

МОЛОЧНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

1(64) 2019



6

Ольга Панова: «Накормить детей – наша гражданская обязанность. Не все получают полноценное питание дома, а молоко – это основной источник кальция. Суть нашей программы в том, что каждый день школьники получают порцию молока в упаковке, которая исключает санитарно-гигиенические риски для детей»



18

Ключевая проблема российского рынка сыров в том, что потребители не видят разницы между сырами и сырными продуктами, притом что натуральных «без заменителей молочного жира» сыров на рынке может быть недостаточно для удовлетворения спроса.



24

СИЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА – СИЛЬНЫМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ
Как формируется аграрная политика в Удмуртской Республике и какие направления государственной поддержки ждут молочную отрасль в 2019 году



**23–24
октября
2019**

Санкт-Петербург

IV Международная конференция

МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ

масла и жиры



Организатор конференции:
Издательский дом «СФЕРА»
+7 (812) 245 67 70

Сайт конференции:
sfm.events

ICF:WELKO

FOOD

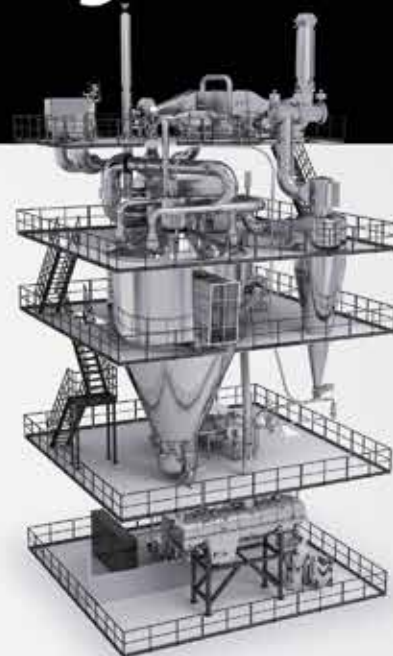
esprimo

Млечный Путь

ГЛОБАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Стакан питательного молока получается при соответствующей технологической переработке сырья. Компания ICF & Welko является мировым поставщиком, производящим комплексные линии, линии «под ключ» и оборудование, выполненное по индивидуальному заказу, для пищевой промышленности. Благодаря нашим специализированным ноу-хау, применяемым на каждом этапе процесса, мы предлагаем лучшие автоматизированные производственные решения для переработки таких пищевых продуктов, как молоко и молочные продукты, кофе, чай, ароматизаторы и растительные экстракты.

ICF & WELKO S.p.A. - Via Sicilia, 10 - 41053 Maranello (MO) - ITALY
www.icf-welko.it/food



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, академик
РАН, заслуженный деятель науки РФ.



**Глубоковский
Михаил Константинович,**
доктор биологических наук, директор
ВНИИ рыбного хозяйства и океанологии.



**Андреев
Михаил Павлович,**
заместитель директора «АтлантНИРО»,
доктор технических наук, член-
корреспондент Международной
академии холода.



**Забодалова
Людмила Александровна,**
доктор технических наук, профессор,
заведующая кафедрой прикладной
биотехнологии Университета ИТМО.



**Лисицын
Александр Николаевич,**
директор 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.



**Ванеев
Вадим Шалвович,**
основатель агрокластера «Евродон».



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



**Маницкая
Людмила Николаевна,**
исполнительный директор РСПМО,
кандидат экономических наук,
заслуженный работник пищевой
и перерабатывающей промышленности.



**Егоров
Иван Афанасьевич,**
доктор биологических наук, профессор,
академик РАН, руководитель научного
направления по питанию птицы.



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

*«По итогам 2017 года профессиональные
издания ИД «СФЕРА» – победители в номинации
«Лучшие отраслевые СМИ» Всероссийского
конкурса журналистов «Экономическое
возрождение России», организованного
Торгово-промышленной палатой РФ».*



СРЕДНЯЯ ПОСЕЩАЕМОСТЬ

60 000 уникальных
посетителей – специалистов портала
из разных стран мира в месяц

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ
ПОРТАЛ **SFERA.FM**



Содержание

28

Петербург и Италия связаны давно и прочно – наследием итальянских архитекторов, популярностью итальянской кухни и кино у петербуржцев. Недавно в городе появилось производство сыров по итальянским технологиям. Теперь моцарелла, страккино и качотта станут ближе в Северной столице и других городах.



- | | | |
|---|---|--|
| <p>6 Гость номера
Ольга Панова: «Накормить детей – наша гражданская обязанность»</p> <p>9 Оборудование
Умные решение для очистки воздуха</p> <p>10 Успех – это просто!
Вместе с сепараторами POLAT</p> <p>12 Технологии
Особенности очистки сточных вод предприятий молочной промышленности</p> | <p>14 Мнение эксперта
Марина Петрова: «Объем ежегодной поддержки должен быть на уровне 150–180 миллиардов рублей»</p> <p>18 Аналитика
Российский сырный рынок. Замкнутый круг</p> <p>24 Регионы
Удмуртия: сильная поддержка – сильным производителям</p> <p>28 Фоторепортаж
Петербургский сыр в итальянских традициях</p> <p>34 От слов к делу
Владимир Куценко: «Культуры потребления сыра в России пока что нет»</p> | <p>38 Ветеринария
Хорош уход – хороши и телята! Пять базовых принципов для успешного выращивания молодняка КРС</p> <p>42 Маркетинг
Тренд на ЗОЖ: что придет на смену молочным продуктам</p> <p>48 Маркировка
Размышляя о национальном</p> <p>52 Событие
Молочная отрасль подвела итоги</p> |
|---|---|--|

Сфера

молочная сфера
(молочная промышленность) №1 (64) 2019

Информационно-аналитический журнал для специалистов молочной, масложировой промышленности, федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации СМИ № ФЦ77-46400 от 31 августа 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 Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела продаж и маркетинга:
Анна Артемьева
a.a.artemieva@sfera.fm

Реклама:
Анна Самсонова
a.samsonovaa@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@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

Лилия Далакишвили
l.dalakishvili@sfera.fm

Екатерина Зенько
e.zenko@sfera.fm

Екатерина Неретина
e.neretina@sfera.fm

Редактор:
Полина Макаренко
makarenkopolina@yandex.ru

Дизайн и верстка:
Анна Писанова
a.pisanova@sfera.fm

Корректор:
Галина Матвеева

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 2 раза в год.

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

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

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

Материалы, отмеченные значком **МП**, являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 08.02.19. Тираж: 3 000 экз.



17-20
АПРЕЛЯ
2019 г.



Калининградская область
г. СВЕТЛОГОРСК, «ЯНТАРЬ-ХОЛЛ»

IX МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЕТЕРИНАРНЫЙ КОНГРЕСС

«ЕДИНЫЙ МИР - ЕДИНОЕ ЗДОРОВЬЕ»

ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ

в сфере ветеринарии России, Евразийского
экономического союза и стран СНГ

КЛЮЧЕВЫЕ ДОКЛАДЫ

ведущих мировых экспертов по болезням животных

БОЛЕЕ 1000 СПЕЦИАЛИСТОВ -

представителей всех направлений
ветеринарной деятельности

АКТУАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

по современным технологическим
и ветеринарным решениям в промышленном
животноводстве и птицеводстве



ТЕЛ.: +7 (968) 862-17-99, +7 (977) 756-72-61, +7 (963) 689-51-15 WWW.VET-KONGRESS.COM
E-MAIL: CONGRESS@ROSVET.ORG, INFO@ROSVET.ORG, VETCONGRESS@ROSVET.ORG

Гость:

Ольга Панова,

руководитель
программы «Школьное
молоко» (www.schoolmilk.info)
в России, президент Союза
«Здоровье наших детей»

Текст:

**Полина
Макаренко**



Ольга Панова:

«Накормить детей – наша гражданская обязанность»

В 2018 году программой «Школьное молоко» было охвачено 1,3 млн детей. Сегодня она реализуется в 18 регионах России, еще в 10 субъектах РФ ведутся подготовительные работы, и, скорее всего, регионов, в которых младшие школьники получают обязательную порцию молока, станет больше. За прошедший год в школах было выпито 46 тыс. тонн молока от 13 российских производителей. **Руководитель программы Ольга Панова** рассказывает о том, как программа помогает производителям налаживать коммуникацию с потребителем, а детям – прививать основы здорового питания на всю жизнь.

– **Ольга, что вы думаете о состоянии рынка пищевой продукции в целом? Какие тенденции видите?**

– Рыночная ситуация такова, что доверие к производителям сильно упало. Эта проблема актуальна для всей пищевой отрасли. Отношение к продуктам питания во многом формируется непроверенной и неподкрепленной исследованиями информацией в интернете. Меняется структура по-

Если говорить о молочной отрасли, то фраза «Молоко полезно» перестала быть аксиомой, и это вредит как производителям, так и потребителям.

требления, тех качеств, которые раньше были важны, – цена, вкус и удобство – сегодня уже недостаточно, потребители хотят большего. Очень важна прозрачность производства – если раньше в каждом более-менее крупном городе был свой масложировой, молочный, хлебный завод, сегодня этого нет, и с точки зрения безопасности питания у потребителей возникает масса вопросов. А когда дело касается

питания детей, этот вопрос становится еще острее. На передний план выходят такие характеристики продукции, как экологичность, удобство, функциональность и т. д. Потребителям становится важна и успешность бренда, налаженные коммуникации с потребителем, его социальная ответственность. Те производители, которые следуют этим трендам, понимают, как важно просвещать и воспитывать потребителей, устанавливать с ними эмоциональную связь. Продвижение, на которое потребители реагируют эмоционально, приносит на 25 % больше продаж. А проще всего вызвать эмоциональный отклик, конечно, у детей. Если говорить о молочной отрасли, то фраза «Молоко полезно» перестала быть аксиомой, и это вредит как производителям, так и потребителям.

– И как обязательное молоко для школьников может исправить эту ситуацию?

– Программа «Школьное молоко» находится на стыке нескольких отраслей. Она направлена на стимулирование промышленности и сельского хозяйства и базируется на том, что в систему государственных закупок для школьных учреждений должен прийти добросовестный бизнес. Это вклад в вовлечение потребителей, которое бренды используют для формирования эмоциональной связи с ним, – сегодня программой охвачены не только дети, но и их родители (около 2,6 млн человек), а также учителя и школьный персонал (около 52 тыс. человек), которые испытывают большее доверие к бренду, видя, что продукцию поставляют для школьного питания. Она затрагивает и образовательную сферу: мы проводим много мероприятий, посвященных молочной продукции, рациональному питанию и здоровому образу жизни. Во Всероссийском конкурсе «Здоровое движение» приняли участие 60 тыс. детей из 71 региона. Целью конкурса стало вовлечение школьников в научно-исследовательскую, просветительскую деятельность через создание, развитие и поддержку здорового образа жизни. Только в прошлом году у нас вышло более 900 публикаций о пользе молока. Таким образом, мы касаемся еще и темы здравоохранения и формирования полезных потребительских привычек с детства, тем самым стимулируя потребление и других молочных продуктов. Люди, которые в школьном возрасте пили молоко, потом будут охотнее употреблять и творог, и йогурт, и кисломолочную продукцию, и сыр. Ну и, конечно же, накормить детей – на-

ша гражданская обязанность. Далеко не все получают полноценное питание дома, а молоко – это основной источник кальция. Суть нашей программы в том, что каждый день школьники получают порцию молока в индивидуальной упаковке, которая исключает санитарно-гигиенические риски для детей. В 2018 году школьники получили 229,5 тыс. порций молока.



Суть нашей программы в том, что каждый день школьники получают порцию молока в индивидуальной упаковке, которая исключает санитарно-гигиенические риски для детей. В 2018 году школьники получили 229,5 тыс. порций молока.

– Расскажите немного об этапах развития программы «Школьное молоко» в России и за рубежом.

– Международная программа «Школьное молоко» действует уже более 95 лет, реализуется в 80 государствах, правда, не везде на федеральном уровне. В России она появилась в 2005 году, так или иначе затронула более 49 российских регионов, на сегодняшний день реализуется в 18. В нашей стране молоко получают в основном ученики начальной школы, с 1-го по 4-й класс. Активность в этой программе то появлялась, то несколько утихала. В 2015 году, например, количество мероприятий в программе сократилось наполовину. Но уже в 2016-м мы поняли, что программа актуальна, и за последние пару лет предприняли множество усилий, чтобы вновь возродить к ней интерес. Это масштабный проект, который нуждается в федеральном

финансировании. Мы обратились в комитет АПК Государственной думы, где нас с энтузиазмом выслушали и поддержали. Кроме того, программа соответствует Основам государственной политики РФ в области здорового питания населения на период до 2020 года и поддержана Президентом РФ, полномочными представителями Президента РФ в федеральных округах, комитетами Госдумы, Министерством образования и науки РФ, Министерством сельского хозяйства РФ, Министерством здравоохранения РФ, Роспотребнадзором и научными медицинскими учреждениями.

– Вы сотрудничаете в основном с местными производителями?

– Мы в первую очередь лоббируем появление в регионе программы «Школьное молоко». Что касается локальных производителей, необходимо смотреть, могут ли они обеспечить безопасные поставки молока. Это важно по ряду причин. Во-первых, основное, для чего детям требуется молоко, – это не белки, жиры и углеводы, а именно кальций. Это польза для зубов, костей, кровеносной и нервной систем. Именно в питьевом ультрапастеризованном молоке сочетание кальция и фосфора содержится в той форме, которая усваивается организмом ребенка достаточно легко. Во-вторых, индивидуальная упаковка обеспечивает безопасное и гигиеничное потребление. И в-третьих, детям холодное молоко не дают, значит, без упаковки будут давать кипяченое. А какой ребенок захочет пить кипяченое молоко?

Закупка молока регулируется ФЗ-44. В соответствии с ним первичным является цена, если остальное не указано в технических условиях. Мы настаивали бы на поставках молока в школы в соответствии с ГОСТ 32252-2013. Если мы говорим о поставках по ТУ, то необходимо согласование с Минздравом региона, где реализуется программа «Школьное молоко», – в ТУ прописываются рекомендации по обогащению молока теми витаминами, которых не хватает в конкретном регионе. Хочу подчеркнуть, что мы сотрудничаем с теми производителями молока, для которых главное – здоровье детей, а их собственное производство соответствует всем требованиям безопасности и качества.

– И все же каждый регион заинтересован в том, чтобы в программе участвовало местное производство.

– Конечно, и это понятно и логично, что каждый регион заинтересован в участии в программе именно локальных молочников. Можно реализовывать



Ольга Панова:

«Сегодня программой охвачены не только дети, но и их родители (около 2,6 млн человек), а также учителя и школьный персонал (около 52 тыс. человек), которые испытывают большее доверие к бренду, видя, что продукцию поставляют для школьного питания».

и пастеризованное молоко, но нужно смотреть, обсуждать с производителем. С местными производителями работать правильно и с точки зрения развития субъекта РФ, и даже с точки зрения логистики, реакции на какие-то форс-мажоры. Нам бы тоже этого хотелось, но пока есть определенные сложности. Хотя эта ситуация развивается, к нам стали обращаться органы власти субъектов, говоря, что у них есть субсидии для переработчиков, можно ли их как-то применить в рамках программы. У нас есть знания о том, что нужно сделать, но необходимо привести законодательную базу к единому знаменателю.

– Какие регионы в передовых по участию в программе, а какие – в отстающих?

– В отстающих регионах у нас те, кто не участвует в нашей программе, а остальные – в передовиках. Правда, пока не очень много регионов участвует – всего 18. Я отмечу, что те, кто реализует «Школьное молоко»,

в большей степени занимаются и социальным питанием. Удмуртия, например, Воронежская область, Ленинградская область... Сейчас мы ведем переговоры с десятью регионами на той или иной стадии: это Ставропольский край, Якутия, Новосибирск, Иркутск, Свердловская область, Башкирия, Ярославская область, Петербург и другие... В Калининграде провели пилотный проект.

– А Москва?

– В настоящий момент в Москве и Московской области программа не реализуется. Когда построили завод в Медыни, молоко было, и дети его пили, и многие это до сих пор помнят. Молоко добавляли в каши, кофе и какао... но принципиально же пить именно молоко! Мы общаемся с ними, но договоренности пока что не достигнуты.

– Вы настаиваете на употреблении молока, но ведь есть и другие молочные продукты?

Йогурт – это маржинальный продукт. Молоко – социальный. Именно питьевое молоко в индивидуальной упаковке является безопасным продуктом питания. И не надо изобретать велосипед.

– Нам часто такое говорят: давайте будем давать детям йогурты в школе! Или сыр! Отличная идея, конечно, но на те деньги, за которые мы можем дать ребенку 200 мл молока, йогурта, получится только 100 мл. Плюс еще в каждой школе потребуются холодильники для хранения йогурта, что тоже составит дополнительные расходы. Йогурт – это маржинальный продукт. Молоко – социальный. Именно питьевое молоко в индивидуальной упаковке является безопасным продуктом питания. И не надо изобретать велосипед.

– Что вы считаете своим самым большим достижением на сегодняшний день?

– Во-первых, наше участие в разработке проекта по Десятилетию детства при Правительстве РФ. Во-вторых, наше участие в рабочей группе по закону о детском питании при Совете Федерации. В-третьих, наше выступление на Евразийском женском форуме. В-четвертых, общественные организации других стран, занимающиеся программой «Школьное молоко», посылают запросы на предоставление материалов, просят поделиться опытом реализации. В-пятых, мы тесно сотрудничаем с FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations), обмениваемся опытом с коллегами. В целом к нам прислушиваются и зовут на различные обсуждения по вопросам социального и школьного питания, в том числе на законодательном уровне.

Объединяя производство, здравоохранение, образование, мы хотим сделать «Школьное молоко» знаком качества в молочной отрасли. **МП**

Компания: ООО «АэроТрейд» E-mail: info@airtrd.ru
Тел.: (495) 231-66-37 www.airtrd.ru

Умные решения для чистого воздуха

Российские производители зачастую недооценивают важность очистки воздуха на производстве, что приводит к низким санитарным показателям продукции, быстрой порче, коротких сроках хранения.



Какой должна быть система очистки и обеззараживания воздуха на молочном предприятии?

Конечно, **эффективной**, то есть обеспечивать полное удаление плесени, грибов и бактерий, быстро устранять неприятные запахи, пыль, аэрозоли. При этом важно, чтобы система была **универсальной** и одновременно справлялась с любыми загрязнениями воздуха. Еще один значимый параметр – **безопасность** для работающих в помещении людей и пищевой продукции. Естественно, система должна быть **выгодной** с точки зрения энергопотребления, **простой** и надежной в эксплуатации.

К счастью, такие решения по созданию полностью безопасного климата на молочном производстве на российском рынке есть. Вот что рассказывает руководитель отдела маркетинга крупнейшего молочного завода «Новатор» (Республика Крым) Сергей Поддубный:

ООО «АэроТрейд» удалось найти решение, способное работать во влажной среде, которое уничтожает все микробиологические загрязнения и в то же время безопасно для человека.

– Раньше для очистки и дезинфекции помещения у нас применялись ультрафиолетовые бактерицидные лампы, при работе которых в производственных цехах не должно быть людей. Перед нашим предприятием встали такие задачи, как очистка воздуха производственных помещений от пыли, бактерий, спор грибов и запахов. Мы обратились в компанию «АэроТрейд»

и в 2013 году и установили фотокаталитические очистители воздуха. За время работы установки зарекомендовали себя хорошо: они работают в помещениях с повышенной влажностью, эффективно очищают воздух, легки в обслуживании и не требуют дорогостоящего ремонта. При необходимости будем рассматривать установку этого оборудования и в новых производственных помещениях.

И это не просто слова: качество очистки воздуха молочное предприятие регулярно подтверждает микробиологическими тестами. Так, были проведены контрольные исследования воздуха производственных помещений по фасовке сливочного масла до установки очистителей, в момент запуска и через несколько дней после их работы. Проверка по таким показателям, как общее микробное число, наличие плесени и дрожжей, показала значительное снижение этих видов загрязнений. Общее микробное число снизилось с 10 до 4, дрожжей – с 4 до 1, а плесень при начальном показателе 2 исчезла полностью. Состояние воздуха получило оценку «отлично». Для завода, на котором работают более 800 человек, важно и то, что оборудование не влияет на состояние персонала. Для большего удобства системы очистки были установлены на колеса, и их можно переместить в любое помещение.

– Разработанный нами для предприятия «Новатор» проект уникален, но проблема очистки воздуха актуальна для всех пищевых предприятий, – говорит руководитель компании «АэроТрейд» Иван Трухин. – Влажный воздух – комфортная среда для развития микроорганизмов, с одной стороны, и проблема для любого оборудования – с другой. Но нам удалось найти решение, способное работать во влажной среде, которое уничтожает все микробиологические загрязнения и в то же время безопасно для человека. После установки нашего оборудования сроки хранения продукции увеличиваются, ее качество – улучшается, а риски порчи и возврата значительно снижаются. Также наше оборудование подходит для предприятий, которые сертифицируются по HACCP.

В компании «АэроТрейд» готовы подобрать индивидуальное инженерное решение для размещения оборудования для очистки воздуха. ■



Компания: POLAT MAKİNA SAN. ve TİC. A.Ş.
+7-985-128-78-63
Михаил Корнев, kornevmi@mail.ru

Burak Emre DERİŞOĞLU
b.dervisoglu@polatas.com.tr
www.polatas.com.tr

Успех – это просто! Вместе с сепараторами POLAT

На российском рынке сепараторы компании POLAT появились недавно – лишь два года назад отечественные компании смогли оценить это оборудование по достоинству. На мировой же арене компания присутствует более 40 лет. Небольшой семейный бизнес, основанный братьями POLAT, с течением времени превратился в одно из ведущих предприятий по производству мощного, надежного и высокопроизводительного оборудования для производства молочной продукции, соков, вина и пива.

Компания POLAT производит сегодня более 30 моделей сепараторов для всех отраслей производства.

Конструкция сепараторов POLAT базируется на высокотехнологичном, проверенном дизайне. В основании сепаратора с зубчатым приводом и частотным регулятором, системой водяного охлаждения и шкафом управления находится чугунная станина с покрытием из нержавеющей стали толщиной 2 мм. Конструкция снабжена демпфирующими креплениями для максимального снижения вибрации при работе оборудования.

– В числе первых покупателей, решивших приобрести наши сепараторы, были такие известные российские компании, как «Адыгейский пивобезалкогольный завод «АСБИР», ООО «Курское молоко», ООО «Винсадский молочный завод», – рассказывает глобальный менеджер компании POLAT Маурицио Галати. – С адыгейскими производителями мне не пришлось пообщаться лично, но я знаю, что нашими агрегатами они довольны. А вот с руководителем компании «Курское молоко» Константином Гориним я беседовал неоднократно. От него я узнал очень много. Например, что при заявленных характеристиках сепаратора-сливкоотделителя модели CX5, производительностью 10 тыс. литров в час и эффективностью разделения менее чем 0,05 %, данный сепаратор стабильно выдает 0,03 % и свободно поднимает жирность сливок с 5 % в молоке на входе до 65 %




В России уже успешно работает десяток сепараторов POLAT различной производительности и назначения.

в сливках на выходе! А лишние 0,02 % жирности с каждой тонны молока позволяют дополнительно получать 500 граммов сливок, которые можно превратить в килограмм сметаны или 250 граммов сливочного масла. И это с одной тонны! Согласитесь, очень неплохо, и позволяет быстро окупить затраты на приобретение нашего оборудования. Мы разговаривали и с генеральным директором компании ООО «Винсадский молочный завод» Владимиром Кравцовым. Поначалу он сомневался, так как пользовался сепараторами другой компании и обладал большим опытом работы на них. Но затем сомнения рассеялись: на смену им пришла уверенность, что выбор был сделан правильно.

Господин Галати рассказал, что сегодня в России успешно работает десяток сепараторов различной производительности и назначения. Продуманная ценовая политика компании POLAT позволяет ей занимать нишу между отечественными и европейскими производителями подобного оборудования.

Компания POLAT с уверенностью смотрит в будущее: инженерный состав представляют лучшие специалисты из Италии, которые постоянно работают над усовершенствованием и повышением производительности сепараторов. А выход на российский рынок обещает стать новой вехой развития компании и еще одной ступенькой на пути успеха российской молочной отрасли. **Р**



Дисковые сепараторы компании POLAT являются лучшими в своем классе по производительности и эффективности.

Сепараторы POLAT обеспечивают высокую эффективность разделения и позволяют решать любые задачи для молочных заводов по всему миру. Высокое качество конечных продуктов обеспечивается сепараторами POLAT.





Компания: **АО «МАЙ ПРОЕКТ»**

115054, Россия, Москва,
Большой Строченовский пер., д. 7
Тел.: +7 (495) 989-85-04
E-mail: romashko@myproject.msk.ru

Автор: **Андрей Ромашко,**
руководитель технологического
сектора по работе с пищевыми
предприятиями АО «МАЙ ПРОЕКТ»

Особенности очистки сточных вод предприятий молочной промышленности

«Рубцовский молочный завод», филиал АО «Вимм-Билль-Данн», расположенный в г. Рубцовске, Алтайский край, – одно из наиболее современных российских сыродельных предприятий, первое полностью автоматизированное производство твердого сыра в стране. Завод является крупнейшим на территории СНГ производителем сычужного сыра ламбер. С декабря 2010 года «Рубцовский молочный завод» входит в состав корпорации PepsiCo.

В настоящее время на заводе реализуются масштабные инвестиционные проекты, благодаря которым предприятие за последний год увеличило мощности по переработке молока до 600 тонн в сутки.

С 1 января 2014 года вступил в силу Федеральный закон № 416-ФЗ от 07.12.2011 «О водоснабжении и водоотведении». Исходя из норм ст. 27 закона все предприятия, осуществляющие сброс сточных вод, должны обеспечить нормативы допустимых сбросов загрязняющих веществ, установленных государством. Фактически данные предприятия должны обеспечить наличие исправно действующих локальных очистных сооружений (ЛОС). В случае, если стоки предприятия превышают предельно допустимые концентрации, оно платит штрафы за нанесение вреда окружающей среде. Водоканал вправе прекратить прием стоков от абонентов, не имеющих действующих очистных сооружений.

С учетом вышеизложенного в 2017 году предприятие «Рубцовский молочный завод» заключило с компанией АО «МАЙ ПРОЕКТ» договор на строительство ЛОС производственных сточных вод производительностью 2600 куб. метров в сутки в соответствии с проектной документаци-

Рисунок 1. Усреднитель



В случае, если стоки предприятия превышают предельно допустимые концентрации, оно платит штрафы за нанесение вреда окружающей среде. Водоканал вправе прекратить прием стоков от абонентов, не имеющих действующих очистных сооружений.

ей, также выполненной АО «МАЙ ПРОЕКТ» и получившей положительное заключение экспертизы в 2016 году.

Компанией «МАЙ ПРОЕКТ» была предложена и реализована технологическая схема локальной очистки с использованием комплексного технологического решения «MY DAF» (Dissolved Air Flotation). Это целостное инженерное решение по очистке сточных вод методом напорной реагентной флотации, основанное на многолетнем опыте реализации комплексных проектов под ключ, объединяющее оптимальный выбор технологического оборудования, реагентов и средств автоматизации технологического процесса для получения максимального эффекта.

Рисунок 2. Емкости для хранения реагентов и станции дозирования



Выполнение проекта «под ключ» включает в себя целый комплекс работ:

- основные технологические решения;
- проектирование с прохождением экспертизы;
- поставку оборудования;
- строительно-монтажные работы;
- пусконаладочные работы;
- обучение персонала;
- сервисное обслуживание.

Технологическая схема локальной очистки сточных вод завода включает следующие основные технологические узлы:

- механическая очистка;
- усреднение;
- реагентная физико-химическая очистка;
- обработка образующихся осадков.

Заслуживают внимания следующие перечисленные ниже особенности реализации локальных очистных сооружений согласно стандартам РепсиСо.

Все технологическое оборудование и трубопроводы выполнены из нержавеющей стали AISI 316, воздухопроводы – из нержавеющей стали AISI 304.

Усреднитель (рис. 1) наземного размещения выполнен из металла, связанного со стеклом (glass-fused-to-steel – GFS) для целей высокой коррозионной стойкости и герметичности. В данном проекте предусмотрен дополнительный буферный объем усреднителя для уменьшения количества подаваемых реагентов, используемых при флотации.

В проекте путем дозирования кислоты или щелочи реализована двухступенчатая автоматическая корректировка pH: 1) первичная регулировка pH в усреднителе; 2) точная регулировка pH во флокуляторе перед флотационной очисткой.

Все насосы и мешалки в данном проекте имеют резервное оборудование, установленное в горячем резерве.

Рисунок 3. Флотационная установка



Многолетний опыт компании «МАЙ ПРОЕКТ» позволяет учесть все тонкости очистки сточных вод молокоперерабатывающих предприятий и сырзаводов при проектировании и строительстве очистных сооружений канализации и достичь требуемой степени очистки воды независимо от масштаба предприятия или степени загрязненности воды.

Емкости для хранения реагентов (рис. 2) имеют двойные стенки с датчиками протечки между ними для предупреждения разлива реагентов в здании ЛОС. В проекте реализована комплексная система защиты обслуживающего персонала на случай возникновения нештатных ситуаций.

Очистка сточных вод от взвешенных веществ, жиров, ПАВ, фосфатов, а также снижение концентраций ХПК и БПК₅ осуществляется на установке реагентно-напорной флотации (рис. 3).

Для механического обезвоживания флотошлама и донного осадка от установки напорной реагентной флотации запроектирован и реализован комплекс технологического оборудования на базе декантерной центрифуги.

Рисунок 4. Автоматизированное рабочее место оператора



Очистка образующихся газовых выбросов от усреднителя, флотационной установки, емкости осадка и центрифуги предусмотрена на биофилтре.

Разработанная и реализованная компанией «МАЙ ПРОЕКТ» система автоматизации технологических процессов обеспечивает работу локальных очистных сооружений в автоматическом режиме. Управление работой ЛОС реализовано с автоматизированного рабочего места оператора (рис. 4), что позволило снизить количество обслуживающего персонала и повысить надежность работы сооружений. Достаточно одного оператора в смену для полного контроля и управления всем комплексом очистных сооружений.

Многолетний опыт компании «МАЙ ПРОЕКТ» позволяет учесть все тонкости очистки сточных вод молокоперерабатывающих предприятий и сырзаводов при проектировании и строительстве очистных сооружений канализации и достичь требуемой степени очистки воды независимо от масштаба предприятия или степени загрязненности воды. АО «МАЙ ПРОЕКТ» предлагает комплексные инженерные решения по очистке сточных вод пищевых предприятий с обеспечением гарантированной степени очистки по нормируемым показателям. **Р**

Литература

1. Ромашко А.В. Опыт реализации локальных очистных сооружений предприятий пищевой промышленности по технологии MY DAF // Наилучшие доступные технологии. 2017. № 5. с. 45–56.
2. Есин М.А., Ромашко А.В. Комплексный подход к очистке городских и производственных сточных вод // Водоочистка. Водоподготовка. Водоснабжение. 2013. № 12 (72). с. 32–36.

Эксперт:

Марина Петрова,

заместитель председателя Комитета
МТПП по развитию предпринимательства
в АПК, генеральный директор
Petrova 5 Consulting

Текст:

**Полина
Макаренко**



Марина Петрова:

«Объем ежегодной господдержки должен быть на уровне 150–180 миллиардов рублей»

Чего достигла молочная отрасль в 2018 году и что ждет ее в 2019-м? Будут ли конкурировать молоко растительного и животного происхождения? Сколько денег на самом деле требуется для молочной отрасли? Отвечает **заместитель председателя Комитета МТПП по развитию предпринимательства в АПК и генеральный директор компании Petrova 5 Consulting Марина Петрова.**

– Вы нередко упоминаете, что уровень поддержки молочной отрасли «низкий и нестабильный». Какой же уровень финансирования вы считаете достаточным для стабильного развития отрасли на ближайшие 5–10 лет?

– Если проанализировать объемы господдержки в период с 2012 по 2018 год, мы увидим, что плановый объем финансирования, изначально обозначенный государством на

уровне 30 млрд руб. в год, был выполнен только к 2018 году. При этом часть средств шла на субсидирование процентной ставки, а оставшиеся средства тратились на субсидирование товарного молока. Но сегодня эта статья финансируется из средств региональных бюджетов.

С учетом инфляции даже 30 млрд руб. являются крайне низким показателем. Чтобы молочная отрасль начала наращивать

объемы производства и переработки молока, объем ежегодной господдержки должен быть на уровне 150–180 млрд руб.! На что должны пойти эти средства? В первую очередь, на выполнение «Доктрины продовольственной безопасности России»: увеличение объемов производимого молока до 45 млн тонн и доведение доли товарности молока до 90 % (как в развитых странах). На сегодняшний день она составляет 56 %.

Кроме того, в 2015 году, когда отрасли необходимы были инвестиции, и инвесторы обращали внимание на молочную отрасль, объемом господдержки снизился и составил всего 15 миллиардов рублей. И вместо прорыва и принципиального роста мы получили прирост объемов производства молока в сельскохозяйственных организациях (СХО и КФХ), но общий объем производства снизился.

Поэтому достаточным уровнем финансирования отрасли на ближайшие 5–10 лет, на мой взгляд, станет сумма, приближенная к 150 млрд руб. в год. А если задачу субсидирования процентной ставки по сельскохозяйственным кредитам возложить на один из банков, объем господдержки можно оставить на текущем уровне, но направить ее нужно на субсидирование товарного молока и компенсацию капексов. Это действенные меры, которые позволят развивать молочную отрасль. Она имеет огромный потенциал роста и развития не только внутри страны, но и на мировом рынке.

– Что необходимо предпринять в 2019 году, чтобы получить быстрые положительные результаты? Куда бы вы направили средства поддержки в первую очередь?

– В молочной отрасли быстрый результат получить довольно сложно. Одним из оперативных и действенных инструментов являются доступные кредиты. В первую очередь, поддержку направила бы на компенсацию капексов и субсидирование процентной ставки – без этого срок окупаемости сельхозпроектов растет, и они перестают быть интересными для инвесторов. При этом кредиты надо выдавать только под продуманные бизнес-планы и грамотно подготовленные финансовые документы.

– Что вы считаете самым крупным достижением молочной отрасли в 2018 году? Какие риски для ее развития вы видите в 2019-м?

– При всех имеющихся сложностях самым крупным достижением молочной отрасли в ушедшем году я считаю увеличение объемов производства товарного молока. Это действительно серьезный результат! Но, если его проанализировать, становится очевидным, что он получен за счет крупных холдингов, которые получали господдержку. Да, это достижение, но понятно, что при регулярной господдержке большего числа

предприятий и прирост товарного молока мог бы быть больше.

Один из главных рисков в 2019-м – нестабильная цена на молоко. В развитых странах для нивелирования ценовых колебаний используют молочные интервенции. Высокая цена на молоко, с одной стороны, выгодна производителям, но невыгодна переработчикам, а низкая цена – наоборот, нужна переработчикам и невыгодна производителям. Если

Марина Петрова:

«Достаточным уровнем финансирования отрасли на ближайшие 5–10 лет, на мой взгляд, станет сумма, приближенная к 150 млрд руб. в год. А если задачу субсидирования процентной ставки по сельскохозяйственным кредитам возложить на один из банков, объем господдержки можно оставить на текущем уровне, но направить ее нужно на субсидирование товарного молока и компенсацию капексов».

Последние изменения в Техрегламенте не решают принципиальным образом проблему фальсификата молочных продуктов, а лишь усложняют терминологию и делают ее еще более непонятной потребителю. Важно четко разграничить для потребителя натуральные молочные продукты, молочные продукты с содержанием растительных жиров и аналоги молочных продуктов.

цена на молоко падает, через пару кварталов мы получаем снижение поголовья: предприятия-производители и фермеры не справляются с текущими обязательствами по кредитам. Сокращение поголовья, а еще через полгода и объемов производства – тот риск, который необходимо учитывать. Нужно всегда держать руку на пульсе и с точки зрения резкого повышения цен на молоко, и с точки зрения их резкого снижения.

Еще один риск – продолжающийся экономический кризис и снижение реальных доходов населения, приводящие к сокращению потребления молока и молочных продуктов. Следствием этого станет дальнейший рост цен на натуральные молочные продукты, а также увеличение объемов моллосодержащих продуктов на полках магазинов и рост их потребления.

Кроме того, до конца не решены вопросы, связанные с терминологией, и эта ситуация будет и дальше влиять на рынок. Последние изменения в Техрегламенте не решают принципиальным образом проблему фальсификата молочных продуктов, а лишь усложняют терминологию и делают ее еще более непонятной потребителю. Важно четко разграничить для потребителя натуральные молочные продукты, молочные продукты с содержанием растительных жиров и аналоги молочных продуктов.

– Какие ниши молочного рынка вы считаете сегодня самыми перспективными, и почему?

– Для российского молочного рынка это сыры и сливочное масло, а также сухое молоко.



По ним в России сохраняется самая большая импортозависимость – по сыру и сливочному маслу она составляет 30 %, а по сухому молоку – 50 %. Такие высокие показатели зарубежных поставок сохраняются в условиях продовольственного эмбарго, а если вернуться к прежней географии, то их доля могла быть гораздо больше. Кроме того, сливочное масло и сухое молоко, сыр и подсырная сыворотка – две самые доходные пары в мире, и Россия имеет потенциал для увеличения объемов их производства. Но для его реализации необходимо полностью перестроить всю систему работы в отрасли. Эти ниши годами не развиваются, так как это молокоемкие продукты с длительными сроками окупаемости, которые требуют заморозки оборотных средств. Без понимания цен на молоко-сырье, правильного прогнозирования и выпуска нужных российскому и зарубежному рынкам продуктов не добиться успехов по этим биржевым позициям. Так что эти ниши остаются перспективными, но они достаточно сложны, и российские производители представлены в них незначительно.

– Несмотря на усилия молочных союзов, потребление молока и молочных продуктов продолжает снижаться. На сцену выходят не только экономические причины – на рынке появляется растительное молоко с довольно агрессивной

«Потребление молока и молочных продуктов продолжает снижаться по одной-единственной причине – снижение доходов населения. Доказано, что потребление молока и молочных продуктов растет только тогда, когда растут доходы. А в России пятый год продолжается жесткий экономический кризис».

рекламой. Как вы считаете, есть ли потенциал у этого сегмента продукции?

– Я бы не стала смешивать эти тенденции. На мой взгляд, потребление молока и молочных продуктов продолжает снижаться по одной-единственной причине – снижение доходов населения. Доказано, что потребление молока и молочных продуктов растет только тогда, когда растут доходы.

А в России пятый год продолжается жесткий экономический кризис, и ему предшествовали пять лет медленного падения.

– **Есть ли необходимость дополнительно регулировать продвижение такой продукции?**

– Появление растительных аналогов в России началось более 10 лет назад и связано с развитием таких глобальных трендов, как ЗОЖ, вегетарианство, йога. Рост числа кофеен, предлагающих напитки на соевом, миндальном, кокосовом и других видах растительного молока, привел к расширению спроса и формированию культуры потребления растительных аналогов молока. Кроме того, был и остается спрос на них в период Великого поста.

Что касается Nemoloko, я бы не стала говорить, что их реклама агрессивна, напротив, она довольно креативна. Но объем производства сопоставим с объемом среднего молочного завода мощностью 300 тонн/сутки, да и в целом объем рынка растительного молока не сопоставим по размерам с рынком молока животного происхождения.

Потенциал роста тут есть – выросло новое поколение миллениалов, которые пробуют все новое, а также вегетарианцев, сознательно исключаящих из рациона животный белок. Полагаю, потребление растительного молока в России будет расти еще 5–7 лет, а потом, как и в Европе, остановится, и растительные аналоги станут продуктом для разнообразия рациона.

На мой взгляд, нет необходимости в дополнительном регулировании продвижения этой категории продукции, но должна быть правильная и понятная потребителям терминология. Но и сейчас растительное молоко стоит на отдельных полках магазинов и находится в другом ценовом сегменте – оно в 2,5–3 раза дороже, чем молоко животного происхождения. Поэтому никакой опасности для животного молока я здесь не вижу.

Думаю, оба сегмента имеют огромный потенциал и могут развиваться, не конкурируя друг с другом. Потребитель должен прийти к осознанному выбору продуктов на основе их качественных характеристик или в силу собственных убеждений. Но польза молока животного происхождения неоспорима, и оно не может быть заменено аналогами в рационе беременных женщин и кормящих матерей, а также детей. **МП**

ЭФФЕКТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ МОЛОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

- > максимальное содержание основного вещества до 98%;
- > на 20% экономичнее аналогов российского и импортного производства;
- > исключительная чистота продукта;
- > упаковка в соответствии с ISO 9002, защита от влаги и ультрафиолетовых лучей;
- > соответствие ГОСТ Р52972-2008 Сыры полутвердые, технические условия.

реклама

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
КОМПЛЕКСНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ**

**ЛУЧШИЕ СЫРЫ РОССИИ
ВСЕГДА С FUDIX™**

ООО "Зиракс", 404171, Волгоградская обл., р.п. Светлый Яр, мкрн. 4, д.6
тел.: +7 (8442) 494-999, факс +7 (8442) 499-444,
e-mail: sales@zirax.com
www.zirax.ru



ZIRAX

WorldFood Moscow

Откройте мир вкусных идей

28-я Международная выставка
продуктов питания

**24–27 сентября 2019
МВЦ «Крокус Экспо»**

Забронируйте
стенд

world-food.ru



реклама



Организатор
Группа компаний ITE



WorldFood
Moscow



Текст:

**Екатерина
Захарова,**
ведущий аналитик
Центра изучения
молочного рынка



РОССИЙСКИЙ СЫРНЫЙ РЫНОК: ЗАМКНУТЫЙ КРУГ

Анализируя ситуацию на российском рынке сыров, стоит выделить три группы продуктов: собственно сыры, сырные продукты и плавленые сыры. Также в данной категории стоит рассматривать творог и творожные продукты. Во многих странах мира творог традиционно рассматривается как сыр и фактически является сыром.

В 2018 году объем производства сыров в России, по предварительным оценкам, составил 472,6 тыс. тонн, что на 13,88 % больше, чем в 2017-м. По сравнению с 2013 годом, когда продовольственное эмбарго еще не было введено, рост составил 93,2 %. Рост производства сыров в России продолжается, хотя темп его замедлился.

Производство сырных продуктов в 2018 году составило 193,5 тыс. тонн, на 23,7 % больше, чем в 2017-м, и на 85,45 % больше, чем в 2013 году. В 2017-м производство сырных продуктов немного сократилось, однако в 2018-м вновь продемонстрировало рост. Производство плавленых сыров в 2018 го-

93,2 %

В 2018 году объем производства сыров в России, по предварительным оценкам, составил 472,6 тыс. тонн, что на 13,88 % больше, чем в 2017-м. По сравнению с 2013 годом, когда продовольственное эмбарго еще не было введено, рост составил 93,2 %. Рост производства сыров в России продолжается, хотя темп его замедлился.

ду, по предварительным оценкам, составило около 75 тыс. тонн, что на 0,7 % ниже уровня 2017-го и на 19,9 % ниже, чем в 2013 году. Производство плавленого сыра в России в последние годы снижается, рост наблюдался лишь в 2014-м: 10,8 % по сравнению с 2013 годом.

Динамика производства творога достаточно нестабильна. В 2018 году наблюдалось небольшое снижение объемов выпуска – на 0,92 %, до 499 тыс. тонн. В прошлом году наблюдался рост +25,6 %. В целом по сравнению с 2013 годом производство творога в России выросло на 39,73 %.

Производство творожных продуктов, напротив, снизилось по сравнению с 2013 годом на 24,5 % – до 243 тыс. тонн. В 2018 году рост по сравнению с 2017-м составил всего 0,09 % (рис. 1)

В пересчете на молоко объем производства сыров, сырных продуктов, творога и творожных продуктов составил в 2018 году, по предварительным расчетам, 11 млн тонн, на 9 % больше, чем в 2017-м, и на

Рисунок 1. Объемы производства различных видов сыров, творога, сырных и творожных продуктов, 2013–2018 годы

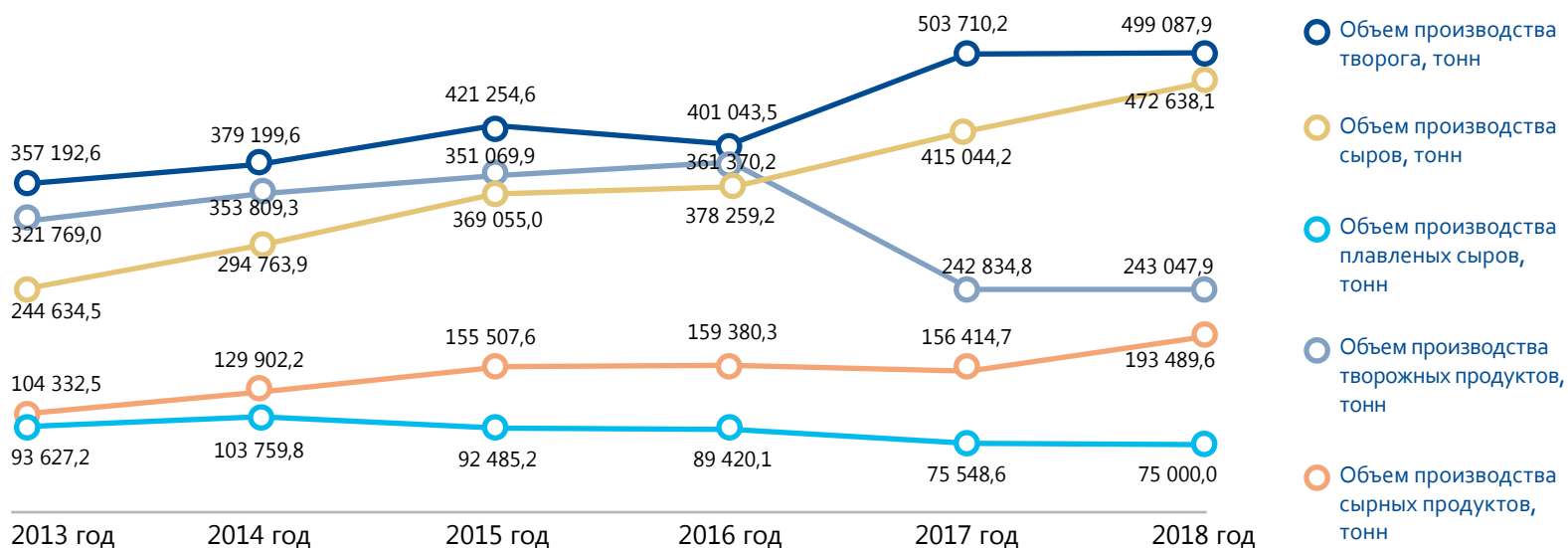
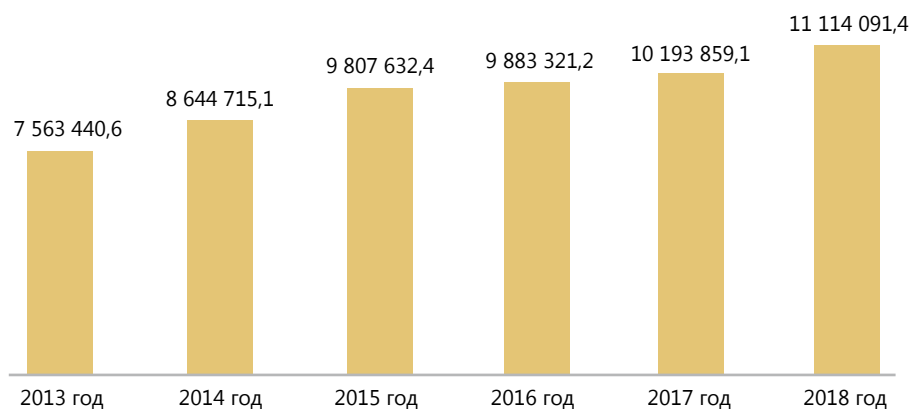


Рисунок 2. Объем производства сыров, сырных продуктов, творога и творожных продуктов в пересчете на молоко, тонн



74,9 %

По предварительным данным, в 2018 году Беларусь поставила в Россию 205,6 тыс. тонн сыра, на 8,7 % больше, чем в 2017-м, и на 74,9 % больше, чем в 2013-м. Запрет на поставки молочной продукции из Республики Беларусь, введенный Россельхознадзором в прошлом году, коснулся только молочного сырья, но не готовой продукции.

Рисунок 3. Объем рынка сыров в РФ, с учетом импорта, тонн



Рисунок 4. Экспорт сыров и аналогов из РФ, тонн

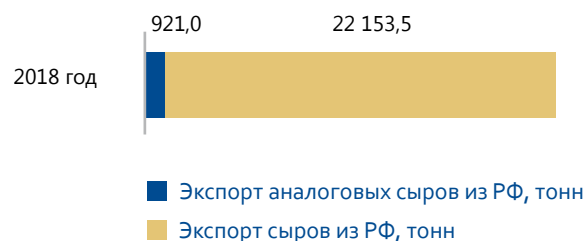
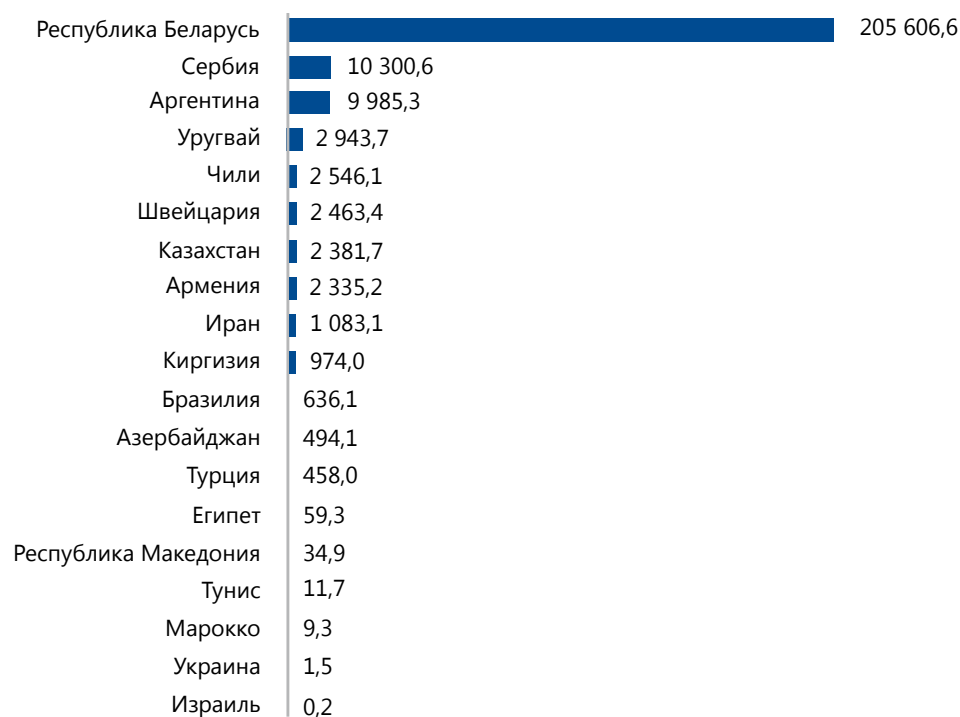


Рисунок 5. Импорт сыров в РФ в 2018 году, тонн



Российский потребительский рынок сыров на сегодняшний день насыщен. Но стоит отметить, что насыщенность и даже излишек на рынке наблюдается за счет роста производства сырных продуктов и импорта.

Рисунок 6. Импорт сыров (ТН ВЭД 0406) в РФ, тонн

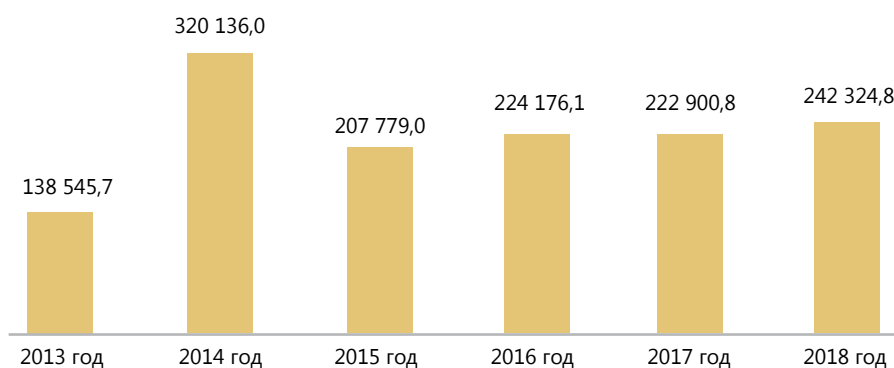
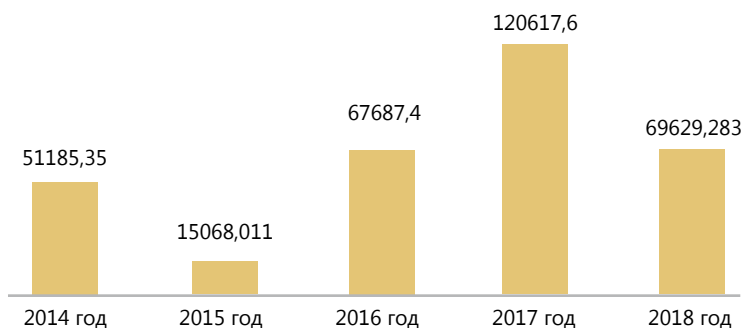


Рис. 7. Импорт аналоговых сыров (код ТН ВЭД 1901909100), тонн



46,9 % больше, чем в 2013-м (см. рис. 2). Однако стоит отметить, что в данном анализе сложно учесть фальсификат, присутствующий на российском рынке и снижающий реальные объемы производства молочной продукции в пересчете на молоко.

Российский потребительский рынок сыров на сегодняшний день насыщен. Но стоит отметить, что насыщенность и даже излишек на рынке наблюдается за счет роста производства сырных продуктов и импорта.

В 2018 году, по предварительным оценкам Центра изучения молочного рынка, излишек сыров на российском молочном рынке составил 178 603,6 тонны. Объем рынка сыров и сырных продуктов в 2018 году составил 1 030 007,3 тонны с учетом экспорта сыров и сыроподобных продуктов из РФ, притом что потребление составило всего 851 403,7 тонны (см. рис. 3, 4).

Неудивительно, что рынок перенасыщен. Так, производство сыров и сырных продуктов в стране растет так же, как и импорт, а потребление сыров фактически не меняется. В 2018 году потребление сыров продемонстрировало небольшой рост: с 5,7 до 5,8 кг на душу населения в год. Показатель экспорта сыров и сырных продуктов из России пока не столь значителен, чтобы оказывать существенное влияние на рынок (см. рис. 4).



Крупнейшим поставщиком сыров в Россию по-прежнему является Республика Беларусь (рис. 5), увеличившая свою долю в российском импорте после 2014 года до 80 %. По предварительным данным, в 2018 году Беларусь поставила в Россию 205,6 тыс. тонн сыра, на 8,7 % больше, чем в 2017-м, и на 74,9 % больше, чем в 2013-м. Запрет на поставки молочной продукции из Республики Беларусь, введенный Россельхознадзором в прошлом году, коснулся только молочного сырья, но не готовой продукции. Доля Республики Беларусь в поставках сыра в Россию выросла с 83,7 % в 2017 году до 84 % в 2018-м.

Выросли поставки сыров из Сербии до 10,3 тыс. тонн в 2018 году, рост к 2017-му году составил 8,4 %, по сравнению с 2014 годом – 38 %.

Третьим экспортером по объемам поставок сыров в Россию является Аргентина, увеличившая экспорт сыров в РФ на 19 % – до 9985 тонн.

Около 1 % в поставках сыров в РФ составляют доли Уругвая, Чили, Швейцарии, Казахстана, Армении. В целом импорт сыров в 2018 году вырос на 8,7 % – до 242,3 тыс. тонн (рис. 6). По сравнению с 2013 годом импорт сыров в Россию вырос на 75 %. Существенно изменились и экспортеры: среди стран – поставщиков сыра в Рос-

36 %

Импорт аналоговых сыров в Россию (продукция под кодом ТН ВЭД 1901909100) в 2018 году снизился на 42,3 % – до 69,6 тыс. тонн, что на 36 % выше уровня 2014 года (рис. 7, 8).

сию после введения эмбарго преобладают страны постсоветского пространства, Латинской Америки, Ближнего Востока и Северной Африки.

Импорт аналоговых сыров в Россию (продукция под кодом ТН ВЭД 1901909100) в 2018 году снизился на 42,3 % – до 69,6 тыс. тонн, что на 36 % выше уровня 2014 года (рис. 7, 8).

Крупнейший экспортер аналоговых сыров в РФ – Республика Беларусь. В 2018 году объем белорусских поставок продук-

ции под кодом ТН ВЭД 1901909100 составил 61,8 тыс. тонн (88,8 %), что на 47,7 % меньше, чем в 2017-м. Второе место по поставкам занимает Сербия – 6,9 тыс. тонн. Сербские поставки аналоговых сыров в Россию выросли по сравнению с 2017 годом в 3,4 раза – до 6,9 тыс. тонн (9,96 %). Сербию, как и Республику Беларусь, небезосновательно подозревают в резэкспорте сыров и сыроподобных продуктов из других европейских стран, попавших под действие эмбарго. Также аналоговые сыры попадают на российский рынок из Египта, Грузии, других стран постсоветского пространства, а также из стран Западной Европы и Дальнего Востока.

Российский экспорт сыров пока незначителен (рис. 9). В 2018 году Россия экспортировала, по предварительным данным, всего 22 тыс. тонн сыра. География поставок довольно широкая, но большая часть экспорта приходится на страны постсоветского пространства: Казахстан (48,14 %), Республику Беларусь (20,09 %), Украину (ДНР) (11,03 %), Азербайджан (5,9 %), Грузию (2,77 %), Узбекистан (2,76 %), Туркмению (2,74 %) и Киргизию (1,67 %). На другие страны приходится менее 1,5 % российского экспорта сыров.

Экспорт аналоговых сыров из России в 2018 году составил 920,9 тонны (рис. 10). Почти 100 % российского экспорта ТН ВЭД 1901909100 приходится на страны

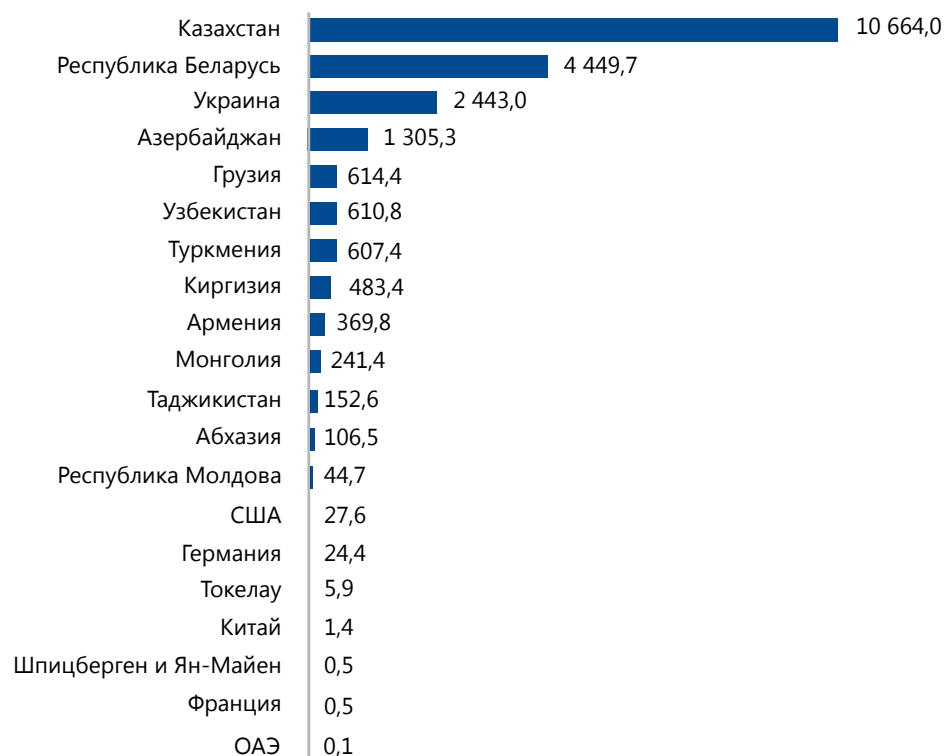
Рисунок 8. Импорт аналоговых сыров в РФ в 2018 году, тонн



22 тыс. тонн

В 2018 году Россия экспортировала, по предварительным данным, всего 22 тыс. тонн сыра. География поставок довольно широкая, но большая часть экспорта приходится на страны постсоветского пространства.

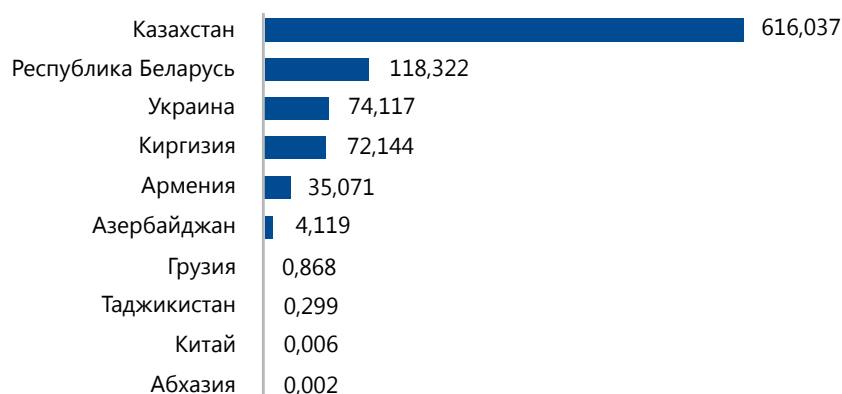
Рисунок 9. Экспорт сыров из РФ, тонн



постсоветского пространства, в первую очередь Казахстан (66,9 %), Республику Беларусь (12,8%), Украину (точнее, ДНР, 8 %) и другие постсоветские государства. В 2018 году было поставлено 6,18 кг аналоговых сыров в Китай, это крайне незначительный объем.

Идея наращивания экспортных поставок сыров и сырных продуктов из РФ при невысоком внутреннем потреблении в целом разумна, но требует значительных усилий со стороны властей по открытию зарубежных рынков и достижению благоприятных торговых условий для российских компаний. Сейчас весь наш экспорт направлен в страны ЕАЭС или шире – в страны постсоветского пространства. Можно также предположить, что Россия реэкспортирует сыры, сырные и сыроподобные продукты, закупленные в Республике Беларусь. В таком случае все постсоветское пространство выступает единым «молочным котлом», куда выливается белорусское молоко. Если Россия все-таки будет выходить с молочной продукцией, в частности с сырами и сырными продуктами, в страны дальнего зарубежья, там конкурировать ей придется прежде всего с Республикой Беларусь или, точнее, Республике Беларусь придется конкурировать со своей же продукцией, поставленной из России.

Рисунок 10. Экспорт аналоговых сыров из РФ, тонн



Многие связывают снижение потребления молочной продукции исключительно с падением платежеспособного спроса со стороны населения. Однако не стоит недооценивать фактор падающего доверия потребителей к молочной продукции. Данная ситуация вызвана рядом факторов, оказывающих существенное влияние на молочный рынок России, главным из которых является несовершенство технического регулирования отрасли.

Ключевая проблема российского рынка сыров, по мнению аналитиков Центра изучения молочного рынка, в том, что потребители не видят разницы между сырами и сырными продуктами, притом что натуральных «без заменителей молочного жира» сыров на рынке может быть недостаточно для удовлетворения спроса. Сырные продукты, произведенные в России, и импорт давят на рынок, и продукция уходит в складские запасы. Напомним, что на территории Таможенного союза сложилась уникальная для мирового молочного рынка ситуация, когда законодательно (на основании ТР ТС 033/2013) в перечень молочных продуктов введены продукты, произведенные с помощью замены молочного жира, фактически молочными продуктами не являющиеся.

Многие связывают снижение потребления молочной продукции исключительно с падением платежеспособного спроса со стороны населения. Однако не стоит недооценивать фактор падающего доверия потребителей к молочной продукции. Данная ситуация вызвана рядом факторов, оказывающих существенное влияние на молочный рынок России, главным из которых является несовершенство технического регулирования отрасли. Производство сырого молока в России растет, растут объемы производства сыров в пересчете на сырое молоко, однако отрасль попала в замкнутый круг установок на выпуск дешевой продукции с заменителями, которая, вместо того чтобы стимулировать потребление, снижает доверие к молочной продукции и сужает возможности для роста производства сырого молока в стране и развития молочного животноводства. **МП**



БАЛАНСТОРГ

КАЛЬЦИЙ ХЛОРИСТЫЙ ПИЩЕВОЙ ЖИДКИЙ 34%

От производителя в Республике Беларусь:
ООО "БалансТорг"

ПОЧЕМУ МЫ?



Наш продукт проходит 2 этапа фильтрации, проверку на показатели безопасности ТРТС каждые полгода.



Более 50 крупных молочных предприятий Беларуси доверяют нам свой выбор.



Индивидуальный подход к каждому клиенту



Производим Хлорид Кальция в сердце самой "молочной" страны СНГ - городе Минске.



Доставка в любую точку РФ

Удмуртская Республика



Площадь региона –

42 тыс. кв. км

Площадь земель
сельскохозяйственного
назначения –

1,845 млн га

Численность населения –

1516,8 тыс. человек,
34 % – сельского населения

Объем производства
молока, 2018 год, –

781,3 тыс. тонн (102,4 %)



Удмуртская
Республика



Подготовила: Полина
Макаренко

УДМУРТИЯ: СИЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА – СИЛЬНЫМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ

Удмуртская Республика уверенно двигается к лидирующим позициям по производству и переработке молока в РФ. По итогам 2018 года регион вошел в тридцатку лучших производителей молока в сельхозпредприятиях. Последние несколько лет объемы производства молока ежегодно растут, и на 2019 год плановые показатели составляют 783,2 тыс. тонн. О том, как формируется аграрная политика в Удмуртской Республике и какие направления государственной поддержки ждут молочную отрасль в 2019 году, рассказала **министр сельского хозяйства Ольга Абрамова** в рамках деловой программы на выставке SmartFarm.

Удмуртская Республика расположена в Приволжском федеральном округе, административным центром является город Ижевск. В административно-территориальный состав Удмуртии входят 5 городских округов, 25 муниципальных образований, 1 городской и 303 сельских поселения. Площадь сельскохозяйственных земель составляет 1,845 млн га, в использовании находятся порядка 1 млн га.

Население Удмуртии составляет 1 млн 516 тыс. человек, 34 % – это сельское население. В сельхозорганизациях работают порядка 30 тыс. человек. В структуре производства продукции сельского хозяйства – не только молочное, но и другие виды животновод-

ства, а также растениеводство. Особенность региона заключается в сохранении крупного товарного производства. Большая часть продукции сельского хозяйства, которая сегодня производится в регионе (на 71,5 млрд руб.), – это валовое производство сельскохозяйственных организаций.

Молоком и молочными продуктами Удмуртия обеспечивает себя с лихвой. Потребители приучены покупать местное, и, по данным статистики, около 80 % мясных и молочных продуктов, которые приобретаются на территории республики, изготовлены локальными производителями республики. Обеспечение населения мясом и овощами также находится на высоком уровне.

Молочная отрасль – сердце агропромышленного комплекса Удмуртской Республики. Сегодня здесь производится более 780 тыс. тонн молока в год, в следующем году планируется перешагнуть планку в 783 тыс. тонн. Регион находится на третьем месте в РФ по производству молока в сельхозорганизациях и прочно удерживает эту позицию. По данным на 2017 год, из 287 сельскохозяйственных организаций производством молока занимаются 264. Государственная поддержка молочной отрасли в последние годы находится на уровне 600–700 млн руб. Сумма субсидий на 2018 год составила 751,5 млн руб., ставка на 1 литр молока в 2018 году составляла 1,55 руб.

80%

Молоком и молочными продуктами Удмуртия обеспечивает себя с лихвой. Потребители приучены покупать местное, и, по данным статистики, около 80 % мясных и молочных продуктов, которые приобретаются на территории республики, изготовлены локальными производителями республики. Обеспечение населения мясом и овощами также находится на высоком уровне.



2018 год оказался очень непростым для молочников Удмуртии. Если в 2017 году цена на молоко составляла 23–24 руб. за 1 кг, то в мае – июле 2018-го его стоимость была уже 18,5 руб. при себестоимости молока в 2017 году на уровне 19,7 руб. за 1 кг. К концу 2018 года средняя закупочная цена на молоко в Удмуртской Республике держалась в пределах 22–23 руб. за 1 кг. И если за первое полугодие 2017 года чистая прибыль составила 2,5 млрд руб., то в 2018-м она составила всего 1,5 млрд руб. В связи с этим некоторые инвестиционные процессы затормозились.

Контроль эффективности и производительности

В Удмуртской Республике глубоко анализируют молочные предприятия и их показатели с точки зрения их эффективности. В настоящее время производство молока сосредоточено в хозяйствах с поголовьем не более 1000 голов (свыше 2000 голов имеет всего одно предприятие). Чаще всего производством молока занимаются фермы с количеством голов от 200 до 500, их доля в общей массе составляет порядка 30–35 %. Эффективность у таких производителей значительно ниже, чем у крупных товарных производств.

Кроме учета эффективности производства, в республике были сформированы группы по показателям продуктивности молочных предприятий. Именно по это-

му показателю производителям оказывается государственная поддержка.

На 71 % сельскохозяйственных организаций, продуктивность коров в которых составляет более 5000 тонн молока, приходится 87 % товарного молока. В 12 % СХО продуктивность коров составляет меньше 4 тыс. тонн. Мы ведем активную работу, в том числе через меры государственной поддержки, на то, чтобы нарастить их продуктивность. В 2018 году был запущен процесс идентификации крупного рогатого скота. На конец года бирки получили 80 тыс. коров, и в Удмуртии собрана полная региональная база данных по племенному молочному поголовью.

Основные затраты: корма и зарплата

Заработная плата и закупка кормов по-прежнему остаются одной из самых существенных статей затрат. Мы рассмотрели структуру себестоимости молока при трех разных технологиях доения, а также структуру затрат по этим трем предприятиям. Из таблицы видно, что заработная плата, например, на работе-дойере в стоимости литра молока составляет 2 руб. 41 коп. На линейном молокопроводе, а это в большей степени и распространено в республике, – 6 руб.! Это значит лишь одно: когда в работе есть человеческий фактор, возникает масса рисков, и становится очевидным, что надо двигаться в сторону технологич-

30–35%

В настоящее время производство молока сосредоточено в хозяйствах с поголовьем не более 1000 голов (свыше 2000 голов имеет всего одно предприятие). Чаще всего производством молока занимаются фермы с количеством голов от 200 до 500, их доля в общей массе составляет порядка 30–35 %.

ности. В связи с этим в конце 2017 года мы начали разрабатывать совместно с Ассоциацией «Союзмолоко» концепцию развития молочной отрасли, где сосредоточились именно на технологических вопросах и вопросах повышения эффективности.

При помощи государства

На сегодняшний день государственная поддержка сельского хозяйства Удмуртской Республики составляет 2 млрд 200 млн руб., из них порядка миллиарда – это сред-



ства Удмуртской Республики. 750 млн руб. из этой суммы уходит на поддержку молочной отрасли. Год назад субсидии на молоко распределялись в зависимости от продуктивности, как сказано в федеральных правилах, но без существенной разницы в коэффициентах по группам продуктивности. В 2019 году тактика поменяется. Мы говорим о том, что поддерживаем сильных производителей. Все понимают, что для того, чтобы корова давала 5 тонн молока, никаких особенных изысков не нужно. А вот когда мы начинаем развивать продуктивность, появляются вопросы генетики, вопросы содержания, существенного изменения в рационе. Поэтому в 2019 году субсидирование будет осуществляться с применением базовой ставки, к которой применяется поправочный коэффициент, учитывающий продуктивность.

Объединяя усилия

Есть и еще один важный аспект, который необходимо донести до сельхозпроизводителей, – кооперация. Есть проблемы доверия и личных взаимоотношений, которые тормозят процесс развития кооперации в регионе, да и в целом по России. Но когда есть две фермы, которые стоят рядом, и в каждой из них по 50 голов, нет смысла покупать два комбайна для каждой фермы!

Серьезное внимание уделяем вопросам генетики. И если мы в предыдущие годы и в текущем субсидировали, как положе-

750 млн руб.

На сегодняшний день государственная поддержка сельского хозяйства Удмуртской Республики составляет 2 млрд 200 млн руб., из них порядка миллиарда – это средства Удмуртской Республики. 750 млн руб. из этой суммы уходит на поддержку молочной отрасли.

но федеральными правилами, содержание племенных животных, мы субсидировали содержание племенных быков, сейчас мы трансформируем систему государственной поддержки по отношению к сельхозтоваропроизводителям, пытаюсь сделать так, чтобы каждый план селекционной работы, который разрабатывается на каждом нашем племенном предприятии, был настольной книгой, являющейся продолжением стратегии развития генетики на предприятии.

Много предприятий в республике нуждаются в качественных кадрах ветеринарной службы, управленцах и других рабочих специальностях. Это станет еще одним направлением для государственной поддержки в регионе.

Модернизация ферм и строительство новых ферм также актуально и поддерживается за счет средств бюджета Удмуртской Республики. Фермерам компенсируется стоимость одного ското-места при строительстве и при реконструкции, и это находит позитивный отклик у сельхозтоваропроизводителей. В этом году мы будем субсидировать и доильное оборудование, чтобы модернизация шла более интенсивными темпами.

Много усилий будет приложено к развитию малых форм хозяйствования, в том числе крестьянских фермерских хозяйств. В 2019 году в республике заработает бизнес-акселератор «Я – фермер!», в котором будут сопровождать КФХ от идеи до реализации проекта, помогая не только консалтингом, снижением административных барьеров, но и предоставлением грантов, которые сегодня предусмотрены в региональном бюджете. Второе направление, которое реализуется в сотрудничестве с местными сельхозтоваропроизводителями, – многопрофильность производства. Благодаря развитию технологий кадры из молочного животноводства можно перепрофилировать и таким образом обеспечить занятость населения. **МП**



Предприятие:
ООО «АРТЕЛЬ» –
производство твердых,
полутвердых и мягких
сыров по итальянским
технологиям

Год основания:
2016

Выпускают:
15 видов сыра: мягкие,
полутвердые и твердые

Площадь предприятия:
800 кв. метров

Расположено:
Санкт-Петербург

Мощность производства:
60 тонн в месяц





Текст: Полина Макаренко

Фото: Нина Слюсарева

ПЕТЕРБУРГСКИЙ СЫР В ИТАЛЬЯНСКИХ ТРАДИЦИЯХ

Петербург и Италия связаны давно и прочно – наследием великих итальянских архитекторов, популярностью итальянской кухни и итальянского кино у петербуржцев. А совсем недавно в городе появилось производство сыров по итальянским технологиям. Теперь сыры со звучными названиями моцарелла, страккино и качотта станут ближе не только жителям Северной столицы, но и других городов.

Современное сырное производство расположилось в индустриальном районе города, недалеко от центра Петербурга. Здесь на площади в 800 кв. метров находятся просторный и светлый производственный цех с сияющим оборудованием, камеры сушки сыров, камера отгрузки, склад готовой продукции, небольшая лаборатория, офис и помещения для персонала. Везде свежий воздух, стерильная чистота и безопасность, как в операционной.

Как рассказывает владелец предприятия Владимир Куценко, еще буквально пару лет назад арендованная ими площадь была в очень запущенном состоянии. Когда-то в здании распола-

галась плодоовощная база. Потом помещения стали сдавать под разные нужды: в них торговали стройматериалами, бытовой химией, алкоголем... Разное было. Поэтому фабрику сыра пришлось строить с нулевого уровня. Причем в буквальном смысле слова – здесь не только снимали асфальт, но и перекладывали коммуникации, устанавливали отдельный пищевой водопровод со специальной очисткой воды, монтировали масложироуловители и вентиляцию. Сразу же планировали свое производство так, чтобы можно было просто и быстро убирать в помещении, чтобы не было никаких запахов, повышенной влажности воздуха. Постоянно





Фабрика может производить до 60 тонн продукции в месяц и перерабатывать до 12 тыс. тонн молока в сутки. Чтобы соответствовать жестким стандартам производства качественного сыра, было принято решение закупать молоко у сертифицированных фермерских хозяйств в Ленинградской области.





советовались с итальянскими коллегами, которые проектировали всю производственную часть, с представителями Роспотребнадзора. Ошибки и недочеты учитывали и исправляли, дневали и ночевали на стройке. Может быть, поэтому завод был построен очень быстро и без проблем прошел все необходимые проверки. Строительство началось летом 2016 года, а в январе 2017-го в готовом цехе можно было начинать производственный процесс.

Но прежде всего персоналу компании пришлось пройти целый курс сыроварения у итальянских коллег. Обучать секретам мастерства ООО «АРТЕЛЬ» приехал Энцо Макарелли, известный технолог и сыровар. В течение пяти дней на новом производстве кипела работа: варили и пробовали сыры, учились работать с заквасками, принарабливались к итальянской рецептуре и оборудованию. По ночам исправляли собственные ошибки, а днем двигались дальше. А потом... на некоторое время закрыли предприятие, чтобы полностью освоить все необходимые приемы сыроварения и докупить недостающее оборудование.

Производить сыр в более или менее промышленных масштабах начали только в апреле 2017 года. Сегодня предприятие загружено не на полную мощность, но идет постепенное наращивание объемов. Не прекращается поиск надежных поставщиков молока и покупателей готовой продукции. Фабрика может производить до 60 тонн продукции в месяц и перерабатывать до 12 тыс. тонн молока в сутки. Чтобы соответствовать жестким стандартам производства качественного сыра, было принято решение закупать молоко у сертифицированных фермерских хозяйств в Ленинградской области.

На фабрике работают всего семь человек. Все процессы максимально автоматизированы, каждый участок линии тщательно продуман. Это принципиальная позиция владельцев компании – устанавливать машины везде, где это возможно. Во-первых, это экономически оправдано в бизнесе, где на счету каждый рубль, а во-вторых, значительно снижается влияние на производство человеческого фактора и уменьшается количество ошибок. Правда, при расширении производства и переходе на работу в две смены количество персонала придется увеличить, но основные производственные процессы останутся неизменными.

После приемки молоко охлаждается и проходит через пастеризатор. После этого оно заливается в ванны, где и варится сыр. В определенное время в ванну закладываются необходимые травы и специи. Если варится моцарелла, сырная «заготовка» отправляется в специальный бункер, в котором постоянно перемешивается механическими «руками». Затем сыр проходит через барабан





На территории предприятия применяются передовые разработки по дезинфекции и удалению плесени, которые создают на производстве идеальную чистоту и позволяют полностью избавиться от различных видов микробов и плесени.

с различными формами, который делает из заготовки шарики разного веса, колбаски и т. д. Сформированные шарики моцареллы по транспортеру подаются на упаковщик, запечатываются, а затем отправляются в холодильную камеру.

Если же в планах стоит изготовление твердых или полутвердых сыров, заготовки помещают в специальные формы для прессования с разным рисунком и придают ему хорошо знакомую форму. Затем сыр отправляют в ванну для соления. Сыр посолился – вынимают, взвешивают и отправляют в камеру сушки. Там его покрывают специальным лаком, чтобы не пересушить и предохранить от появления плесени. В течение нескольких дней сыр сушится и затем оставляется для вызревания. Готовую продукцию автоматически нарезают на порционные куски и также автоматически упаковывают.

– Берешь сыр, кладешь его – автомат взвешивает, вычисляет диаметр и высоту головки сыра. И тут же режет на куски заданного веса, – с гордостью рассказывает Владимир Куценко. – Раньше приходилось резать ножом, по 15–20 минут с каждой головкой маялись, а теперь нарезка одной головки сыра занимает меньше минуты! Так что после упаковки сыр сразу можно отправлять поставщикам.

Кстати, производство практически безотходное – оставшуюся после варки сыров сыворотку рачительные хозяева компании используют для производства рикотты. Так как рикотта хранится всего 5–7 дней, ее отправляют в гомогенизатор, который позволяет увеличивать срок хранения до 20–30 суток. На территории предприятия применяются передовые разработки по дезинфекции и удалению плесени, которые создают на производстве идеальную чистоту и позволяют полностью избавиться от различных видов микробов и плесени.

Кроме моцареллы и рикотты, в линейку мягких сыров входит страккино. В ряду полутвердых сыров представлены качотта, капра (из козьего молока), але ноци (с выраженными ореховыми нотами), паприка (с добавлением перца чили), аглио (с чесноком и прованскими травами), пепе nero с черным перцем и кумином (с тмином). «Королевским» полумягким сыром здесь по праву считают тартуфо – сыр с добавлением черного трюфеля. Есть в ассортименте и сыры с добавлением кориандра, пажитника и другими ингредиентами. Все это сырное великолепие пока еще не очень доступно рядовому покупателю, продвижение и распространение продукции требует времени и усилий. Но можно не сомневаться, что отличные вкусовые качества и большой ассортимент сыров в ближайшее время помогут компании уверенно занять свою нишу на рынке качественной отечественной продукции. **МП**



Владимир Куценко:

«Культуры потребления сыра в России пока что нет»

Гость:
Владимир Куценко,
владелец ООО «АРТЕЛЬ»

Текст:
Полина Макаренко

Фото:
Нина Слюсарева

Когда из России исчез хороший сыр, Владимир Куценко решил открыть сырное предприятие. Не нашел под это подходящего помещения – сделал его сам. Сети не хотели брать продукцию – шел продавать сыр на ярмарки и выставки. Несмотря на многочисленные трудности, энергичный и полный энтузиазма предприниматель не сомневается в успехе своего дела и не хочет производить дешевую продукцию. О том, как развивается итальянское сыроделие в Петербурге, владелец компании «АРТЕЛЬ» рассказал нам в откровенном разговоре.

– Владимир, почему сыры? Вы раньше занимались выпуском продуктов питания?

– В пищевой промышленности у меня уже большой опыт. Я долго работал с упаковочным оборудованием, изучал, как увеличить сроки хранения продукции без консервантов, только при помощи упаков-

ки. В 2003 году мы с партнерами открыли в Эстонии небольшой завод по производству мясных снеков, который работает и по сей день. На этом предприятии мы ежемесячно выпускаем около семи тонн продукции, которую отправляем в Финляндию, Швецию, Швейцарию и другие страны. Кроме того, в России у нас работает розничная



сеть магазинов с белорусской продукцией. В 2016 году мы познакомились с итальянскими производителями оборудования для производства сыров, которые предложили нам открыть сыроварню при магазине.

– Чтобы покупатели могли смотреть, как делают сыры?

– Да, и тут же могли бы их купить. Мы заинтересовались, начали считать. Этот проект мы так и не запустили: слишком дорого выходило. Но от идеи открыть собственное производство сыров не отказались. Тем более что после введения санкций хороший сыр с прилавков практически исчез. То, что предлагалось в магазинах, нас совершенно не устраивало.

– С чего начали?

– Своего опыта в производстве у нас не было. Мы отправились в Италию. Посетили несколько сырных производств, больших и очень маленьких. И, все подсчитав, приняли решение арендовать небольшое помещение и начать производство. Подходящих предложений долго не было. Вместо запланированных помещений в 200 метров мы стали смотреть площади в 300, потом в 400 квадратных... Но все это было не то! Тогда мы решили, что не будем искать готовое помещение, а сделаем



«Делать дешевую моцареллу ни за что не будем – у нас уже выпускается 15 сортов сыра, есть эксклюзивные рецепты и множество идей».

его сами. Нам предложили 800 квадратных метров на бывшей плодоовощной базе. Здание сдавалось в аренду разным фирмам, и чего там только не было! Торговали водкой, стройматериалами... Полгода нам понадобилось на то, чтобы превратить эту площадь в современное предприятие пищевого производства.

– Очень оперативно!

– Честно говоря, дневали и ночевали со строительной бригадой на будущей сыроварне. Вывезли более 90 кубов асфальта! Заменяли трубы канализации, устроили отдельный пищевой водопровод, залили бетонные полы, сделали вентиляцию, установили масложироудалители, парогенераторы... Часть проекта была выполнена итальянцами, часть – российскими подрядчиками, мы постоянно консультировались с Роспотребнадзором, вносили необходимые корректировки. К декабрю 2016 года наше помещение было полностью готово к проверке, мы закупили итальянское оборудование для производства сыра и начали его монтаж.

– Вы используете только итальянское оборудование?

– Для изготовления сыров – да, только его, но кое-что приобрели и на местном рынке. Например, ванны, столы, емкости для хранения молока мы купили здесь и адаптировали под имеющуюся линию.

– Итак, вы смонтировали оборудование и стали варить сыр...

– Не сразу. Сначала прошли курс обучения у итальянских производителей. Мы собирались производить мягкие сыры: моцареллу, страккино и качотту. Закупили



16 тонн молока и пять дней варили и варили сыры вместе с итальянцами. Параллельно учились работать на установленном оборудовании, отлаживали его и подстраивали. Вечером наши учителя отправлялись на отдых, рассказав о том, что было сделано неправильно. А мы оставались на производстве и до поздней ночи исправляли ошибки, чтобы завтра можно было двигаться дальше. Только в апреле 2017 года мы начали варить сыр на продажу.

– Молоко покупаете в Ленобласти?

– Да, у местных совхозов. Пробуем разных производителей. К сожалению, очень не хватает молока стабильного качества. То вдруг белок невысокий у молока, то плохая соматика... Были и ситуации, когда молоко разбавляли водой. У нас же своя лаборатория, и мы это сразу видим. Стали вешать пломбы на цистерну, молоко пропадать перестало. С этим справились, но кое-какие проблемы все равно остаются. Хотим найти надежного поставщика.

– Сложно было выйти на рынок? Сыров ведь сейчас производится много, той же моцареллы...

– Очень сложно было пробиться. Взять хотя бы ту же моцареллу, которая продается в мелких лавках, небольших магазинчиках. Я долго не мог понять, почему у нас не хотят брать нашу продукцию в упаков-

«В Петербурге и Москве качественный сыр по себестоимости не может стоить меньше 550 рублей, кто бы что ни говорил. Считаем все наценки, получаем 1200–2000 рублей за килограмм сыра в рознице».

ке, а берут в ведрах. Это же полная антисанитария! Мы тут на производстве воду стерилизуем, а ведро с моцареллой стоит на прилавке, и продавец ее оттуда весь день берет руками. А потом догадался: упакованная моцарелла просто не так выгодна. В упаковке, допустим, 50 граммов, и все. А из ведер моцарелла продается на вес, и, поскольку впитывает в себя много жидкости, вес ее получается несколько больше... Другой пример. Пытались организовать поставку в одну пиццерию. Им показалось, цена слишком высокая. Конечно, мы

делаем моцареллу только из молока, никакой лимонной кислоты или плавителей для удешевления не добавляем. Тогда мы купили несколько популярных видов моцареллы от разных производителей. Сняли со всех упаковки, пронумеровали образцы. Естественно, в том числе и нашу моцареллу положили. И в пиццерии выбрали именно ее. Я знаю пиццерии, куда поставляется наша продукция, только там пиццу теперь и покупаю – вкусно!

– Вот вы говорите – лимонная кислота, плавители... а потребитель-то знает, что моцарелла может быть разной?

– Потребитель наш ничего не знает. Мы сами моцареллы перепробовали сортов сорок, а то и пятьдесят, чтобы понять, что хорошо, что плохо, чтобы научиться сравнивать. А нам в сетях говорят – у нас уже есть три сорта моцареллы на полке, больше нам не надо. Так что потребителю особенно и выбирать не из чего. Да и вообще в целом культуры потребления сыра в России пока что нет. Вот с чем у вас ассоциируется сыр? Российский с дырочками?

– Бутерброд с сыром.

– Вот именно, бутерброд. В других странах не так. Например, во Франции в ресторанах подают сырную телегу к вину, где сортов 15 выложено. И ты можешь немного попробовать того, другого. К одному вину,



Владимир Куценко:

«Потребитель наш ничего не знает. Мы сами моцареллы перепробовали сортов сорок, а то и пятьдесят, чтобы понять, что хорошо, что плохо, чтобы научиться сравнивать. А нам в сетях говорят – у нас уже есть три сорта моцареллы на полке, больше нам не надо. Так что потребителю особенно и выбирать не из чего».

к другому... А у нас? Плюс на рынке очень много сырного продукта. Так откуда взяться культуре?

– Сырный-то продукт понятно почему – платежеспособность падает.

– Это опять вопрос о культуре потребления. Она не подразумевает, что человек за один присест съедает полкило сыра. В Петербурге и Москве качественный сыр по себестоимости не может стоить меньше 550 рублей, кто бы что ни говорил. Считаем все наценки, получаем 1200–2000 рублей за килограмм сыра в рознице. Конечно, сразу кажется, что это дорого! Но если не есть его килограммами, а понемногу, как это и принято в других странах, получая удовольствие от каждого кусочка, то 400 граммов хорошего сыра – это удовольствие на неделю. У меня в холодильнике всегда пять-семь видов сыра, и хватает этого очень надолго.

– Мы же говорим не о моцарелле сейчас, а о твердых и полутвердых сырах. Вы ведь тоже их производите.

– Мы съездили на несколько продуктовых выставок в Москву и поняли, что очень большой интерес проявляют к полутвердым сырам. Организовать поточное производство таких сыров оказалось не просто, его нужно фасовать, ему нужны формы. Наши отечественные производите-

ли ничего не смогли нам предложить быстро, везде предлагали ждать пресс, формы по 2–3 месяца. Пришлось покупать формы в Испании. Поначалу делали сыры самопрессованием, потом все же приобрели российский пресс. В июне 2017-го начали делать полутвердые сыры, заложили 35 тонн. Ездим с ними на выставку. Сыры посетителям нравятся, уже отправляем партии во Владивосток, Нижневартовск, Калининград, Омск, Архангельск... Понемногу пока, но процесс пошел.

– Вы делаете под своим брендом или производите продукцию для СТМ?

– Почти все мы делаем под своим брендом, но начали активную работу с СТМ. Сотрудничаем с «Молочной культурой», ожидаем аудита «Ашана», пытаемся выйти и в «Перекресток», и в «Пятерочку». В «Пятерочке» у нас уже был опыт продаж – поставили туда 8 тонн моцареллы и все было распродано, правда, по низкой цене. Пока мы новые, никто нас не знает и не готов платить адекватную цену за наши сыры, хотя, как я уже говорил, наша моцарелла делается только на естественном созревании. И в других сырах мы используем лишь натуральные ингредиенты: черный перец, чеснок, который мы мелем, а не покупаем в порошке, тимин, красный перец и так далее. Все рецептуры разрабатываем сами.

– Вы не планировали открыть собственные магазины? Может быть, в бизнес-центрах каких-то арендовать место? Или продвигать свои сыры через винные лавки?

– При производстве магазин делать нет смысла, добираться сюда очень неудобно, да и место неподходящее. Место должно быть очень проходимое. К сожалению, в наших бизнес-центрах просто неподъемная для предпринимателей стоимость аренды. 10 000 рублей в месяц квадратный метр, а помещения-то не по метру снимать надо! Представляете, сколько сыра нужно продать, чтобы ее хотя бы отбить. Мы продвигаем свою продукцию на выставках, на ярмарках. Ездили, например, на ярмарку в Истру, которую организует Олег Сирота. Он большой молодец, сделал все отлично! Продажи превзошли наши ожидания. Хорошо, что взяли сыра побольше! Просто руки отваливались к концу ярмарки – устали резать сыр, к нам стояла огромная очередь.

– Сколько инвестировали в проект сырного производства?

– Около 60 миллионов рублей. Все это наши собственные средства. Пока деятельность по сырам убыточная, мы финансируем ее из других источников. Но уверены, что сможем выйти на прибыльность. Но делать дешевую моцареллу ни за что не будем – у нас уже выпускается 15 сортов сыра, есть эксклюзивные рецепты и множество идей. **МП**

Эксперт:

**Таисия
Мортенсен,**
генеральный
директор компании
ООО «Фермерская
сила»

Фото:
предоставлены
компанией



ХОРОШ УХОД – ХОРОШИ И ТЕЛЯТА!

Пять базовых принципов для успешного выращивания молодняка КРС

Ни для кого не секрет, что здоровые телята – залог будущей молочной продуктивности и экономики хозяйства. Здоровье коровы закладывается в первые три месяца жизни теленка, поэтому исключительно важно соблюдать базовые принципы по уходу и содержанию телят. В этой статье мы хотим поделиться многолетним опытом работы по выращиванию здорового молодняка и дать практические советы фермерам. С небольшими поправками этот материал также будет интересен и тем, кто выращивает козлят или ягнят.

Базовые принципы содержания молодняка можно в буквальном смысле слова пересчитать по пальцам одной руки. Однако ни одним из них не следует пренебрегать, если ставить перед собой цель вырастить здоровое потомство. Рассмотрим их по порядку.

Вентиляция. Свежий воздух необходим для снижения уровня аммиака и предотвращения респираторных заболеваний. К наиболее правильным и близким к природным условиям можно отнести «холодное» содержание телят в домиках. В них должно быть несколько вариантов вентиляционных клапанов – сверху и снизу домика – для возможности выбора разных режимов в зависимости от времени года.

К наиболее правильным и близким к природным условиям можно отнести «холодное» содержание телят в домиках. В них должно быть несколько вариантов вентиляционных клапанов – сверху и снизу домика – для возможности выбора разных режимов в зависимости от времени года.

Если животные содержатся внутри телятников, следует устроить мощную систему вентиляции, которая обеспечивала бы хороший воздухообмен, но исключала бы сквозняки.

Подстилка. Казалось бы, очевидно, что она должна быть комфортной, свежей, и самое главное – сухой. Но поддерживать подстилку в таком состоянии трудозатратно: это требует качественного менеджмента, организации хранения подстилки и усилий персонала. И тем не менее оставлять без внимания этот параметр нельзя. Самое простое – провести тест, когда оператор встает на колени в клетки или домике теленка на 3–5 минут. Если колени сухие, значит, все в порядке, если же про-

мокли – пора менять подстилку. Кроме того, необходимо соблюдать определенные требования и к количеству подстилки: ее должно быть достаточно, чтобы теленок мог укрыться, угнеститься в ней, защищаясь от сквозняка и холода. Это особенно важно в первые две недели жизни.

Температура. Главное, о чем нужно помнить при содержании молодняка в домиках, – жара летом страшнее, чем холод зимой. Вот несколько практических рекомендаций по выбору домиков индивидуального или группового содержания, которые позволят сделать правильный выбор.

По толщине пластик для домиков должен быть толстым, непроницаемым для солнечных лучей, защищенным от нагревания. Следует обратить внимание на наличие достаточного пространства внутри домика. Желательно, чтобы домик был монолитным – чем меньше запчастей, тем он проще в обслуживании. Прочность и толщина используемого для домиков пластика должна быть рассчитана на максимально возможный срок службы до замены. Мы советуем ориентироваться на гарантии от 10 и более лет, это позволит фермерам считать не только инвестиционные, но и операционные затраты. Выше мы уже упомянули о необходимости воздухообмена в домике, который обеспечивается клапанами. Стоит обратить внимание на наличие дверей для кормления и подсыпки подстилки с разных сторон домика. Они должны быть функциональны, оставаться закрытыми или открытыми столько, сколько требуется фермеру. И еще один совет – заранее подумать об аксессуарах, заграждениях и дополнительных опциях. Понадобятся ли укрытия для концентратов? Надо ли предусмотреть наличие кормовой двери или же телята будут выгуливаться и кормиться с заграждения? Нужны ли попоны для согревания телят в зимний период? Все эти вопросы необходимо задать себе перед покупкой домиков.

Если телята выращиваются в помещении, правило другое: влажность хуже грязи. То есть необходимо следить за уровнем температуры и влажности в телятнике и регулировать его по мере необходимости.

Кормление. Следует внимательно относиться к протоколам, которые используются на ферме, и четко понимать, почему были приняты те или иные решения.

Поговорим об этом подробнее. Существуют две ключевые стратегии выпойки молодняка: молоком или заменителем молока (ЗЦМ).

Преимущества ЗЦМ:

- Стабильное качество.
- Легкий менеджмент и обращение с ним.

Рисунок 1. Зависимость объема надоя в первую лактацию коровы от среднесуточного привеса в первые полгода жизни

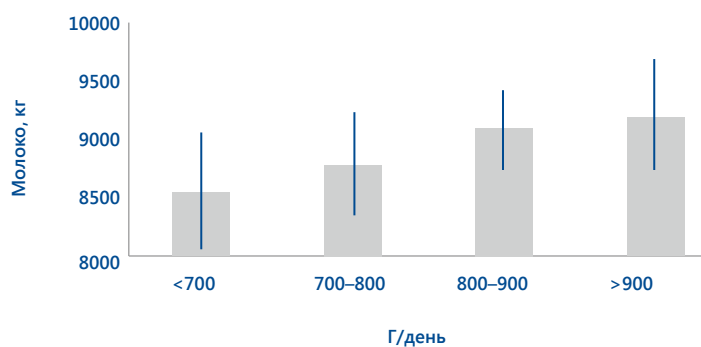
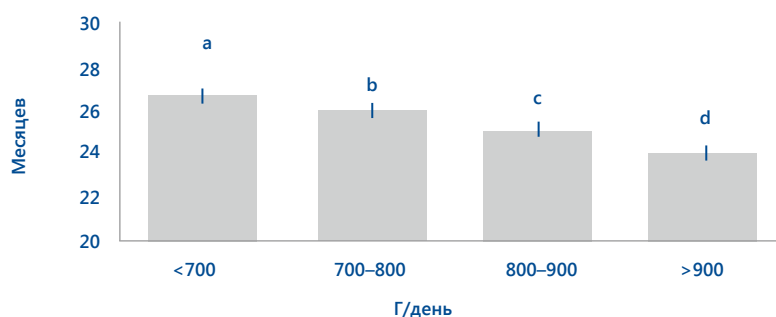


Рисунок 2. Зависимость между привесом в детском возрасте и готовностью к отелу



Прочность и толщина используемого для домиков пластика должна быть рассчитана на максимально возможный срок службы до замены. Мы советуем ориентироваться на гарантии от 10 и более лет, это позволит фермерам считать не только инвестиционные, но и операционные затраты.

Недостатки сырого молока:

– Необходима пастеризация молока, а это дополнительное звено в технологической цепочке (более того, мы рекомендуем пастеризовать и молозиво, но это тема для отдельной статьи).

– Содержание сухого вещества в молоке должно быть не менее 13 %.

– Сложно планировать наличие в нужных объемах.

Если содержание сухого вещества в молоке меньше 13 %, мы рекомендуем добавлять ЗЦМ. Количество молока или ЗЦМ в день должно составлять минимум 15 % от веса теленка. Современные рекомендации называют объем выпойки в 9 литров в день: 3 раза по 3 литра или 2 раза по 4,5 литра для голштинов. Для телят породы джерси этот объем на 10 % меньше. В холодную погоду следует повышать объемы из расчета +1 литр на каждые 10 градусов ниже +15 °C или +0,1 литра на каждый градус меньше +15 % в окружающей среде теленка и в зависимости от сезона. Например, если объем выпойки составляет 9 литров, то при температуре +5 °C => 10 литров. При температуре –5 °C => 11 литров. При температуре –10 °C => 12 литров.



Признаком качественно организованной выпойки является спокойное сонливое поведение телят после еды, отсутствие большой активности. При большом количестве слюны и содержании в группах пропадает такой феномен, как перекрестное обсасывание у телят.

Что касается воды, то зимой мы советуем давать теплую воду через полчаса после выпойки молоком. Стоит контролировать потребление воды телятами, так как это может помочь выявить грядущие заболевания.

Концентраты предлагаем начинать вводить в возрасте семи дней жизни, также контролировать их потребление и давать по мере поедания. Чем больше теленок будет выпивать воды, тем больше он съест концентратов. Грубые корма можно начать добавлять в возрасте двух недель. Если теленок не готов, он не будет их есть, но как только телята проявляют заинтересованность и начинают жевать, грубые корма должны быть в доступе.

Очень важно обучить персонал технологически корректной выпойке, обратить внимание на подачу концентратов и их качество, а также наличие воды.

Важно помнить, что медленная выпойка повторяет природный механизм. При быстром сосании в пищевод попадает слишком много молока, которое при попадании в рубец приводит к пищеварительным расстройствам. Природный механизм медленного сосания в сочетании с правильным положением шеи теленка вызывает рефлекс, при котором происходит смыкание пищевода желоба в форме трубки, и та-

ким образом молоко попадает в сычуг, минуя рубец. Для этого высота соски, из которой пьет теленок, должна быть не более 60 см от поверхности, на которой стоит теленок (как высота вымени у коровы).

Для здоровья теленка жизненно важно, чтобы все молоко попадало в сычуг малыми порциями. Если молоко попадает в рубец в результате быстрого заглатывания, кормления через дренч или при выпойке с ведра, это может вызвать боли в кишечнике. Ферменты в рубце не способны переваривать молоко. Молоко в рубце – это главная причина ацидоза рубца и отсутствия привесов.

Если же теленок пьет медленно, примерно литр молока за 4–5 минут, вырабатывается большое количество слюны. Слюна повышает местный иммунитет за счет содержащихся в ней природных антибиотиков и поддерживает баланс pH в сычуге, способствуя корректному створаживанию. По сути, это единственный природный антибиотик, доступный для теленка после молозива. В слюне содержатся основные ферменты, необходимые для усвоения жиров. Медленное поступление молока в сычуг и большое количество слюны дает время ферментам переварить молоко. Крайне важно, чтобы лактоза из молока сначала переваривалась в сычуге, а не попадала напрямую

в кишечник. При контакте с сырым молоком или лактозой происходит быстрый рост разнообразных бактерий в кишечнике, таких как кишечная палочка. Это является основной причиной возникновения пищевой диареи у молодняка.

Признаком качественно организованной выпойки является спокойное сонливое поведение телят после еды, отсутствие большой активности. При большом количестве слюны и содержании в группах пропадает такой феномен, как перекрестное обсасывание у телят. Это положительный момент, так как за счет этого сохраняются кератиновые пробки в сосочках у телят при содержании в группе, что, в свою очередь, снижает риск развития маститов в первотелках на раздое, а также снижает риск неработающих долей вымени у первотелок. При некорректной выпойке у телят наблюдается кашель, прерывание процесса сосания, когда молоко попадает «не в то горло». В процессе выпойки можно услышать характерный стук клапанных быстрых сосок. После выпойки наблюдается беспокойное поведение из-за плохого самочувствия, обсасывание клетей, домиков, других телят из-за недостатка выделения слюны.

Менеджмент – это рутины очистки, поддержания санитарии, регулярные обмеры животных, сбор аналитики и принятие решения на основе данных.

Говоря о выращивании телят, нельзя обойти вниманием общую экономику. Объем надоя в первую лактацию коровы имеет прямую зависимость от среднесуточного привеса этого же животного в первые шесть месяцев жизни (см. рис. 1). Чем выше среднесуточный привес в первые месяцы жизни, тем больше будет продуктивность у коровы. На ферме из этого исследования у контрольной группы продуктивность выросла до 9200 кг.

Возраст первого отела также имеет прямую зависимость от среднесуточного привеса в первые шесть месяцев. На рис. 2 хорошо видна зависимость между привесом в детском возрасте и готовностью к отелу в более раннем возрасте. Более 900 граммов привесов у телят в день дадут возможность принять первый отел в 24 месяца, так как половозрелость определяется не возрастом, а весом животного.

Конечно, в рамках одной статьи невозможно рассмотреть все аспекты такого непростого дела, как выращивание молодняка. В каждом из рассмотренных нами принципов есть свои нюансы, о которых можно было бы написать целый трактат. Поэтому в случае возникновения сомнений в правильности своих действий или плохого самочувствия молодняка лучше всего обращаться за неотложной помощью к специалистам. **МП**



МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ

17-я Международная выставка
оборудования и технологий
для животноводства, молочного
и мясного производств

19-22 февраля 2019

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



md-expo.ru



Организатор
Группа компаний ITE
+7 (499) 750-08-28
md@ite-expo.ru

7 759 уникальных посетителей из 39 стран мира
237 компаний-участников из 25 стран мира
10 000 м² выставочной площади
4 полных дня деловых мероприятий

Автор:

Елена Пономарева,
кандидат экономических наук, генеральный директор компании «Лаборатория трендов», доцент кафедры менеджмента БГТУ «Военмех»

Растительное молоко полностью соответствует ЗОЖ – у него невысокая калорийность, оно подходит веганам и людям с непереносимостью лактозы, не содержит холестерин и животные белки, содержит растительные белки. Но сравнение его с обычным молоком некорректно – это два принципиально разных продукта.

ТРЕНД НА ЗОЖ: ЧТО ПРИДЕТ НА СМЕНУ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

На российском рынке набирает скорость тренд на здоровый образ жизни. Все больше потребителей стараются придерживаться здорового образа жизни – меняются пищевые привычки, растет количество людей, посещающих спортзалы, россияне чаще задумываются о профилактике, растут рынки платных медицинских услуг и страхования. Тренд находит свое отражение и в сегменте продуктов питания, которые позиционируются как функциональные, инновационные, полезные, удобные, органические и т. д. Заметным событием на рынке стало появление новой товарной категории – растительного молока.

Людей, действительно приверженных здоровому образу жизни, по оценкам «Лаборатории трендов», не более 3–5 %. Остальные стараются его придерживаться, регулярно «соскакивая» в сторону вредной пищи (например, фастфуда), пропуская тренировки и не следуя предписаниям врачей. Рост заболеваемости становится одним из основных стимулов для россиян задуматься о своем здоровье. Например, по итогам 2017 года почти 2 млн жителей страны имели диагноз «ожирение».

Исследование РБК, в ходе которого было опрошено более 4 тыс. человек, выявило, что занимаются спортом дома или в спорт-

зале чаще одного раза в неделю около 9 % жителей России. Регулярно ходят в спортзал около 2,5 % населения страны. Отказаться от посещения спортивных клубов, если вырастет стоимость абонементов, готовы около 5 % опрошенных, а около 21 % будут искать для занятий более дешевый вариант. Одновременно с этим, по оценкам экспертов, в Москве и Санкт-Петербурге спортом в разных формах и с разной регулярностью занимается почти четверть трудоспособного населения. В этом проявляется разница в глубине проникновения трендов. В первую очередь ЗОЖ пришел в обе столицы, затем начал движение по стране. По данным

исследования ВЦИОМ, за последние пару лет количество людей, занимающихся спортом, выросло в России на 15 %.

С учетом роста заболеваемости населения болезнями сердца, желудочно-кишечного тракта, ожирением и сахарным диабетом и интереса россиян к занятиям спортом, можно ожидать, что в ближайшие годы ЗОЖ будет все глубже проникать на российские рынки. Рынок продуктов питания, в частности молочной продукции, реагирует на происходящие изменения в поведении потребителей. Согласно исследованию компании Deloitte, проведенному в 2017 году, зарубежные потреби-



тели в качестве критериев при принятии решения о покупке продуктов питания рассматривают не только традиционные вкус, качество и цену, но и оценивают их влияние на здоровье, самочувствие и вес, безопасность (отсутствие вредных ингредиентов и добавок) и прозрачность (понимание потребителями технологий производства, рецептур и используемого сырья). Если на помощь в соответствии последнему критерию приходит система «Меркурий», то безопасность и польза для здоровья – это критерии, которые позволяют производителям эффективно отпозиционироваться от конкурентов, в том числе за счет инновационных молочных продуктов, которых ранее на рынке не было. Например, в 1990-х годах на российском рынке появились первые йогурты, без которых россияне сейчас уже не представляют свою жизнь. Одна из последних новинок, которая стала ответом на ЗОЖ-тренд, – это растительное молоко. Как и в случае с йогуртами, оно пришло из-за рубежа.

Несмотря на то, что большинство рынков продуктов питания начали активное движение в сторону «оздоровления» ассортимента, ни за рубежом, ни в нашей стране пока нет единого четкого понимания, что же такое ЗОЖ-рынок – какие продукты и категории его составляют и как определяются его границы (например, в чем отличие продуктов для здорового питания от органических). Сегодня

С учетом роста заболеваемости населения болезнями сердца, желудочно-кишечного тракта, ожирением и сахарным диабетом и интереса россиян к занятиям спортом, можно ожидать, что в ближайшие годы ЗОЖ будет все глубже проникать на российские рынки. Рынок продуктов питания, в частности молочной продукции, реагирует на происходящие изменения в поведении потребителей.

рынок ЗОЖ формируют следующие сегменты: продукты питания, БАДы, товары для фитнеса, спортивное питание, услуги диетологов, фитнес-услуги, часть рынка медицинских услуг и др. Разные эксперты предлагают свои вариации структуры рынка, поэтому оценить его емкость невозможно даже примерно.

Здоровье на полке

Если же говорить о продуктах для здорового питания, ситуация аналогичная. В магазинах можно найти товары, позиционируемые как функциональные, органические, инновационные, здоровые, используемые маркетологами для привлечения внимания потребителей, заботящихся о своем здоровье и контролирующих вес:

- полезные снеки и напитки для потребления на ходу формата to go (например, йогурт «Активиа Drink & Fit» от Danone);
- продукты, обогащенные витаминами, пробиотиками и пребиотиками (например, молоко «Агуша» с витаминами А и С, йогурт Danone «БИО-баланс» и био йогурт «Полезные продукты» с пробиотиками);
- продукты категории «без содержания...» (например, безлактозное молоко Valio Eila);
- продукты с пониженным содержанием сахара, соли или жира (например, сыр «Карат домашний легкий» или молоко Valio 0 %);
- продукты питания для вегетарианцев, веганов и сыроедов (например, растительное молоко Nemoloko от «Садов Придонья» или «Здоровое меню» от «Союзпищепрома»);
- спортивное питание для массового потребления, а не только для профессионалов, содержащее высокую долю протеинов (например, протеиновые батончики Bombbar);

- органические продукты (например, продукты торговых марок «ЭтоЛето» или «Углече Поле»).

Продукты для здорового питания позиционируются на критериях, соответствующих запросам современных потребителей: польза, натуральность, удобство потребления и «легкость», позволяющие в совокупности сохранять здоровье и выступающие в качестве профилактики заболеваний. На упаковке это находит отражение в виде использования зеленого цвета, «легких» цветов, женских силуэтов, качественных фотографий или рисунков фруктов и ягод, значков и надписей, позволяющих сделать выводы о составе и свойствах продукта, даже если ранее у потребителя не было опыта совершения его покупок.

Упаковка молочной продукции в ЗОЖ-сегменте визуально позволяет потребителям выделить ее на полках не только благодаря необычному дизайну, но и форме упаковки. Например, уже упомянутая выше «Активиа» в стаканчике с трубочкой, позволяющем потреблять ее на ходу, или термостатные йогурты, сквашивающиеся в прозрачной баночке, отличающиеся от традиционных белых стаканчиков. Кроме того, с ростом популярности family pack в этом направлении начали движение и здоровые продукты. Например, все чаще на полках можно встретить питьевые йогурты в бутылках по 0,9 л, подходящие для семейного потребления.

Традиции и инновации

В целом на рынке молочной продукции можно выделить две большие группы:

1. Традиционные молочные продукты, реагирующие на изменения в поведении потребителей путем:

- разработки модификаций существующего ассортимента – например, молоко или кефир с пониженной жирностью;
- новой упаковки, удобной для перекусов и потребления на ходу – например, кефир в упаковке 0,5 литра.

2. Новые молочные продукты, разрабатываемые специально под запросы потребителей, старающихся придерживаться ЗОЖ, – безлактозное или растительное молоко; протеиновые батончики, пришедшие из спорта в снековую категорию, но многими воспринимающиеся как заменитель молока; йогурты с пробиотиками и пребиотиками и др. Когда-то именно за счет развития в этом направлении компания Danone сделала прорыв на российском рынке с брендом «Активиа».

Можно ожидать, что основные инновации будут происходить в ближайшие го-



Можно ожидать, что основные инновации будут происходить в ближайшие годы именно благодаря второй группе молочных продуктов, которые не только востребованы потребителями, но и выгодны для производителей, поскольку позиционируются в среднем и высоком ценовых сегментах, что позволяет иметь маржу даже при жесткой ценовой конкуренции.

ды именно благодаря второй группе молочных продуктов, которые не только востребованы потребителями, но и выгодны для производителей, поскольку позиционируются в среднем и высоком ценовых сегментах, что позволяет иметь маржу даже при жесткой ценовой конкуренции. Несмотря на то, что россияне консервативны и тяжело меняют свои пищевые привычки, рынок будет расти под влиянием следующих факторов:

- уже упомянутый рост заболеваемости населения;
- пропаганда ЗОЖ на государственном уровне;
- рост популярности занятий спортом;
- рост темпа жизни потребителей в больших городах, требующий удобства и скорости потребления с пользой для здоровья;
- влияние зарубежных трендов, постепенно приходящих на российский рынок, – например, все большее распространение веганства;
- появление лидеров мнений среди профессиональных спортсменов, фитнес-тренеров и диетологов, популяризирующих ЗОЖ;
- активная R&D деятельность производителей молочной продукции (прежде всего, лидеров рынка, работающих по всему миру) с целью соответствия запросам современных потребителей и формирования конкурентных преимуществ на зрелом молочном рынке за счет создания новых товарных категорий или ниш.

Если ЗОЖ-продукты на базе традиционного молока довольно быстро принимаются потребителями (рынком), то растительное молоко как сегмент молочного рынка развивается довольно медленно. Но с учетом роста мирового рынка молока можно ожидать, что российский рынок постепенно «разгонится», и на полках наших магазинов будут стоять целые линейки такой продукции. По данным аналитической компании



GIRA, по сравнению с 2002 годом, рынок растительного молока в ближайшие годы вырастет в четыре раза. К 2022 году рынок составит 9,5 млрд долл. (данные Future Market Insight). Основной объем рынка приходится на США, Канаду и Китай (70 % потребителей). Европейский рынок растет ежегодно на 15 %, тенденция сохранится до 2023 года (оценка Mordor Intelligence). Основное потребление в Европе приходится на Францию, Великобританию и Германию. В России на растительное молоко приходится 1,5–2 % молочного рынка.

Немолочные реки

Растительное молоко (овсяное, миндальное, рисовое, гречневое, кокосовое и др.) полностью соответствует ЗОЖ – у него невысокая калорийность (меньшее количество жиров и отсутствие сахара), оно подходит веганам и людям с непереносимостью лактозы, не содержит холестерина и животные белки, содержит растительные белки. Но при этом сравнение его с обычным молоком не является корректным – по своей сути это два принципиально разных продукта, которых объединяет только цвет и жидкая консистенция. Нельзя говорить о том, что растительное молоко может полноценно заменить коровье, однако оно содержит в зависимости от сырья другие полезные элементы, которых нет в обычном молоке. Это разные по своей питательной ценности продукты, которые должны не

Нельзя говорить о том, что растительное молоко может полноценно заменить коровье, однако оно содержит в зависимости от сырья другие полезные элементы, которых нет в обычном молоке. Это разные по своей питательной ценности продукты, которые должны не сравниваться, а существовать параллельно.

сравниваться, а существовать параллельно. Самая главная критика растительного молока состоит в том, что оно не содержит животного белка, необходимого организму. Но опять же это вопрос пищевых привычек – например, веганы уверены, что они могут компенсировать его недостаток с помощью других продуктов питания.

Помимо разной пищевой функции (ценности), растительное молоко отличается и по ситуациям потребления. Это опять же

ЗОЖ – напитки и смузи на их основе, потребление как напитка, потребление в кофе как заменителя обычного молока, потребление с мюсли. В остальных случаях (например, каши, выпечка, соусы и т. п.) его использование является ограниченным. А это значит, что есть три категории потребителей, для которых растительное молоко:

- Один из вариантов напитков, потребляемого в дополнение к обычному молоку. Эти потребители совершают покупку под влиянием моды, интереса и ЗОЖ-тенденций (например, снижение калорийности кофе).

- Единственное потребляемое молоко, но при этом они потребляют продукты животного происхождения. Например, люди с непереносимостью лактозы или не любящие молоко. Для них это альтернатива молоку в перечисленных выше ситуациях потребления. Но при этом люди, не любящие молоко, могут приобретать его в ограниченном количестве для приготовления блюд.

- Веганы, не потребляющие никакие другие продукты животного происхождения. Для них это часть пищевой философии.

Ядро потребителей растительного молока – это население в возрасте 25–45 лет, имеющие доходы средние и выше, приверженцы ЗОЖ, и веганы, являющиеся инноваторами и открытые для пищевых экспериментов и проживающие в городах с населением более 500 тыс. человек.



Маркетологи, взяв за основу визуальную похожесть продуктов, а также изменения в пищевых привычках и стиле жизни современных потребителей, регулярно «сталкивают лбами» оба продукта. Одним из ключевых игроков данного рынка в 2018 году стала компания «Сады Придонья», которая вывела на рынок бренд Nemoloko, признанный Forbes одним из самых успешных брендов. Этот бренд является удачным кейсом выведения на рынок принципиально нового продукта в зрелой товарной категории «молочные продукты». Сразу оговорюсь, я предпочитаю классическое молоко, но отношу себя к инноваторам, открытым всему новому. Это позволяет мне объективно оценить новинку.

Бренд Nemoloko во многих отношениях оказался в тренде. Прежде всего, это ЗОЖ, который набирает свои обороты. Бренд вышел на рынок на его волне, поэтому неизбежно привлек к себе интерес. Он четко отстроился от классического молока, в том числе с упором на «страшные» для потребителей слова (например, холестерин), которые годами в качестве угрозы использовали производители на других рынках. Кроме того, грамотно выстроенная рекламная кампания продемонстрировала преимущества продукта и ситуации его потребления (способы использования). Оставим за рамками жалобу отраслевого объединения на этот бренд в ФАС, в которой заявляется о дискредитации традиционного

Продукт, четко «сыгравший» на трендах, обречен на успех, как это уже было на многих других рынках. Но при наличии значительного бюджета и возможности встать в федеральные сети. В противном случае продукт был бы вынужден медленно расти из нишевой новинки до полноценного продукта.

молока. Третье – разные герои роликов, прежде всего возрастная модель Татьяна Неклюдова, показывающая, что поколение 55+ хочет и готово быть социально активным и заинтересовано в сохранении здоровья и продлении жизни (во всем мире растет продолжительность жизни). Четвертое – упор на прозрачность и безопасность, о которых мы говорили раньше (исследование Deloitte). Бренд отпозиционируется от традиционного молока, на рынке которого в последнее время выявлялось немало случаев фальсификации и введения потребителей в заблуждение.

Продукт, четко «сыгравший» на трендах, обречен на успех, как это уже было на многих других рынках. Но при наличии значительного бюджета и возможности встать в федеральные сети. В противном случае продукт был бы вынужден медленно расти из нишевой новинки до полноценного продукта.

Растительное молоко мало понимается россиянами, а его высокая цена и пока что слабая представленность в рознице еще больше тормозят этот процесс. Тем не менее можно говорить о том, что Nemoloko проложил дорогу на российском рынке не только себе, но и своим последователям, сформировав товарную категорию за счет объяснения россиянам сути растительного молока в своей рекламе и активного развития дистрибуции. До него практически все позиции растительного молока в России были представлены в интернет-магазинах, специализирующихся на ЗОЖ, или в средних+ и премиальных сетях. Иными словами, растительное молоко перешло из нишевого продукта к полноценной товарной категории. Можно ожидать, что в ближайшие годы на рынке появятся и другие сильные игроки, которые будут расти вместе с рынком. Например, компания Coca-Cola выводит на российский рынок бренд растительного молока. Кроме того, росту потребления помогает и NoReCa, прежде всего, кофейни сетевого формата.

Компания «Сады Придонья» заявляет амбициозную цель – завоевать около 15 % рынка традиционного молока. На мой взгляд, в ближайшие 10–15 лет это вряд ли возможно. Но перспективы у рынка, а значит, и представленных на нем брендов, однозначно есть. Прежде всего, за счет поколения Z, которое уже сейчас имеет другие пищевые привычки и со временем будет отличаться все сильнее от поколений X и Y. Одновременно с этим желающее жить дольше поколение Y также внесет вклад в рост рынка.

Прогнозировать успех новых ЗОЖ-продуктов крайне сложно, что связано с молодостью данного рынка. Тем не менее пищевым предприятиям, желающим получить и сохранить стратегическую конкурентоспособность, нужно инвестировать средства в R&D и регулярно выводить на рынок новые продукты. Первым шагом на пути к этому должно стать создание системы постоянного мониторинга потребительских трендов на российских и зарубежных рынках и правильное позиционирование новинок. Рынок растительного молока дает для этого прекрасные возможности. **МП**



V International Conference

WORLD SOY – FEEDS

МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА

22 – 23 мая 2019

St. Petersburg

Organizer:
Publishing House Sfera

Place: St. Petersburg

Registration and detailed information:

+7 (812) 245-67-70

sfm.events

info@sfm.events

Автор: Людмила Панасюк,
консультант по стандартизации, Калининград

РАЗМЫШЛЯ О НАЦИОНАЛЬНОМ

Что такое национальный молочный продукт? Вероятно, речь идет о знаменитых сырах – швейцарском или голландском? А может быть, это кумыс и айран, часто встречаемые на прилавках торговых сетей? Или сыры сулугуни и адыгейский, в названиях «кроется» информация о «географической национальности» сыров. В фирменных магазинах «Белорусские продукты» присутствует обязательный ассортимент – сыры с названиями «Минский», «Брестский» и «Нарочь». Это и есть национальные молочные продукты Республики Беларусь? Так что же это такое?

На вопросы отвечает главный нормативный правовой документ молочной отрасли – технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции» (ТР ТС 033/2013) [1]. С учетом проекта Изменений № 2 в ТР ТС 033/2013, предложенного к рассмотрению, это понятие трактуется следующим образом: «Национальный молочный продукт» – молочный продукт, имеющий наименование, исторически сложившееся на территории государства – члена Таможенного союза и Единого экономического пространства, определяемое особенностями технологии его производства, сырьем, составом используемой при его производстве закваски и/или наименованием географического объекта (места распространения соответствующего молочного продукта): например, айран, сюзьме, тан, чалап, каймак, мацун, сцеженный мацун, курут».

Рассматриваемые вопросы о национальности, «родословной» пищевой продукции и ее аутентичности во все времена актуальны и требуют к себе корректного и аккуратного отношения. В связи с этим хочется поделиться некоторыми соображениями, сомнениями и предложениями.

Во-первых, в определении заявлен не весь перечень представленных национальных молочных продуктов. На прилавках можно встретить и другие: кумыс, катык, шубат, тосал, сузбе, курт, тосап, малта, иримшит, варенец, ряженка. Речь идет о национальных молочных продуктах государств – членов Евразийского экономического союза: Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Республика Кыргызстан и Российская Фе-



Вопросы принадлежности к тому или иному географическому объекту и родословной «национальных продуктов» чрезвычайно актуальны. Необходимо соблюдать тщательность, последовательность и аккуратность, аргументированность и полноту, системность и единообразие в изложении норм в рассматриваемом аспекте.

дерация. Необходимо представить в регламенте перечень исключительно всех национальных молочных продуктов, а не выборочно в качестве примеров, или же вовсе не приводить примеры. Или же дать примеры 5 (пяти) наименований национальных молочных продуктов, желатель- но равноценно от каждого государства.

Перечисленные продукты являются распространенными в Республике Казахстан (например, шубат после кумыса – самый популярный кисломолочный продукт) и входят в перечень национальных казахских молочных продуктов согласно стандарту СР РК 2117-2015 «Национальные казахские молочные продукты. Виды. Общие технические условия» [2]. В ТР ТС 033/2013 отражены лишь некоторые национальные продукты Республики Казахстан.

А еще существуют молочнокислые продукты чигян и хурсан (Республика Калмыкия), чапамо, ловса и арям (Республика Мордовия), сыры хурууд, курунгуру (Республика Бурятия), жуурат, кымыз, шалап (Республика Кыргызстан), а также суорат, быырпах, хайах, тар, чохоон (Республика Якутия).

Кроме того, раздел 2 «Основные понятия» ТР ТС 033/2013 предлагает нам присутствие и определение лишь двух понятий (наименований) национальных молочных продуктов – айран и кумыс. Безусловно, также необходимо представление полной линейки национальных молочных продуктов, иначе не очень понятно, почему были выбраны именно эти два наименования. Вопросы принадлежности к тому или иному географическому объекту и родословной «национальных продуктов» чрезвычайно актуальны. Необходимо соблюдать тщательность, последовательность и аккуратность, аргументированность и полноту, системность и единообразие в изложении норм в рассматриваемом аспекте.

Во-вторых, к национальным молочным продуктам в нашем «молочном» регламенте нельзя будет причислить такие вариационные наименования сыров, как

мацони и сюзьма, – это национальные молочные продукты государств Республика Грузия и Азербайджанская Республика соответственно.

Одновременно с этим считаю необходимым и целесообразным отразить в ТР ТС 033/2013 дополнительно ряд аспектов по вопросу «национальные молочные продукты государств – членов Евразийского экономического союза».

1. Рекомендую обратить внимание на язык изложения национального молочного продукта на этикетке, отразив это в «молочном регламенте», например, в следующей редакции: «Наименования национальных молочных продуктов излагаются на русском языке и на государственных языках государств – членов Евразийского экономического союза. Возможно изложение наименований национальных молочных продуктов на государственных языках субъектов Российской Федерации и на родных языках малых народов Российской Федерации».

Здесь имеют место такие понятия, как этнические национальные корни, аутентичность, происхождение и распространение на конкретной территории государства – члена Евразийского экономического союза и пр. Наименования национальных молочных продуктов субъектов Российской Федерации, например Республики Татарстан, возможно представлять на этикетке на татарском языке. И доказательная документальная база на этот счет имеется – Конституция Российской Федерации [3]; Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» [4]; Федеральный закон «О языках народов Российской Федерации» [5].

Возможно, следует отразить также обязательное указание наименований национальных молочных продуктов, используя шрифт «кириллицу», а не «латиницу». Полагаю, что, затронув вопросы определения национальных молочных продуктов, необходимо проработать исключительно все нюансы (язык, шрифт, допуски и пр.) столь важной серьезной и актуальной темы.

2. Предлагаю рассмотреть вопрос о разработке национального стандарта Российской Федерации (ГОСТ Р), содержащего требования к национальным молочным продуктам Российской Федерации, включая классификацию, технические требования, порядок проведения приемки, испытаний, упаковки, маркировки, транспортирования и хранения (примерный вариант наименования – ГОСТ Р «Национальные молочные продукты Российской Федерации. Виды. Общие технические условия»), в том числе для всех субъектов Российской Федерации.

В настоящее время вопросы изготовления национальных пищевых продуктов, вопросы их аутентичности, национальных исторических названий (имен), исторического происхождения продукта, его родословной, вопросы их юридической защиты, а также вопросы применения языков на этикетках пищевых продуктов, чрезвычайно важны.

Полагаю, что отраженный перечень национальных молочных продуктов Российской Федерации (в том числе субъектов России), закрепленный юридически по аналогии со стандартами Республики Казахстан – СТ РК 2117-2015 или СТ РК 117-2015 [6], позволит более четко определиться с истинной «национальностью молочных продуктов».



Термин «мацони», как и собственно продукт, безусловно, имеет право на существование, но лишь в качестве молочного грузинского национального продукта, поступающего на территорию ЕАЭС по импорту из Республики Грузия, то есть из третьей страны.

Сейчас наблюдается следующая тенденция: официальные порталы и сайты по агропродукции Республики Беларусь, Российской Федерации и прочие позиционируют сыры «Нарочь» и «Раница», например, как «национальные белорусские сыры»; при этом используются в качестве придуманных названий «белорусские» названия городов, местности и др..

Йогурт, ряженка, мацони

Целесообразно рассмотреть возможность отнесения кисломолочных продуктов – кефира, йогурта, ряженки и варенца – к национальным молочным продуктам. А самое главное – определиться с их родословной. И дело здесь вот в чем. Широкие слои населения благодаря многолетним усилиям маркетологов считают йогуртовую продуктовую линейку национальными американскими молочными продуктами. Кисломолочные продукты ряженку и варенец в неофициальном медийном пространстве с плавным переходом в нормативное официальное поле настойчиво предлагают считать национальными молочными продуктами Украины.

Пойдем далее: мацони, сюзьма, чакка, чекиз – все это тоже наименования национальных молочных продуктов. Но только государств, не входящих в состав ЕАЭС, а потому не имеющих право называться национальными молочными продуктами правового акта ЕАЭС. И хотя фонетически названия очень похожи, например, мацун и мацони, сузьма и сюзьма, это не дает им права считаться национальными молочными продуктами «молочного регламента».

Считаю также неверным предлагать слово «мацони» в документе, имеющем статус федерального закона. Мацони – это грузинский вариант кисломолочного продукта, а Республика Грузия не является членом ЕАЭС. Термин «мацони», как и собственно продукт, безусловно, имеет право на существование, но лишь в качестве молочного грузинского национального продукта, поступающего на территорию ЕАЭС по импорту из Республики Грузия, то есть из третьей страны. В правовых законодательных актах термин «мацони» не должен фигурировать, так как по трактовке проекта Изменений в ТР ТС 033/2013 речь идет о национальных молочных продуктах лишь пяти государств. Иные национальные молочные продукты (Республика Азербайджан, Республика Узбекистан), а также национальные молочные продукты третьих стран (Израиль, Дания, Германия, Италия и иные) в ТР ТС 033/2013 не фигурируют.

Сырная география

Но что же делать с сырами под названием «Белорусский», «Минский», «Алтайский», «Костромской», «Угличский» и др.? Это национальные молочные сыры Республики Беларусь и Российской Федерации?

Нет! Нельзя причислять к национальным сыры, имеющие в своем наименовании

географическую составляющую (Кострома, Углич, Ярославль, Минск, Алтай и пр.). Пусть эта географическая составляющая не смущает экспертов при осуществлении процедуры идентификации сыров на предмет причисления их к национальным молочным продуктам (согласно требованиям регламента) и не вводит в заблуждение среднестатистического покупателя. Это так называемое придуманное название пищевого продукта, являющееся частью полного наименования продукта и дополняющее его. Основание – технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011) [7] – ст. 2 «Определения».

Вот как трактуют новейшие стандарты в своих подразделах «5.3. Маркировка» данный аспект:

- ГОСТ 33959-2016 «Сыры рассольные. Технические условия» [8]:

«5.3.1. Наименование продукта должно состоять из слов «сыр рассольный», его придуманного наименования с указанием вида животного, от которого получено молоко, кроме коровьего (например: Сыр рассольный Карачаевский из овечьего молока); или

- ГОСТ 33480-2015 «Сыр творожный. Общие технические условия» [9]:

«5.3.2. Наименование продукта состоит из слов «творожный сыр». Наименование может быть дополнено придуманным наименованием...»; или

- ГОСТ 34357-2017 «Сыры сывороточно-альбуминные. Технические условия» [10]:

«5.3.2. Наименование продукта должно состоять из слов «сыр сывороточно-альбуминный», его придуманного названия, с указанием вида животного, от которого получено молоко или молочная сыворотка, кроме коровьего. Например, сыр сывороточно-альбуминный Южный из овечьего молока и овечьей молочной сыворотки, сыр сывороточно-альбуминный рикотта».

При этом в «старых» стандартах, да и в действующих также эти «придуманные названия» – Швейцарский, Латвийский, Советский, Степной, Эстонский, Альбимо и иные – представлены как наименования сыров, или ассортимент сыров, или ассортиментные наименования сыров, или даже сорта сыров (ГОСТ Р 54665-2011 [11], ГОСТ 32260-2013 [12]). Поэтому и в настоящее время и в обычном неофициальном разговорном и официальном дискуссионном форматах (и также письменных вариантах) их участники по-прежнему говорят о сырах, как о сортах или ассортиментных наименованиях.

В свою очередь могу порекомендовать представление этого самого придуман-



Нельзя причислять к национальным сырам, имеющим в своем наименовании географическую составляющую (Кострома, Углич, Ярославль, Минск, Алтай и пр.). Пусть эта географическая составляющая не смущает экспертов при осуществлении процедуры идентификации сыров на предмет причисления их к национальным молочным продуктам (согласно требованиям регламента) и не вводит в заблуждение среднестатистического покупателя. Это так называемое придуманное название пищевого продукта, являющееся частью полного наименования продукта и дополняющее его.

ного названия в комбинационной структуре наименования пищевой продукции (и не только сыра) следующим образом: придуманное название представлено в конце наименования продукции, заключено в кавычки и написано с заглавной буквы (как правило).

Все-таки суть продукта заключается в полном наименовании сыра. А кавычки отражают некоторую условность и относительность придуманного названия. Ведь давным-давно уже сыр «Голландский» производится не в Голландии. А придуманные названия сыров, скажем, «Клинковый», «Брусковый», «Столовый», «Дорожный», «Закусочный» или «Степной» свидетель-

ствуют о некоей относительности и образности этих названий. Существуют также и придуманные названия сыров фантазийного характера.

Одновременно следует обратить внимание: определение/трактовка понятия «национальный молочный продукт» подходит по всем компонентам, а именно: и по историческому признаку, и по особенностям технологии их производства, и по особенностям сырья, и по составу используемой при его производстве закваски, и по наименованию географического объекта (места распространения соответствующего молочного продукта). И об этом также стоит сказать в ТР ТС 033/2013.

Географическая путаница

В качестве примера приведу историю с плавлеными сырками, которые стали культовыми продуктовыми маркерами времен СССР и, возможно, даже культурно-историческими кодами менталитета советского человека в пищевой индустрии.

Начало производства плавленых сырков в нашей стране – это 1930-е годы. В 1970-е годы наблюдается бурный всплеск: треть всех производимых сыров – это плавленый сыр, выпускаемый в разное время, начиная от МРТУ 49/6-66 [13], ГОСТ 847-53 «Сыры плавленые» [14], ГОСТ 5.1031-71 [15] и вплоть до ГОСТ 31690-2013 «Сыры плавленые. Общие технические условия» [16],

Казалось бы, вот поистине национальный продукт России и СССР! На картинках с упаковками плавленых сырков были знак качества, спутник, медвежонок – символ Олимпиады 1980 года... При этом никого не смущало, что частенько плавленые сырки назывались еще и «Голландским» или «Невским». На такие мелочи никто не обращал внимания.

Не зная истинной истории происхождения плавленых сыров, плавленый сырок можно причислить к советским национальным сырам. В СССР, в том числе и в союзных республиках (Латвия, Эстония, Литва и др.), бурное развитие производства плавленых сырков фактически стало предметом «русского менталитета», отраженного в литературе.

Свою лепту отчасти вносило и изображение на упаковке – на фоне гор, где пасутся овцы (или козы), мужчина в кавказской национальной одежде с галунами держит национальный кавказский сыр: маленькие круглые порции по 30 граммов, производство в системе Наркомпищепрома СССР (Азермаслопром) по МРТУ 49/6-66. А уж сырок плавленый «Советский» – это действительно про советский народ!

На самом же деле плавленый сырок изобрели в швейцарском городе Тун более 100 лет назад, и к национальным молочным продуктам в СССР он не имеет ни малейшего отношения... **МП**

Литература

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции», принятый Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 9 октября 2013 года № 67.
2. СР РК 2117-2015 «Национальные казахские молочные продукты. Виды. Общие технические условия», принят Комитетом технического регулирования и метрологии Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан, 30.11.2015.
3. Конституция Российской Федерации – высший нормативный правовой акт Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года).
4. Федеральный закон от 1 июня 2005 года № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации».
5. Федеральный закон от 25.10.1991 № 1807-1 «О языках народов Российской Федерации».
6. СТ РК 117-2015 «Шубат. Общие технические условия», утвержденный Комитетом технического регулирования и метрологии Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан, 30.11.2015.
7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», утвержденный Комиссией Таможенного союза от 09.12.2011 № 881.
8. ГОСТ 33959-2016 «Сыры рассольные. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 22 ноября 2016 года № 93-П).
9. ГОСТ 33480-2015 «Сыр творожный. Общие технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 12 ноября 2015 года № 82-П).
10. ГОСТ 34357-2017 «Сыры сывороточно-альбуминные. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 14 декабря 2017 года № 1976-ст).
11. ГОСТ Р 54665-2011 «Сыры альбуминные. Технические условия», утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 13 декабря 2011 года № 822-ст.
12. ГОСТ 32260-2013 «Сыры полутвердые. Технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 14 ноября 2013 года № 44).
13. МРТУ 49/6-66 «Сыры плавленые», утвержденные Всесоюзным комитетом стандартов СССР, 1966.
14. ГОСТ 847-53 «Сыры плавленые», утвержденный Всесоюзным комитетом стандартов СССР, 1953.
15. ГОСТ 5. 1031-71 «Сыры плавленые. Требования к качеству аттестованной продукции», утвержденный Постановлением Государственного комитета стандартов Совета министров СССР от 10.08.1971 № 1391.
16. ГОСТ 31690-2013 «Сыры плавленые. Общие технические условия», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 7 июня 2013 года № 43).

rosmould

Международная выставка
производственных
технологий нового поколения

18–20 июня 2019
МВЦ «Крокус Экспо»
Москва

**От идеи до
готового изделия**



Дизайн и проектирование
изделий



Аддитивные
технологии



Формы, пресс-формы
и штампы



Сырье
и материалы



Оборудование
и оснастка



www.rosmould.ru



messe frankfurt

mesago

Messe Frankfurt Group



МОЛОЧНАЯ ОТРАСЛЬ ПОДВЕЛА ИТОГИ

В Москве в рамках выставки AgroFarm состоялся юбилейный X съезд Национального союза производителей молока («Союзмолоко»), на котором участники подвели итоги развития отрасли и обозначили ближайшие и долгосрочные перспективы.

В съезде приняли участие министр сельского хозяйства Дмитрий Патрушев, глава Россельхознадзора Сергей Данкверт, глава Роспотребнадзора Анна Попова, замминистра сельского хозяйства Оксана Лут, представители крупнейших инвесторов в молочную отрасль, производители, переработчики и органы АПК субъектов России.

– В 2018 году производство молока во всех хозяйствах всех категорий увеличилось на 1,5 % к уровню 2017 года и составило 30 млн 600 тыс. тонн. поголовье коров составило 7,9 млн. Надой молока в расчете на 1 корову составил 6094 кг, это на 3,8 % больше к уровню 2017 года. Перед молочной отраслью стоит задача довести объем производства до 34 млн тонн к 2025 году, – сообщил Дмитрий Патрушев в своем выступлении. Он рассказал о мерах господдержки в молочной отрасли в 2018 году: по краткосрочным кредитам была одобрена 1281 заявка на сумму 79,7 млрд руб., по инвесткредитам было одобрено 410 заявок на сумму порядка 318,5 млрд руб. Кроме того, на молочное скотоводство было перечислено 4,6 млрд руб. субсидий, субсидии на племенное животноводство в рамках единой субсидии

составили около 7 млрд руб. Субсидии на возмещение части затрат на создание и модернизацию молочных ферм составили в 2018 году 5,9 млрд руб., а на повышение продуктивности молочного скотоводства – около 8 млрд руб. из федерального бюджета и 2 млрд 850 млн из региональных. В целом на развитие молочной отрасли в 2018 году было выделено 28,3 млрд руб. Патрушев подчеркнул, что в 2019 году будут сохранены все действующие меры государственной поддержки, а также появятся новые направления: впервые в рамках программы возмещения капексов появятся предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности. Также предусмотрено возмещение части затрат на создание и модернизацию мощностей по производству молочных смесей для детского питания и компонентов для них.

Председатель правления «Союзмолоко» Андрей Даниленко рассказал о том, что за время работы союзом были разработаны Программа повышения эффективности работы племенного молочного скотоводства и Программа развития молочной отрасли до 2020 года, благодаря которым

появились новые виды поддержки сектора. Союз также вел работу над рыночными механизмами снижения волатильности цен на рынке, в том числе через инструменты «ценового коридора», индекса себестоимости молока RMCI, товарных и закупочных интервенций. Он рассказал также, что «Союзмолоко» запускает независимую систему мониторинга закупочных цен на сырое молоко в субъектах РФ. Непрерывный ценовой мониторинг позволит оперативно получить информацию о том, какой объем молока, какого качества и по какой средневзвешенной цене реализуется в России. Отчетные данные будут предоставляться в агрегированном обезличенном виде, и участники рынка всегда смогут сопоставить свои цены со средним региональным значением и уровнем в соседних субъектах страны.

В 2019 году и в ближайшие несколько лет «Союзмолоко» будет работать над сохранением уровня государственной поддержки, снижением административной нагрузки на молочный бизнес, усилением борьбы с фальсификатом. Среди поставленных целей также заявлены оптимизация системы технического регулирования на уровне ЕАЭС и повышение эффективности работы технических комитетов, контроль соблюдения торгового баланса с Республикой Беларусь, участие в формировании системы прослеживаемости молочной продукции и реализация программы стимулирования потребления молочных продуктов.

Даниленко также заявил о том, что покидает пост председателя правления союза, однако продолжит работу в аграрном секторе. Его пост займет Штефан Дюрр, совладелец и президент холдинга «ЭкоНива», крупнейшего производителя молока в России. **МП**

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА»



2019 год | г. Санкт-Петербург



IV МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «РЫБА 2019»

Технологии аквакультуры

ДАТА:

13–14.02



V МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА»

ДАТА:

22–23.05



II МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «КОНФИТУР 2019»

ДАТА:

3–4.06



III МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МЕЛЬКОМБИНАТ»

ДАТА:

11–12.09



IV МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ»

Масла и жиры

ДАТА:

23–24.10

Регистрация и подробная
информация:

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



СУХИЕ ЗАКВАСОЧНЫЕ КУЛЬТУРЫ

БИФИДОБАКТЕРИИ

ЗАЩИТНЫЕ КУЛЬТУРЫ

МОЛОКОСВЕРТЫВАЮЩИЙ ФЕРМЕНТ



ПРИЁМКА И ОБРАБОТКА МОЛОКА

ПРОИЗВОДСТВО ТВОРОГА

ПРОИЗВОДСТВО МЯГКИХ СЫРОВ

ПРОИЗВОДСТВО ТВЁРДЫХ СЫРОВ

АВТОМАТИЗАЦИЯ

СИР СТАНЦИИ

Россия
г. Москва
☎ +7 495 984 73 81
milk@ekokom.ru

Украина
г. Днепр
☎ +38 050 320 19 15
milk@ekokom.com

Беларусь
г. Минск
☎ +375 29 690 28 02
milk@ekokom.by

Болгария
г. Плевен
☎ +359 887 977 576
info@ekokom.bg