной подготовки в сухом виде, добавляя в фарш или рассол.

**Белок говяжий «VT-Pro»** – продукт однородной консистенции, в зависимости от степени измельчения выпускается в виде четырех марок: Si (для инъектирования) – пудра, S (superfine – мелкий) – порошок, M (medium – средний) – среднее волокно и F (fibrillar – фибриллярный) – крупное волокно.



*Новая технология позволяет  
получать ценный продукт  
с содержанием белка более 95%.*

В результате изучения опыта применения говяжьих белков на крупнейших мясоперерабатывающих предприятиях специалистами АО «Верхневолжский кожевенный завод» была разработана совершенно новая технология получения белка **VT-Pro NEO**.

**Белок VT-Pro NEO** отвечает современным требованиям мясоперерабатывающих предприятий, выпускается в виде фракции «порошка» для удобства использования на производстве («сразу в фарш») и не требует дополнительной гидратации.

**Белок говяжий «VT-Pro» марки Si** (пудра, размер частиц меньше 150 мкм) гарантированно хорошо растворяется в рассоле, обеспечивает его высокую вязкость и предотвращает вытекание после инъектирования, во время термической обработки продукта, увеличивая тем самым выход готового продукта.

Главное преимущество использования говяжьего белка при производстве варено-копченых мясных изделий – создание коллагеновой пленки по всей поверхности продукта. Эта пленка препятствует большим потерям при термической обработке (менее 10% от исходной массы на шприцованное сырье). При прогреве коллагеновые белки коагулируются на поверхности продукта и препятствуют выходу влаги, улучшая цветообразование. При хранении коллагеновая пленка препятствует усушке продукта и потере цвета копчения. Продукт получается сочным, сохраняя сухую поверхность на протяжении всего срока хранения.

**Белок говяжий «VT-Pro» марки S** – размер частиц менее 250 мкм, используется в сухом виде при производстве вареных колбасных изделий, приготовлении ветчинных изделий и в качестве предварительно посоленного мясного сырья.

**Белок говяжий «VT-Pro» марки M** – размер частиц от 250 до 600 мкм, используется при производстве полукопченых и варено-копченых колбас.

**Белок говяжий «VT-Pro» марки F** – размер частиц более 600 мкм, используется в производстве различных рубленых мясных полуфабрикатов, при производстве консервов.

**Белок говяжий «VT-Pro»** имеет многочисленные награды за качество, неоднократно становился лауреатом премии «100 лучших товаров России», имеет свидетельство о соответствии правилам по производству и реализации продукции и услуг «Халаяль», выданное сертификационным центром ООО «Центр сертификации «Халаяль» (г. Казань), также сертифицирован по системе ХАССП ИСО 22000, по достоинству оценен специалистами мясной отрасли России и успешно используется на предприятиях. ■



# Колбаса полукопченая «Ветчинная»

Сырье	Кол-во, кг
Свинина нежирная (приемная решетка)	26,0
Свинина нежирная (d 16 мм)	25,0
Шпик боковой (d 8 мм)	21,0
Рассол	Кол-во, кг
Соль с нитритом натрия	1,10
Соль поваренная	0,70
«Бекхам универсал 300» арт. 104504	1,00
Крахмал картофельный	2,00
«Колор Универсал» арт. 166950	0,09
«Деликатесная» арт. 104437	1,00
Чеснок свежий	0,30
Вода/лед	22,00
<b>Итого</b>	<b>100,0</b>



«**Бекхам универсал 300**» арт. 104504 – функциональная смесь для приготовления полукопченых колбасных изделий ветчинным способом и колбасок гриль из различных видов мяса. Также для производства реструктурированных ветчин и деликатесных продуктов с уровнем введения рассола +100%–150%. Формирует плотную кусаемую консистенцию в готовом продукте.

«**Колор Универсал**» арт. 166950 – водорастворимый краситель для производства полукопченых, копчено-вареных и сырокопченых колбасных изделий. Дозировка: 0,2–0,4г на 1кг фарша.

«**Деликатесная**» арт. 104437 – комплексная вкусоароматическая смесь для производства п/к, в/к колбасных изделий, также колбас по ГОСТу и среднего сегмента. Вкусовое направление: пряное насыщенное, свойственное специям: перец черный, мускатный орех. Формирует яркий насыщенный вкус, аромат готового продукта стабильный в течение всего периода хранения. Дозировка: 8 г на 1 кг фарша.

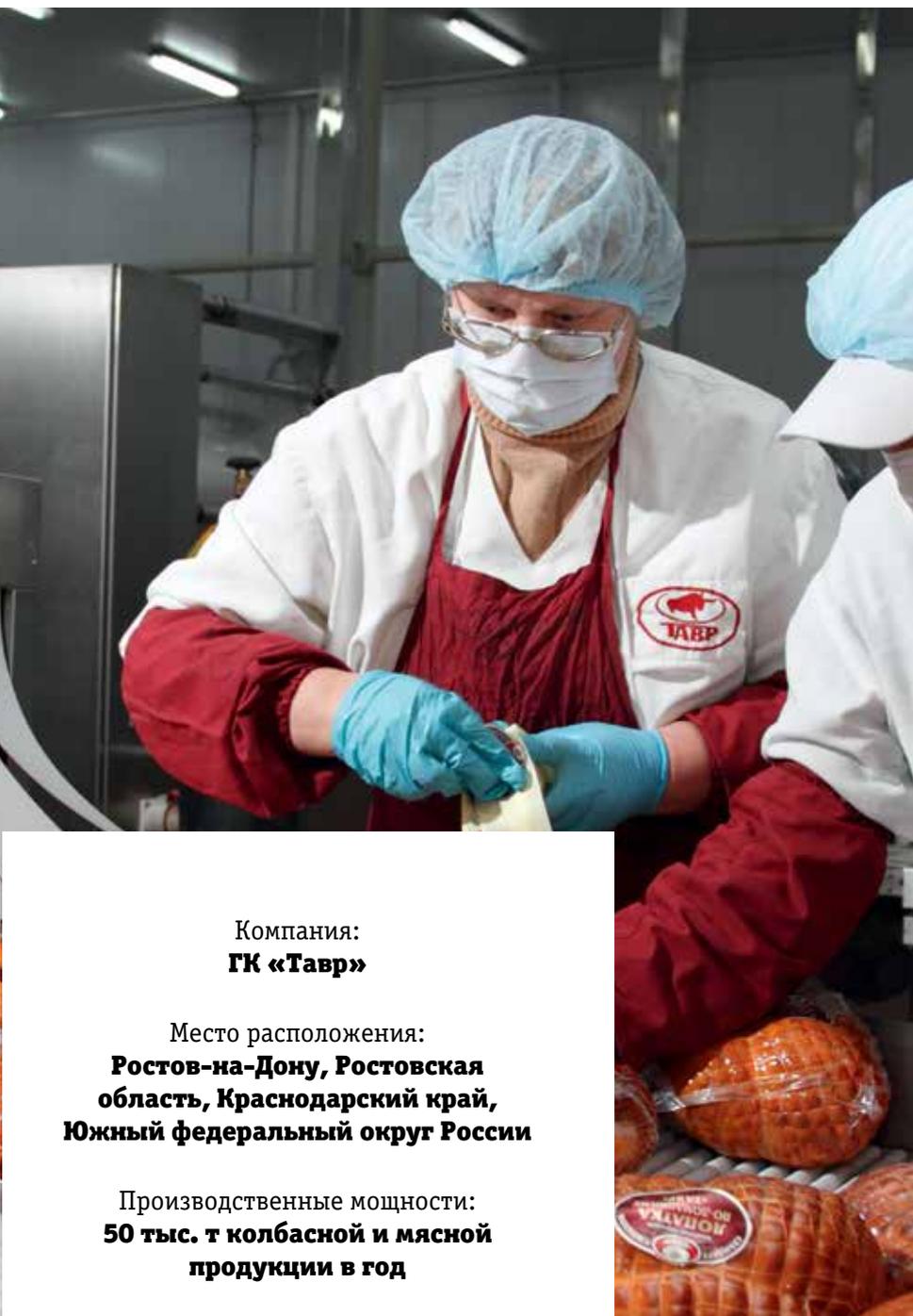


Комплексные смеси специй, вкусо-ароматические композиции и функциональные добавки для производства всех видов мясных и рыбных продуктов.

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

Австрийская фирма ZALTECH  
[www.zaltech.com](http://www.zaltech.com)





Компания:  
**ГК «Тавр»**

Место расположения:  
**Ростов-на-Дону, Ростовская область, Краснодарский край, Южный федеральный округ России**

Производственные мощности:  
**50 тыс. т колбасной и мясной продукции в год**

Производственные показатели:  
**свыше 200 рецептурных наименований колбасной, деликатесной и мясной продукции**

Собственное поголовье:  
**60000 голов свиней**





Подготовила: **Ксения Жукова**

## ГК «ТАВР» – СДЕЛАНО НА ДОНУ

Группа компаний «Тавр» занимает 7-е место среди мясоперерабатывающих компаний в России и является частью российского агропромышленного холдинга «Группа Агроком», который владеет активами в табачной и пищевой промышленности, аграрной отрасли, упаковочной индустрии, розничной торговле. Большинство производственных мощностей холдинга базируются в Ростове-на-Дону, на территории Южного федерального округа России. Управляющая компания действует с 2004 года, владельцем «Группы Агроком» является Иван Саввиди. Журнал Forbes включил «Группу Агроком» в рейтинг «200 крупнейших частных компаний России».



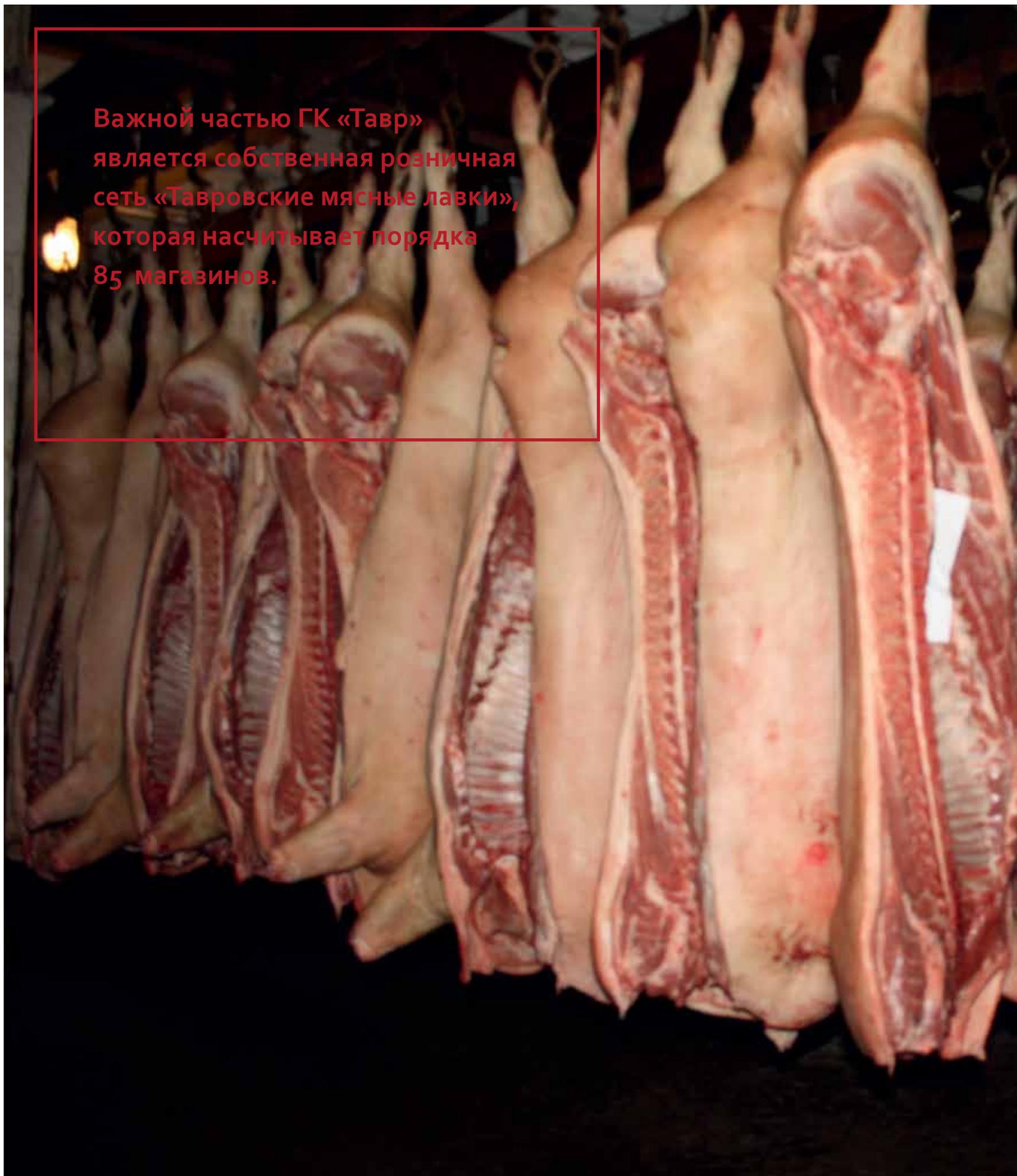
**В** состав группы компаний «Тавр» входят пять предприятий, среди которых колбасные заводы, площадка по выращиванию мясного сырья, подразделение, которое занимается производством исключительно халяльной продукции, фирменная торговая сеть. Производственная площадка «РКЗ-Тавр» располагается в самом центре Ростова-на-Дону. Продукция – колбасные изделия и полуфабрикаты, последние выпускаются для собственной торговой сети «Тавровские мясные лавки». «РКЗ-Тавр» является самой крупной по тоннажу, площади и производительности производственной площадкой ГК «Тавр».

Кроме того, «Тавр» владеет Матвеево-Курганским мясоперерабатывающим комбинатом «Тавр – Матвеев-Курган», который расположен в 85 км от Ростова-на-Дону. Здесь производятся убой и первичная переработка свинины. Именно тут получают охлажденное мясо в полтушах, которое далее поступает на центральную площадку «Тавр» для производства охлажденных полуфабрикатов для сети «Тавровские мясные лавки». Кроме этого, «Матвеев-Курган» выпускает полукопченые и варено-копченые колбасы.

Новороссийский мясокомбинат также входит в состав группы компаний, лидера мясоперерабатывающей промышленно-



Важной частью ГК «Тавр» является собственная розничная сеть «Тавровские мясные лавки», которая насчитывает порядка 85 магазинов.





сти южного региона России. Предприятие расположено в Краснодарском крае, на побережье в центре Новороссийска. В задачи мясокомбината входит производство разных видов колбас. Это стратегически важный объект группы, основная нагрузка на это предприятие ложится в курортный период, когда 12 млн человек приезжают на Черноморское побережье в отпускной сезон. Здесь производится порядка 10 наименований колбасной продукции. Предприятие обеспечивает продукцией и крымские территории.

Выпуском исключительно халяльной продукции в ГК «Тавр» занимается Зимовниковский мясокомбинат, расположенный в Ростовской области. Предприятие сертифицировано по стандарту «халяль». Здесь производят халяльную несвинодержущую продукцию. После приобретения данной производственной площадки все оборудование было вывезено и заменено новыми линиями. Руководство компании полагает, что это производство является крупнейшим по выпуску халяльной продукции в России, учитывая, что мясокомбинат выпускает исключительно продукты под знаком «халяль». На территории мясокомбината постоянно находится представитель духовенства, который контролирует процесс производства в соответствии с канонами ислама. Поголовье КРС закупается у сторонних поставщиков. На этом предприятии есть специалисты, зона ответственности которых включает в себя управление сертификацией «халяль» и контроль входного сырья и материалов на соответствие всем нормативам и правилам. Что касается территорий сбыта, то преимущественно продукция пользуется спросом на Северном Кавказе и в ряде стран СНГ. Кроме того, развивать продажи халяльной продукции также помогает собственная торговая сеть, где существуют специальные халяльные отделы.



**Татьяна Капитанчук, главный технолог «РКЗ-Тавр»:**

«В моем подчинении несколько подразделений, в том числе отдел, который занимается разработкой технической документации. Законодатели в плане разработок новых продуктов у нас маркетологи. Они изучают рынок, анализируют тенденции и спрос. Они задают нам параметры, которые включают в себя не только вкус продукта, но и его внешний вид, срок годности и т. д. Все эти планы мы согласовываем с возможностями нашего производства и со своей стороны вносим технологические коррективы. Одна из последних серий, которая просто «выстрелила» на рынке, – новая линейка продуктов «Тавровские». Доверие к бренду настолько велико, что это имя стало нарицательным для нашей продукции – и мы успешно это применили. В производстве данной линейки были использованы новые приемы мясопереработки, мы добились отличного соотношения цены и качества продукции. Это один из самых успешных и быстро стартовавших проектов за последние три года, продуктовую линейку этой серии мы еще планируем пополнять».





Большинство производственных мощностей холдинга базируются в Ростове-на-Дону, на территории Южного федерального округа России.

Свиноводческий комплекс компании помогает обеспечивать сырьем все производственные площадки ГК «Тавр». Собственное поголовье насчитывает более 60 тыс. голов. Свинокомплекс отвечает самым современным техническим требованиям, в планах компании – увеличение поголовья до 100 тыс. голов.

Важной частью ГК «Тавр» является собственная розничная сеть «Тавровские мясные лавки», которая насчитывает порядка 85 магазинов. Это фирменная розница, организованная с нуля примерно пять лет назад. Сегодня «Тавровские мясные лавки» представляют собой крупную торговую сеть с оборотом более 2,5 млрд рублей в год. Здесь представлен полный перечень брендовой продукции ГК «Тавр», который насчитывает порядка 400 наименований, в то время как в сторонних сетях можно найти лишь 30–40 видов. Наличие собственной розничной сети руководство компании отмечает как значительное преимущество в сбыте продукции на рынке, поскольку всем производителям известны сложности, с которыми сталкивается каждый при вхождении в сеть со своими продуктами. **МП**

Деятельность компании KINN SHANG HOO направлена на внедрение инноваций в производство профессионального оборудования для отрасли пищевой промышленности с использованием концепций современных технологий. Наши задачи - улучшение качества и обеспечение лучшего клиентского сервиса. С 1953 года.



[www.ksh.com.tw](http://www.ksh.com.tw)



**KUP-60**  
Универсальный тумблер



**ES**  
Формовочная машина для производства полуфабрикатов из мяса и рыбы.



**KINN SHANG HOO IRON WORKS**

No.11, Lane 85, Chin Yun Street, Chien Kuo Li, Ku San Dist.,Kaohsiung 804, TAIWAN.  
Tel. + 886-7-5515397 | Fax. + 886-7-5618378 | ksh6671@ms27.hinet.net



Гость:

**Александр  
Ремета,**  
директор ГК «Тавр»

Беседовала:

**Ксения  
Жукова**

## Александр Ремета:

«На мой взгляд, перспектива ближайших нескольких лет – это глобализация и консолидация рынка»

**О** развитии ГК «Тавр» и проблемах мясоперерабатывающей отрасли в России нам рассказал директор ГК «Тавр» Александр Ремета.

– Александр Александрович, каковы на сегодняшний день производственные показатели компании, какое место занимает ГК «Тавр» на российском мясном рынке?

– За первое полугодие 2017 года наш план по выпуску продукции составил более 23 тыс. т. Мы планируем закончить год выпуском более 45 тыс. т колбасной продукции и полуфабрикатов. Согласно ана-

---

В магазинах нашей сети мясо всегда свежее, т. к. поставляется оно каждый день в 6 утра. Если до вечера оно не продается, то отправляется прямиком на завод для дальнейшей переработки.

---

литическим данным, нашим собственным и сторонним, мы занимаем в России 7-е место среди мясоперерабатывающих предприятий. Если говорить о географии, наш рынок – это Северо-Кавказский и Южный федеральные округа РФ. Мы понимаем, что географическая диверсификация нужна, тому есть живые примеры. Если раньше, скажем, пять лет назад, в регионах лидировали местные производители, сейчас ситуация изменилась, и в большинстве случаев на первый план выходят федералы. Сегодня на Юге России мы лидеры. Продукция «Тавра» вышла на рынок Азербайджана и Армении, представлена в Орловской, Липецкой, Воронежской и Волгоградской об-



Согласно аналитическим данным, нашим собственным и сторонним, мы занимаем в России 7-е место среди мясоперерабатывающих предприятий.

ластях. Два года назад мы вышли на рынок Санкт-Петербурга. В основном через неорганизованную розницу, поскольку самый «сетевой» город России – Северная столица, что создает не очень выгодные условия для захода в организованную торговую петербургскую сеть. Есть продажи в Москве, но в основном халяльной продукции. В планах – Центральная полоса России.

**– Расскажите подробнее о собственной торговой сети. Сегодня это внушительная компания, а какой путь вы прошли?**

– На наш взгляд, мы задали определенный уровень и формат фирменной розницы в нашем регионе. До появления «Тавровских мясных лавок» культуры продажи мяса через магазины не было как таковой на Юге России. Ростов-на-Дону – купеческий город, и здесь находится самый крупный мясной рынок в России, который занимает более 2000 кв. м, заполненных мясом и мясной продукцией. Люди привыкли к такой атмосфере, им нравится смотреть, щупать товар, торговаться, обсуждать что-либо с продавцом. Я сам люблю ходить по рынкам, погружаться в эту атмосферу. Но если рассмотреть этот формат с точки зрения эстетики, санитарии и ветеринарии, то не все так однозначно. Учитывая, что нам уже более 100 лет и мы знаем о мясе все, мы решили предложить покупателю некую качественную альтернативу. Мы сформировали модель фирменного мясного магазина: придумали формат, отработали стандарты

В рамках программы импортозамещения нашими технологами проделана огромная работа по выводу на рынок группы сыровяленых и сырокопченых продуктов, альтернативных испанским и французским аналогам.

обслуживания, выкладки, температурные режимы, навигацию, дополнительные бесплатные функции и услуги и организовали два формата: «Мясной дом» и «Тавровская мясная лавка».

«Мясной дом» – это торговая площадка порядка 500 кв. м, где помещается и собственное небольшое производство. В «Мясном доме» собственный цех для переработки мяса, разделки, производства полуфабрикатов. В магазинах нашей сети мясо всегда свежее, т. к. поставляется оно каждый день в 6 утра. Если до вечера оно не продается, то отправляется прямиком на завод для дальнейшей переработки. Вот кусок мяса. Хотите, сделаем котлету, отрежем любой жела-

емый кусок туши, сделаем фарш, отобьем, замаринуем, упакуем – будут учтены любые пожелания покупателя. Один из таких магазинов расположен в центре Ростова, прямо напротив центрального рынка, что создает определенную интригу.

**– Александр, наверняка собственная торговая сеть – далеко не единственный канал сбыта продукции. С какими ритейлерами вы сотрудничаете?**

– Всего у нас три канала продаж. Первый – это федеральные сети, мы сотрудничаем с X5 Retail Group, «Магнитом», «Лентой», «Ашаном», «Окей», «Зельгрос», а также со всеми локальными сетями. Второй формат – неорганизованная розница. Он делится на два направления: опт и дистрибуторское направление. Третье направление – фирменная розница. Сеть «Тавровские мясные лавки» является для нас своего рода маркетинговым центром, который помогает мониторить рынок, анализировать предпочтения покупателей, уровень среднего чека, количество и динамику покупок, улавливать тренды и получать обратную связь от покупателей. «Тавровские мясные лавки» являются неким полигоном для тестирования новых продуктов, это естественная «фабрика» дегустаций и дегустаторов.

**– Расскажите о том, какие продукты являются любимыми у ваших покупателей? Есть ли интересные продукты в разработке?**



– Безусловно, лидером являются сосиски – здесь мы законодатели моды. Второе место по популярности занимают вареные колбасы, далее идут варено-копченые колбасы. У нас есть линейка снековой продукции, но это такой капризный ребенок. В преддверии чемпионата мира, который будет проходить в Ростове-на-Дону в следующем году, планируем вывести новый снековый продукт, более яркий и адаптированный к южной модели восприятия вкуса.

В рамках программы импортозамещения нашими технологами проделана огромная работа по выводу на рынок группы сыровяленых и сырокопченых продуктов, альтернативных испанским и французским аналогам. Отдельного внимания заслуживает донской хамон, на разработку которого у нас ушло более трех лет. Я думаю, что наши новинки придутся по вкусу гостям, которые приедут к нам на ЧМ по футболу в Южную столицу.

– **«Группа Агроком» поддерживает множество социальных проектов, в том числе спортивных. Расскажите, какое участие в социальной жизни города и области принимает ГК «Тавр»?**

– Действительно, мы социально активные и очень ответственные в этом плане. Достаточно серьезно поддерживаем развитие спорта вместе с коллегами. ГК «Тавр» явля-



▲ Продукция «Тавра» вышла на рынок Азербайджана и Армении, представлена в Орловской, Липецкой, Воронежской и Волгоградской областях.

ется генеральным спонсором гандбольного клуба «Ростов-Дон». Гандбольный клуб «Ростов-Дон» под эгидой «Тавра» выиграл все что только было возможно. На сегодняшний день наша команда лучшая в мире, абсолютный чемпион! В копилке побед – чемпионат России, кубок России, Лига Европы, Лига четырех. В этой женской команде шесть олимпийских чемпионки. Мы рады, что внесли свою лепту, и гордимся заслугами команды перед нашей страной!

– **Какие отношения складываются у вас внутри «Группы Агроком»? Например, с компанией «Атлантис-Пак», которая специализируется на производстве оболочек и упаковки для мясной продукции в числе прочего?**

– Отношения у нас прекрасные, партнерские. Мы сотрудничаем с компанией «Атлантис-Пак». На сегодняшний день это один из крупнейших в мире и первый в России производитель в своем сегменте, инновационный лидер. Мы всегда были для «Атлантис-Пак» экспериментальной площадкой для тестирования своих достижений и остаемся в этом статусе и по сей день.

– **Какие тренды вы видите сегодня на рынке?**

– Из года в год мы видим, что колбасный рынок снижается в плане объемов производства и, соответственно, объемов потребления. Это происходит уже на протяжении последних трех лет. Безусловно, в каждом регионе складывается своя ситуация, и если говорить о ЮФО и СКФО, то наш регион показывает самое большое снижение. За 2016 год объем производства колбасы снизился на 10%, и главная причина тому – снижение покупательской способности населения. В период, когда в России были краткосрочные кризисы (в конце

На наш взгляд,  
мы задали  
определенный уровень  
и формат фирменной  
розницы в нашем  
регионе.

2000-х, в 2008 году), мясопереработчики чувствовали себя достаточно комфортно. Кризисы были короткие, и потребители успевали пересмотреть лишь не первостепенные расходы, и это никак не касалось изменения образа питания, в ряде случаев оно даже росло.

Когда кризис имеет более продолжительный период, это уже существенно отражается на продуктовой корзине в сторону сокращения как количества, так и стоимости. Отказ от дорогих продуктов, замена их на более дешевые, а в большинстве случаев отказ от колбасных изделий и переход на более дешевые товары-субституты. Например, в нашей сети супермаркетов продажи сыпучих продуктов выросли в пять раз, отобрав долю у колбасных и мясных позиций. Другая причина снижения потребления колбасной продукции, которую обсуждали с коллегами на собрании Национального союза мясопереработчиков, членами которого мы являемся, – некая пропаганда в СМИ, что колбаса – это вредно (такая позиция сегодня активно продвигается). Еще один негативный фактор для колбасы – это цена. В прошлом и этом году продажи охлажденных полуфабрикатов росли огромными темпами. Фактически рост от года к году составляет 25–30%. Сегодня цена килограмма цельного анатомического куска мяса меньше, чем килограмм колбасы, и люди этим руководствуются.

– **Какие же пути развития вы видите в перспективе?**

– Сложно сказать, что будет дальше. Настроение у многих игроков отрасли песимистическое. Рынок сужается, рентабельность падает, что вызывает тотальную конкуренцию среди его участников. Все борются за объемы, долю полки, уровень дистрибуции, что в итоге выражается в акционных войнах на полках в сетевых форматах. Мясопереработчики вынуждены идти на такие условия, поскольку основные продажи формируются через сетевой ритейл, неорганизованный формат активно

## Экспресс-тесты «Пат-Чек Белок» (PC006)

для оценки санитарно-гигиенического состояния предприятия за 5 секунд



После мойки и дезинфекции на оборудовании и других рабочих поверхностях могут оставаться незаметные для глаза остатки сырья и микроорганизмы (под «мыльными» пленками, в труднодоступных местах), которые могут служить источником заражения продукции. Проверить качество **мойки/дезинфекции**, эффективность моющего средства и выявить загрязнения за 5 сек. помогут тесты PC006 «Пат-Чек Белок» производства **Microgen Bioproducts Ltd, Великобритания**.

Тест используется непосредственно на производстве и **не требует лаборатории, оборудования или реагентов**. Просто извлеките тампон из упаковки и потрите им исследуемую поверхность (10x10 см<sup>2</sup>). Результат считывается визуально по изменению цвета тампона. Чувствительность теста от **20 мкг белка**.

## Экспресс-тесты «Пат-Чек»

для выявления БГКП, Salmonella, Listeria на рабочих поверхностях за 12-24 ч.



### ТЕСТ = ТАМПОН + ПРОБИРКА С ЖИДКОЙ СРЕДОЙ.

Тампон предварительно смочен реагентом, который инактивирует действие дезинфицирующих веществ, а также позволяет делать смывы с сухих поверхностей. Потрите тампоном исследуемую поверхность, а затем обломите верхнюю часть внутри пробирки со средой. Поместите пробирку в инкубатор/термостат на 18-24 ч. **Результат считывается визуально** по изменению цвета жидкости в пробирке.

Код	Наименование	Производитель	Фасовка
PC010	Пат-Чек Колиформы	Microgen Bioproducts, Великобритания	100 шт.
PC020	Пат-Чек Сальмонелла		
PC080	Пат-Чек Листерия		
PCS-100	Тампоны Пат-Чек		

ООО «СИНТЕСТ»

+7 (495) 668-07-93 • info@syntest.ru • www.syntest.ru



Всего у нас три канала продаж. Это федеральные и локальные сети, неорганизованная розница и фирменная розница.



сокращается. На мой взгляд, перспектива ближайших нескольких лет – это глобализация и консолидация рынка, в результате крупные предприятия будут расти за счет поглощения средних и разорения мелких, а выиграют те, кто сможет грамотно управлять своими издержками и формировать высококонкурентную себестоимость.

**– Как вспышки АЧС влияют на вашу работу? Насколько актуален этот вопрос в вашем регионе?**

– Безусловно, АЧС влияет на нашу работу, тем более что мы живем в регионе, небезопасном в этом отношении, да и вокруг так или иначе возникают вспышки. Этот как рынок ценных бумаг: любое потрясение – и акции падают. На нашем рынке наоборот: любое потрясение вызывает рост цен, возникает ограничение по ввозу и вывозу сырья на опасные территории, возникает дефицит сырья.

**– Существует ряд региональных и федеральных программ, созданных для поддержки отечественных производителей. Скажите, пользуетесь ли вы подобными возможностями?**

– Честно говоря, мы надеемся прежде всего на собственные силы, поскольку дефицит бюджета никто не отменял. Безусловно, нам полагаются субсидии, определенные преференции, как и всем другим участникам рынка. В рамках существующей модели субсидирования, которая есть на федеральном и региональном уровне, мы участвуем во всех программах. В нашем регионе действу-



**Александр Ремета,**  
директор ГК «Тавр»:

*«Безусловно, АЧС влияет на нашу работу, тем более что мы живем в регионе, небезопасном в этом отношении, да и вокруг так или иначе возникают вспышки.»*

ет мощнейшая программа поддержки местных производителей «Сделано на Дону», организованная правительством Ростовской области и управляемая департаментом потребительского рынка региона. Мы уже неоднократно получали знак «Сделано на Дону» и являемся одними из первых в области, кто получил этот статус.

**– Нам известно, что в планах компании строительство новой производственной площадки и перенос туда мощностей «РКЗ-Тавр». Расскажите, на какой стадии этот проект?**

– Да, подобный проект мы обсуждаем уже на протяжении четырех лет. Сейчас мы находимся в активной фазе проектирования. Мы планируем перенести площадку из центра города за его пределы, на левый берег Дона, в промзону. В планах строительство современного комбината с правильно выстроенной логистикой и автоматизацией учета. Вторым этапом планируется строительство логистического склада, с которого будут производиться формирование, комплектация и отгрузка продукции, произведенной на всех площадках группы. **МП**



**АНТЕС**  
www.antes.ru



закрытый



S



4 Cut



4 Cut



8048



8047



8049



8050

# ТЕХНОЛОГИИ ВАШЕГО УСПЕХА

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

•	•									
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	•									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

•	•									
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

•										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

•	•									
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

•	•	•	•	•						
---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



## ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

- убой и разделка
- приготовление фаршей
- формовка и порционирование
- приготовление деликатесов
- термообработка
- нарезка
- упаковка
- санитарно-гигиеническое оборудование
- весы и этикетировщики

## РЕЖУЩИЙ ИНСТРУМЕНТ

## РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНВЕНТАРЬ

## МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ

## СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

## ВОРОТА ДВЕРИ ЗАВЕСЫ

Королев +7 (495) 500-4-500

Санкт-Петербург +7 (812) 332-27-53

Воронеж +7 (473) 239-95-73

Казань +7 (843) 277-42-45

Саратов +7 (845) 352-57-15

Самара +7 (846) 331-43-31

Ростов-на-Дону +7 (863) 230-43-85

Екатеринбург +7 (343) 345-02-68

Новосибирск +7 (383) 211-96-99

Иркутск +7 (3952) 47-56-23

реклама

ЖДЕМ ВАС НА ВЫСТАВКЕ « АГРОПРОДМАШ 2017 » пав. №2, зал №1,стенд 21С60.



**Компания:**

**«Логос»**

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

**Гость:**

**Елена Коценко,**

коммерческий директор  
компании «Логос»

**Подготовила:**

**Ксения Жукова**



# Производство – наш долгосрочный приоритет

**– Компании «Логос» в этом году исполняется 20 лет. Что удалось сделать за эти годы?**

– Самым большим нашим достижением являются наши сложившиеся за годы работы партнерские отношения с нашими клиентами, поставщиками и конкурентами. Мы пережили разные времена, были взлеты и падения на рынке, но тем не менее мы никогда не останавливались на достигнутом и стремились вперед. Последние несколько лет мясная отрасль живет в новой, очень непростой экономической реальности.

Мы стремимся развивать собственное производство товаров для мясоперерабатывающей и сыродельной отраслей вне зависимости от внешних обстоятельств. Наша компания всегда была нацелена на развитие производства, нам интересно расширять ассортимент товаров, потребляемых нашими клиентами. Каждый год мы покупаем или действующие предприятия, или запускаем свои собственные проекты по выпуску новых продуктов. У нас есть опыт покупки заводов не только в России, но и за границей. Развитие собственного производства было и остается приоритетом нашего собственника.

*Интересным новым направлением в нашей компании является выпуск защитного покрытия на основе парафина для сыродельной и мясной промышленности.*

В последнее время мы активизировали нашу работу по внедрению продуктов собственного производства на российском рынке мясопереработки. Потому что, в первую очередь, это интересно нашим клиентам. У мясокомбинатов сегодня нет необходимости платить за импортные продукты ту цену, которая сложилась из-за текущего курса рубля. На рынке растет предложение аналогичных российских продуктов, и наша компания также активно участвует в импортозамещении. Мы постоянно работаем над улучшением качества производимых продуктов и расширением ассортимента.

**– Что в вашем ассортименте появилось нового и нужного для мясопереработчиков?**

– Сегодня «Логос» является единственной компанией в России, которая производит коллагеновую пленку. Мы закупили в Германии технологию и оборудование, построили в Ленинградской области завод и выпускаем коллагеновую пленку под тем же брендом BECKDORIN. Более того – успешно экспортируем ее.

Другое направление, в котором мы достигли успеха, – это скрепки для колбасных изделий. Наши специалисты делают не просто скрепку идеальной геометрии из лучших материалов, они научились ее мыть так, что халаты сотрудников до и после контакта со скрепкой выглядят одинаково белыми.

Еще один продукт, который выпускает компания, – это сетки: эластичные и неэластичные, разных типов плетения, цветов и калибров. Сетки используем в том числе для наклейки на фиброзные оболочки. Получаем оболочку Нет-Кейсинг, которую любят наши клиенты в России и за рубежом.

Четыре года назад «Логос» запустил производство по сортировке свиной черевы, а в начале 2016-го мы начали работать и с говяжьими оболочками. Импортная натуральная оболочка стала очень дорогой, а в России активно развиваются животноводство и первичная переработка скота, поэтому рынок мясопереработки активно переходит на натуральную оболочку российского производства. Свиного сырья для производства натуральной оболочки хватает. Наш спрос на раннеры, плюс ко всему, поддерживает отечественных производителей мяса, повышает их рентабельность.

Конечно, есть некоторые объективные трудности в работе с российскими раннерами. Крупные предприятия по убою можно пересчитать по пальцам, а если собирать свиное кишечное сырье от разных убойных цехов, то оно получается очень неоднородным по своим параметрам: разные породы, рацион, разный возраст. Наша компания покупает раннеры и за границей. Доля импорта непостоянна, но она не достигает половины общего объема.

Интересным новым направлением в нашей компании является выпуск защитного покрытия на основе парафина для сыродельной и мясной промышленности. Парафин разных цветов использует ряд наших клиентов из мясной отрасли для премиальных линеек колбас. Очень красиво смотрятся колбасы в снежно-белом парафине. Он стоит недорого, а внешний вид колбас привлекает внимание покупателей на витрине магазинов.

В этом году мы запустили изготовление петель для автоматических клипсаторов: уже идут продажи петель для клипсаторов «Poly-clip», и в ближайшее время запускаем

---

*Импортная натуральная оболочка стала очень дорогой, а в России активно развиваются животноводство и первичная переработка скота, поэтому рынок мясопереработки активно переходит на натуральную оболочку российского производства.*

---

для «Alpina». После запуска производства скрепок изготовление петель – это следующий логичный шаг.

Очень гордимся развитием экспортных продаж. Для нашей компании, как для любого производителя, очень приятно, что качество нашей продукции оценено не только в России, но и за ее пределами. Мы экспортируем целый ряд продуктов из нашего ассортимента. Основные клиенты находятся в Европе и Южной Америке. Сейчас в проектах выход на новые рынки. В период колеба-

---

*Крупные предприятия по убою можно пересчитать по пальцам, а если собирать свиное кишечное сырье от разных убойных цехов, то оно получается очень неоднородным по своим параметрам: разные породы, рацион, разный возраст. Наша компания покупает раннеры и за границей.*

---

ния валюты экспортные продажи очень помогли нашей компании работать успешно и не останавливать новые проекты.

**– Развитие производства требует серьезных вложений. Удастся ли запускать проекты в планируемые сроки?**

– Собственник нашей компании готов вкладывать капитал в развитие производства. Никто не может со 100-процентной уверенностью сказать, когда мы получим результат, но в долгосрочном периоде расширение производственной деятельности является нашей стратегической целью. Снижение курса рубля нас не остановило, наоборот, как мы и ожидали, обесценившийся рубль повысил конкурентоспособность нашей продукции.

**– Последние года два были тяжелыми для нашей страны, и в том числе для мясоперерабатывающей отрасли. Развивали ли вы новые проекты в это время?**

– Мы и раньше развивали производственное направление в бизнесе компании. С наступлением кризиса этот процесс был активизирован, но он не стал чем-то новым в нашей стратегии. Заниматься производством – это интересно по нескольким при-

чинам. Для нас важно, что мы можем легко адаптироваться под индивидуальные требования покупателей, когда продукция изготавливается здесь, а не покупается за рубежом. Пока договоришься с иностранным производителем, пока он включит твой заказ в график производства, выполнит и доставит его в Россию, пройдет немало времени.

У нас есть импортные оболочки, которые нашим покупателям приходится ждать полгода. Их поставщики – компании с мировым именем, и они очень ответственно подхо-

дят к требованиям клиентов, но по объективным причинам не могут сократить сроки выполнения заказов. Поэтому огромным плюсом собственного производства для нас и для наших клиентов является не только более низкая цена нашей продукции при высоком качестве, но и возможность в кратчайший срок получить заказ, адаптированный под персональные требования.

Наше производство сертифицировано по системам ISO и HACCP, все сырье проходит строгий входной контроль, и требования к качеству продукции очень высокие. Мы покупаем самое современное лабораторное оборудование, приборы, занимаемся подготовкой персонала. Мы уже давно поняли, что дороже разбираться с браком – отправлять сотрудников в командировки, уговаривать клиента взять продукцию, снижать цену.

Основной продукт в портфеле нашей компании – искусственные оболочки и пленки зарубежного производства. Фиброзные, коллагеновые, целлюлозные оболочки, а также пленки для упаковки колбасных изделий и сыров мы покупаем у лидеров мирового рынка и работаем с самыми лучшими поставщиками. Очень гордимся, что нашими партнерами в бизнесе являются компании ViskoTeepak, Viscofan, Krehalon, ПентоПак.

ViskoTeepak – наш самый давний партнер, мы вместе уже долгие годы. С компанией Viscofan, напротив, мы начали работать недавно, и надеемся, что наш альянс будет успешным и удачным, в первую очередь для наших клиентов. С компанией Krehalon у нас особые доверительные отношения. Мы единственные на российском рынке представляем продукцию этого мирового производителя: ТУ пленки и пакеты.

На нашем производстве мы оболочки гофрируем, разрабатываем дизайн, наносим печать, делаем RTU (Ready to use – оболочки, полностью готовые к использованию). Кроме того, сами режем пакеты из пленки-рукавов под размеры наших заказчиков. Поэтому можно сказать, что импортный продукт мы дорабатываем у себя на производстве по требованиям наших клиентов.

**– Каков приблизительно срок исполнения заказов?**

– Чтобы ответить на этот вопрос, нужно сначала сказать, что все заказы клиентов мы

для себя делим на новые и повторные. О каком-то установленном сроке можно говорить только при первом размещении заказа. Сроки очень разные для разных продуктов. Например, скрепку можем сделать в течение двух недель, а время на первую поставку целлюлозной оболочки может доходить до четырех месяцев. Но начиная с третьего заказа весь товар в количестве полуторамесячного объема хранится на ближайшем к клиенту региональном складе нашей компании. Конечно, для постоянных клиентов.

У нашей компании сегодня есть пять филиалов: в Москве, Новосибирске, Челябинске, Ростове-на-Дону и в Астане. Головной офис по-прежнему находится в самом красивом городе России – в Петербурге.

Есть в нашем ассортименте и экзотические продукты, которые мы без заявки вообще не производим.

**– «Логос» активно развивает новые направления в бизнесе и придерживается высоких стандартов качества продукции. Все это требует и пополнения кадровых ресурсов, и высокой производственной культуры персонала. Проблема кадров актуальна для компании? Как вы справляетесь с ней?**

– Кадровая проблема, конечно, есть, но и требования к кандидатам мы предъявляем высокие. Иногда на поиск специалиста уходят годы: хотим найти того единственного. Зарплатная плата у нас достойная, и недостатка в соискателях мы не испытываем, но специфика нашей работы требует очень взвешенных решений по вакансиям. Наши сотрудники – это самая важная составляющая успеха компании. С большим уважением относимся к их знаниям, опыту и желанию развиваться вместе с компанией.

Может быть, именно поэтому и текучесть кадров у нас практически отсутствует. В большинстве случаев кадровый состав у нас меняется только в тех случаях, когда молодые сотрудницы уходят в декретный отпуск. И через три года возвращаются к нам опять.

**– В организационной структуре компании «Логос» есть отдел, занимающийся перспективными разработками, внедрением новых продуктов и развитием новых направлений бизнеса?**

– Такие отделы необходимы и возможны там, где видовое разнообразие выпускаемой продукции не так велико, как у нас. Нам пришлось бы для такого отдела найти сотрудника, который одновременно мог бы вести такие разные направления, как скрепка, коллагеновая пленка, натуральная оболочка. Наверное, эта задача из ряда нерешаемых. Поэтому каждый раз мы собираем группу специалистов, и все они



**Елена Коценко:**

*«Для нас важно, что мы можем адаптироваться под индивидуальные требования покупателей, когда продукция изготавливается здесь, а не покупается за рубежом».*

участвуют в новой разработке. Когда у нас есть новый проект, мы привлекаем сотрудников из разных отделов, создаем проектную группу. В нее входят финансисты (надо рассчитать стоимость проекта, экономическую выгоду), технологи (которые понимают суть производственной задачи), маркетологи (поскольку надо определиться в принципе, интересен этот продукт рынку или нет, какая у него конкурентная среда), технические специалисты. Только при такой коллективной и слаженной работе и удастся запускать успешные проекты.

Всеми нашими новыми успехами мы с удовольствием делимся с нашими клиентами. Несколько раз в год проводим семинары в разных регионах России и Казахстана, а также выездные семинары с нашими партнерами за границей. Несмотря на кризис, мы не отказываемся от такой формы работы. Надеемся, что наши клиенты получают новые и полезные для себя знания. Мы со своей стороны тоже получаем от семинаров большую пользу, так как общение с клиентами в неформальной обстановке дает нам новые идеи для нашего бизнеса.

**– В России существуют различные формы поддержки развития реального сектора экономики, импортозамещения. Вы участвуете в каких-либо программах?**

– В настоящее время мы не получаем из бюджета никаких субсидий и компенсаций. Нам кажется, что этим стоит заниматься только в случае реализации действительно крупных проектов. В планах у нас есть крупные проекты, под которые мы хотели бы получить государственную поддержку и ради которых имеет смысл исполнить все необходимые бюрократические формальности. Мы готовим под эти проекты необходимые документы, но это вопрос не ближайшего будущего, и говорить предметно еще рано.

**– Какие планы на ближайшие 20 лет?**

– Так далеко мы не загадываем, но планы на будущее у нас большие. Думаем об открытии нового филиала, чтобы быть ближе к каждому из наших клиентов. «Логос» также прилагает большие усилия по развитию экспорта. Для этого мы создали группу, которая занимается поиском наиболее интересных рынков для различных продуктов, маркетинговым анализом и перспективным планированием экспорта.

Двигаемся вперед вместе со всеми нашими партнерами: клиентами и поставщиками! Без их помощи никакие планы реализовать не удастся. Всегда благодарны за их поддержку! **Р**

**ЛОГОС**

**наши продукты  
ваше успешное  
производство**



**[www.logosltd.ru](http://www.logosltd.ru)**

реклама

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ тел.: +7 812 334 21 21	МОСКВА тел.: +7 499 681 33 00	РОСТОВ-НА-ДОНУ тел.: +7 863 223 22 44	ЧЕЛЯБИНСК тел.: +7 351 792 29 20	НОВОСИБИРСК тел.: +7 383 319 08 01	АСТАНА тел.: +7 7172 383 625
---	----------------------------------	--	-------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------

**KÄRCHER**

makes a difference

Компания: **KÄRCHER**

Тел.: 8 800 1000 654  
E-mail: info@ru.kaercher.com  
www.karcher.ru

# Новый пистолет для аппаратов высокого давления KÄRCHER

## Инновационная концепция важнейшего элемента управления

*Kärcher представляет пистолет принципиально новой конструкции для профессиональных аппаратов высокого давления, как с подогревом, так и без подогрева воды.*

Важнейшей особенностью пистолета EASY!Force является расположение спускового рычага на тыльной части рукоятки – теперь он нажимается подушечкой ладони. Благодаря этому после включения пистолета не требуется практически никаких усилий для удержания рычага в нажатом состоянии – его прижимает к руке сила отдачи водяной струи. Тем самым исключается длительное напряжение, от которого может сводить пальцы и кисть руки. Для защиты от непреднамеренного включения предусмотрен предохранитель, курок которого расположен на фронтальной части рукоятки.

В процессе разработки нового пистолета в конструкцию были внесены и другие усовершенствования. В частности, появилась инновационная система соединения пистолета со струйной трубкой и шлангом высокого давления. Разъем EASY!Lock с четырехзаходной трапециевидальной резьбой обеспечивает надежное и герметичное присоединение всего одним поворотом на 360°. Разъемы новой конструкции используются также для соединения струйной трубки с соплом и шланга с аппаратом. В общей сложности на новую систему резьбового соединения переведены 476 принадлежностей. При этом специально разработанные адаптеры позволяют использовать пистолет EASY!Force и с прежними моделями линейки, а также присоединять к аппаратам с новым разъемом приобретенные ранее принадлежности.

Значительно усовершенствован был и клапан пистолета: оба его основных компонента – шарик и седло – теперь изготавливаются



*Важнейшей особенностью пистолета EASY!Force является расположение спускового рычага на тыльной части рукоятки – теперь он нажимается подушечкой ладони.*

из керамики, что гарантирует повышенную износоустойчивость и длительное сохранение герметичности (в пять раз выше предыдущих). Пистолет EASY!Force подходит к любым аппаратам высокого давления Kärcher (с подогревом и без подогрева воды), развивающим максимальное рабочее давление до 300 бар.

EASY!Force – новый пистолет для профессиональных аппаратов высокого давления с подогревом и без подогрева воды, главным отличительным признаком которого является желтый спусковой рычаг с мягкой черной резиновой накладкой, впервые расположенный с тыльной стороны рукоятки. Сила отдачи водяной струи придавливает рычаг к подушечке ладони, что обеспечивает непрерывную работу без дополнительных усилий на удержание пистолета во включенном состоянии. При этом на фронтальной части рукоятки находится желтый предохранительный курок, обеспечивающий защиту от непреднамеренного включения. ■

### Справка о компании Kärcher:

*Компания Kärcher основана в 1935 году в Германии и является ведущим мировым производителем уборочной техники и систем очистки бытового и профессионального назначения. Kärcher имеет более 1500 патентов на изобретения и промышленные образцы, а продукция компании сочетает функциональность с выразительным дизайном, отмеченным более чем 100 национальными и международными наградами. Официальное представительство концерна Kärcher в России, ООО «Керхер», было открыто в 2004 году. В настоящее время компания имеет филиалы в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Краснодаре, Самаре, Сочи, Ростове-на-Дону, Ставрополе, Калининграде, Волгограде, Сургуте и Тюмени. 180 сервисных центров Kärcher, соответствующих стандартам международной гарантии, открыты в 95 городах России. В декабре 2012 года компания «Керхер» выступала поставщиком Олимпийских игр-2014 в Сочи в категории «Клининговое обслуживание мероприятий».*

25-27  
октября 2017

Краснодар, ул. Конгрессная, 1  
ВКК «Экспоград Юг»



# ФермаЭкспо

КРАСНОДАР

Выставка оборудования, кормов и ветеринарной  
продукции для животноводства и птицеводства



[farming-expo.ru](http://farming-expo.ru)

Организатор



КРАСНОДАРЭКСПО  
В составе группы компаний ITE

+7 (861) 200-12-56, 200-12-34  
[farmingexpo@krasnodarexpo.ru](mailto:farmingexpo@krasnodarexpo.ru)

12+



Гость:

**Игорь  
Переплётчиков,**  
генеральный директор  
компании «Атлантис-Пак»

Беседовала:

**Ксения  
Жукова**

## Игорь Переплётчиков:

# «Мы движемся наравне с лучшими мировыми брендами»

**К**омпания «Атлантис-Пак», являющаяся частью холдинга «Группа Агроком», – один из крупнейших в мире производителей пластиковой упаковки для мясо- и молокоперерабатывающей промышленности. Основная производственная площадка компании «Атлантис-Пак» располагается в Ростовской области недалеко от Ростова-на-Дону. Современное производство, которое сертифицировано на соответствие системам BRC, Halal, ISO 9001, численность сотрудников достигает 2500 тыс. человек. Дилерская сеть компа-

нии расположена по всему миру и насчитывает более 200 компаний, а собственные представительства есть в России, Европе и на африканском континенте. Нам удалось своими глазами увидеть производственные мощности, которые воплощают в жизнь самые инновационные идеи компании, и побеседовать о развитии «Атлантис-Пак» с генеральным директором Игорем Дмитриевичем Переплетчиковым.

**– Игорь Дмитриевич, позади первое полугодие 2017 года. Расскажите о предва-**

**рительных результатах компании за этот год и планах, которые будут приоритетны в ближайшем будущем?**

– Каждый год для компании мы планируем с ростом, текущий – не исключение. В пределах Российской Федерации мы наблюдаем рост по определенным группам товаров, но в целом наши результаты на сегодняшний момент примерно равны результатам за аналогичный прошлогодний период. Я бы сказал, что отечественный рынок колбасных изделий в лучшем случае стагнировал, но на деле мы видим



*Дилерская сеть компании расположена по всему миру и насчитывает более 200 компаний, а собственные представительства есть в России, Европе и на африканском континенте.*

снижение, именно этим можно объяснить и наши результаты. Что касается экспорта, здесь компания фиксирует рост продаж, и общая картина достаточно позитивная.

**– Каковы, на ваш взгляд, причины подобных результатов на российской территории?**

– Потребление колбасных изделий снижается, и, как следствие, снижается их производство. Для нас это существенно, ведь мы напрямую зависим от размеров рынка, для которого выпускаем продукцию. Наша доля в данном рыночном сегменте максимальная, соответственно достаточно сложно компенсировать выпадающие объемы.

Наша компания готова к любой ситуации: у нас очень широкий спектр оболочек, есть упаковочные решения практически для всех видов мясных продуктов, кроме, конечно, продукции в съедобных оболочках. Мы видим, что снижается потребление вареных колбас и как следствие потребность в соответствующих оболочках, но у нас есть что предложить для производства копченых, сырокопченых колбас, сосисок и других продуктов. Мы готовы к изменениям, но, разумеется, было бы гораздо проще работать на растущем рынке.

**– В собственности компании находится производственная площадка на территории Чешской Республики. Насколько она полезна в развитии экспорта?**



*В апреле наши европейские устремления лично оценили министр сельского хозяйства Чехии Мариан Юречка и посол Чехии в России Владимир Ремек.*

– Развитие продаж на экспорт является краеугольным камнем нашей стратегии. Мы экспортируем продукцию достаточно давно: первая отгрузка состоялась еще в 1996 году. Завод в Чешской Республике – лишь один из инструментов. В апреле наши европейские устремления лично оценили министр сельского хозяйства Чехии Мариан Юречка и посол Чехии в России Владимир Ремек. Для нынешнего этапа характерно широкое использование прямых продаж. Мы стали создавать собственные торговые представительства, это помогает устанавливать прямые отношения с потребителями. Кроме того, в работе активно задействована собственная дистри-

бьюторская сеть. Высокие результаты роста продаж в данном сегменте объясняет в том числе и значительное расширение географии присутствия. На сегодняшний день Европа остается для нас главным рынком, назовем ее «колбасной территорией». Главным, но не основным. Сегодня развивающийся мир становится все более значимым, поскольку меняются стереотипы и культура питания, например в Юго-Восточной Азии сосисок сейчас едят больше, чем в Европе. Соответственно, продажи колбасной оболочки в Европу сейчас еще на пике роста, а если говорить о сосисочной оболочке – в этом смысле перспективнее Латинская Америка, Юго-Восточная Азия.

**– Каково, по вашим оценкам, место компании «Атлантис-Пак» на мировой отраслевой арене?**

– Я бы сказал, что в мировом раскладе наши лучшие годы еще впереди. Мы делаем серьезные заявки, создаем предпосылки для разделения сферы влияния в данной области. До недавнего времени только три компании производили сосисочную оболочку из целлюлозы, это была некая олигополия, когда небольшое количество компаний делят рынок. Сейчас мы заявили о том, что можем производить оболочку мирового уровня. Уверен, достаточное смятение на рынке мы уже внесли. На сегодняшний день все наши мощности по сосисочной оболочке загружены, и мы планируем их расширять.




---

Разумеется, не все проекты оказываются успешными и прорывными, но «Атлантис-Пак» развивается именно за счет инноваций, разработанных здесь, которые становятся бестселлерами и хитами на рынке.

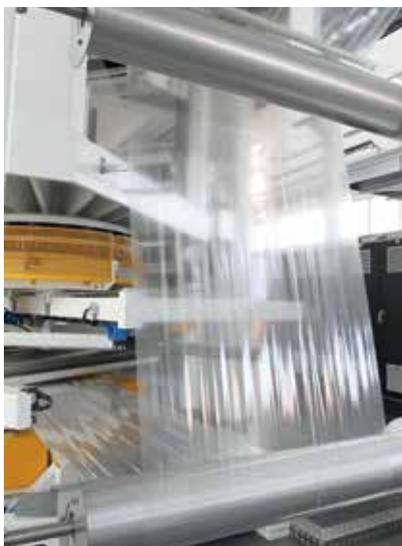
---

Здесь есть над чем работать в плане охвата новых рынков и создания достойной конкуренции уже имеющимся игрокам.

**– Одна из актуальных тем сегодня для любого предприятия – утилизация отходов. Как «Атлантис-Пак» решает этот вопрос?**

– Для начала стоит определиться, что конкретно мы здесь имеем в виду. На мой взгляд, вокруг этой темы достаточно много спекуляций. Именно поэтому, я полагаю, все разговоры о биоразлагаемой пластиковой упаковке постепенно сошли на нет. Возможно, на каком-то следующем технологическом этапе они возникнут вновь, но пока с точки зрения биоразлагаемой упаковки мы настроены скептически. По крайней мере, мы не видим серьезных предпосылок, чтобы активно развивать эту тему.

Что касается вторичной переработки, практически все упаковочные материалы, за исключением содержащих ПВХ, на сегодняшний день пригодны для этого. Отходы производства и все, что образуется в процессе отбраковки, мы продаем для последующей переработки, из этого сырья изготавливаются вторичные гранулы, которые потом используются в производстве разных пластмассовых изделий. Мы в своем производстве такое вторичное сырье не можем применять, так как есть ограничение по его применению для изготовления пищевой упаковки. В будущем мы планируем организовать собственное производство для переработки отходов и производства вторичного сырья. В этом отношении мы eco-friendly.




---

Если говорить о пленках, на рынке сейчас востребована термоусадка, особенно это касается упаковки сырого мяса, в первую очередь из-за технологических качеств упаковки.

**– Есть ли международные компании, которые являются для вас ориентиром, конкурентом?**

– Конкуренты для нас – любая другая компания, которая претендует на деньги наших потребителей. Если мы имеем в виду новин-

ки в области пластиковых оболочек, я бы сказал, что подобных ориентиров для нас нет. Все наши разработки являются следствием многолетних собственных исследований, а их результаты подтверждают тот факт, что мы движемся наравне с лучшими мировыми брендами на данном рынке. В сегменте рынка целлюлозных, белковых оболочек все давно успокоилось. Новинки, которые периодически появляются на этом рынке, касаются только улучшения существующих характеристик продукта: «лучше кусается», «более дешевая» и других подобных аспектов. Относительно новое направление, которое мы успешно начали развивать, – производство пленок. В этом сегменте сейчас мы в роли обучающихся, и здесь мы, конечно, ориентируемся на лучшие западные компании и их продукты.

Если говорить о пленках, на рынке сейчас востребована термоусадка, особенно это касается упаковки сырого мяса, в первую очередь из-за технологических качеств упаковки. Термоусадочная пленка помогает если не исключить, то свести к минимуму возможность выделения мясного сока из продукта, который обычно образуется в таких случаях, она максимально плотно облегает продукт. Эти функциональные свойства бесценны в данном случае и более важны, нежели эстетический аспект. Термоусадочная упаковка подразумевает при изготовлении процесс двуслойной ориентации, то есть пленка растягивается вдоль и поперек, фиксируется подобно колбасной оболочке, и это придает повышенную стойкость на прокол, снижает риск развакуумирования.



### ■ Алексей Киселев,

начальник диспетчерского отдела  
компании «Атлантис-Пак»:

*«Я начал работать здесь с 1993 года и до сих пор не могу остановиться. Движущая сила компании – это не попытки завоевать мир, а новые технологии. По-другому и не получится – на российском рынке, да и не только, успешно работать можно только мозгами. Любые новые разработки – это значительные расходы средств и времени, но в результате мы выводим на рынок то, чего еще никто не предлагал до нас. И это создает репутацию. Любая идея на момент ее возникновения кажется нереальной и непонятной. Но постепенно, день за днем, она набирает вес, и в итоге получается инновационный продукт, который с восторгом встречают на рынке. Сложным и кропотливым периодом для предприятия была аттестация по системе BRC. Основная цель – уменьшение взаимодействия человека с продуктом. Это был очень сложный период для всех сотрудников, но теперь, когда мы это успешно сделали, можно сказать, что это действительно работает. Еще одно доказательство высокого уровня производства «Атлантис-Пак».*

**– Если проанализировать спрос на вашу продукцию в различных странах и регионах, какие тенденции вы видите в изменении потребительских предпочтений?**

– Европа – это в основном барьерная колбасная оболочка, сейчас пользуется спросом и проникаемая оболочка. Сосиски они, конечно, делают, но в основном используют для них натуральную или съедобную оболочку, поэтому продажи нашей компании здесь в данном сегменте небольшие. В Юго-Восточной Азии больше востребована сосисочная оболочка, Северная Америка – барьерная колбасная оболочка.

**– «Атлантис-Пак» известна как инновационная компания. Расскажите, кто занимается в компании разработками и как строится работа в этом ключе?**

– Если при реализации нашей сбытовой стратегии экспорт является нашим краеугольным камнем, то при формировании стратегии развития создание новых продуктов является нашим, скажем так, базовым китом, на котором мы стоим. Поэтому мы подходим к этому вопросу системно. Ответственность за разработки новых продуктов лежит на дирекции по развитию, в которой работают 46 человек. Именно они несут ответственность за инновации и но-

**Конкуренты для нас – любая другая компания, которая претендует на деньги наших потребителей.**

винки. Эти люди не занимаются производством, совершенствованием стандартной технологии, снижением себестоимости или организацией рабочих процессов. Их зона ответственности – поиск, эксперименты и их воплощение в жизнь, создание прототипов. Когда такой прототип подтверждает свою работоспособность, за дело берется управление главного технолога, где новую технологию стандартизируют. Разумеется, не все проекты оказываются успешными и прорывными, но «Атлантис-Пак» развивается именно за счет инноваций, разработанных здесь, которые становятся бестселлерами и хитами на рынке.

**– Какие из последних разработок оказались «прорывными» для компании?**

– Например, оболочка «АйПил» – первая в мире пластиковая легкосъёмная сосисочная оболочка. По своим свойствам она очень близка к оболочке из целлюлозы – такое решение успешно как на российском, так и на зарубежных рынках. Оболочка «АйПил» представляет собой проницаемый пластик, который воссоздает свойства целлюлозной оболочки. Ее можно снимать с продукта, используя стандартные автоматические пиллеры, производить сосиску в соответствии со стандартными технологиями. Еще пример из наиболее ярких новинок – оболочка «АйЦел Премиум». Это колбасная оболочка, которая по своей проницаемости практически сравнялась с белковыми и фиброузными оболочками, но при этом обладает рядом преимуществ.

**– Насколько нам известно, вы находитесь в процессе реализации проекта по строительству новой производственной площадки. Расскажите об этом проекте и планах развития компании?**

– Действительно, несколько лет назад мы приняли решение диверсифицировать бизнес и в качестве одного из направлений выбрали для себя барьерные пленки. Проторенными дорогами мы не очень любим ходить, поэтому не планировали тиражировать стандартные, уже известные на рынке и освоенные до нас технологии, а решили начать поиск новых решений. Таким образом началась работа по направлению ориентированных пленок. Была куплена девятислойная экструзионная линия, построен цех для нее. Сейчас ведем переговоры о приобретении второй линии, более мощной. Второй этап – это строительство большого завода по производству барьерных пленок, площадка будет располагаться в Южно-Батанской промышленной зоне. На данный момент мы обкатываем технологию, определяемся с продуктами, которые планируем выпускать в этом направлении.

**– Игорь Дмитриевич, вы как руководитель компании какой видите ее будущее, скажем, в течение ближайших пяти лет?**

– Мне бы хотелось, чтобы и через пять лет компания продолжала развиваться, наращивая темпы развития, прирастала новыми производственными площадками, которые бы располагались не только в России, но и за ее пределами. Возможно, нам удастся освоить новые продукты не только в области пленок, но и других материалов, которые мы пока только изучаем. Мне импонирует лозунг «Результат – ничто, движение – все». Он парадоксально перекликается с одним из базовых принципов современного подхода к организации эффективного производства: «Правильный процесс дает правильный результат». **МП**

## компания

Гость:

**Юлия Аршинова,**  
финансовый директор  
ООО «АПК «АгроФуд»

Подготовила:

Ксения Жукова



## Юлия Аршинова:

# «Конкуренция подстегивает к совершенствованию»

Построение современного конкурентоспособного бизнеса – задача, от решения которой зависит успех компании на рынке. О развитии мясоперерабатывающей компании в условиях достаточно жесткой конкуренции в Белгородском регионе, который считается ведущим в сельскохозяйственной отрасли, рассказала **Юлия Аршинова, финансовый директор ООО «АПК «АгроФуд».**

**– Юлия Викторовна, расскажите немного о том, как создавалась компания и каких производственных показателей достигла на сегодняшний день?**

– Мясокомбинат был построен в 1988 году австрийскими строителями. В последующий период до настоящего времени производство стабильно работает и постоянно развивается. Из года в год повышается технический уровень предприятия, внедряются прогрессивные технологии, повышается квалификационный и образовательный уровень персонала, совершенствуются методы хозяйствования.

На сегодняшний день мы производим 2000 т свинины в месяц, мощность убоя – 28000 свиней в месяц и 336000 голов в год. Мощность КРС на сегодняшний день составляет 2000 голов в месяц, то есть примерно 6000 т говядины в год.

**– Каково техническое оснащение производственных площадок?**

– Комбинат укомплектован современным оборудованием германских и итальянских производителей. Основное направление деятельности – производство свинины в шкуре на универсальной линии убоя и переработки свиней. Мы реализуем свинину в полутушах и в крупном куске, субпродукты, мясные полуфабрикаты и другие свиные продукты, а также продукцию КРС.

**– В каких регионах можно встретить ваши продукты?**

– Наши покупатели находятся в Москве, в европейской части России, на Урале, в Крыму, в Краснодарском крае, а также в Санкт-Петербурге. Кроме того, мы реализуем продукцию через оптовые рынки Москвы.

**– Вы работаете в ведущем в РФ регионе в вашей отрасли. Сложно ли конкурировать на этом рынке?**

– Пока на рынке всем хватает места. Но конкуренция, конечно, подстегивает к совершенствованию производства и качества.

**– В вашей компании два основных направления – свинина и говядина. Расскажите подробнее о каждом из них.**

– Наше предприятие производит свинину более 10 лет. Два года назад запустили новый убойный цех КРС, который укомплектован новейшим импортным оборудованием. На сегодняшний день чувствуется нехватка качественного сырья. То есть развитие КРС находится пока на очень низком уровне. Причина – долгая окупаемость проектов, а также не слишком высокая рентабельность по сравнению с другими направлениями. Отсутствие свободных сельскохозяйственных земель для производства кормов. Мы планируем создать современный комплекс КРС с высокопродуктивным стадом, чтобы полностью обеспечить комбинат собственным сырьем.

**– Хватает ли вам собственного сырья для обеспечения нужд мясоперерабатывающего предприятия?**

– У нас собственное поголовье свиней, которое частично обеспечивает наши потребности в сырье. Мы планируем также увеличение поголовья свиней для полного покрытия потребности комбината в сырье.

**– Какова в вашем регионе ситуация с эпидемией АЧС и какие меры вы принимаете, чтобы обезопасить животных?**

– Это очень актуальная тема. Наш регион лидирует в этом плане по предупредительным мероприятиям, так как большая часть поголовья страны сосредоточена в нашей области.

**– Каковы планы компании на ближайшее будущее?**

– Мы планируем развивать как свиноводство, так и направление КРС. На данный момент у нас есть свое стадо КРС, мы получаем молоко и выращиваем телят. Так же активно занимаемся сельским хозяйством. Выращиваем различные с/х культуры, в том числе для производства собственных комбикормов. Это направление мы хотим развивать и в дальнейшем. Наша цель – построить современный вертикально интегрированный холдинг под девизом «От поля до прилавка». **Е**



## ЧИСТОТА БЕЗ КОМПРОМИССОВ

АППАРАТЫ ВЫСОКОГО ДАВЛЕНИЯ  
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аппараты высокого давления Kärcher - отличное решение для эффективной уборки мест содержания и переработки животных и птиц.

### СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!

С 01.09.2017 по 31.12.2017 действует специальное ценовое предложение на аппараты высокого давления HD 7/1 CXF и HDS 9/18-4 MX. Узнайте больше по телефону 8 800 1000 654, на сайте [www.karcher.ru](http://www.karcher.ru) или у официальных дилеров KÄRCHER.

**8 800 1000 654**  
**[www.karcher.ru](http://www.karcher.ru)**



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

~~259 000 р.~~  
**199 990 р.**



Аппарат высокого давления  
без подогрева воды  
**HD 7/10 CXF**

~~90 000 р.~~  
**69 690 р.**

# KÄRCHER

makes a difference



Гость: **Екатерина Лучкина,**

исполнительный директор  
Национального союза  
мясопереработчиков



Подготовила: **Ксения Жукова**

# ПСЕВДОНАУЧНЫЕ ЗАЯВЛЕНИЯ СМИ ДИСКРЕДИТИРУЮТ МЯСНУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

О развитии мясоперерабатывающей отрасли, техническом регулировании производства и проблемах, с которыми сталкиваются мясопереработчики, нам в интервью рассказала исполнительный директор Национального союза мясопереработчиков Екатерина Лучкина.

**– Екатерина Валерьевна, расскажите, какие проблемы стоят перед мясоперерабатывающей отраслью сегодня и каким образом в их решении участвует Национальный союз мясопереработчиков?**

– Можно без преувеличения сказать, что все мясопереработчики стоят на пороге судьбоносных государственных решений, которые либо позволят отрасли развиваться и расти дальше, либо отбросят ее на годы назад. При этом остаться в стороне от сложившейся тревожной ситуации в отрасли уже не получится. Учитывая грядущие законодательные новеллы, значительное количество предприятий может просто уйти в историю, те же, кто останется, будут поставлены в тяжелейшие условия, буквально на грани выживания. Это не громкие заявления, а лишь прямая констатация фактов.

Смотрите сами: уже несколько лет в стране снижается покупательская способность населения, который год падает спрос на колбасные изделия. Люди переходят на более дешевые продукты, сокращают свой мясной рацион до уровней ниже общепринятых мировых норм. Как следствие, мясопереработчики уже который год фиксируют снижение объема продаж. Снижается и маржинальность бизнеса. Это происходит на фоне медийной атаки на продукцию мясопереработки, давления сетей и несбалансированного государственного регулирования, что не может не вызывать обеспокоенность членов Союза, и наша задача совместно решать все возникающие трудности. Деятельное участие всех членов организации позволяет делать это максимально эффективно.

---

Приходится констатировать, что все громкие заявления в СМИ – как правило псевдонаучны и не выдерживают критики. Кроме того, не стоит забывать, что за кадром каждой взрывной новости стоит лобби.

---

Так, в 2017 году отрасль столкнулась с запретом на ввоз нитритно-посолочной смеси из-за рубежа, однако благодаря вмешательству НСМ удалось избежать коллапса в отрасли и в кратчайшие сроки перейти на отечественные аналоги. Удалось исключить из перечня продуктов, обязательно обогащенных йодированной солью, традиционные изделия мясопереработки. Хочется отметить, что союз стал реально действующим механизмом донесения позиции мясопереработчиков до всех уровней власти и надежным партнером в решении проблем отрасли.

**– Видите ли вы поддержку со стороны государства в отношении решения про-**

**блем мясоперерабатывающей отрасли? Насколько активно представители правительственных ведомств откликаются на существующие проблемы?**

– Из положительных примеров взаимодействия можно обозначить следующие. В начале года Минздрав представил проект Стратегии по формированию здорового образа жизни населения на период до 2025 года, который предусматривал, в том числе, запрет на рекламу «вредной» еды, в список которой попала колбаса. Также планировались введение дополнительных налогов на чрезмерно соленые и жирные продукты и законодательные ограничения на их производство. Обращения союза были направлены во все заинтересованные ведомства. Введение подобных мер, по нашему мнению, не только затруднило бы развитие отечественных торговых марок, выход на рынок новых продуктов и создание новых производств, но и послужило бы толчком к сокращению потребления и, как следствие, снижению объемов производства, сокращению рабочих мест, сокращению доходов бюджетов всех уровней. В итоге в марте Минздраву было предложено доработать проект стратегии.

С 1 января 2017 года вступило в силу постановление Правительства РФ от 17.12.2016 №1377 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2004 г. №908», утверждающее перечень кодов видов продовольственных товаров в соответствии с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятель-



ности (ОКПД 2), облагаемых налогом на добавленную стоимость по налоговой ставке 10% при реализации. Согласно вышеуказанному постановлению шпикачки (код ОКПД 2 10.13.14.114) в перечень товаров, облагаемых НДС по ставке 10%, не вошли. В постановлении была допущена техническая ошибка, так как ни по технологии производства, ни по составу используемого сырья те же шпикачки не относятся к списку исключений, при реализации которых необходимо применять ставку НДС 18%. Союз обратился с письмом в правительство, и справедливость в отношении перечня продукции, облагаемой налогом на добавленную стоимость по налоговой ставке 10% при реализации НДС на продукцию, была восстановлена.

Как известно, ранее требования к стокам мясокомбинатов по содержанию химических веществ были жестче, чем к питьевой воде. Союз упорно работал в этом направлении. Благодаря приложенным усилиям сейчас ситуация немного улучшилась, хотя вопросы еще остаются, например по азоту. Это серьезная, планомерная работа, в рамках которой нам зачастую удается найти точки соприкосновения и достичь взаимопонимания с госорганами. Конечно, хотелось бы, чтобы это происходило как можно чаще, но мы над этим работаем.

**– Взаимодействуя с представителями мясоперерабатывающей отрасли, вы наверняка отмечаете тенденции, которые вырисовываются сегодня на рынке. Расскажите, в каком направлении идет движение, чего ждать потребителям?**

---

**Учитывая грядущие законодательные новеллы, значительное количество предприятий может просто уйти в историю, те же, кто останется, будут поставлены в тяжелейшие условия, буквально на грани выживания.**

---

– Учитывая тот объем новых требований, который постоянно сыплется на головы отечественных производителей... Не успел еще с техническими регламентами как следует разобраться, ХАССП внедрить, а тебе уже электронную ветеринарную сертификацию надо осваивать, очистные сооружения строить, сбросы и выбросы контролировать по нормативам, с налогами разбираться, хоть чуточку понять содержание происходящего в реформировании контрольно-надзорной деятельности и внедрении риск-ориентированного подхода! Про сети–бонусы–кассы-онлайн вообще отдельная история... Работать, производить некогда! Времени остается только на то, чтобы отслеживать идущие «ноздря»

◀  
Отсутствие нормирования технически неустранимых примесей является, на наш взгляд, высоким коррупционным риском.

в ноздю» реформы и наспех пытаться понять, чего же еще от тебя хотят. Разумеется, за качество проводимых изменений никто не отвечает – всем некогда.

А в итоге страдает потребитель! Ведь эти деньги на внедрение–освоение–соответствие–новым–требованиям будут взяты из его кармана. Производителю в условиях низкой рентабельности, а иногда ее полного отсутствия, денег взять попросту больше неоткуда. Так что на вопрос «Когда же у нас в стране будет лучше?» неизменно один ответ: «А лучше уже было».

**– Какие основные мифы о мясной продукции служат в пользу производителя? Расскажите, работаете ли вы каким-то образом в данном направлении в помощь мясопереработчикам?**

– Мы живем в обществе, подверженном различным фобиям. И наряду с русофобией активно насаждается «колбасофобия». Несмотря на давно известные прописные истины о том, что мясо – это важная составляющая нашего рациона, что в нем содержатся незаменимые аминокислоты, которые не вырабатываются нашим организмом, а также липиды, минералы, белки и т. д., насаждается мысль о том, что есть его вредно... Наверное, на фоне продолжающегося падения доходов населения и низкого уровня жизни это является неким оправдательным аргументом для считающего копейки россиянина: «Не могу себе позволить колбасу купить, а и не надо, про нее такое говорят!»

В октябре 2015 года новостной эфир захлестнула новость: ВОЗ приравняла колбасу к табачному дыму по канцерогенности. Ошеломляющее исследование, новость сразу подхватили жадные до сенсаций телевизионщики, и понеслось... Какое поле для деятельности: опрос различных экспертов в различных областях, сбор мнений, малобудительных исследований, сплетен...

Но только вдумайтесь! Люксембург занимает первое место по потреблению мясных продуктов на душу населения в мире. Однако это не мешает там жить долго и весьма припеваючи. Средняя продолжительность жизни граждан в этой стране – 79,2 года, что соответствует 20-му месту в мире. 20-е далековато, идем дальше. США – второе

место по потреблению мяса – 30-е по продолжительности жизни. Средний американец живет до 78,1 года. Австралия – третье место по потреблению мяса на душу населения, и душа живет себе спокойно аж до 80,7 лет! Шестое место в мире по продолжительности жизни.

Россия, занимая по потреблению мясных продуктов 56-е место, по продолжительности жизни также отстает: всего лишь 113-е место в мире и средняя продолжительность жизни 69,8 лет. У индийцев, съедающих всего 3 кг мяса в год на человека, дела еще хуже – 68,8 лет и 118-е место по продолжительности жизни. Неувязочка!

Если внимательно посмотреть цифры, увидим, что примерно 4% населения земного шара болеют колоректальным раком. При этом всего 4,5% мясоедов страдают от этого заболевания. По результатам нового исследования вегетарианцы болеют данным заболеванием гораздо чаще, чем люди, которые от мяса не отказываются. Так что приходится констатировать, что все громкие заявления в СМИ – как правило псевдонаучны и не выдерживают критики. Кроме того, не стоит забывать, что за кадром каждой взрывной новости стоит лобби. Как в детективе: ищите, кому выгодно, и не становитесь жертвами чужой пропаганды и закулисной игры.

**– Каковы на сегодняшний день, на ваш взгляд, достоинства и недостатки существующих технических регламентов отрасли? Каких доработок они требуют, чтобы облегчить работу производителям, не ставя при этом под угрозу качество продукции?**

– Нашими основными техническими регламентами являются прежде всего Технический регламент Таможенного союза «О безопасности мяса и мясной продукции» (ТР ТС 034/2013), Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011) и Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011). На сегодняшний день много вопросов вызывает требование указывать в маркировке точное значение показателей пищевой ценности мясной продукции (жир/белок). При этом все мы знаем о крайне неоднородной структуре мясного сырья, ведь мясо содержит и мышечную, и жировую ткань, при этом их пропорции невозможно стабилизировать. И в итоге показатели пищевой ценности могут сильно варьироваться в зависимости от сезона, региона, способа откорма и множества других факторов.

Помимо вышеуказанных свойств мяса (его разнородности), не позволяющих однозначно определить количество белка и жира в колбасном изделии, существу-



На сегодняшний день много вопросов вызывает требование указывать в маркировке точное значение показателей пищевой ценности мясной продукции (жир/белок).

ют особенности технологических процессов производства колбасных изделий. Так, после наполнения оболочки колбасным фаршем и перед тепловой обработкой колбасное изделие выдерживается в подвешенном состоянии в течение установленного времени для уплотнения, созревания фарша, подсушки оболочки («осадка колбасы»). В процессе осадки неизбежно происходит неравномерное распределение белка и жира (в одной части изделия показатели будут завышены, а в другой – занижены). В случае отбора проб и исследования образцов готовой продукции будет вынесен вердикт о несоответствии информации, заявленной на этикетке, требованиям технических регламентов.

Это верно и в ситуации, когда исследования показывают, что во взятых образцах содержание белков завышено, а содержание жиров занижено в сравнении с заявленными на этикетке показателями. Данное несоответствие некорректно считать нарушением требований регламента, так как содержание белка, имеющего высокую пищевую ценность, завышено, а содержание жира, имеющего низкую пищевую ценность, занижено. Такое якобы нарушение было причиной наложения административных штрафов на изготовителей мясной продукции в соответствии с КоАП РФ. При этом необходимо отметить, что до вступления в силу технических регламентов пищевая ценность мяса и мясной продукции указывалась в формате «белок, %, не менее»; «жир, %, не более».

Ну и небызвестная история с придуманными названиями мясной продукции. Мы, конечно, поддерживаем идею защиты закрытого списка советских названий, ставших поистине брендами. Далеко ходить не будем, возьмем всем известную колбасу «Докторская». Но надо понимать, что таких названий не будет много, наберется с десяток. И, конечно, приобретая «докторскую», мы не возьмем по ошибке «докторскую плюс» или «минус». Но если мы говорим о списке в сто названий, тут возникают вопросы: а зачем? Чем виноваты пельмени «Домашние»? Тем, что есть ГОСТ с таким словом? Давайте не доводить до абсурда и двигаться в любом начинании поэтапно.



чувствительностью на уровне 0,01%, что позволяет обнаружить даже малые, «следовые» количества сырья и компонентов.

Отсутствие нормирования технически неустраняемых примесей является, на наш взгляд, высоким коррупционным риском. Ведь обнаружение незаявленных в маркировке компонентов влечет за собой обвинение в изготовлении фальсифицированной продукции. Поэтому в настоящее время союз ведет активную работу по определению нормативов следовых значений и закреплению их в соответствующих регламентирующих документах. Решение этой проблемы позволит предприятиям отрасли избежать не только подобных репутационных рисков, но и претензий со стороны контролирующих органов.

**– Каковы сегодня отношения мясопереработчиков с представителями ритейла и какую работу вы ведете в данном направлении?**

– В свое время принятие поправок в закон о торговле широко обсуждалось как в бизнес-среде, так и в СМИ. В числе прочего предрекались возможные негативные последствия от их принятия:

- сложности с продвижением товаров по причине отсутствия какой бы то ни было маркетинговой активности;
- существенное увеличение цены товара на полке для конечного потребителя;
- продовольственный кризис.

Но время все расставило на свои места, и мы видим, что многое из этого было значительно преувеличено. Принятие поправки было призвано обеспечить достижение многих целей, в том числе защитить отечественного производителя от дискриминационных практик и перевести взаимодействие между производителем и торговой сетью в русло прозрачности и законности. Сегодня с уверенностью можно констатировать серьезные позитивные изменения. Взаимоотношения производителей и торговых сетей стали абсолютно прозрачными, понятными и, можно сказать, более честными. Все доходы сетей сейчас – либо в скидках, либо в наценке, так называемой «фронт-марже». Нельзя отрицать, что остался еще целый ряд проблем, над которыми нам предстоит еще работать: это и скидки, и увеличившаяся стоимость услуг, в том числе логистических, и возросшие суммы штрафов, и возвраты... Развивать разные форматы торговли, добиваться равной ответственности во взаимодействии производителя и торговой сети, «зеркального», то есть аналогичного, транслирования скидки поставщика торговой сетью конечному потребителю... Работы по этому и другим направлениям предстоит еще много! **МП**

В настоящее время союз ведет работу по внесению изменений в Технический регламент Таможенного союза «О безопасности мяса и мясной продукции» (ТР ТС 034/2013). Процесс достаточно долгий, но мы не опускаем руки.

**– Недавно потребители были обеспокоены сообщениями об обнаружении ДНК человека в мясных продуктах. Расскажите, почему, по вашему мнению, возникают подобные ситуации, которые, безусловно, дискредитируют товары мясопереработчиков, и как можно решить подобные проблемы в отрасли?**

– К сожалению, мы вынуждены констатировать, что в настоящее время нормативная база не подразумевает четких разграничений между следовыми значениями и действительно присутствием того или иного вида сырья в продукте. В связи с этим целый ряд недобросовестных представителей СМИ позволили себе на волне интереса потребителей к мясной продукции шокирующие заголовки (которые у специалистов вызывают лишь горькую улыбку) о человечине в колбасе. Конечно же, речи не идет о том, что кто-то из предпринимателей измельчил в куттере человека и отправил в продажу в виде колбасы. Были обнаружены те самые следовые значения, которые в большинстве случаев неизбежны на производстве. Дело в том, что для анализа видового состава продукции используется качественный, а не количественный метод, с высокой



## Оптимизация в пищевой промышленности

Посетите заводы и познакомьтесь с передовым опытом ведущих предприятий:

- Интеграция цепи создания добавленной стоимости
- Оптимизация процессов снабжения и производства
- Решения для автоматизации
- Цифровое управление процессами и др.

05.10. - 12.10.2017 в г. Эттинген (Германия)



Регистрация:  
[www.csb.com](http://www.csb.com)



Компания: ООО «ЦСБ-Систем»

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

Авторы:

Игорь Демин,  
генеральный директор  
ООО «ЦСБ-Систем»

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

# Девять способов снижения затрат для большей прибыли: практические рекомендации компании CSB-System для предприятий мясной промышленности

*Высокие цены на сырье, низкие доходы, жесткая конкуренция и растущие требования пищевого законодательства. Сегодняшняя ситуация на мясном рынке сложна как никогда ранее. Однако использование передового опыта и современных IT позволяет повысить эффективность производства и достичь большей прибыли. В этой статье мы представим основные, на наш взгляд, способы снижения затрат.*

## Цифровое управление процессами

Многие предприятия все еще ведут учет большинства процессов «на бумаге». Однако при отсутствии прямой коммуникации между отделами предприятия неизбежно возникает дублирование в обработке данных. Руководству не стоит недооценивать дополнительные затраты времени и высокую долю ошибок.

Благодаря цифровому управлению процессами возможно снизить затраты и повысить качество. Например, использование мобильных терминалов для регистрации данных при комплектации заказов обеспечивает снижение доли ошибок и возвратов продукции при одновременном повышении готовности к поставкам. В производстве продуктов питания контроль допустимых отклонений в процессе обработки рецептур и создания производственных партий при поддержке IT обеспечивает высокое качество продукции и снижение брака.

Еще один пример – электронный обмен данными (EDI). Исследования, проведенные фирмой GS1, показали, что при обработке заказов, поставок и счетов в электронном виде можно достичь экономии 2/3 затрат по сравнению с обработкой бумажной документации.

Подобные выводы были сделаны и в области архивирования документов. Эксперты Gartner Group выяснили, что до 30% рабочего времени тратится на поиск документов.



Эта задача может быть практически полностью автоматизирована с использованием системы управления документами.

## Эффективная разделка

Одной из наиболее ответственных областей в переработке мяса является разделка туш, так как именно здесь во многом решается, какой будет прибыль и какими убытки. Соответственно высок и потенциал оптимизации, который можно реализовать благодаря надежному планированию процесса. Модули планирования учитывают информацию с участков снабжения, склада, производства и сбыта с целью точного определения потребности участка раздел-

ки в отрубках. Это позволяет избежать затоваривания склада, сопряженного с высокими затратами на хранение, и снизить капиталовложения.

Кроме того, возможно оптимизировать выход продуктов в процессе разделки туш. Хорошо зарекомендовал себя поддерживаемый с помощью IT онлайн-мониторинг процесса с непрерывным сравнением фактических и плановых данных непосредственно на линии обвалки. Центральным инструментом управления при этом является точное взвешивание поступающего на участок обвалки сырья и продуктов обвалки на выходе, с четким определением выработки каждого обвальщика.

## Технологии анализа фотографических изображений

Практика подтверждает, что ручные операции не только менее эффективны и характеризуются высокими затратами, но и сопряжены с рисками в отношении производственной гигиены. Решения для обработки фотографических изображений в пищевой промышленности обеспечивают в этом контексте сразу несколько преимуществ. Примером являются системы классификации сырья, такие как CSB-ImageMeater. Данное устройство предназначено для визуального и полностью автоматического определения торговой категории свинины с производительностью классификации до 1250 свиных туш в час.

Автоматические и не инвазивные методы измерений обеспечивают объективные результаты классификации с минимальной долей ошибок, составляющей менее 0,007%. Таким образом, может быть оптимизирован выход продукта при разделке туш и повышена добавленная стоимость.

### Другие возможности использования технологий обработки фотоизображений:

- полностью автоматический контроль качества отрубов;
- оптимизация использования сырья и продуктов;
- автоматическое документирование результатов измерений;
- автоматическое распознавание артикулов на пункте приемки товаров;
- идентификация продуктов обвалки на пункте выхода из разделки.

### Оптимизация рецептур

В мясной отрасли затраты на сырье особенно высоки и составляют более 60% дохода от продаж. Таким образом, путь к повышению прибыли лежит через оптимизацию рецептур.

Специальное программное обеспечение выполняет эту задачу автоматически. С учетом химических и технологических ограничений программа рассчитывает минимальные по затратам рецептуры при условии сохранения неизменного качества производимой продукции. В зависимости от исходной рецептуры на первой ступени оптимизации возможно достичь 5-процентной экономии затрат. На последующих этапах оптимизации экономия составляет от 1 до 4%.

### Преимущества оптимизации рецептур:



- стандартизированное качество продукции;
- гибкие рецептуры;
- быстрое реагирование при отсутствии необходимых ингредиентов;
- оптимальное использование альтернатив при закупке сырья и учет ситуации на рынке;
- эффективное складское хозяйство и управление при дефиците сырья;
- экономия затрат 1–5%.

*Концепция Cloud-Computing является альтернативой для предприятий малого и среднего бизнеса, так как в их распоряжении находятся индивидуально настроенные и при необходимости масштабируемые решения при прозрачных и просто рассчитываемых затратах.*

### Прослеживание продукции

Обеспечение надежной прослеживаемости остается одной из основных тем в пищевой промышленности во всем мире. Важность IT-систем для прослеживания отчетливо проявляется при возникновении внештатных ситуаций, ведь системы прослеживания в состоянии:

- быстро идентифицировать бракованные производственные партии;
- целенаправленно отозвать продукты из цепи поставок;
- минимизировать экономический ущерб предприятия от акции отзыва продукции из торговли.

Решающим фактором является быстрое предоставление детальной информации, полученной при всеохватывающем документировании процессов вдоль всей цепи создания добавленной стоимости. В целом системы прослеживания продукции способствуют минимизации экономических рисков.

### Автоматизация внутренней логистики

Программные решения для автоматизации вносят большой вклад в сокращение времени производства и поставки, повышение готовности к поставкам и способствуют снижению затрат. Благодаря использованию современных логистических компонентов, таких как высокостеллажные склады, сортировочные установки и порталные роботы, вы успешно берете под контроль растущий ассортимент производимой продукции и колебания объемов продаж. Кроме того, вы существенно улучшаете гигиену производства. При этом действует правило: чем выше уровень интеграции всех компонентов, тем эффективней и экономичней поставка продукции клиентам. Готовность к поставкам может достигать при этом 99%.

### Комплектация заказов

Современные безбумажные методы подбора позволяют минимизировать долю ошибок при одновременном снижении затрат на обработку претензий, дополнительный подбор товаров и их поставку, а также аннулирование заказов.

Наиболее распространена в пищевой промышленности мобильная комплектация заказов, ее внедрение не требует больших инвестиций. В зависимости от ассортимента продукции, структуры заказов, имеющихся площадей и других условий оптимальными являются методы Pick-by-Scan, Pick-by-Light, Pick-to-Light, Pick-by-Voice, Pick-by-Vision или использование сортировщиков. Часто лучшим выбором является сочетание различных систем комплектации.

### Оптимизация маршрутов доставки

Большой потенциал экономии затрат скрыт в транспортной логистике. Если производители пищевых продуктов планируют, управляют и контролируют транспортную логистику с использованием программных средств, они могут достичь 15-процентной экономии затрат.

Системы планирования и оптимизации маршрутов позволяют оптимизировать диспозицию и маршрут автотранспорта, вес и объем перевозимых грузов, а также использование транспортных средств и персонала. Таким образом, вы имеете возможность не только снизить транспортные расходы, которые являются основным фактором затрат в логистике, но и более эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

### Аутсорсинг – программное обеспечение и сервис «из облака»

В последние годы использование IT-решений «из облака» неуклонно набирает обороты. Рост предложения на рынке облачных решений не удивляет специалистов, так как нарастающая виртуализация производственных процессов и их перенос «в облако» позволяет повысить эффективность и производительность предприятий. Концепция Cloud-Computing является альтернативой для предприятий малого и среднего бизнеса, так как в их распоряжении находятся индивидуально настроенные и при необходимости масштабируемые решения при прозрачных и просто рассчитываемых затратах. **■**

Посетите нас на «Агропродмаш-2017» 9-13 октября 2017 ЦВК «Экспоцентр», Москва Павильон «Форум», стенд FF080



Компания:

**Marel**

Тел.: +7 (495) 228-07-00

E-mail: info.poultry@marel.com

marel.com/poultry



# Системы для производства свежих колбасно-сосисочных изделий

**М**arel располагает самым широким спектром оборудования для производства свежих колбасно-сосисочных изделий – от подготовки мяса до финишной упаковки. Наше оборудование для колбас и сосисок разрабатывается и производится согласно нескольким основным принципам, таким как точность, гибкость, удобство установки, управления и мойки. Эти решения соответствуют сегодняшним высоким требованиям отрасли, в том числе относительно высокой гибкости и стандартов пищевой безопасности. Marel предлагает полные, интегрированные системы, а также автономные машины для производства колбасно-сосисочных изделий, например закусочных колбас, колбасок мергез, чиполата, братвурстов.

Marel поставляет модульные системы как для производства традиционным способом с использованием натуральной оболочки, так и для новаторской техники коэкструзии с использованием оболочки из альгината, коллагена или гибридного состава. Многолетний практический опыт и новаторские подходы позволили нашей компании создать надежные системы для производства продуктов очень высокого качества с минимальными производственными затратами.

Натуральная оболочка – это лучший выбор, если вы хотите производить твердые колбасы. Эта опция, однако, дороже и тре-

бует довольно больших трудозатрат. Несмотря на это, ничто не может сравниться с приятным ощущением «треска» натуральной оболочки во время еды. Изделиям с этим типом оболочки свойствен натуральный небольшой изгиб. Они хорошо подходят для термической обработки.

Непрерывная подача мясной смеси любой структуры, синхронизированная с изготовлением изделий, – важнейшее условие производства безупречных свежих колбасно-сосисочных изделий. Благодаря простой и продуманной конструкции с удобным доступом для технического обслуживания наши наполнительные насосы станут надежной составной частью вашего производственного процесса. Для достижения оптимальной структуры сырья предусмотрена возможность установки встроенного измельчения, регулируемого независимо от насоса.

MasterLink используется для производства свежих колбасно-сосисочных изделий с натуральной, коллагеновой или альгинатной оболочкой без перекручивания. Эту машину можно также установить за CoeSkin в качестве устройства для отрезания. Такая система встроенной разделки гарантирует постоянную длину и вес. Установка располагается обычно после наполнительного насоса и разрезает непрерывный поток свежей колбасы на изделия установленной длины. Машина гарантирует привлека-

---

*Marel предлагает полные, интегрированные системы, а также автономные машины для производства колбасно-сосисочных изделий, например закусочных колбас, колбасок мергез, чиполата, братвурстов.*

---

тельную «натуральную» круглую форму на конце каждой колбасы, независимо от вида оболочки, при этом достигается большая экономия затрат на оболочку. MasterLink можно применять как в производстве колбас традиционным способом, так и в системе коэкструзии.

Преимущества:

- Подходит для очень коротких и длинных колбас.
- Возможна регулировка длины во время работы.
- Чрезвычайная экономия затрат на оболочку.
- Возможны высокие скорости производства. **■**



**АТЛАНТИС-ПАК**

ЛИДЕР ИННОВАЦИОННЫХ  
УПАКОВОЧНЫХ РЕШЕНИЙ

# СВЕЖИЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Новинки на стенде  
АМИВАК С/Скин, АМИСТАЙЛ, АйПил АЗ

**Ждём друзей во фреш-баре  
на привычном месте!**

**9-13 ОКТЯБРЯ**

выставка АГРОПРОДМАШ-2017  
в "Экспоцентре" на Красной Пресне



**Павильон 2 / Зал 3 / Стенд 23Е60**

ОБОЛОЧКИ / ПАКЕТЫ / ПЛЁНКИ



Телефон горячей линии: 8 800 500-85-85 - для России,  
+7 863 255-85-85 - для стран ближнего и дальнего зарубежья  
[info@atlantis-pak.ru](mailto:info@atlantis-pak.ru) / [www.atlantis-pak.ru](http://www.atlantis-pak.ru)



ВТОРОЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ  
ФОРУМ

# АГРО.ПРО

Свиноводство: селекция, генетика,  
корма и ветеринария

# 21–22.11.2017

## Санкт-Петербург

### В РАМКАХ ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ ФОРУМА:

- пленарные заседания;
- дискуссионные панели  
с авторитетными экспертами отрасли;
- новый формат встреч: бизнес-бранчи  
с компаниями – ведущими  
игроками агорынка;
- специализированная  
профессиональная выставка.

Организатор форума:  
ИД «СФЕРА»



Регистрация и подробная информация:

**+7 (812) 245-67-70**

**sfm.events**  
info@sfm.events



# AgroFarm

**Выставка №1 для профессионалов  
животноводства и птицеводства в России\***

**6 – 8 февраля 2018**

**Москва, ВДНХ, павильон 75**



\* По количеству экспонентов, посетителей и программных мероприятий проекта. Реклама.



[www.agrofarm.org](http://www.agrofarm.org)





Компания: «Атлантис-Пак»  
Тел.: 8 (800) 500-85-85  
www.atlantis-pak.ru

Ознакомиться с продукцией компании «Атлантис-Пак» можно будет на стенде компании, который расположится на привычном месте в павильоне №2, зал №3, стенд 23Е60.

# «Атлантис-Пак» на «Агропродмаше-2017» предложит свежие решения для бизнеса

*Компания «Атлантис-Пак» примет участие в выставке «Агропродмаш-2017», представив несколько новых продуктов, среди которых – пакеты АМИВАК С и Скин, оболочка АйПил А3 и целый спектр пленок АМИСТАЙЛ.*

Компания «Атлантис-Пак» станет участником 22-й международной выставки «Оборудование, машины и ингредиенты для пищевой и перерабатывающей промышленности» – «Агропродмаш-2017», крупнейшей в России и Восточной Европе выставки, неизменно привлекающей лидеров агропромышленной отрасли всего мира.

В 2017 году стенд компании будет работать под девизом «Свежие решения для вашего бизнеса». Традиционно «Агропродмаш» для «Атлантис-Пак» – это главная площадка для презентации последних разработок компании. И 2017 год не станет исключением. Компания представит несколько новых продуктов в каждом из направлений производства – оболочек, пакетов и пленок.

Наибольшее число новинок «Атлантис-Пак» подготовил в разделе пленочных материалов: на стенде будут представлены разные виды пленки АМИСТАЙЛ для упаковки по технологиям термоформовки, «форм-шрик», «флоу-пак» и вакуумной упаковки. Материалы пленок АМИСТАЙЛ имеют двухосную ориентацию. Это свойство пленок АМИСТАЙЛ позволяет улучшить их потребительские характеристики (минимизировать разнотолщинность, повысить механическую прочность, блеск и прозрачность) со снижением толщины материала на 30–50%, а также варьировать термоусадочные свойства материала в широком диапазоне. Посмотреть на пленки АМИСТАЙЛ в работе можно будет прямо на выставке: на стенде будет размещен трей-



*АМИСТАЙЛ СРР/СРЕ – высокобарьерные пленки для запайки контейнеров.*

силер, на котором ежедневно будут запайваться лотки пленками АМИСТАЙЛ СРР.

Новые термоусадочные пакеты АМИВАК С и Скин, которые также разработаны по технологии двухосной ориентации, способны усаживаться на 10–15% сильнее, чем предыдущие модификации пакетов АМИВАК. Важным преимуществом этой новинки компании является ее универсальность: пакеты АМИВАК С и Скин стабильно работают на любом оборудовании – вне зависимости от его вида и состояния.

Новинки в направлении производства оболочек будут представлены новыми типами оболочек для полукопченых, варено-копченых, сырокопченых и сыровяленых колбас АйЦел Премиум Лайт и АйЦел Премиум Синюга, а также сосисочной оболочкой АйПил А3.

«В этом году «Атлантис-Пак» активно вошел в рынок термоусадочных пленок и будет продолжать расширение своего производства в этом направлении, которое сегодня является растущим как в России, так и за рубежом. Мы всегда стремимся предлагать нашим партнерам комплексные решения для мясоперерабатывающих производств, а также сыродельной промышленности, что включает не только оболочки, пакеты и пленки, но и этикеточную продукцию, мощность производства которой в этом году была также увеличена, – говорит директор по продажам и маркетингу компании «Атлантис-Пак» Евгений Парамоненко. – И в преддверии 25-летия нашей компании, которое мы будем отмечать в 2018 году, на предстоящей выставке у нас будет хорошая возможность обсудить планы работы на юбилейный год со всеми нашими ключевыми партнерами».

«Атлантис-Пак» продолжает успешную практику подготовки «Книги рецептов» – сборника интересных рецептов мясомолочной отрасли, которые можно выпускать в оболочках «Атлантис-Пак». На стенде также можно будет продегустировать продукты, приготовленные по рецептам из «Книги рецептов-2017».

Как и всегда, посетители стенда «Атлантис-Пак» смогут ознакомиться с характеристиками как новых продуктов, так и уже давно зарекомендовавших себя видов оболочек, а также задать напрямую вопросы специалистам компании. **Р**



# упаковка

PROCESSING & PACKAGING  
23 – 26 ЯНВАРЯ 2018

# МОСКВА

MEMBER OF INTERPACK ALLIANCE

WWW.UPAKOVKA-TRADEFAIR.RU

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



При поддержке:



АГРОИНВЕСТ РОССИЯ

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ САММИТ «АГРОИНВЕСТ РОССИЯ – 2017» НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ РЫНКИ

23 ноября 2017 года, деловой центр «МАРРИОТТ РОЙАЛ АВРОРА», Москва

### КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ПРОГРАММЫ

#### ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА

сельхозпроизводителей. Инвестиционная привлекательность сельского хозяйства и источники финансирования

#### ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОГНОЗ на 2018 г.

**ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ:** возможности для российских продовольственных товаров на международных рынках. Поддержка государством экспортно ориентированных сельхозпроизводителей

**ИНВЕСТИЦИИ В АГРОБИЗНЕС:** частные инвестиции в АПК. Стратегии лидеров. Новые возможности и инструменты управления доходностью

**СТРАТЕГИИ ЛИДЕРОВ:** как сохранить конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе? Новые ниши для прибыльного бизнеса

**ИННОВАЦИИ В АГРАРНОЙ ОТРАСЛИ:** что мешает широкому внедрению точного земледелия и агробιοтехнологий? Пути преодоления трудностей текущего момента

**НОВОЕ!!! ХАЛЯЛЬ.** Развитие халяльного бизнеса в сегменте малых и средних предприятий. Доступ к исламскому финансированию, экспортный потенциал в регионах

**НОВОЕ!!! ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В АПК.** Запуск механизма софинансирования региональных проектов ГЧП. Анализ и комментарии экспертов

Организаторы

ВЭНТЭК ГРУПП



Партнеры



KPMG



МОСКОВСКАЯ БИРЖА

Консультационная группа АГРОИНВЕСТ-РОССИЯ



СОЮЗМОЛОКО



ЛОНГМЕДИА

При поддержке



НК СЭСЛА



МСП АГРО



Инфопартнеры



АГРО ВЕСТНИК



АГРАРНЫЕ ИЗВЕСТИЯ



ЖУРНАЛ ВЕТКОРМУ



Аграрий



сфера



Инвест-Форсайт



АГРО ФОРСАЙТ



АГРОФХИ



Вести



THE DAIRY NEWS



Вести



Milknews



Источник: BusinesStat

## АНАЛИЗ РЫНКА ОХЛАЖДЕННЫХ МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

С 2012-го по 2016 год продажи охлажденных мясных полуфабрикатов на российском рынке выросли на 63,0% (с 0,7 до 1,2 млн т). Значение показателя росло ежегодно, наиболее интенсивный рост пришелся на 2014 год – продажи продукции увеличились на 17,0% к уровню 2013-го. В 2012–2016 гг. наибольшая доля продаж охлажденных мясных полуфабрикатов в стране приходилась на сектор розничной торговли. Его доля в структуре продаж в среднем за рассматриваемый период составляла 86,9%. На долю сектора HoReCa приходилось в среднем 13,1% продаж.

**В** 2016 году розничные продажи охлажденных мясных полуфабрикатов составили 1,1 млн т, превысив значение 2012-го (0,6 млн т) на 71,0%. На рост показателя оказали влияние долговременные факторы: стремление к экономии времени на приготовление пищи вследствие ускоряющегося темпа жизни, а также возрастающая склонность к покупке охлажденных мясных продуктов в сравнении с замороженными. Кроме того, на рост розничных продаж в 2012–2013 гг. повлияла общая тенденция к увеличению потребления мясных продуктов на фоне роста благосостояния

---

**В 2017–2021 гг., по оценкам аналитической компании BusinesStat, розничные продажи охлажденных мясных полуфабрикатов будут расти на 9,0–17,8% в год.**

---

населения. В 2015–2016 гг., несмотря на сокращение потребительской активности на фоне сокращения реальных доходов, продажи данной продукции продолжили расти, однако темпы прироста несколько снизились относительно докризисного периода. В эти годы основной вклад в рост показателя внесло увеличение спроса в низких ценовых сегментах рынка.

В 2017–2021 гг., по оценкам аналитической компании BusinesStat, розничные продажи охлажденных мясных полуфабрикатов будут расти на 9,0–17,8% в год. Темпы прироста показателя будут уве-



# 71,0%

В 2016 году розничные продажи охлажденных мясных полуфабрикатов составили 1,1 млн т, превысив значение 2012-го (0,6 млн т) на 71,0%.

ления отдельных охлажденных мясных полуфабрикатов используют и другие продукты: муку, яйца, специи и др. Охлажденные мясные полуфабрикаты отличаются высокой степенью готовности к процессу кулинарной обработки. Это качество обусловило широкое использование данного вида продуктов как в домашних хозяйствах, так и в секторе HoReCa. В основе исследования лежит классификация продукции по способу обработки и кулинарному назначению, заложенная в ГОСТ 32951-2014 «Полуфабрикаты мясные и мясосодержащие. Общие технические условия». Эти же виды продукции выделены и в классификации Федеральной службы государственной статистики.

### Крупнокусковые полуфабрикаты

Представляют собой крупные куски мякоти, полученные из различных частей туши с обязательным отделением от них грубой соединительной ткани. Из всех видов мяса вырабатывают котлетное мясо; из свинины и баранины – корейку и грудинку; из говядины и свинины – вырезку.

### Порционные полуфабрикаты

Это один или два куска мяса, примерно одинаковые по размеру, общей массой 125 г, нарезанные вручную или на специальных аппаратах поперек мышечных волокон наклонно или перпендикулярно. Из говядины вырабатывают следующие виды порционных полуфабрикатов. Антрекот – один кусок мякоти овально-продолговатой формы толщиной 1,5–2 см из мякоти толстого и тонкого краев, слой жира не более 1 см. Биштекс, филе и лангет готовят из вырезки; они имеют неправильную округлую форму, не содержат жира. Биштекс – один кусок мякоти толщиной 2–3 см, филе – кусок мякоти толщиной 4–5 см, лангет – два куска мякоти, примерно равных по массе,

Таблица 1. Предложение охлажденных мясных полуфабрикатов, РФ, 2012–2016 гг. (тыс. т; %)

Параметр	2012	2013	2014	2015	2016
Предложение (тыс. т)	751,22	870,90	1 023,95	1 136,91	1 230,53
Динамика (% к предыдущему году)	-	15,9	17,6	11,0	8,2

Таблица 2. Прогноз предложения охлажденных мясных полуфабрикатов, РФ, 2017–2021 гг. (тыс. т; %)

Параметр	2017	2018	2019	2020	2021
Предложение (тыс. т)	1 354,74	1 543,84	1 786,30	2 088,94	2 478,85
Динамика (% к предыдущему году)	10,1	14,0	15,7	16,9	18,7

личиваться по мере восстановления российской экономики. В 2021 году ожидаемый объем розничных продаж составит 2,0 млн т, что составит 85,9% от общих продаж (на долю сектора HoReCa будет приходиться 14,1% продаж).

### Классификация охлажденных мясных полуфабрикатов

К охлажденным мясным полуфабрикатам относятся охлажденные продукты из натурального и рубленого мяса и субпродуктов без термической обработки. Для пригото-



толщиной около 1 см. Полуфабрикаты изготавливают из свинины и баранины. Котлета натуральная – кусок мякоти с реберной косточкой длиной не более 8 см, зачищенной и подрезанной от мякоти на 2–3 см. Форма котлеты овально-плоская, со стороны реберной косточки – вогнутая. Эскалоп – два куска мякоти, примерно равных по массе, овально-плоской формы, толщиной 1–1,5 см. Шницель – один или два куска мякоти, примерно одинаковые по массе, овально-продолговатой формы, толщиной 2–3 см.

### Мелкокусковые полуфабрикаты

Это небольшие по размеру кусочки мяса, масса порции которых чаще равна 125 г. Из говядины готовят азу, бефстроганов, поджарку, гуляш, мясо для шашлыков, шашлык, суповой набор и др. Азу – кубики или брусочки мяса длиной 3–4 см и массой 10–15 г, нарезанные из заднегазовой части. Бефстроганов – такие же брусочки мяса, как и азу, но меньшие по массе (5–7 г), изготовленные из заднегазовой, спинной и поясничной частей. Поджарка – кусочки мяса любой формы массой 10–15 г, нарезанные из тех же частей туши, что и бефстроганов. Гуляш – кусочки мяса по 20–30 г. Мясо для шашлыка приготавливают из вырезки в виде кусочков массой 30–40 г, расфасованных порциями по 250–500 г. Суповой набор – мясокостные кусочки по 100–200 г каж-

Таблица 3. Экспорт охлажденных мясных полуфабрикатов, РФ, 2012–2016 гг. (млн долларов; %)

Параметр	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт (млн долл)	6,31	6,19	4,81	6,39	21,77
Динамика (% к предыдущему году)	-	-2,0	-22,3	32,9	240,6

Источник: Федеральная таможенная служба РФ.

Таблица 4. Прогноз экспорта охлажденных мясных полуфабрикатов, РФ, 2017–2021 гг. (млн долларов; %)

Параметр	2017	2018	2019	2020	2021
Экспорт (млн долл)	30,90	34,84	37,65	40,85	44,27
Динамика (% к предыдущему году)	41,9	12,8	8,1	8,5	8,4

дый, полученные из шейной, спинной, поясничной, крестцовой, хвостовой и грудной частей, расфасованные по 0,5 и 1 кг. Мелкокусковые полуфабрикаты из свинины и баранины готовят чаще всего из тех же частей туши, что и одноименные говяжьи полуфабрикаты. Поджарка – кусочки мяса по 10–15 г, нарезанные из спинной, поясничной и заднегазовой частей. Гуляш – кусочки мяса по 20–30 г из лопаточной и шейной ча-

стей. Мясо для шашлыка – кусочки мяса по 15–20 г, нарезанные из спинной, поясничной и заднегазовой частей. Рагу – мясокостные кусочки по 40–60 г каждый из тех же частей туши, что и говяжий суповой набор.

### Полуфабрикаты рубленые

Такие полуфабрикаты готовят из мясного фарша с добавлением в него жира, хлеба из пшеничной муки высшего и 1-го сортов, со-



# 103,3%

В 2021 году стоимостный объем экспорта охлажденных мясных полуфабрикатов из России составит 44,3 млн долларов, что больше уровня 2016 года на 103,3%.

ли, перца, лука, яиц. После формовки их часто обваливают в сахарной муке. Эта группа включает фарш охлажденный, котлеты, тефтели, бифштексы, ромштексы, фрикадельки, биточки и др.

### Полуфабрикаты в тесте

Эта группа включает пельмени, чебуреки охлажденные, мясные трубочки и палочки и другие полуфабрикаты, в том



В 2012–2016 гг. наибольшая доля продаж охлажденных мясных полуфабрикатов в стране приходилась на сектор розничной торговли.

числе имеющие национальные наименования (манты, хинкали, равиоли, колдуны, чучпары, ламаджо и др.)

К прочим мясным полуфабрикатам относят зразы, кнели, полуфабрикат мясной особой, охлажденные полуфабрикаты и прочую продукцию, не вошедшую в другие категории.

### Спрос и предложение охлажденных мясных полуфабрикатов

#### Предложение

Объем рынка охлажденных мясных полуфабрикатов, предложенных к продаже в стране, равен сумме складских запасов охлажденных мясных полуфабрикатов на начало года и охлажденных мясных полуфабрикатов, которые были произведены или завезены в Россию в течение года.

#### Стоимостный объем экспорта

С 2012-го по 2016 год стоимостный объем российских экспортных поставок охлажденных мясных полуфабрикатов вырос в 3,4 раза (с 6,31 до 21,77 млн долларов). Рост показателя относительно предыдущих лет имел место в 2015–2016 гг. (на 32,9% и 240,6% соответственно). Увеличение выручки в 2015 году было обусловлено увеличением натурального объема экспортной продукции на 67,3% (на фоне снижения экспортных цен на 20,5%), а в 2016-м – увеличением натуральных объемов поставок на 179,5% и удорожанием охлажденных мясных полуфабрикатов на 21,8% относительно 2015 года. В 2017–2021 гг. показатель будет демонстрировать ежегодный прирост на 8,1–41,9% в год. В 2021 году стоимостный объем экспорта охлажденных мясных полуфабрикатов из России составит 44,3 млн долларов, что больше уровня 2016 года на 103,3%. В структуре стоимостного объема экспорта охлажденных мясных полуфабрикатов по итогам 2016 года преобладала Украина. На долю страны приходилось 61,9% от совокупных российских поставок. **МП**



## Умная Ферма

Выставка оборудования, кормов и ветеринарной продукции для животноводства и птицеводства



29–30 ноября 2017

Санкт-Петербург,  
КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»

#### Разделы:

- Оборудование для разведения, содержания и кормления
- Доильное оборудование
- Оборудование для первичной переработки мяса и молока
- Корма и комбикорма
- Оборудование для производства и хранения кормов
- Ветеринарные препараты, инструменты и услуги

реклама

Организаторы:



primexpo



ITE

+7 (812) 380 60 04/00  
smartfarm@primexpo.ru

smartfarm-expo.ru

Гость:



**Жан Паоло Краста,**  
департамент маркетинга  
и внешних коммуникаций  
Итальянской ассоциации  
упаковочного  
промышленного  
машиностроения UCIMA

Беседовала:



**Ксения Жукова**



## ИННОВАЦИОННАЯ ИТАЛИЯ

В рамках выставки Interpack 2017 состоялась пресс-конференция, где представители Италии рассказали о масштабном событии, которое заинтересует представителей отрасли – выставке IPACK-IMA. Она пройдет в 2018 году в Милане. На пресс-конференции нам удалось поговорить с представителем департамента маркетинга и внешних коммуникаций Итальянской ассоциации упаковочного промышленного машиностроения UCIMA Жаном Паоло Крастой. Он рассказал об UCIMA и развитии упаковочного машиностроения в Италии и перспективах международного сотрудничества.

– **Мистер Краста, расскажите несколько слов о вашей ассоциации, кого она объединяет и представляет на международном рынке?**

– Итальянская ассоциация UCIMA представляет производителей упаковочного оборудования – все заводы-изготовители такого оборудования в Италии. Мы представляем 80% оборота данного рынка, то есть в UCIMA входят самые крупные компании в Италии. Итальянская промышленность по производству станков оценивается в 6,4 млрд евро, и мы экспортируем более 80% всего оборота этой промышленности по всему миру, в каждую страну от Китая до Австралии, в Бразилию и Аргентину, конечно же, в Африку и Европу. На самом деле 20% всего мирового экспорта упаковочного оборудования идет из Италии. Несомненно, заметным игроком на этом рынке является Германия, но мы являемся лидерами по качеству. Это значит, что наша компания разрабатывает новейшие технологии, которые помогают развивать данную отрасль по всему миру.

---

**Российский рынок всегда был важен для итальянских компаний.**

---

– **Какая часть производства такого оборудования приходится на пищевую отрасль?**

– Пищевая промышленность составляет 30% всего оборота. Если учесть технологии по производству напитков, к которым принесем и соки, и питьевые йогурты, то получим 60% общего оборота. Остальные доли оборота приходятся на фармацевтические технологии (меньше 20%), косметику, а так-

же небольшой процент – на другие отрасли, например табачную промышленность (итальянцы активно занимаются переработкой и упаковкой табака), производство бумажных салфеток (еще одну очень важную отрасль), а также производство промышленных химических веществ (синтетические моющие средства, газово-нефтяные продукты и т. д.

– **Как складываются отношения с российским рынком?**

– Российский рынок всегда был важен для итальянских компаний. Мы были одними из первых иностранных производителей на этом рынке, и между нашими странами сложились отличные деловые отношения. Россия входит в десятку целевых рынков для итальянских технологий. За последние годы повысился экспорт макаронных, хлебобулочных изделий и продуктов помола. Прирост обеспечили не только местные участники рынка, но и международные компании, которые открыли заводы в России. Еще один сектор, который весь-



**Жан Паоло Краста:**

*«В нашей отрасли даже маленькая компания может внести свои разработки, которые выведут данный сегмент на новый уровень, при условии, что эта компания узкоспециализированный эксперт в своей рыночной нише».*

ма развит в России, – это мясная промышленность. Однако в последние годы объемы экспорта снизились из-за санкций ЕС, наложенных на Россию.

**– Какой функционал выполняет ваша ассоциация на итальянском рынке? Какую помощь вы оказываете своим производителям для продвижения их продукции по всему миру?**

– Мы оказываем компаниям широкий спектр услуг, главные из которых связаны с повышением объемов экспорта. Мы организуем международные выставки в разных странах, в том числе в России, а также международные семинары по всему миру для иностранных покупателей в Италии или организуем встречи для покупателей и клиентов в других странах. Мы предоставляем услуги по управлению отношений с клиентами по всему миру, оказываем помощь по финансовым вопросам и консалтинговые услуги, помогаем компаниям в финансировании их развития или экспорте их оборудования.

Другую важную часть работы выполняет наш отдел по бизнес-аналитике. Мы предоставляем компаниям сведения об отраслях их клиентов, о конкуренции и состоянии рынков по всему миру. Кроме того, занимаемся обучением и подготовкой персонала. Члены UCIMA могут обучать своих сотрудников в нашей профессиональной академии. Наша юридическая служба помогает решать любые юридические вопросы с клиентами



*В следующем году мы планируем провести очень важное для нас и наших компаний мероприятие – выставку IPACK-IMA 2018 в Милане, где игроки рынка, как итальянского, так и зарубежных, представят последние инновации и разработки.*

или конкурентами. Кроме того, мы оказываем ряд услуг, связанных с торговым рынком.

**– Вы оказываете поддержку компаниям, которые занимаются разработками новых технологий и инноваций?**

– Конечно. Преимущество членства в нашей ассоциации – возможность взаимодействовать с коллегами, обсуждать рынок, тенденции, перспективы развития. Так что

благодаря нам сотрудничество переходит на другой уровень, что способствует разработке инноваций. Вообще Италия славится своими инновационными разработками. В нашей отрасли даже маленькая компания может внести свои разработки, которые выведут данный сегмент на новый уровень, при условии, что эта компания узкоспециализированный эксперт в своей рыночной нише.

**– Каковы планы UCIMA на будущее? Какие выставки, мероприятия вы планируете провести?**

– В следующем году мы планируем провести очень важное для нас и наших компаний мероприятие – выставку IPACK-IMA 2018 в Милане, где игроки рынка, как итальянского, так и зарубежных, представят последние инновации и разработки. Представители ведущих мировых отраслей должны иметь возможность общаться со своими клиентами на крупных международных отраслевых платформах, в том числе на территории основных игроков, как, например, в Италии. Выставка даст нам возможность продемонстрировать иностранным покупателям то, как устроен бизнес в Италии, итальянскую культуру, которая, конечно, находит отражение в развитии отрасли. Особенно это важно для сферы инноваций, дизайна, пищевой промышленности. Это возможность для итальянских компаний пригласить своих клиентов посетить их заводы, чтобы они могли оценить высокий уровень их организации.

**– С какими странами вы наиболее активно ведете сотрудничество в рамках пищевой отрасли и упаковочного машиностроения?**

– Это США, Франция, Германия, Польша, Великобритания, Испания, Китай, Турция, Мексика и Россия. В 2016 году итальянские компании поставили в Россию упаковочного оборудования на 120 млн евро, что является приростом в 3,1% по сравнению с 2015 годом. На Россию приходится 2,5% нашего экспорта.

**– Какие российские отраслевые платформы или организации помогают работать с российскими представителями интересующего вас рынка?**

– Основной площадкой для контактов с русскими клиентами для нас являются выставки. В 2017 году мы будем на «Росупак» а потом, возможно, на «Упаковке». Также мы организовывали мероприятия с итальянской торговой палатой, предметом которых были итальянские технологии. Мы проводим семинары и приглашаем российские компании на IPACK-IMA. Также ваши компании могут устанавливать контакты с итальянскими через специальную онлайн-платформу. **МП**

# 2018



**1-2 февраля 2018**

Москва

**ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «РЫБА-2018»**

Технологии рыбопереработки  
и аквакультуры



**7-8 февраля 2018**

Санкт-Петербург

**ПЕРВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «ПИВЗАВОД.  
НАПИТКИ БРОЖЕНИЯ»**



**29-31 мая 2018**

Санкт-Петербург

**ЧЕТВЕРТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА»**



**25-28 июня 2018**

Санкт-Петербург

**ВТОРОЙ  
ТОВАРИЩЕСКИЙ СЪЕЗД  
МЯСОПЕРЕРАБОТЧИКОВ**



**26-27 сентября 2018**

Санкт-Петербург

**ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «ПИВЗАВОД.  
НАПИТКИ БРОЖЕНИЯ»**



**24-25 октября 2018**

Санкт-Петербург

**ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ»**  
Переработка маслосемян  
Масла и жиры

МЕРОПРИЯТИЯ  
ИЗДАТЕЛЬСКОГО  
ДОМА «СФЕРА» – ЭТО ВСЕГДА:

- актуальные темы
- интересные спикеры
- оживленные дискуссии
- ценные деловые контакты
- возможность неформального общения
- высокий уровень организации

«СФЕРА» сближает...

# ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА» В 2018 ГОДУ



**21-22 марта 2018**

Санкт-Петербург

**ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «ПТИЦЕПРОМ»**

Индустрия птицеводства  
и птицепереработки



**18 апреля 2018**

Санкт-Петербург

**МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«КАДРЫ АГРО.ПРО»**



**июль 2018**

Санкт-Петербург, теплоход

**ПЕРВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«КОНФИТУР 2018: САХАРИСТАЯ  
И МУЧНИСТАЯ КОНДИТЕРКА»**



**12-13 сентября 2018**

Санкт-Петербург

**ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«МЕЛЬКОМБИНАТ-2018»  
GRAIN AND MILL**



**21-22 ноября 2018**

Санкт-Петербург

**ТРЕТИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ  
ФОРУМ «АГРО.ПРО»**

Регистрация и подробная  
информация:

+7 (812) 245-67-70  
**sfm.events**





► Маленькие проблемы -  
большие последствия

Безопасность покупателей - это основа вашего бизнеса. Системы рентгеновского контроля Ishida позволяют избежать опасности нанесения вреда здоровью и защищают репутацию вашего бренда. Мы можем находить в упаковке такие посторонние включения, как металл, стекло, камень, кость, резину, ПВХ и пластмассу.

Работать в гармонии - вместе с Ishida.

[ishidaeurope.ru](http://ishidaeurope.ru)