

**Сфера**

# МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

**№1** (136) 2022

ТЕМА НОМЕРА

Современные  
вызовы  
российского  
животноводства

4

**КОРМА**

Влияние переваримости  
корма на его КПД

28

**МАРКЕТИНГ**

Об особенностях дизайна  
упаковки для мясной  
продукции

36



агро  
ВОЛГА  
2022

МЕЖДУНАРОДНАЯ  
АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ  
ВЫСТАВКА

6 – 8 ИЮЛЯ

Международный  
выставочный центр  
«Казань Экспо»



Растениеводство



Животноводство



Цифровизация



Услуги в АПК



Сельскохозяйственная  
техника и запчасти



Строительство  
в сельском  
хозяйстве



Агрохолдинги,  
агропроизводители



Хранение,  
переработка и упаковка  
сельхозпродукции

МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ  
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК  
Russia 2022

# МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА И САММИТ



FROM FEED TO FOOD

400

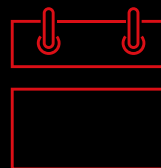
компаний

36

стран



РОССИЯ,  
МОСКВА,  
КРОКУС-ЭКСПО



15-17  
МАРТА 2022

Выставка **Meat & Poultry Industry Russia** - специализированная выставка, отражающая всю цепочку производства мясной промышленности и птицеводства - от поля до стола.

Выставка проводится в Москве с 2001 года, а с 2004 года проходит при поддержке VIV worldwide.

+7 (495) 797 69 14

| [info@meatindustry.ru](mailto:info@meatindustry.ru)

| [www.meatindustry.ru](http://www.meatindustry.ru)



## Worldwide Calendar 2021-2023

VIV **MEA** 2021, Абу-Даби, ОАЭ, 23-25 ноября 2021 | VIV **Europe** 2022, Утрехт, Нидерланды, 31 мая - 2 июня 2022 | VICTAM & Animal Health and Nutrition **Asia** 2022, Бангкок, Таиланд, 7-9 сентября 2022 | VIV **Qingdao** 2022, Циндао, Китай, 22-24 сентября 2022 | VIV **Asia** 2023, Бангкок, Таиланд, 8-10 марта 2023 |

Партнерские проекты VIV worldwide: ILDEX **Vietnam** 2022, Хошимин, 3-5 августа 2022 | Poultry **Africa** 2022, Кигали, 5-6 октября 2022 | ILDEX **Indonesia** 2022, Джакарта, 9-11 ноября 2022 | VIV **Turkey** 2023, Стамбул, 8-10 июня 2023 |



# Содержание

## 14

На семейной ферме Корневых при изготовлении мясной продукции стараются придерживаться классических процессов без добавления химии в итоговый продукт. Практически все выполняется под заказ, так как продукты без консервантов имеют короткий срок хранения.



- |  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>4 Тема номера</b><br/>С какими вызовами приходится сталкиваться современным животноводом?</p> <p><b>12 IT-технологии</b><br/>Единая ERP-система для всех дочерних компаний Sorpasso Group</p> <p><b>14 Гость номера</b><br/>Федор Корнев:<br/>«Идеальная ферма – на благо людей и без вреда природе»</p> | <p><b>18 Инфографика</b><br/>Производство продуктов животноводства: какие хозяйства лидируют на рынке?</p> <p><b>20 Аналитика</b><br/>Рынок мяса в цифрах: как он менялся в 2021 году?</p> <p><b>24</b> Как и почему растет сегмент премиальной говядины в России?</p> <p><b>28 Корма</b><br/>Леонид Подобед:<br/>«Чтобы повысить КПД корма, нужно повышать его переваримость»</p> | <p><b>32 Технологии</b><br/>Австрийские инженеры – российским генетикам</p> <p><b>36 Маркетинг</b><br/>Особенности дизайна упаковки на рынке мясной продукции</p> <p><b>40 Событие</b><br/>Форум «Агро. Про» вновь собирает специалистов</p> <p><b>42 Золотые компетенции</b><br/>«Агропродмаш»</p> |
|--|--|---|

## Сфера

Мясная сфера  
(Мясная промышленность) №1 (136) 2022

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей индустрии. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации  
ПИ № ФС 77-46401 от 31.08.2011.

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:  
Елена Николаева  
e.nikolaeva@sfera.fm

Реклама:  
Надежда Антимова  
n.antipova@sfera.fm

Екатерина Неретина  
e.neretina@sfera.fm

Юлия Мельникова  
u.melnikova@sfera.fm

Юлия Прикладовская  
y.prikladovskaya@sfera.fm

Дарья Русинова  
d.rusinova@sfera.fm

Наталья Закурдаева  
n.zakurdaeva@sfera.fm

Елизавета Дьячкова  
e.dyachkova@sfera.fm

Редактор:  
Екатерина Юсубова  
e.yusubova@sfera.fm

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

Корректор:  
Лариса Торопова

Журнал распространяется  
на территории России и стран СНГ.  
Периодичность – 3 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.

В журнале использованы фотографии,  
предоставленные компаниями  
или героями публикаций, а также  
фото с платных фотостоков  
www.freepik.com, www.shutterstock.com

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».

Подписано в печать: 17.01.22  
№ 43 Мясная промышленность №1

Тираж: 3 000 экз.





# Ваш партнер в производстве колбасно- сосисочных изделий

Широкий ряд линкеров и пилеров Marel вобрал в себя более чем пятидесятилетний опыт работы в индустрии колбасно-сосисочных изделий.

Вне зависимости от изделия, которое Вы хотите произвести, его типа оболочки, длины, диаметра или объема, мы можем предоставить Вам идеальное решение.

- Эталонное постоянство в части контроля веса и длины
- Стабильная работа при максимальной производительности
- Простота в эксплуатации, уходе и дезинфицировании

[marel.com/ru/kolbasa](http://marel.com/ru/kolbasa)

# С КАКИМИ ВЫЗОВАМИ ПРИХОДИТСЯ СТАЛКИВАТЬСЯ РОССИЙСКИМ ЖИВОТНОВОДАМ?

Автор:

Екатерина  
Юсубова

**9%**

доля мяса  
в продуктовом  
потреблении  
россиян

**<76 кг**

в год на человека –  
потребление мяса  
в РФ

**10%**

прогнозируемый  
рост производства  
свинины в РФ  
в 2022 году



Сегодня на первое место среди вызовов, с которыми сталкиваются животноводы, я бы поставил неблагоприятную эпизоотическую ситуацию. Опасные болезни животных – серьезная угроза для отрасли и потребителей.

Нам бы хотелось, чтобы внутреннее потребление в России росло более высокими темпами, в первую очередь среди тех, кто недополучает животного белка.

С 2014 ГОДА, ПОСЛЕ ТОГО КАК НАЧАЛАСЬ ИНТЕНСИВНАЯ ПРОГРАММА РОССИЙСКОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА ПО ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЮ, ПОКАЗАТЕЛИ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА ПОШЛИ ВВЕРХ. ПОТРЕБЛЕНИЕ ТАКЖЕ УВЕЛИЧИЛОСЬ: УЖЕ 2020 ГОДУ РОССТАТ СООБЩИЛ О ЦИФРЕ 76 КГ В ГОД НА ЧЕЛОВЕКА ПРИ РЕКОМЕНДУЕМОЙ МИНЗДРАВНОМ НОРМЕ В 73 КГ.

ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, У ОТРАСЛИ МЯСНОГО ЖИВОТНОВОДСТВА СУЩЕСТВУЮТ РИСКИ, КОТОРЫЕ УГРОЖАЮТ ЕЕ РАЗВИТИЮ. С ЧЕМ СЕГОДНЯ ПРИХОДИТСЯ СТАЛКИВАТЬСЯ ЖИВОТНОВОДЧЕСКИМ ХОЗЯЙСТВАМ, КАКИЕ ЗАДАЧИ СТАВИТ ПЕРЕД СОБОЙ ОТРАСЛЬ, МОЖЕТ ЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ МИНИМИЗИРОВАТЬ УГРОЗЫ? ОБ ЭТОМ НАМ РАССКАЗАЛИ ЭКСПЕРТЫ И УЧАСТНИКИ РЫНКА.

### Важно, чтобы мясо оставалось продуктом, доступным для большинства

■ Сергей Юшин, руководитель Национальной мясной ассоциации:

– Сегодня на первое место среди вызовов, с которыми сталкиваются животноводы, я бы поставил неблагоприятную эпизоотическую ситуацию. Опасные болезни животных – серьезная угроза для отрасли и потребителей. По итогам 2021 года мы видим, что тяжелейшая обстановка сложилась с гриппом птиц и африканской чумой свиней. Вспышки этих заболеваний с конца 2020-го и на протяжении 2021 года серьезно повлияли на итоговые результаты работы отрасли. Мы не получили тот прирост производства, который прогнозировали в прошлом году. Урон был нане-

сен как производителям, с точки зрения финансовых потерь, так и потребителям, с точки зрения роста цен в магазинах. И если с гриппом птиц ситуация как-то стабилизировалась, то по АЧС, к сожалению, положение мы оцениваем как достаточно сложное.

Не стоит забывать и про другие болезни (ящур, классическая чума свиней и др.). Их распространения тоже нельзя допускать. Я бы сказал, что с болезнями поголовья сталкиваются не только в России, это уже глобальный вызов мясной отрасли.

Второй вызов для производителей мяса – это покупательская способность наших граждан. Если бы располагаемые доходы росли, то мы бы могли рассчитывать на постоянный рост потребления мяса, в том числе и людьми с невысокими до-

ходами. Но этот показатель в последние годы снижался, что препятствует развитию рынка.

Конечно, рентабельность и динамику производства поддерживает расширение экспортных поставок. Но нам бы хотелось, чтобы внутреннее потребление в России росло более высокими темпами, в первую очередь среди тех, кто недополучает животного белка. Для решения этого вопроса мы рассчитываем на механизм адресной поддержки. Граждане с низкими доходами получают от этого значительные выгоды, а часть средств может пойти на увеличение доли мяса в корзине потребления. Здесь мы не делаем специальный акцент на нашей продукции, главное, чтобы этот механизм, заработав, позволил гражданам покупать необходимые продукты, в том числе и мясо.

Сегодня мы вышли на самообеспечение мясом птицы и свиной. И в этой ситуации вызовом для отрасли является сужение перспективы наращивания объемов поставок.

Овощи сами по себе такие вкусные, что им не нужно притворяться гамбургером, они и так прекрасны без кетчупа и горчицы.



Фото предоставлено пресс-службой  
ФЦ «Агроэкспорт»

## Сергей Юшин:

*«Настоящий вызов – это иметь возможность производить мясо по той себестоимости, которая позволит оставить его доступным продуктом, не потерять объемы потребления мяса в пользу других продуктов, более доступных по цене».*

Сегодня мы вышли на самообеспечение мясом птицы и свиной. И в этой ситуации вызовом для отрасли является сужение перспективы наращивания объемов поставок. Связано это с ужесточением конкуренции, с новыми ожидаемыми повышенными требованиями к производству в контексте борьбы с глобальным потеплением.

ESG-повестка, борьба с парниковыми газами и другие быстро набирающие скорость инициативы будут негативно сказываться на малом и среднем бизнесе, которому будет сложнее адаптироваться к новой и пока мало понятной среде. Многие малые предприятия не выдержат нового регулирования, требующего инвестиций и дополнительных расходов на административную работу. Есть ощущение, что увлечение модными трендами –

Продукты, имитирующие вкус мяса, но производимые из не мясного сырья, я не отношу к вызовам для производителей натурального мяса. Нет никакого реального тренда на мясозаменители. Есть много шума из ничего.

политизированный и искусственно подогреваемый процесс, выгодный большому числу консультантов, представителей мировой бюрократии, транснациональным гигантам и регуляторам, который может привести к снижению конкуренции и доступности продуктов питания, включая мясо, для тех, кто его и так недополучал. Для нас это тоже вызов ближайшего будущего.

Если не будет расширения экспорта, то значительного наращивания производства внутри страны тоже не будет. В России сегодня потребление мяса и так достаточно высокое – более 76 кг в год на человека. В мире, чтобы обеспечить растущий спрос в течение ближайших десяти лет, необходимо, по разным оценкам, увеличить производство на 37–43 млн т мяса в год. Россия должна взять значительную часть этого прироста на себя.

Африка и Азия – два мегарегиона, где идет быстрый прирост населения, где есть ограничения по развитию собственной индустрии и где население очень молодое. Развивающиеся страны в этих регионах в ближайшие годы обеспечат до 70% всего прироста потребления мяса.

Безусловно, мы давно говорим о потенциале Африки, хотя работа по азиатскому направлению нам более понятна, и здесь динамика экспорта впечатляет. И я имею в виду не только Китай. Крупные потенциальные потребители – это Филиппины, Камбоджа, Таиланд. Китай продолжит наращивать потребление говядины.

Продукты, имитирующие вкус мяса, но производимые не из мясного сырья, я не отношу к вызовам для производителей натурального мяса. Нет никакого реального тренда на мясозаменители. Есть много шума из ничего. Тренд – это когда мы понимаем, что действительно значительная доля рынка будет поделена между отраслями. С имитациями мяса такого развития не просматривается. Посмотрите кулинарные программы, посмотрите, как развиваются рестораны в разных странах, и вы



Сейчас вместо колбас из растительного белка делают бургеры и наггетсы. Те, кто в принципе не ест мясо по тем или иным причинам, возможно, будут их регулярно покупать. Таких людей обычно не более 3–4%, в России даже меньше.

В Индии, Мьянме, на Филиппинах, в Гаити люди просыпаются и думают о том, чем накормить детей. У миллиардов людей не возникает мысли о еде будущего – им нужно прожить сегодняшний день.



поймете, что никакого тренда на гороховые котлеты нет, а гамбургер из набора сои, крахмала, бобовых не вытеснит настоящий сочный стейк или пельмени. В растительных имитациях нет ничего плохого, но нет и ничего нового – такую продукцию производили еще 100 лет назад.

Многочисленные растительные имитации мясной продукции – колбасы, шашлык, котлеты – многие годы занимают очень маленькую долю рынка. Если рост спроса и производства будет, то он будет казаться значительным лишь внутри сегмента. По сравнению с мясной индустрией это ничтожные цифры.

Овощи сами по себе такие вкусные, что им не нужно притворяться гамбургером, они и так прекрасны без кетчупа и горчицы. Все больше людей начинает понимать, что хотят нормальной, обычной и очень

вкусной еды. Тем более когда мы говорим об Африке, Азии. Там уже наелись и гороха, и нута, там хотят настоящего мяса! Я это говорю не потому, что сам мясоед, любящий обычные овощи в качестве гарнира, а потому, что я за здравый смысл и против беззастенчивого маркетинга в ущерб интересам потребителей.

Приготовление мяса – это творческий процесс, это сотни рецептов, которые можно попробовать приготовить с друзьями, с семьей. А что интересного и приятного в том, чтобы котлету из гороха разогреть в микроволновке или на сковороде?!

Если говорить про молодежь, то зайдите в мясной ресторан – посмотрите, кто его посетители. В большинстве своем молодежь. Поэтому «мясо» из овощей – это, повторюсь, не тренд. Это волна, хайп, быстро проходящая мода. Хотя вегетарианские блюда, имитирующие мясные продукты, были уже много лет назад. Еще в 1938 году был ГОСТ на ливерную растительную колбасу третьего сорта. Сейчас вместо колбас из растительного белка делают бургеры и наггетсы. Те, кто в принципе не ест мясо по тем или иным причинам, возможно, будут их регулярно покупать. Таких людей обычно не более 3–4%, в России даже меньше. Угрозы для отрасли это вообще не представляет.

Настоящий вызов – это иметь возможность производить мясо по той себестоимости, которая позволит оставить его доступным продуктом, не потерять объемы потребления мяса в пользу других продуктов, более доступных по цене. Мясо в последние годы выигрывало еще и потому, что в отличие от сыров и рыбы, постоянно растущих в цене, оставалось по карману потребителю. Вызов для отрасли – удерживать долю мяса в корзине потребления россиян (сегодня она занимает почти 9%).

Когда часто слышишь, что человечество переходит на еду будущего, я вспоминаю, что таковая уже была почти 100 лет назад в романе Ильфа и Петрова «Двенадцать стульев», когда Лиза и Коля спорили

По итогам 2021 года  
тяжелейшая обстановка  
сложилась с гриппом  
птиц и африканской  
чумой свиней. Вспышки  
этих заболеваний с конца  
2020-го и на протяжении  
2021 года серьезно  
повлияли на итоговые  
результаты работы  
отрасли.

По-прежнему к рискам для отечественного животноводства можно отнести несовершенство федерального ветеринарного законодательства. В этом направлении профильным министерством проделана огромная работа по его гармонизации.

Процедура включения предприятий в планы противозoonотических мероприятий законодательно не урегулирована. Назрела необходимость в принятии нормативного правового акта правительства либо профильного министерства, где были бы прописаны права и возможности животноводческих предприятий гарантировать себе включение в планы профилактики эпизоотий.



### Александр Левиков:

*«Риски, которые в себе несет несовершенство понятия биологические отходы, определяются не только возможными крупными штрафами (до 700 тыс. рублей), но и влиянием на выстраивание конструкции биологической безопасности предприятия».*

о пользе морковных сосисок. Давайте признаем, что в массе своей будущая еда человечества – та же, что была тысячу лет назад. Шеф-повара сегодня ищут рецепты в других странах, в глубинке, и это старинные рецепты традиционной кухни, рецепты прабабушек. Вы видели модный ресторан, где вам на тарелке приносят таблочки вместо еды?

Когда же говорят «все человечество» – это говорят те люди, которые не знают, как сегодня это человечество выглядит. Человечество – это не те, кто живет в элитных кварталах и модных районах. Человечество – это Африка, Азия, Центральная Америка. Там потребители не думают о еде будущего. В Индии, Мьянме, на Филиппинах, в Гаити люди просыпаются и думают

Существуют риски, которые несет в себе закрепленное в законе понятие биологических отходов (трупов животных и птиц, ветеринарных конфискатов и других отходов, непригодных в пищу людям и на корм животным).

о том, чем накормить детей. У миллиардов людей не возникает мысли о еде будущего – им нужно прожить сегодняшний день. И в этот день человечеству нужна обычная еда, которая доказанно для него полезна, полезна для формирования организма, интеллекта, для жизни и работы.

### Проблемные вопросы ветеринарного законодательства

■ Александр Левиков, руководитель VetПротект, юрист в области ветеринарии и содержания животных:

– По-прежнему к рискам для отечественного животноводства можно отнести несовершенство федерального ветеринарного законодательства. В этом направлении профильным министерством проделана огромная работа по его гармонизации. Однако проблемных вопросов, несущих серьезные риски, по моему мнению, еще достаточно.

Начиная с 2020 года в рамках «регуляторной гильотины» принято множество новых ветеринарных правил по борьбе с карантинными болезнями животных. Среди тенденций, характерных для новых ветеринарных правил, касающихся, например, классической чумы свиней, ящура, выделил бы зависимость проведения вакцинации поголовья от планов диагностических исследований, ветеринарно-профилактических и противозoonотических мероприятий в хозяйствах всех форм собственности на территории субъекта РФ в текущий календарный год.

Процедура включения предприятий в планы противозoonотических мероприятий законодательно не урегулирована. Это говорит о том, что назрела необходимость в принятии нормативного правового акта правительства либо профильного министерства, где были бы прописаны права и возможности животноводческих предприятий гарантировать себе включение в планы профилактики эпизоотий.



В кратчайшие сроки необходимо создание отечественного банка семенного материала для получения животных под наши условия и специфические потребности.

Остро стоит проблема в отрасли со специалистами-генетиками. Без квалифицированных кадров невозможно развивать отечественную генетическую науку, в том числе и животноводство.



## Борис Долгих:

*«В целом у животноводства та же проблема, что и везде. Это нехватка средств. Выращивание КРС в России это не «быстрые деньги».*

*Еще одна из проблем российского животноводства – это отсутствие необходимого количества генетического (семенного) материала, ведь порядка 80% его мы получаем из-за рубежа».*

Особенно данный вопрос представляется актуальным в свете ожидания нового правового регулирования осуществления выплаты собственнику стоимости животных или продуктов животноводства, изъятых у него при ликвидации очагов особо опасных болезней животных, на что ранее указал Конституционный суд РФ.

Кроме того, до настоящего времени существуют риски, которые несет в себе закреплённое в законе понятие биологических отходов (трупов животных и птиц, абортированных и мертворожденных плодов, ветеринарных конфискатов, других отходов, непригодных в пищу людям и на корм животным). Отсутствие конкретного и исчерпывающего перечня биологических отходов создает условия про-

При производстве полнорационных комбикормов неправильно подбирают компоненты, стараясь прежде всего удешевить продукцию. Влияет и человеческий фактор – плохо перемешанные смеси, неправильное хранение.

извольного толкования данного понятия, и возникают вопросы. Где предпринимателю найти перечень так называемых «других отходов, непригодных в пищу людям и на корм животным»? Что это за отходы? И кто, а главное – по каким критериям определит непригодность продукта, например на корм животным?

Риски, которые в себе несет несовершенство понятия биологические отходы, определяются не только возможными крупными штрафами (до 700 тыс. рублей), но и, полагаю, влиянием на выстраивание конструкции биологической безопасности предприятия, где обращение с биологическими отходами занимает существенное место. Этот риск можно устранить, установив исчерпывающий, конкретный перечень биологических отходов в ветеринарных правилах либо в профильном законе о ветеринарии. До устранения этого риска бизнесу остается надеяться на ответственную позицию правоприменителя. Однако, исходя из своей практики, считаю, что и здесь есть свои проблемы на уровне первичного звена.

## Необходимы собственные корма, кадры, семенной материал

■ **Борис Долгих**, директор по развитию ООО «Первая фумигационная компания»:

– В целом у животноводства та же проблема, что и везде. Это нехватка средств. Выращивание КРС в России это не «быстрые деньги».

Одна из проблем российского животноводства – это отсутствие необходимого количества генетического (семенного) материала, ведь порядка 80% его мы получаем из-за рубежа. Ввиду этого мы получаем животных, непригодных под наши условия: они чаще болеют и не показывают в полной мере свою продуктивность.

Остро стоит проблема в отрасли со специалистами-генетиками. Без квалифицированных кадров невозможно развивать

Главный риск животноводов, которые ведут производство без использования химии, гормонов роста, – это более высокая себестоимость продукции.

Если цены на рынке мясной продукции еще вырастут, то тех, кто занимается животноводством на экологичной основе, ждет разорение.



## Федор Корнев:

*«Главный риск животноводов, которые ведут производство без использования химии, гормонов роста, – это более высокая себестоимость продукции. Этот показатель выделяет продукт как элитный. Но сегодня вместе с ростом цен на топливо, запчасти для техники, на корма растет себестоимость и без того недешевой продукции».*

отечественную генетическую науку, в том числе и животноводство. В кратчайшие сроки необходимо создание отечественного банка семенного материала для получения животных под наши условия и специфические потребности.

Для выкорма высокопродуктивных животных не хватает качественных комбикормов, отсюда разница по надоям на корову. В России надой на одну корову 3,5–5 тыс. л в год, а в иных странах до 10 тыс. л в год – по данным АЦ MilkNews, ФСТС, Союзмолока и собственным оценкам. Есть куда повышать рентабельность производства.

По комбикормам проблема заключается в двух плоскостях:

Люди, обычные потребители, с ростом цен теряют возможность покупать качественные и экологичные продукты, падает покупательская способность.

1. При производстве полнорационных комбикормов неправильно подбирают компоненты, стараясь прежде всего удешевить продукцию. Влияет и человеческий фактор – плохо перемешанные смеси, неправильное хранение. Много где сталкиваются с зараженностью вредителями хлебных запасов.

2. Производство силосных культур в условиях зон рискованного земледелия, а это в той или иной степени вся Россия, затруднено. Урожайность часто бывает невысокой, отсюда и низкая рентабельность производства данного вида кормов, и их нехватка в животноводстве.

Будущее за ферментными препаратами, повышающими усвоение корма. Предприятия по их производству были созданы еще при СССР.

## Главный риск – высокая себестоимость продукции

■ Федор Корнев, семейная ферма Корневых:

– Главный риск животноводов, которые ведут производство без использования химии, гормонов роста, – это более высокая себестоимость продукции. Этот показатель выделяет продукт как элитный. Но сегодня вместе с ростом цен на топливо, запчасти для техники, корма растет себестоимость и без того недешевой продукции.

Люди, обычные потребители, с ростом цен теряют возможность покупать качественные и экологичные продукты, падает покупательская способность. Соответственно потребитель уже не выбирает качественное и экологичное, а берет то, на что хватает его зарплаты. Если цены на рынке мясной продукции еще вырастут, то тех, кто занимается животноводством на экологичной основе, ждет разорение.

Высокая себестоимость, низкая покупательская способность могут дать высокий риск банкротства, а если отменят пошлину на ввоз мяса из-за границы, то это значительно снизит развитие отрасли внутри государства.



Мы со всеми трудностями справляемся сами. Но хотелось бы получать необходимую поддержку от государства по простым схемам, субсидии, например, на покупку топлива и кормов, либо фиксацию цен на эту продукцию для тех, кто занимается сельским хозяйством.

Начинающим небольшим фермам получить первый доход и пойти на расширение поможет регулирование деятельности сетевых супермаркетов, способствующее продвижению фермерской продукции в сетях, как это делают в Европе. Существующие гранты на открытие дела покрывают только 40% затрат, а в итоге на развитие и грамотное создание фермы не хватает.

---

Производство силосных культур в условиях зон рискованного земледелия, а это в той или иной степени вся Россия, затруднено. Урожайность часто бывает невысокой.

---

### Удержат потребителя

Эксперты, говоря о проблемах животноводства, сходятся в одном: мясо должно оставаться доступным продуктом питания. Выполняя эту задачу, российские промышленники одновременно ожидают ужесточения конкуренции, ведь по прогнозам Национального союза свиноводов производство только российской свинины в 2022 году может вырасти более чем на полмиллиона тонн (с 4,9 до 5,5 млн). **МП**

реклама



## Моя ERP-система. С ней у меня все под контролем.

Эффективность, прозрачность, гибкость – вот что сейчас важно. С помощью IT Вы достигнете этих целей. Будь то ERP, MES, калькуляция обвалки или интеллектуальное планирование: CSB-System – это комплексное решение для предприятий мясной отрасли. С ним Вы можете сегодня оптимизировать производство, а завтра – оцифровать весь Ваш завод.

Больше информации  
о наших решениях для  
мясной отрасли:  
[www.csb.com](http://www.csb.com)





CSB-SYSTEM

**Компания:**

**ООО «ЦСБ-Систем»**

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

**Авторы:**

**Игорь Демин,**  
коммерческий директор  
ООО «ЦСБ-Систем»

**Сергей Бувеч,**  
руководитель отдела продаж  
ООО «ЦСБ-Систем»



# Единая ERP-система для всех дочерних компаний Sopraso Group

*«Мы все собираем воедино» – так звучит рекламный слоган группы компаний Sopraso. И действительно, европейская мясная компания объединяет не только всю производственную цепочку под одной крышей, но и все процессы в единой системе – CSB-System. Это повышает эффективность и обеспечивает структуру и прозрачность во всей компании.*

**Т**елятина, говядина, свинина, дичь, птица и многое другое для сетей оптовой и розничной торговли, мясных лавок и предприятий гастрономии по всей Европе – это бизнес группы Sopraso. Широкий ассортимент продукции включает в себя как крупнокусковое мясо, так и порционную нарезку, в свежем и замороженном виде, в виде полуфабрикатов или полной готовности.

От разведения скота и производства кормов до убоя, дистрибуции, переработки и логистики – технологическая цепочка группы Sopraso характеризуется высокой комплексностью. Ее полная вертикальная интеграция представляет собой непростую задачу, поскольку дочер-



**Цифры и факты**

- Sopraso Group – один из ведущих поставщиков мяса в Европе
- Компания основана в 1982 году семьей Оейен в Бельгии
- 500 сотрудников
- Годовой оборот – более 400 млн евро
- Годовой объем производства – 5200 т
- Экспорт в Европу, фокус на страны Бенилюкса
- Расширение компании во Франции в 2018–2019 годах: приобретение предприятий по убою и разделке в Саррегузмине (убой телят Abattoir du Pays de Sarreguemines SASU, разделка телятины Boviveau SASU и Groupe Collet)

ние компании Sopraso специализируются на различных областях производства. Например, Верго производит высококачественные корма, а Vilatca отвечает за выращивание телят и крупного рогатого скота. Собственный убойный цех имеет отдельные линии для убоя телят и свиней. Заводы Lornoy, Norenca и Belliporc специализируются на разделке телятины, говядины и свинины соответственно. Основное преимущество такой вертикальной интеграции заключается в том, что она позволяет Sopraso быстро реагировать на развитие рынка и изменение тенденций в потреблении. А основой для этого является эффективная IT-система для управления процессами.





### Решение CSB в Soprasco Group

- ERP, включая бухгалтерию, закупки, склад, убой, производство, маркировку, продажи, управление качеством, прослеживание, мобильную комплектацию заказов, EDI

### Основные преимущества Soprasco Group:

- Полное прослеживание в течение нескольких минут
- Масштабируемость в соответствии с требованиями клиентов, рынка, отрасли и законодательными требованиями
- Регистрация данных в производстве в режиме реального времени посредством подключенных весов и CSB Rack
- Единообразные бизнес-процессы на всех заводах, быстрое внедрение решения
- Стабильные административные расходы, несмотря на возрастающую сложность

### ERP-система с консолидированным ноу-хау мясной промышленности

Интеграция началась в Soprasco Group с самостоятельно разработанного программного обеспечения для управления предприятием. В то время ввод данных, взвешивание и маркировка еще выполнялись вручную. Однако этого было недостаточно для дальнейшего развития компании. IT-система оказалась неэффективной, она замедляла производство и требовала сложной сети с многочисленными интерфейсами.

Решение CSB позволило решить эту проблему – сегодня регистрация и мониторинг продукции выполняются в CSB-System в режиме реального времени. В производстве это осуществляется с помощью подключенных к системе весов и специальных промышленных компьютеров CSB Rack для сбора данных, что обеспечивает полный обзор всех областей: с разведения скота, убоя, закупки, приемки сырья и материалов до производства, контроля качества, склада, комплектации и отгрузки товаров.

Сегодня Soprasco Group имеет в распоряжении стандартизированную систему, которая предлагает лучшие практики, быстрое внедрение и единообразные процессы на всех заводах. Не менее важной является прослеживаемость всех процессов. Кроме того, было учтено и развитие Soprasco Group в будущем, ведь система CSB растет вместе с компанией и может быть просто расширена для удовлетворения потребностей клиента или производствен-



Больше информации о CSB-System на Soprasco вы можете получить у специалистов CSB – сканируйте QR Code

ных площадок. «Soprasco особенно ценит в CSB то, что в ERP-системе отражено все ноу-хау мясной промышленности, – говорит Марк Амелут, директор по ИКТ и технологиям Soprasco Group. – Это позволяет нам оптимизировать и автоматизировать наши процессы для достижения максимальной производительности».

### Поддержка экспертов

Несмотря на то, что система CSB используется во всей группе, решение физически установлено на собственных серверах всех входящих в нее предприятий. Только так каждое предприятие может быстро и гибко реагировать на изменение своих индивидуальных требований, со-

храняя при этом синергию с остальными предприятиями группы. Благодаря этому обеспечиваются необходимая структура, прозрачность и эффективность, т. е. основа для дальнейшего роста и развития Soprasco Group. При этом все подразделения Soprasco Group получают преимущества от работы консультантов CSB, ведь они являются не только опытными IT-специалистами, но и детально знают рынки, которые обслуживает Soprasco. «Знания и лучшие практики, которые мы получаем от консультантов CSB, являются для нас одним из важнейших преимуществ, – подтверждает Марк Амелут. – Многие операции, которые нам раньше приходилось выполнять вручную, сегодня осуществляются автоматически. Это позволяет нам быстро реагировать на запросы наших клиентов и предоставлять им корректную детальную информацию».

### Надежное будущее

Адаптивность решения CSB позволила быстро внедрить его на предприятиях, недавно приобретенных Soprasco Group во Франции. В ближайшее время все заводы планируют перейти на последнюю версию CSB 6.2, чтобы повсеместно работать на одном уровне и пользоваться преимуществами инноваций. «Реализация проекта была только первым шагом. Далее мы еще раз внимательно рассмотрим наши процессы, чтобы понять, возможна ли дальнейшая оптимизация на основе новых разработок и многолетнего опыта CSB в мясной промышленности», – заключает Марк Амелут. ■





**Федор Корнев:**

## «Идеальная ферма – на благо людей и без вреда природе»

Семейная ферма Корневых – это история не только про бизнес. Это история про любовь к земле, к своему делу, про то, что можно делать натуральный полезный продукт в традиционном хозяйстве и одновременно идти в ногу со временем. Семейная ферма Корневых основана 30 лет назад. Мы побеседовали с сыном главы фермерского хозяйства Федором Корневым.

Беседовала: Екатерина Юсубова



Предприятие:  
**Семейная ферма Корневых**

Дата основания:  
**1992 год**

Место расположения:  
**д. Курово, Московская область**

Специализация:  
**мясо, мясная и молочная продукция**

– **Ф**едор, расскажите, с чего началось ваше хозяйство, почему решили работать на земле, какая продукция была первой?

– Ферму основали родители в 1989 году. Познакомились они в 17 лет, вместе окончили сначала Тарский ветеринарный техникум в Омской области (специализация – агроном), а потом и московскую Тимирязевскую сельскохозяйственную академию. По распределению попали в Курсаковский совхоз, работали в нем на руководящих должностях.

В 1991 году, когда коллективные хозяйства стали умирать, родители рискнули и открыли свое дело. Покупали старую технику у бывших совхозов. Само хозяйство было небольшое: одна лошадь Ласточка, собака Пальма и корова. Сегодня основную работу ведут я с братьями.

– **Что сегодня представляет собой семейная ферма Корневых? Какие направления мясного животноводства есть в вашем хозяйстве?**



**Федор Корнев:**

*«Стараясь придерживаться классических процессов без добавления химии в итоговый продукт. Практически все выполняется под заказ, так как продукты без консервантов имеют короткий срок хранения».*

– В этом году у нашей семейной фермы юбилей – 30 лет. Сейчас на ферме более 100 голов коров, большое количество разнообразной птицы, а также поголовье свиней. У нас 150 га земель, которые мы используем для производства кормов. Сено стараемся заготавливать самостоятельно, однако природа, бывает, вносит свои коррективы.

– **Если говорить обо всей продукции, которую вы производите на своей ферме, то какую ее часть занимают мясо и мясная продукция?**

– Интересный вопрос, специально посмотрел данные за год. Мясо и мясная продукция в общем объеме занимают почти 46%, при этом почти половина приходится на продажу мяса птицы, треть – на готовую продукцию, такую как полуфабрикаты и горячее копчение.

– **Как удается поддерживать такой широкий ассортимент продукции в фермерском хозяйстве? Расскажите, как начинали производить мясную продукцию, какое было оборудование, откуда брали рецепты, технологии?**

– У нас все по старинке – ручной труд. Каждый пельмешек или котлета сделаны вручную и сегодня, и 30 лет назад. Постепенно стараемся покупать и заменять технику. Так, несколько лет назад купили современное оборудование – мясорубку, машинку для нарезки колбас и для разделки мяса. В целом стараемся придерживаться классических процессов без добавления химии в итоговый продукт.





Практически все выполняется под заказ, так как продукты без консервантов имеют короткий срок хранения. Также обновляем сельхозтехнику, но и советские комбайны чиним сами и продолжаем на них работать.

А вот с рецептами полуфабрикатов некоторое время случались казусы. Иногда не соблюдали рецептуру, и некоторые клиенты жаловались. То у нас в пельменях появится морковь, то исчезнет, то еще что-то новое делаем. В итоге мы пришли к единым проверенным рецептам. Из каждой выполненной партии мы делаем пробу – насколько продукт соответствует стандарту.

Постепенно планируем расширять ассортимент. Иногда пробуем закупать другие натуральные продукты: рыбу, хлеб, масло. Сначала протестируем сами, затем только выставляем на продажу. Я должен быть уверен в качестве любого товара, что стоит у нас в лавке.

**– Как покупатели о вас узнают? Сколько продаж приходится на интернет-магазин? Можно ли сказать, что это значимое направление в расширении продаж вашей продукции?**

---

Необходимо использовать все возможности, которые доступны, например те же маркетплейсы. Они активно развиваются, и у некоторых есть интересные предложения. Мы сегодня в основном вкладываемся в продвижение своего сайта.

---

– Интернет-магазин появился у нас шесть лет назад. Конечно, приходилось разбираться во всем самому: как сделать сайт, как его продвигать, как привлекать клиентов. На сегодня это основной канал продаж.

У нас есть также лавка на самой ферме, многие приезжают к нам в наш контактный зоопарк, пробуют фермерские бургеры,

знакомятся с нами, если получится. Весной и летом онлайн- и офлайн-магазин работают одинаково хорошо. Многие клиенты с нами уже очень давно, и даже целое поколение выросло на наших продуктах. Кому-то нравится их вкус и отсутствие химии, кто-то покупает из-за аллергии или диеты детей.

**– Какие каналы продаж вообще у вас есть? Есть ли опыт взаимодействия с торговыми сетями? Как вы считаете, возможно ли вообще сделать так, чтобы фермерская продукция была доступна в супермаркетах у дома?**

– Мы несколько раз пробовали открыть свой магазин в Москве, но это очень затратно. Высокая аренда, необходимость пополнять ассортимент почти ежедневно делают это абсолютно невыгодным. В прошлом году закрыли точку продаж в Красногорском. Будем искать другие варианты. С торговыми сетями еще не работали. Считаю, что необходимо использовать все возможности, которые доступны, например те же маркетплейсы. Они активно развиваются, и у некоторых есть интересные предло-





жения. Мы сегодня в основном вкладываемся в продвижение своего сайта.

**– Как вы считаете, с чем связано то, что в России наименьший объем производства продукции животноводства приходится на фермерские хозяйства? Почему фермеры неохотно занимаются этим направлением?**

– Содержать ферму – непростое занятие, нужно многое знать, иметь образование, хоть какой-то опыт. Нужны инвестиции и спрос на продукцию. В Московском регионе спрос высокий, поэтому постоянно появляются как большие предприятия, так и небольшие. В регионах, думаю, с этим сложнее. Гораздо проще перепродавать товары, нежели их создавать. Работать на ферме – это ежедневный труд без выходных и праздников. Если бы государство предоставляло субсидии на ресурсы, гранты на открытие дела (не только на часть расходов), новых ферм появлялось бы намного больше, был бы скачок в отрасли.

**– С какими сложностями приходится сталкиваться? Отразилась ли на неболь-**

46%

Мясо и мясная продукция в общем объеме занимают почти 46%, при этом почти половина приходится на продажу мяса птицы, треть – на готовую продукцию, такую как полуфабрикаты и горячее копчение.

**ших хозяйствах проблема с поставками кормов, которая обострилась летом 2021 года?**

– Часть кормов мы заготавливаем сами, это помогает нам не зависеть от внешних факторов. Сложности, конечно, бывают. Но у меня есть принцип: сначала разобратся самому или проконсультироваться с теми, кто владеет верной информацией.

Так я получаю новый опыт и знания и уже могу что-то делать сам. За последние годы активно вел строительство нового цеха, поэтому успел освоить и эту область на достаточно хорошем уровне.

**– Ваша продукция – не из дешевого сегмента. Ощутили ли вы влияние снижения покупательской способности последнего времени на спрос?**

– Главный риск животноводческой деятельности, которая занимается настоящим честным производством без химии, – более высокая стоимость по сравнению с производством мясных продуктов, основанных на химии, гормонах роста и т. д. Высокая стоимость выделяет продукт как элитный. Но идет рост цен на топливо, запчасти для техники, зерновые корма – в результате вырастает себестоимость продукции.

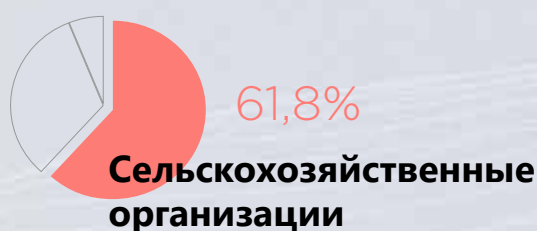
Но это не только на производстве. Люди, обычные потребители, тоже теряют возможность покупать такие продукты, падает покупательская способность. Чем меньше ценность денег – тем меньше человек может купить. Соответственно, он уже не выбирает качественное и экологичное, а берет то, на что хватает его зарплаты. Если на рынке мясной продукции вырастут цены, то тех, кто занимается животноводством на экологичной основе, ждет разорение.

Высокая себестоимость, низкая покупательская способность могут дать высокий риск банкротства. А если отменяют пошлину на ввоз мяса из-за границы, то рынок питания заполнится некачественным сырьем и продуктами из него (колбасы и т. п.) и при этом значительно снизит развитие отрасли внутри государства. Мы не ждем каких-то особых поблажек от государства, со всеми трудностями мы справляемся сами.

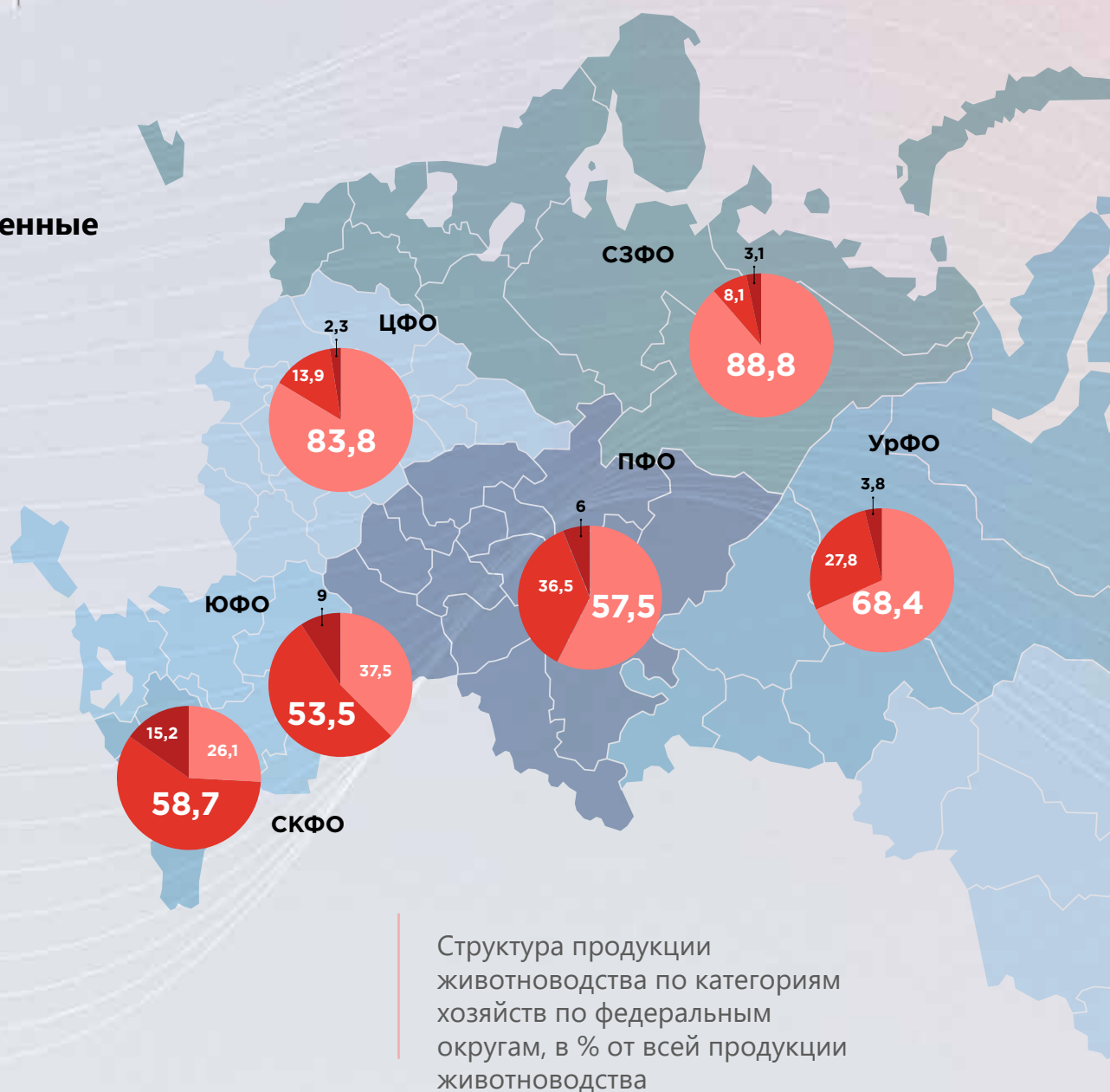
**– Какая она – идеальная российская ферма, на ваш взгляд?**

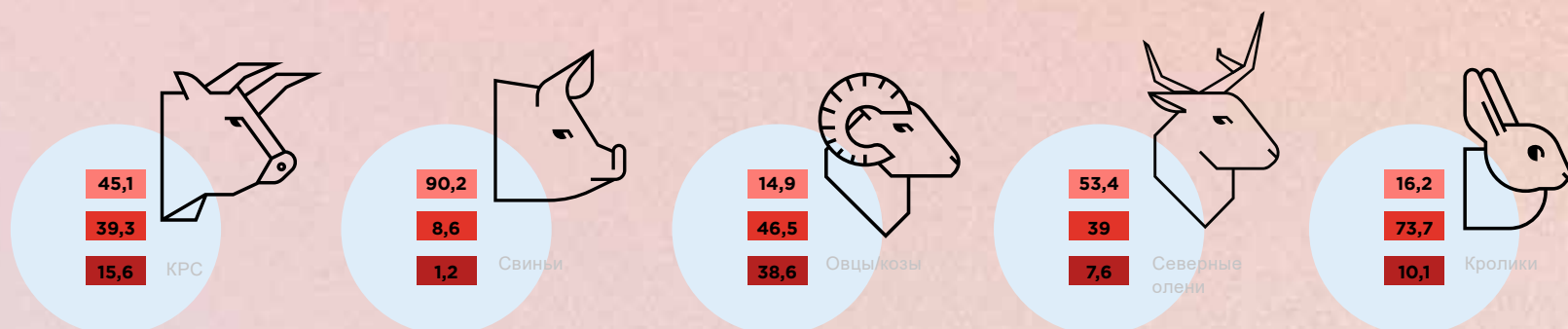
– Та, на которой деятельность ведется на благо людей и без вреда природе. На которой трудятся заинтересованные люди, разделяющие эти ценности. **МП**

# ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКТОВ ЖИВОТНОВОДСТВА: КАКИЕ ХОЗЯЙСТВА ЛИДИРУЮТ НА РЫНКЕ?

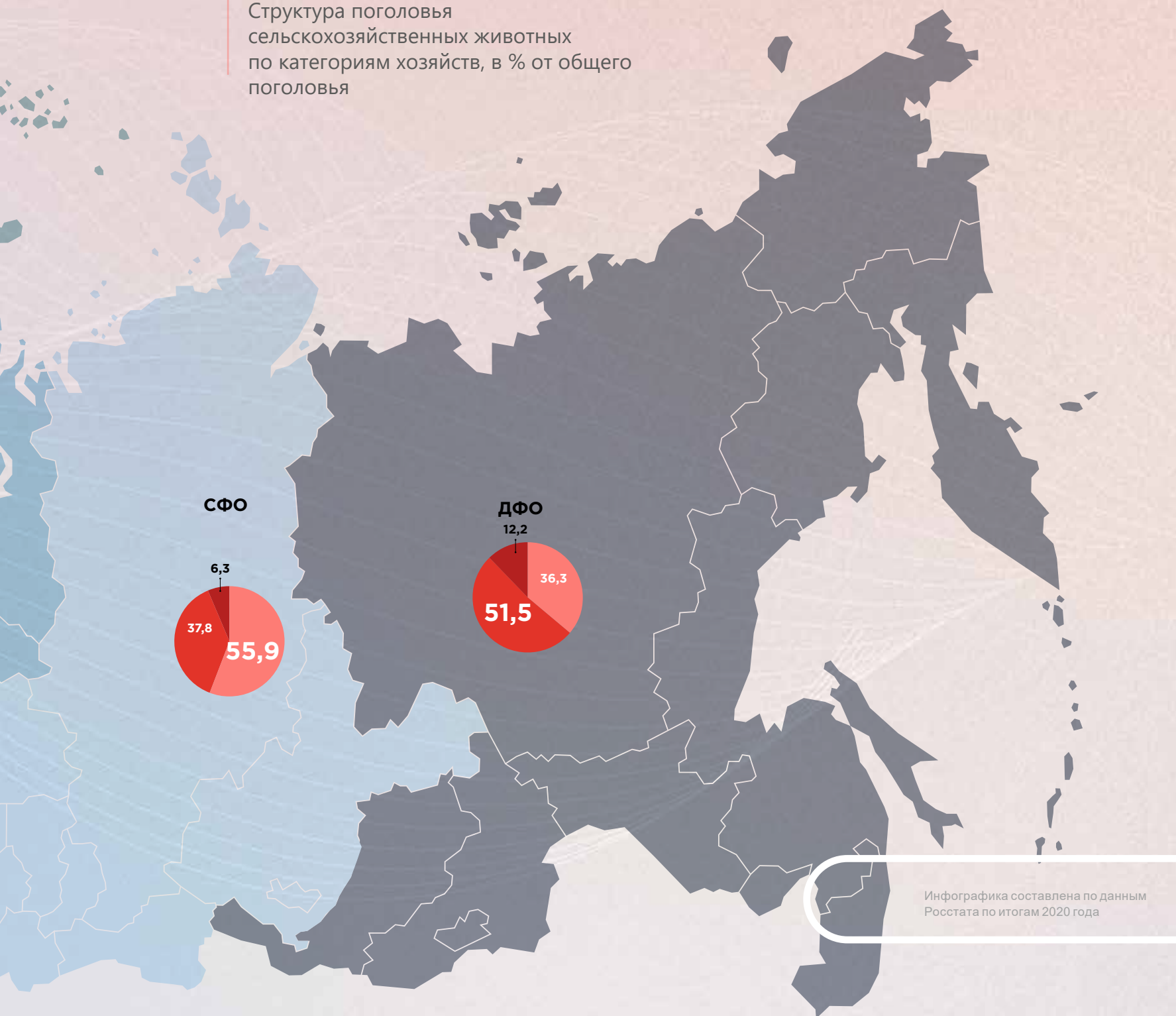


Объем продукции животноводства по категориям хозяйств





Структура поголовья сельскохозяйственных животных по категориям хозяйств, в % от общего поголовья







Обзор подготовлен  
с использованием  
данных Росстата,  
ФЦ «Агроэкспорт»,  
Центра Агроаналитики

# РЫНОК МЯСА В ЦИФРАХ: КАК ОН МЕНЯЛСЯ В 2021 ГОДУ?

На российский и мировой рынки мяса в 2021 году оказывали влияние эпизоотические ситуации, в частности птичий грипп и АЧС в Европе, госрегулирование производства и торговли, ситуация на внутренних рынках США, Китая, Бразилии и других стран.

## В России

### Промышленное производство мяса и продуктов его переработки

Объем производства мяса сельскохозяйственными предприятиями по итогам января–октября 2021 года остался на уровне 2020-го – около 2,5 тыс. т. В этот объем включены показатели производства мяса КРС, свинины, козлятины, баранины, конины и оленины.

Рост на 4,2% показало производство полуфабрикатов, замороженных и охла-

### Производство в РФ мяса и мясопродуктов

Наименование	Объем производства	Годовое изменение, %
мясо	2545 тыс. т	0
полуфабрикаты	2007 тыс. т	+2,8%
колбасная продукция	3597,9 тыс.т	+4,2%
мясные консервы	519,5 м.у.б.	-21,2%

По данным Росстата с января по октябрь 2021 года

**Ведущие страны-покупатели российской говядины,  
январь–декабрь 2021 года**

131  
млн долл.

**Китай**

21  
млн долл.

**Саудовская  
Аравия**

8,4  
млн долл.

**Марокко**

7,3  
млн долл.

**Узбекистан**

6,9  
млн долл.

**Казахстан**

191  
млн долл.

**Всего**

**Ведущие страны-покупатели российской свинины,  
январь–декабрь 2021 года**

172  
млн долл.

**Вьетнам**

74  
млн долл.

**Украина**

55  
млн долл.

**Беларусь**

13  
млн долл.

**Монголия**

13  
млн долл.

**Гонконг**

348  
млн долл.

**Всего**

**Ведущие страны-покупатели российской птицы,  
январь–декабрь 2021 года**

230  
млн долл.

**Китай**

73  
млн долл.

**Саудовская  
Аравия**

33  
млн долл.

**Украина**

32  
млн долл.

**Казахстан**

11  
млн долл.

**Киргизия**

По данным ФЦ «Агроэкспорт»

денных, мясных и мясосодержащих. Их в России произвели больше, чем собственно мяса, – около 3,6 тыс. т. Колбасных изделий произвели, по сравнению с прошлым годом, больше на 2,8%, объемом чуть больше – 2 тыс. т. Наибольший спад производства случился в сегменте мясных консервов – более чем на 20%. Объем производства в этом году составил 519, 5 млн условных банок.

### Внутренний объем производства и цены

**Говядина.** Производство говядины за 10 месяцев 2021 года показало, по сравнению с прошлым годом, 5% роста, достигнув объема 866 тыс. т, но вместе с этим росли цены. Динамика их роста стала самой интенсивной с 2019 года.

**Свинина.** Производство этого вида мяса осталось практически на уровне прошлого

года, показав небольшой плюс в 0,9% объема. Рост цен, как и у говядины, стал самым интенсивным за последние три года.

**Мясо птицы (кур).** Производство мяса птицы в январе–октябре 2021 года снизилось на 1,3% по сравнению с прошлым годом. Данные об объеме производства на сельхозпредприятиях в 5 094 тыс. т предоставил Росстат. Потребительские цены на куриное мясо, несмотря на их ощутимый рост в 2021 году, все-таки значительно ниже цен на свинину и говядину, что делает мясо кур самым доступным видом мяса для потребителя.

Таким образом, цена на мясо птиц в 2021 году показала самый динамичный рост среди других видов мяса. Самый значительный рост в 2021 году наблюдался по направлению КРС.

### Экспорт

**Говядина.** С начала 2021 года к декабрю Россия нарастила экспорт говядины в 2,7 раза (до 191 млн долл.). В натуральном выражении показатель вырос в 2,2 раза и составил 29 тыс. т.

Наибольший удельный вес в увеличении экспорта говядины имеют продажи в Китай. Они выросли в 3,65 раза, достигнув 131 млн долл. в денежном выражении, в натуральном выражении показатель вырос в 2,7 раза (до 19 тыс. т). С мая 2021 года ежемесячный экспорт говядины в Китай превышает 1,5 тыс. т.

Второе место среди импортеров занимает Саудовская Аравия. В этом году из России туда поставлено говядины на 21 млн долл., что больше, чем в прошлом году, на 41%. На третьей позиции находится Марокко, куда Россия в 2021 году впервые начала поставлять говядину. К декабрю туда отгрузили 2 тыс. т говядины на 8,4 млн долл.

**Свинина.** Российский экспорт свинины с января к декабрю в физическом выражении снизился на 0,9%, в долларовом – вырос на 19%. Россия экспортировала свинины 169 тыс. т на 348 млн долл.

Крупнейшим импортером, как и в 2020 году, стал Вьетнам, на него в 2021 году пришлось почти половина российского экспорта свинины. С января по декабрь отгрузки выросли на 49% до 172 млн долл. в денежном выражении (или 84 тыс. т), на 50% – в натуральном. Второе место занимает Украина, которая ввезла российской свинины на 74 млн долл., на третьем – Беларусь, закупившая свинины у России на 55 млн долл.

**Мясо птицы.** К концу года снизился экспорт птицы в Китай, который является



## Изменение потребительских цен на говядину

Период	Потребительская цена, руб.		Изменение цены, %
	в январе	в октябре	
2019 год	331,56	350,12	+5,6%
2020 год	348,86	361,23	+3,5%
2021 год	361,85	413,56	+14,3%

По данным Росстата на октябрь 2021 года

## Изменение потребительских цен на свинину

Период	Потребительская цена, руб.		Изменение цены, %
	в январе	в октябре	
2019 год	275,75	264,54	-4 %
2020 год	262,42	269,14	+2,5%
2021 год	269,76	310,96	+15,3%

По данным Росстата на октябрь 2021 года

## Объем импорта говядины с января по сентябрь 2021 года

Импортёр	Объем импорта, тыс. т		Изменение цены, %
	2020	2021	
Беларусь	76	73	-4
Парагвай	58	72	+24
Аргентина	42	26	-38
другие	68	49	-28
<b>всего</b>	<b>244</b>	<b>221</b>	<b>-10</b>

По данным ФЦ «Агроэкспорт»

## Объем импорта свинины с января по сентябрь 2021 года

Импортёр	Объем импорта, тыс. т		Изменение цены, %
	2020	2021	
Чили	3,7	2,6	-30
Беларусь	2	2,3	+15
Бразилия	0,4	0,8	+100
другие	2,4	0,9	-62
<b>всего</b>	<b>244</b>	<b>221</b>	<b>-9,5</b>

По данным ФЦ «Агроэкспорт»

## Цены на говяжьи полутуши в мире, долл./кг

Страна	цена, долл./кг		Изменение цены, %
	дек. 2020	дек. 2021	
Бразилия	3,52	3,78	+7%
США	3,8	4,85	+28%
Китай	13,34	13,65	+2%
Россия	3,55	3,97	+12%
ЕС	4,46	4,81	+8%

По данным ФЦ «Агроэкспорт»

## Цены на свиные полутуши в мире, долл./кг

Страна	цена, долл./кг		Изменение цены, %
	дек. 2020	дек. 2021	
Бразилия	2,43	1,91	-22%
США	1,73	1,88	+9%
Китай	7,27	4,54	-38%
Россия	2,15	2,42	+12,5%
ЕС	1,55	1,46	-6%

По данным ФЦ «Агроэкспорт»

самым крупным покупателем. Больше всего снизились поставки куриного крыла – на 43%. Всего с января по декабрь Россия экспортировала 218 тыс. т куриного мяса, что на 3 тыс. т больше, чем в 2020 году. Больше всего мяса курицы по-прежнему покупает Китай – 114 тыс. т, но это на 22 тыс. т меньше, чем в 2020 году. Вдвое выросли поставки в Саудовскую Аравию – с 14 до 28 тыс. т.

## Импорт

**Говядина.** Импорт из стран дальнего зарубежья с января 2021 года оставался ниже прошлогодних показателей на 15%. Все ведущие поставщики уменьшили отгрузки. Помимо невысокого спроса со стороны РФ,

ввоз снижается на фоне повышенного интереса со стороны КНР, который «стягивает» объемы на себя.

**Свинина.** Импорт свинины в Россию с начала 2021 года к октябрю сократился на 22% по сравнению с прошлым годом. По итогам девяти месяцев крупнейшим импортером свинины в РФ стала Республика Чили.

**Мясо птицы.** Импорт мяса птицы за январь–сентябрь 2021 года вырос на 3% в основном за счет Бразилии. Рост поставок в 3,5 раза показал Казахстан, при этом сократились поставки из Беларуси на 16%. Беларусь в 2021 году снизила за девять месяцев года на 12% производство мяса птицы, что отразилось на экспорте.

## В мире

**Говядина.** В конце октября 2021 года цены на говяжьи полутуши в Бразилии достигли минимальных значений. Однако в результате частичного государственного ограничения производства в Бразилии, а также на фоне роста спроса на оптовом рынке перед праздниками цены в середине ноября 2021 года резко возросли и удерживаются на отметке 3,78 долл./кг (+8% к уровню прошлого года).

Бразилия приостановила поставки в Китай, где по-прежнему сохраняется спрос на мясо КРС

Цены в США находятся на самом высоком уровне за последние три года на фоне сокращения внутреннего предложения.



## Изменение потребительских цен на птицу

Период	Потребительская цена, руб.		Изменение цены, %
	в январе	в октябре	
2019 год	152,25	143,12	-6%
2020 год	142,38	145,54	+2,2%
2021 год	146,22	183,46	+25,5%

По данным Росстата на октябрь 2021 года

## Объем импорта мяса птицы с января по сентябрь 2021 года

Импортёр	Объем импорта, тыс. т		Изменение цены, %
	2020	2021	
Беларусь	102	86	-16
Бразилия	57	71	+25
Казахстан	4	15	+275
другие	8	5	-37
<b>всего</b>	<b>172</b>	<b>177</b>	<b>+3</b>

По данным ФЦ «Агроэкспорт»

## Цены на тушки бройлеров в мире, долл./кг

Страна	цена, долл./кг		Изменение цены, %
	дек. 2020	дек. 2021	
Бразилия	1,21	1,22	+0,8%
США	1,88	2,56	+36%
Китай	3,26	3,45	+6%
Россия	1,56	1,98	+27%
ЕС	2,24	2,37	+6%

По данным ФЦ «Агроэкспорт»

**Свинина.** Восстановившийся после АЧС рынок свинины Китая все более снижает внутренние цены и импорт. В Германии обнаружены новые очаги АЧС, поэтому экспорт в Китай для этой страны стал еще более недоступным и еще не скоро возобновится. Внутреннее предложение свинины в Европе останется избыточным, а цены, соответственно, низкими.

**Мясо птицы.** На рынок птицы продолжают оказывать влияние вспышки птичьего гриппа, обеспеченность внутренних рынков крупнейших участников мировой торговли. Импорт птицеводческой продукции (включая живую птицу, инкубационное яйцо, мясо птицы) из этих стран ограничен, в том числе со стороны РФ. **МП**

май  
2022

Международный бизнес-форум

МИРОВАЯ  
СОЯ

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

sfera  
eventsОрганизатор  
форума

sfm.events

Обзор подготовлен на основании материалов Экспертно-аналитического центра «АБ-Центр»



# КАК И ПОЧЕМУ РАСТЕТ СЕГМЕНТ ПРЕМИАЛЬНОЙ ГОВЯДИНЫ В РОССИИ

В то время как эксперты говорят о необходимости оставить самые обычные виды мяса доступными для потребителя, рынок премиум-продукта – мраморной говядины – показывает в последние годы устойчивый рост. Аналитики Экспертно-аналитического центра агробизнеса «АБ-Центр» рассказали в своем маркетинговом исследовании о факторах, влияющих на этот процесс.

## От импортных стейков к собственному производству

Стейк-хаусы, появившиеся в городах-миллионниках в 2000-е, положили начало волне спроса на премиальную говядину. Основное потребление тогда приходилось на Москву и Санкт-Петербург. Позже наращивание спроса происходило за счет федеральных сетевых магазинов, в которых был представлен ассортимент премиум-товаров, таких как «Азбука вкуса» и METRO.

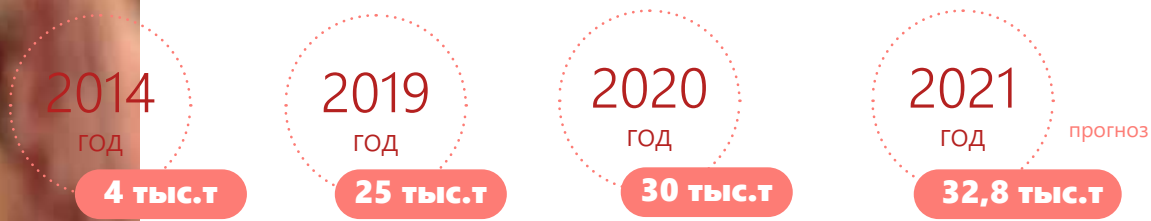
# 145,1 т

В 2020 году поставки российской премиальной говядины на внешние рынки составили 145,1 т, в январе–июне 2021 года – 161,9 т.

С распространением розничных сетей по всей стране увеличивается и потребление мраморной говядины. Этот процесс набирает обороты до середины 2010-х. Основная доля общего потребления, составившего в 2014 году 3,5–4 тыс. т, приходилась на импортную продукцию. Говядина премиум-класса ввозилась в Россию из Австралии, США, ЕС, Латинской Америки.

После введения импортных ограничений летом 2014 года российские производители получили возможность за-





### Объем потребления мраморной говядины в России

По данным АБ-Центр



### Объем российского экспорта премиальной говядины

Период	Объем экспорта, тыс. т	Объем экспорта, тыс. долл.
2017 год	23,3	294
2018 год	55,1	657,7
2019 год	40,5	458,3
2020 год	145,1	2497,5
январь-июнь 2021	161,9	2639,5

Расчеты АБ-Центр по данным Федеральной таможенной службы

нять освободившуюся нишу, но для этого нужно было вывести хозяйства на устойчивое производство. По этой причине в 2015–2016 годах российские гурманы ощущали нехватку качественных стейков на рынке.

Отечественным производителям приходилось учиться обеспечивать требуемое количество мяса на стейке, равномерной нарезке. Иногда одна часть могла быть до трех раз толще другой. поголовье крупного рогатого скота мясных пород было до-

# 1 927 ₺/кг

Среднерозничные цены на говяжьи стейки в Москве в сентябре 2021 года составляли 1927 руб./кг.

статочным, но мясо его шло большей частью в переработку, а не на стейки.

Уже к 2017 году качество российского деликатеса стало лучше. К 2019 году объем потребления мраморной говядины вырос до 25 тыс. т, а в 2020 году – до 30,0 тыс. т. По оценкам АБ-Центр, по итогам 2021 года он составит 32,8 тыс. т.

### Рост потребления обеспечивается развитием отрасли мясного скотоводства

Поголовье скота мясных пород за прошедшие пять лет в отечественных сельхозорганизациях, по расчетам АБ-Центр, выросло на 50,7%, за девять лет – в 2,2 раза.

Потребление говядины премиум-сегмента увеличилось благодаря следующим факторам:

- Активное продвижение продукции лидерами отрасли. Например, холдинг «Мираторг», который является ключевым игроком отрасли, помимо контрактов с крупными сетями, имеет и собственные каналы реализации в розничном сегменте.

- Порционная разделка, расширение ассортимента. Например, не так давно на рынке появилась продукция в мелкой фасовке – по 0,2–0,5 кг. Это позволило увеличить потребление со стороны целевой аудитории из несемейных потребителей,



а также среди тех, кто не готов тратить на стейки, расфасованные весом в 1–2 кг.

- Расширение крупных федеральных сетей. К настоящему времени практически в каждом городе с населением свыше 200 тыс. человек на полках сетевых супермаркетов представлена мраморная говядина. Ранее продукт можно было приобрести лишь в городах-миллионниках.

- Некоторое снижение цен. В условиях расширения объема предложения снизились и средние цены на премиальную говядину, что подстегнуло ее потребление.

#### Расширение экспорта обеспечит рост производства

Ключевой тенденцией рынка премиальной говядины России можно назвать увеличение объема экспорта в 2020–2021-х годах.

**3,5–4** тыс. т

Основная доля общего потребления, составлявшего в 2014 году 3,5–4 тыс. т, приходилась на импортную продукцию. Говядина премиум-класса ввозилась в Россию из Австралии, США, ЕС, Латинской Америки.

В 2019 году показатели экспортных поставок находились на отметках 40,5 т, в 2017 году – 23,3 т. В 2020 году поставки российской премиальной говядины на внешние рынки, по оценкам АБ-Центр, составили 145,1 т, в январе–июне 2021 года – 161,9 т.

При сохранении текущих тенденций в течение ближайших пяти лет экспорт премиальной говядины, по оценкам АБ-Центр, может превысить 1 тыс. т. Конечный результат во многом зависит от возможности выхода на новые рынки. Сегодня единственным крупным покупателем является Саудовская Аравия, но в 2021 году появилось новое перспективное экспортное направление – Объединенные Арабские Эмираты.

#### Цены на говяжьи стейки в России

По данным исследования Экспертно-аналитического центра агробизнеса «АБ-Центр» о розничных ценах на премиальную говядину в России, среднерозничные цены на говяжьи стейки в Москве в сентябре 2021 года составляли 1927 руб./кг. При этом границы цен находились в пределах от 570 руб./кг до 8658 руб./кг.

В Санкт-Петербурге средние цены на говяжьи стейки составляли 1752 руб./кг, в Ростове-на-Дону – 1650 руб./кг, в Краснодаре – 1382 руб./кг, в Новосибирске – 1825 руб./кг, во Владивостоке – 1726 руб./кг.

Разница между средними ценами в разных регионах страны обусловлена, в том числе, разницей в представленном ассортименте. Например, в Москве высокие средние цены, но и количество позиций среди более дорогих стейков выше, чем в регионах. **МП**



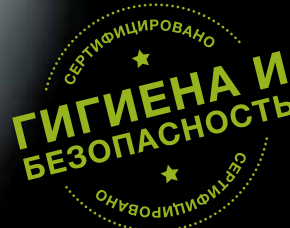
2–3 марта 2022 года  
Санкт-Петербург

Международный  
форум

# АГРО.ПРО

Птицеводство. Свиноводство

реклама



## НАСКОЛЬКО ВАЖНА ДЛЯ ВАС ГИГИЕНА?

Надеемся, что она важна для Вас так же, как и для нас! Мы разрабатываем технологии для пищевой промышленности, потому что заботимся о Вашем деле. Наши волчки и куттеры являются одними из самых лучших на рынке в вопросах гигиеничности.



На сайте [kgwetter.de/en/hygienic-plus](https://kgwetter.de/en/hygienic-plus) мы показываем наши решения по гигиене для небольших производств.

реклама

[www.kgwetter.de](https://www.kgwetter.de)

**K+G WETTER**

Автор:

**Леонид Подобед,**  
доктор сельскохозяйственных  
наук, профессор, консультант  
по вопросам кормопроизводства  
и кормления сельскохозяйственных  
животных и птицы



**Леонид Подобед:**

«Чтобы повысить КПД  
корма, нужно повышать его  
переваримость»

Состав рациона влияет на экономическую состоятельность отрасли свиноводства, но минимизация стоимости рациона свиней не всегда оправданна. Представляем экспертное мнение **доктора сельскохозяйственных наук, профессора, консультанта по вопросам кормопроизводства и кормления сельскохозяйственных животных и птицы Леонида Подобеда.**





### Требования к современным кормам

Почему сегодня российские корма не покупают за рубежом? Все отечественные рационы – зерновые, основанные на традиционном стремлении производителя накормить свиней зерном. Такого стремления нет уже ни в одной стране мира, повсеместно в состав рациона свиней включается не более 45–50% зерна, а остальные 50% – это совсем не зерно. Одновременно нужно понимать, что соевые жмых и шрот, как и полножировая соя, – не панацея. Сегодня это – вчерашний день, потому что недоработанные иные кормовые компоненты комбикорма нуждаются в дополнительной обработке и превращении в высокопитательную субстанцию.

Никто не хочет иметь много навоза, пропуская через организм свиней балласт – питательные вещества, которые не будут перевариваться. И, тем не менее, все рационы сегодня рассчитываются на минимум стоимости, а они будут стоить тем меньше, чем больше будет отходов зерна в их составе. Если производители хотят конкурировать на мировом рынке, то они должны ставить перед собой задачу дополнительной переработки кормов. При этом они сегодня уже не те, что были 10–15 лет назад.

---

При КПД корма в 90% болезнетворным бактериям останется только 10% его остатка. Нечего будет есть – они не будут жить. Следовательно, будет решен вопрос с болезнями и даже с их профилактикой.

---

Чем лучше переваривается корм, тем выше его коэффициент полезного действия, других критериев КПД кормового рациона нет. Повышая переваримость корма, вы повышаете его КПД. Именно поэтому не стоит использовать в составе комбикорма только соевый шрот, т. к. в нем содержатся более 12% неперевариваемых углеводов, неперевариваемые протеин и антиферменты, а помимо прочего еще и аллергены.

### Основные мировые тенденции в свиноводстве

- Полное соответствие кормления генетическому потенциалу и воспроизводительным способностям.

- Получать массу поросят в 105–115 кг на откорме максимум за 180–185 дней. Здесь нужно понимать, что после 110 кг свинья прирастает не мясом, а в основном салом. Оно энергозатратнее мяса в 2–2,5 раза, т. е. затраты на кормление будут выше на столько же, и нет экономической целесообразности откармливать животных далее до 160 кг.

- Затрачивать на выращивание одной свиньи не более 280–300 кг комбикорма. Не нужно, как говорят многие обыватели, тратить тонну зерна на откорм.

- Получать не менее 14 поросят за один опорос и 2,5 опороса ежегодно. Из 14 поросят как минимум 12 должно быть деловых. Девять деловых из 12 поросят – это вчерашний день. Отнимать их от свиноматки нужно максимум в 28 дней, иначе 2,5 опоросов в год не получить.

- Получать органическую свинину. Никто не хочет растительное мясо. Сегодня известно 22 аминокислоты, 65 заменимых кислот и им подобных веществ в составе свинины. Как это «вognать» в растительную



оболочку при производстве растительного мяса? Этого пока достичь нельзя ни по какой технологии. Более того, думается, что никогда растительное мясо не сможет уравниваться по вкусу с натуральной свиной, говяжьей, куриной. Наши внуки и правнуки все еще будут любить натуральное мясо, хорошую отбивную, котлеты, а не зайца из морковки.

### Основные тенденции в кормлении свиней

- Снижение уровня нативного зерна в составе комбикормов с 70 до 40–45%.
- Наполнение рациона побочными продуктами пищевых производств – бардой, сухим жомом, отрубями, жмыхами, шротами, пищевыми и кондитерскими отходами. Побочные продукты от пищевого производства – это не отходы, на них нужно уповать, потому что они дадут мясу такой вкус, как при использовании в кормлении ячменя.
- Достижение максимальной переваримости – единственный способ максимизировать КПД корма.
- Обеспечить наибольший рост поросят в первые четыре недели жизни. Далее рост будет расти в геометрической прогрессии. Если поросята отстанут в росте в престартерный период, не догонят в рос-

---

**Переваримость престартеров и стартеров должна соответствовать переваримости молока свиноматки. У поросят собственных ферментов мало, а те, что есть, слабоактивны.**

---

те уже никогда. Есть простая формула: за 28 дней поросенок должен набрать минимум 7 кг массы. Если этого не будет, можно считать, что весь дальнейший цикл выращивания просто провалился.

### Манипуляции с кормовым зерном

- В рационе должно быть не менее трех видов зерна одновременно – ячменя, кукурузы, пшеницы, ржи. Свинья в естествен-

ной природе не питается каким-то одним видом зерна, она всегда потребляет их смесь. Это важно учитывать.

- Максимальное использование непригодных видов зерна – сорго, просо, полба, сорис (гибрид сорго и риса) и других.
- Повышение перевариваемости зерна до максимума за счет ферментов и тепловой обработки.
- Комбинирование зерновой части и белковых добавок не позволит снизить долю неперевариваемых веществ ниже 30% от массы сухих веществ. Следовательно, КПД корма никогда не перейдет порог 70% переваримости. Значит, и в расход корма 280 кг на одну свинью не получится уложиться.
- 70% КПД корма – это плохо еще и потому, что вредные микробы ЖКТ свиней живут и размножаются в оставшейся 30%-й непереваренной части корма. При КПД корма в 90% болезнетворным бактериям останется только 10% его остатка. Нечего будет есть – они не будут жить. Следовательно, будет решен вопрос с болезнями и даже с их профилактикой. КПД корма – это вопрос здоровья свиней.
- Самый перевариваемый рацион должен быть на престарте и старте. Тогда можно получить расход комбикорма в 300 кг на одну свинью.



### Тепловая обработка

плюсы	минусы
денатурируется белок – повышается переваримость на 5–10%	не влияет на некрахмальные полисахариды
декстринизируется крахмал – повышается переваримость на 3–8%	разрушаются аминокислоты и витамины
повышается энергетическая ценность корма на 3–12%	стоимость выше в 2,5 раза, чем у ферментной обработки

### Ферментная обработка

плюсы	минусы
повышение переваримости протеина на 2–5%	подбор ферментов – сложная задача
повышение переваримости крахмалистых полисахаридов на 2–5%	
повышение переваримости некрахмалистых полисахаридов на 15–20%	
повышение энергетической ценности корма на 4–12%	
не влияет на витамины и аминокислоты	

• Не всегда можно повышать переваримость за счет тепловой обработки. Для этого есть также экзоферментные препараты.

### Требования к подбору ферментов

Ферменты должны соответствовать следующим требованиям:

- Только мультиэнзимы. У нас нет предпосылок для раздельного питания животных.
- Основными представителями ферментов должны быть ферменты, не вырабатываемые в организме – целлюлаза, бета-глюконаза, нейтральная протеаза, фитаза.
- Пролонгированность действия.
- Защита от кислотного барьера желудка.
- Устойчивость при гранулировании.

### Центральное звено кормления свиней раннего возраста – оптимизация состава престартеров и стартеров

- Уровень белка и энергии должен соответствовать их содержанию в свином молоке – оно жирнее коровьего в два раза и имеет в составе в 1,5 раза больше белка.
- Переваримость престартеров и стартеров должна соответствовать переваримости молока свиноматки. У поросят соб-



Если поросята отстанут в росте в престартерный период, не догонят в росте уже никогда. Есть простая формула: за 28 дней поросята должны набрать минимум 7 кг массы. Если этого не будет, можно считать, что весь дальнейший цикл выращивания просто провалился.

ственных ферментов мало, а те, что есть, слабоактивны.

- В престартеры нельзя включать побочные продукты пищевых производств – шроты, жмыхи, барду, дробину.

### Как повысить КПД корма

В XXI веке стало понятно, что просто добавление шротов, жмыхов, пивной дробины, барды и жома не повысит переваримость выше 70%. Повысить переваримость еще на 10% помогут ферменты, правда, это все равно не поможет достичь показателя КПД корма в 90%. Но если дополнительно обрабатывать побочные продукты пищевых производств, то это будет способствовать удалению излишней клетчатки, низкоперевариваемых белков, расщеплению некрахмалистых сахаридов и избавит от антипитательных веществ сои, подсолнечника, льна и др.

Так исследователи пришли к получению кормовых концентратов для свиней. Сегодня известны концентраты сои, структурированный соевый и гороховый белок, концентраты картофеля, животные концентраты переработки крови. Последняя разработка – белковый концентрат ячменного солода. Это самый недорогой и очень эффективный концентрат. За ним будущее. **МП**



Компания:

Центральный офис фирмы  
Schauer в России

ООО «Шауэр Агротроник»

115533, г. Москва, пр. Андропова, д. 22,

этаж 5, офис 40

Тел.: +7 (495) 663-15-49

E-mail: office@schauer.ru,

www.schauer.ru



*ООО «Селекционно-гибридный центр» (СГЦ) Топ Ген, расположенный в селе Верхняя Хава Воронежской области, играет ведущую роль в отечественном сегменте племенного отбора.*

## Австрийские инженеры – российским генетикам

*Экономическая обстановка в стране и события последних лет заставили российских свиноводов иначе взглянуть на производство: активно наращиваются объемы выпуска свинины, растет доля экспорта. Происходят заметные изменения и в области племенного свиноводства: благодаря деятельности российских генетических компаний зависимость от поставок импортных племенных животных и генетического материала постепенно сводится к минимуму.*

*О том, насколько важна точность в генетической работе и какие горизонты открыло для СГЦ сотрудничество с компанией Schauer, рассказала его директор Наталья Анатольевна Казьмина.*

**Н**аталья Анатольевна, «Селекционно-гибридный центр» по праву является лидером среди российских племенных предприятий. В чем секрет вашего успеха?

– Мы прошли тернистый путь становления, но всегда мы делали упор на высокий уровень здоровья стада, использование передовых мировых технологий в области генетики и содержания животных. Благо-

даря такому подходу мы уже с 2007 года не нуждаемся в пополнении стада извне.

Наши специалисты стараются быть в курсе последних тенденций свиноводства, и мы при необходимости внедряем новинки оборудования в производство. Например, одним из наших важнейших инновационных приобретений, которым мы гордимся и которое действительно невозможно недооценить, стали станции контроля откормочной продуктивности MLP Schauer.

**– Расскажите подробнее об этом. Почему появилась потребность в кормовых станциях? Какие возможности открыло их использование?**

– Изучение индивидуального потребления корма чрезвычайно важно. Опыт подсказывает, что при отборе животных свиноводческим предприятиям нужно опираться не только на селекционный индекс, толщину шпика, экстерьер и даже не





Референц-лист откормочной продуктивности Compident MLP

на показатель многоплодности свиноматок, а на конверсию корма.

От того, насколько эффективно усваивается корм, напрямую зависит, прибыль или убыток принесет предприятию выращивание животного, ведь в структуре себестоимости производства свинины около 70% составляют затраты на корма.

Традиционно используемые в нашей стране методы оценки свиней не предоставят сведений по конверсии. А оценка по этому критерию, повторюсь, очень важна, поскольку даже два одинаковых хрячка, имеющих идентичные племенные индексы по BLUP, могут иметь существенную разницу в конверсии корма.

В России, к сожалению, мало кто из племенных хозяйств уделяет внимание этому вопросу. В результате под удар ставится эффективность работы всей отрасли товарного производства свинины.

Мы уже давно осознали необходимость изучения индивидуальной конверсии корма и использовали для этой цели элеваторы. Однако они не могли предоставить точных данных, и мы нашли оптимальное решение – станции контроля откормочной продуктивности Compident MLP II производства Schauer, дающие возможность ежесуточной оценки конверсии кормов различных составов.

*От того, насколько эффективно усваивается корм, напрямую зависит, прибыль или убыток принесет предприятию выращивание животного, ведь в структуре себестоимости производства свинины около 70% составляют затраты на корма.*

Помимо этого, с помощью станций кормления вволю мы косвенно оцениваем состояние здоровья каждого животного и его аппетит, фиксируем время нахождения у кормушки. К станции на время кормления имеет доступ только одна свинья, поскольку кормовое место ограничено проходом, регулируемым по ширине с учетом размеров животного.

Свинья идентифицируется системой по вживленному в ухо чипу, поэтому мож-

но точно проследить, сколько раз в сутки конкретная особь подходила к кормушке и сколько при этом потребила корма с точностью до 3 г. С помощью станций мы смогли улучшить конверсию наших хрячков: если раньше этот показатель в среднем составлял 2,7, то теперь он 2,32; из этих животных на пункты искусственного осеменения мы отбираем особей с конверсией 2 (это всего 1–2% от общего количества), а значит, к клиентам гарантированно попадут лучшие из лучших.

**– Для каких категорий и возрастов животных целесообразно использовать станции и почему?**

– Показатель конверсии – наследственный признак, передающийся по отцовской линии, поэтому на станции тестируются хрячки-дюрки весом 30–120 кг, также начали работу и с хрячками других пород – ландрас и крупной белой.

Каждая станция обслуживает группу из 15 особей. Всего на нашем предприятии за годы сотрудничества с Schauer с 2017 года были установлены 186 станций кормления, обеспечивающих широкий охват тестируемых животных.

**– Почему выбор остановили именно на Schauer? Рассматривали ли предложения других фирм?**

– Конечно, мы исследовали рынок, изучили все варианты оборудования различных производителей. Одним из основных критериев выбора была глубина станции. Дело в том, что кормление в станциях в первое время вызывает стресс у животных: многие из них просто боятся зайти внутрь.



Контрольные данные  
станции, архив



Онлайн-видеотрансляции  
с ферм СГЦ, Верхняя Хава

Мы всегда стараемся создать наиболее комфортные и естественные условия содержания свиней – это касается и освещения, и напольного покрытия, и, конечно, кормления. Поэтому, рассмотрев все возможные варианты, остановились именно на Schauer – это единственный производитель, предложивший максимально укороченный вариант станции.

Благодаря этому в среднем на привыкание к кормлению в станции у наших хрячков уходит 2–3 дня, и мы можем быстрее приступить к исследованиям, не теряя бесценного времени. Еще один важный критерий выбора станций Schauer, о котором нельзя забывать, – соотношение цена–качество, которое также оказалось выгодным для СГЦ.

– Сколько человек обслуживает, ведет мониторинг, сбор данных со станций и их анализ?

– Работу всех станций обслуживает всего один оператор. Полученные данные по каждому животному обрабатываются закрепленными специалистами на местах и заносятся в систему программного обеспечения Farm Manager на базе Windows.

Хочу отметить удобство системы: вся информация отображается на экране в таб-

*Полнота информации  
в нашем деле – это гарантия  
успеха предприятия.  
Покупатель может быть  
уверен в племенных  
качествах приобретаемого  
у нас животного.  
Безусловно, это имеет  
маркетинговое значение  
для нашей компании  
и выгодно выделяет нас  
на фоне конкурентов.*

личной форме, можно легко формировать необходимые отчеты, отображать их в виде диаграмм и графиков, сохранять данные в форматах Word, Excel, PDF, TXT.

Объем информации и ее точность нас полностью устраивает.

– Прикладываете ли отчеты по потреблению и конверсии корма племен-

ными животными? Оказывает ли это маркетинговый эффект при продаже животных?

– Конечно. После приобретения станций Schauer у нас появилась такая возможность. Мы предоставляем покупателям широкий спектр данных, полученных и проанализированных нами за весь период выращивания всех животных, имеющих в наличии, в том числе по индивидуальному потреблению корма. Это дает возможность клиентам подходить к выбору конкретных хрячков более осознанно, ведь полнота информации в нашем деле – это гарантия успеха предприятия. Покупатель может быть уверен в племенных качествах приобретаемого у нас животного. Безусловно, это имеет маркетинговое значение для нашей компании и выгодно выделяет нас на фоне конкурентов.

– Качественный ли сервис и обратную связь по станциям и программному обеспечению вы получаете? Возникали ли нештатные ситуации в работе оборудования?

– Аварийных ситуаций у нас не было и, надеюсь, не будет! Если у наших операторов возникают вопросы или проблемы, связанные с обработкой данных или эксплуатацией станций, специалисты технической поддержки Schauer нам готовы помочь в любое время суток. Мы очень ценим оперативность и полноту их ответов. Особых замечаний по работе станций и программы Farm Manager у нас нет, поэтому мы рады продолжать сотрудничество с Schauer и в дальнейшем. **Р**





# ТАТ АГРО ЭКСПО 2022

IV специализированная  
сельскохозяйственная  
выставка достижений АПК  
24-25 февраля

| ТЕХНИКА И ЗАПЧАСТИ  
| РАСТЕНИЕВОДСТВО  
| ЖИВОТНОВОДСТВО  
| ПЕРЕРАБОТКА

| АГРОХОЛДИНГИ  
| ЦИФРОВИЗАЦИЯ  
| МАЛЫЕ ФОРМЫ  
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

## Организаторы:


Министерство  
сельского хозяйства  
и продовольствия  
Республики Татарстан

+7 (843) 221-77-95

[expo.racin@tatar.ru](mailto:expo.racin@tatar.ru)

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

АО "РАЦИН"

 [tatagro\\_expo](https://www.instagram.com/tatagro_expo)







Автор: Андрей Горнов

гендиректор Getbrand,  
эксперт по потребительскому опыту,  
созданию бренда, бренд-дизайну

# ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ НА РЫНКЕ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ

Современным производителям мяса необходимо завоевывать внимание потребителя. Прошли советские времена, и мясо с колбасой уже давно не дефицит. Продуктов на рынке очень много. Продукт у всех одинаковый. Задача современного производителя – найти способ выгодно выделяться.

В супермаркете человек возьмет с полки стейк того бренда, которому доверяет: значит, необходимо объяснить ему, почему именно ваш продукт лучше. Предприниматели, которые сейчас инвестируют свое время и деньги в построение эффективного дизайна упаковки, не всегда могут определить, что будет привлекательно для покупателя, а что оттолкнет его, или вызовет лишние ассоциации, или останется просто незамеченным.

Так что же действительно будет эффективным? Попробуем представить покупку мяса или колбасы глазами рядового потребителя. Британские социологи подсчитали, что рядовой покупатель, принимая решение о покупке товара, тратит на этот процесс не более шести секунд. Этот показатель применим и для отечественного потребителя. Поэтому для того, чтобы на товар обратили внимание, нужно ему обеспечить следующее.

## Заметность на полке среди конкурентов

Если хотите преуспеть в продажах с полки, вы должны стать заметными для покупателя и попасть в поле его зрения в первые секунды. За это отвечает дизайн упаковки, который напрямую может влиять на частотность покупки вашей продукции в местах продаж. Лучше создать большой логотип – яркий и контрастный. Главная ошибка в дизайне мясных





# 80%

На мясных прилавках 80% продукции – это скучные пакеты с указанием срока годности и вида мяса, без «лишних» слов. Покупатель же останавливается на том товаре, о котором имеет больше информации. Поэтому те производители, которые предоставляют ее, оказываются в выигрыше.

продуктов – недооценка этого фактора. Выделиться – это не значит предложить что-то необычное, чего никто никогда не видел. Люди не ждут чего-то необычного во внешнем облике мясных продуктов, это скорее даже отпугнет покупателя, чем привлечет его. Например, фиолетовый цвет в бренде «Слово Мясника» до сих пор вызывает споры и неоднозначную реакцию у покупателей. Если есть цель продавать больше, то «неистовый креатив» – это не тот путь, по которому нужно идти, да и категория его не терпит. Ищите свою индивидуальность, но сохраняйте признаки продуктовой категории.

## Передача смыслов

Помните слоган из рекламы 90-х: «Не все йогурты одинаково полезны»? Здесь то же самое. Люди не хотят рисковать. Им важна любая информация, которая поможет им снять внутренние возражения. В сознании человека мясо – это то, что дала природа, в нем ценятся естественность и натуральность. Эта категория очень консервативная. Излишний креатив здесь не приветствуется. Когда речь идет о мясной продукции, то ценятся свежесть и натуральность.

Как рассказать потребителям, что продукт соответствует этим требованиям? Есть три удачных способа позиционирования:

**Подтвержденная свежесть.** Убедить людей в свежести вашего мяса можно без упоминания технологий: расскажите, какие процессы вы делаете очень быстро. Например, доставляете мясо от фермы до переработки за одни сутки. Покажите, что дорога занимает мало времени, что про-

дукт нигде не задерживается и быстро попадает на прилавки. Обозначьте скорость на упаковке, укажите место, из которого привозят мясо, докажите, что оно не успевает испортиться. Хороший пример такого позиционирования – бренд «Чернышинское мясо». Оно популярно в Нижнем Новгороде, а производится в селе Чернышиха, то есть всего в 70 км от города.

**Экология места производства.** Сейчас покупатели высоко ценят экологически чистый продукт, особенно в случае с мясом. Как было сказано выше, от того, что дала природа, ждут максимальной натуральности. Важно показать местность, удаленную от городов, заводов и фабрик, сделать акцент на чистоте окружающей среды. Экологичность всегда ассоциируется со свежестью и качеством. Так, например, «Мираторг» пишет на упаковках о том, что это мясо производится в экологически чистой Брянской области. Однако конкретный регион не имеет значения, он может быть любой. Достаточно акцента на том, что ферма находится в селе, удаленном от цивилизации.

**Личная ответственность производителя.** Люди ценят готовность предпринимателей брать на себя ответственность. Поэтому, если у вас нет возможности сделать акцент на экологичности, покажите, что отвечаете за качество репутацией. Так поступает производитель мраморной говядины «Праймбиф»: на каждой упаковке мяса есть фотография владельца бренда и его подпись. Покупатель понимает, что качество – это ценность предпринимателя, и больше доверяет его бренду. Кроме главы производства есть его команда: люди, которые работают на ферме или комбинате. Расскажите о них тоже, покажите ценности: если работники любят свое дело, значит, продукту можно доверять. Среди ценностей сотрудников может быть также желание заботиться о других людях, то есть и о покупателях в том числе.



## Как еще помочь покупателю выбрать ваш продукт

Покупая мясо, человек хочет получить определенные эмоции: например, он помнит свои впечатления от стейка в ресторане, поданного с красным вином, и хочет создать похожую атмосферу дома. Вместе с тем редко кто из покупателей точно знает, какой конкретно вид мяса лучше брать для стейка и каким способом вкуснее его приготовить.

Вариантов обработки мяса целых четыре: сварить, пожарить на сковороде или гриле, потушить и запечь. Если вы можете покупателю и напишете на упаковке, как лучше поступить с тем или иным видом мяса, он получит от вашего продукта то, что хочет. Кроме коротких надписей «для жарки» или «потушить с овощами» можно предложить покупателю стать экспертом в приготовлении: оставить интерактивную ссылку на ютуб-канал или сайт, где будет много информации о том, как именно, с чем и сколько жарить идеальный стейк.

Разве не все так делают? Кажется, что каждый второй производитель использует такое позиционирование. Но если взглянуть на мясной прилавок, станет понятно, что 80% продукции – это скуч-

Британские социологи подсчитали, что рядовой покупатель, принимая решение о покупке товара, тратит на этот процесс не более шести секунд. Товар должен стать заметным для покупателя и попасть в поле его зрения в первые секунды.

ные пакеты с указанием срока годности и вида мяса, без «лишних» слов. Покупатель смотрит на ряды бездушных упаковок и выбирает из них лучший вариант. Он останавливается на том товаре, о котором имеет больше информации. Поэтому те 20% производителей, которые предоставляют ее, оказываются в выигрыше.

Если вы планируете усилить позиционирование и бренд-дизайн, то эта ситуация вам только на руку.

## Альтернатива

Тренд, на который также важно обратить внимание новым брендам. Если привычный мясной рынок переполнен крупными игроками и небольшими компаниями, то так называемые альтернативные продукты только набирают свою популярность и объемы. Сейчас многие люди отказываются от традиционных продуктов, благодаря чему появляется интерес к разной альтернативной еде с частицей «не»: НЕмолоко, НЕмясо, НЕрыба. Люди, которым важно заботиться о животных, готовы покупать заменители мяса, альтернативные стейки или котлеты.

Успешными в этой нише уже стали бренды «Beyond Meat» в Америке, в России можно выделить «Greenwise». Спрос на них остается стабильным. Здесь можно рассчитывать на высокую рентабельность, поскольку люди, которые интересуются такими продуктами, часто хорошо обеспечены и готовы переплатить выше рынка за альтернативное предложение.

## Важно помнить

Дизайн упаковки – важная составляющая успеха в сбыте продукции, так как является единственной точкой контакта вашей продукции с потенциальным покупателем в супермаркете. Помните, что рядом лежит продукция ваших конкурентов, и еще неизвестно, что выберет покупатель. Помните про шесть секунд. Особенно вопрос обостряется, когда срок годности продукции ограничен, плюс ко всему издержки производителя все выше в последнее время. Поэтому дизайн упаковки и бренд – это мощный инструмент продаж в руках бизнесмена, нужно лишь правильно им пользоваться. **МП**





# upakovka

PROCESSING & PACKAGING  
25–28 ЯНВАРЯ 2022

# МОСКВА

MEMBER OF INTERPACK ALLIANCE

ПРИГЛАШАЕМ  
НА ВЫСТАВКУ!

[UPAKOVKA-TRADEFAIR.RU](http://UPAKOVKA-TRADEFAIR.RU)

реклама

12+

  
Messe  
Düsseldorf  
Moscow



**Международный форум  
«АГРО.PRO: Свиноводство»**

Место проведения:  
**г. Санкт-Петербург**

Дата проведения:  
**2-3 марта 2022 года**



## ФОРУМ «АГРО.PRO» ВНОВЬ СОБИРАЕТ СПЕЦИАЛИСТОВ

Международный форум «АГРО.PRO. Птицеводство. Свиноводство» состоится 2–3 марта 2022 года в Санкт-Петербурге. Его организатор – Издательский дом «Сфера», член комитета Торгово-промышленной палаты РФ по развитию агропромышленного комплекса.

Специализированные форумы «Агро. Про» Издательский дом «Сфера» проводит уже более пяти лет, с 2016 года, и традиционно на них собираются специалисты и эксперты, представители научного сообщества, государственных ведомств и бизнеса, чтобы в открытом диалоге обсудить главные события и перспективы животноводческой и птицеводческой отраслей.

**Приглашаем к участию в конференции «АГРО.PRO. Птицеводство. Свиноводство»!**

Программа форума в 2022 году включает в себя такие направления, как селек-

---

**Программа  
форума в 2022 году  
включает в себя  
такие направления,  
как селекция,  
генетика, кормление  
и ветеринария.**

---

ция, генетика, кормление и ветеринария. На «АГРО.PRO. Птицеводство. Свиноводство» обсудят:

- современные исследования и разработки и новейшие технологии производства;
- методы профилактики и защиты от болезней;
- оптимизацию процессов в производстве кормов;
- актуальные проблемы современной генетики в отраслях;
- возможности повышения производительности и конкурентоспособности.

Участниками мероприятия станут руководители и собственники бизнеса АПК





## Как отзывались участники и спикеры о конференциях «АГРО.PRO»:

### ■ Роман Скалипчук, ГК RSGруп:

*«Профессионалы непременно должны встречаться, общаться. «Сфера» – это объединение людей и компаний, которые нацелены на результат».*

### ■ Василий Комлацкий, кафедра частной зоотехнии и свиноводства Кубанского государственного аграрного университета:

*«Любое общение всегда обогащает. Конференции «Агро.PRO» обогащают знаниями, которые можно потом использовать для получения результата на производстве».*

### ■ Лариса Луговская, ООО «Биотроф»:

*«Благодаря тому, что мероприятие организовано на высшем уровне, все встречи можно провести в удобной обстановке. Сама атмосфера располагает к профессиональному общению и комфортному партнерству».*

РФ и СНГ, генетики отрасли свиноводства и птицеводства, ветеринары, зоотехники, представители компаний-производителей ингредиентов и оборудования для кормопроизводства, а также профильные НИИ, союзы и ассоциации и другие потенциально заинтересованные лица.

В программе международного форума «Агро.PRO» планируются 5 тематических сессий: «Аналитика рынка свиноводства и птицеводства в России и в мире», «Техника и технологии», «Ветеринария», «Эффективное кормление. Кормопроизводство», «Генетика, селекция и биотехнологии». В рамках каждой из них спикеры представят экспертные доклады, в том числе по вопросам повышения качества продукции, приоритетных направлений экспорта, развития селекции, ветеринарного благополучия на предприятиях, альтернативных источников сырья для кормов и по многим другим. Участники конференции, в свою очередь, получают возможность задать вопросы и обсудить аспекты выступлений.

Международный форум «АГРО.PRO. Птицеводство. Свиноводство» – возможность не только узнать последние новости отрасли, но и провести переговоры, встретиться с коллегами, расширить круг деловых контактов. Будем рады видеть вас среди участников Международного форума «АГРО.PRO. Птицеводство. Свиноводство». **МП**

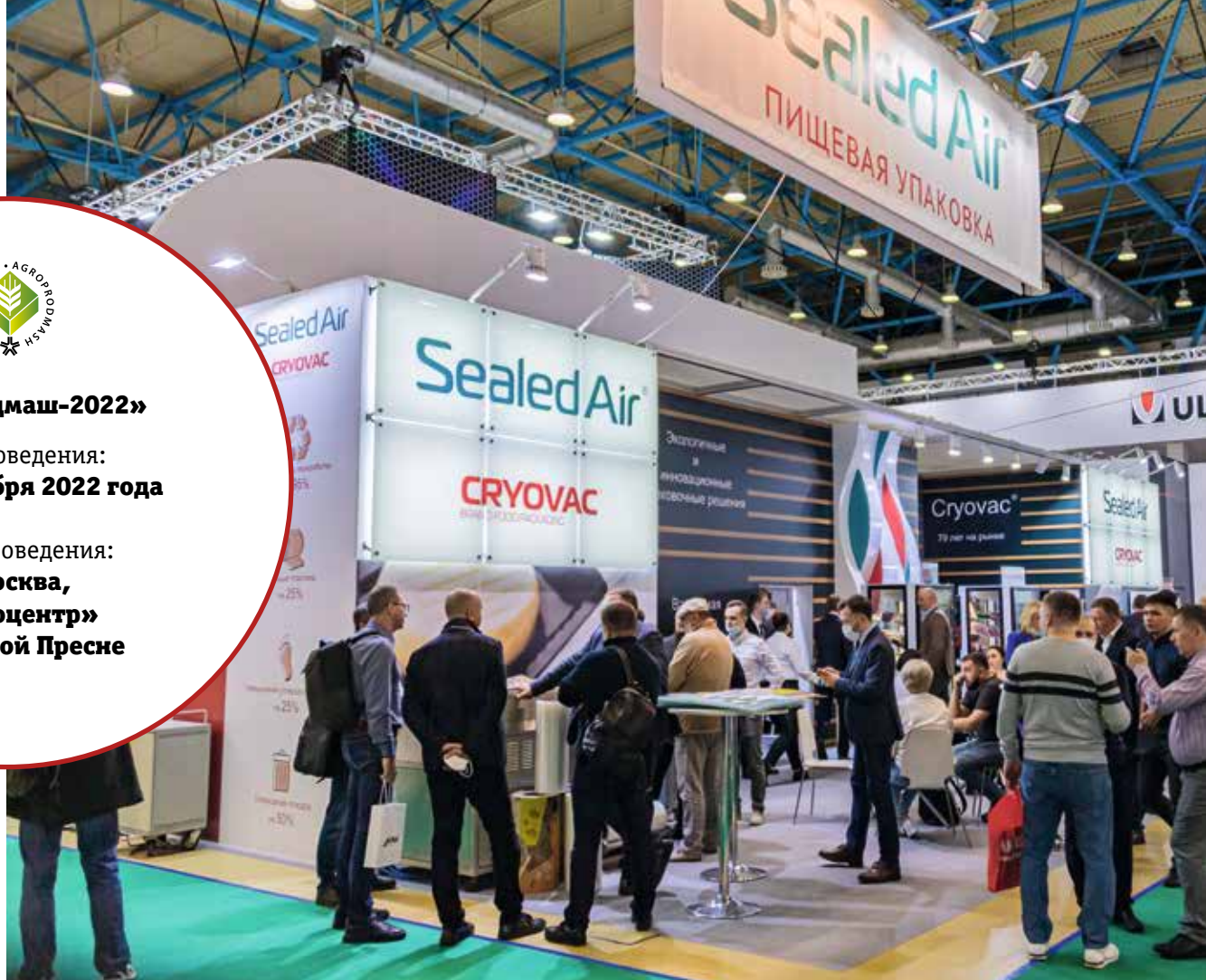


### «Агропродмаш-2022»

Дата проведения:  
**10–14 октября 2022 года**

Место проведения:  
**г. Москва,  
«Экспоцентр»  
на Красной Пресне**

Пресс-служба  
АО «Экспоцентр»



# Золотые компетенции «Агропродмаш»

*«Время – самый честный критик», – сказал в свое время французский писатель Андре Моруа. Фраза стала знаменитой и применима ко многим явлениям и событиям, в том числе и в отношении известнейшей российской выставки «Агропродмаш». Она стартовала в 1996 году, в период формирования самостоятельных экономик постсоветского пространства.*

За годы работы «Агропродмаш» стал выставкой номер один для российских и зарубежных поставщиков ингредиентов, оборудования и решений, а также инжиниринговых компаний, выполняющих проекты для предприятий перерабатывающих отраслей и пищевой промышленности, на национальном рынке и всем постсоветском пространстве. «Агропродмаш», подтверждая ежегодно статус одного из крупнейших международных выставочных мероприятий по данной тематике, является значимым событием в деловом календаре зарубежных специалистов. Выставка продолжала свою работу и в условиях мировой пандемии. В чем залог такой стабильности?

*О выставке  
«Агропродмаш-2021»  
снято свыше 70 сюжетов,  
в том числе интервью  
с участниками, лидерами  
мнений и посетителями.  
Они размещены  
на ютуб-канале  
выставки.*

Площадь выставки выросла с 1996 года более чем в три раза, достигнув рекордных 62 тыс. кв. м в 2019 году. Почти в три раза увеличилось и количество участников, составив в 2019 году 939 компаний из 33 стран мира. Аудитория выставки насчитывала в тот же год свыше 26 тыс. специалистов из 74 стран мира.

### Многоотраслевая концепция

Многоотраслевая концепция экспозиции «Агропродмаш» является отличительной особенностью выставки и обеспечивает ей максимальную устойчивость. Благодаря многовекторности экспозиции «Агропродмаш» специалисты получают возможность изучать не только машины, обслуживаю-





#### **Подробнее о выставке «Агропродмаш»:**

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

#### **Цифры и факты:**

<https://www.agroprod mash-expo.ru/ru/exhibition/results>

#### **Посетители о выставке «Агропродмаш-2021»:**

<https://www.youtube.com/watch?v=qwgK5MXkTHw>

#### **Забронировать стенд:**

<https://www.agroprod mash-expo.ru/ru/participants/application>

щие основные технологические процессы разных отраслей перерабатывающей промышленности, но и широчайший спектр межотраслевых решений.

### **Инвестиционный хаб**

За прошедшие годы «Агропродмашу» удалось объединять интересы крупнейших российских и зарубежных операторов рынка пищевого оборудования и решений с потребностями отечественных перерабатывающих предприятий, вне зависимости от масштабов их производства. Отслеживая инвестиционные векторы национального рынка продовольствия, команда «Агропродмаш» активно работает над привлечением участников, способных отреагировать на формирующийся инвестиционный спрос. «Агропродмаш» транслирует практически все инвестиционные тренды пищевой отрасли.

### **«В железе»**

Важное значение приобретает еще одна компетенция выставки «Агропродмаш» — ее способность каждый раз обеспечивать интенсивный технологический трансфер в виде систематизированной информации, передовых идей и, конечно же, реализованных «в железе» новейших концепций и технологий, дающих ответы на все вызовы и вопросы сегодняшнего дня. «Агропродмаш» всегда отличает представительная



#### **До встречи на выставке**

**«Агропродмаш-2022» 10–14 октября 2022 года в «Экспоцентре» на Красной Пресне!**

экспозиция, изобилующая образцами новейшего технологического оборудования, которые можно скрупулезно изучить, оценить уровень исполнения и даже наблюдать их возможности во время демонстрационных запусков оборудования.

### **Аудитория**

Участники выставки все чаще обращают внимание на высокий уровень посещаемости и растущий качественный состав аудитории «Агропродмаш». Даже в 2021 году мероприятие посетило более 21 тыс. человек из 65 стран и 84 регионов России. По мнению многих экспонентов, основной контингент «Агропродмаш» — отраслевые специалисты и управленцы, посещающие

выставку для решения строго определенных производственных и инвестиционных задач.

### **Очное деловое общение**

В условиях пандемических ограничений бизнес успел сполна «насладиться» благами современных средств коммуникаций — мобильной связью, Интернетом, социальными сетями и видеоконференциями. В очередной раз выставка доказывает, что партнерские отношения (которые, как известно, основываются на доверии) укрепляются именно при общении с глазу на глаз, а не дистанционно.

Пандемия ограничила деятельность отечественных предприятий и трансграничное перемещение товаров, услуг и рабочей силы, разорвала производственные связи и формировавшиеся годами цепочки поставок. Поэтому так важно было принять участие/посетить выставку «Агропродмаш», чтобы понять, каковы на самом деле последствия пандемии. В том числе по закрытию предприятий или, наоборот, возникновению новых.

### **Новые форматы**

Одним из форматов, существенно расширяющих возможности российских производителей заявить о себе на самой авторитетной выставке страны, являются коллективные региональные экспозиции, организаторами которых выступают соответствующие региональные фонды поддержки предпринимательства. Все более востребованным становится формат участия на основе софинансирования из региональных бюджетов.

### **Статус**

За годы своей работы «Агропродмаш» стала авторитетной и резонансной площадкой с точки зрения топ-менеджеров ведущих российских производств и отраслевых энтузиастов, представляющих промышленные ассоциации. Важно отметить, что «Агропродмаш» сохраняет баланс между деловой программой и экспозицией: здесь отсутствуют проходные мероприятия, отвлекающие внимание от главного — изучения экспозиции. Наконец, практически все постоянные экспоненты выставки считают одним из преимуществ участия в «Агропродмаш» имиджевую составляющую.

О выставке «Агропродмаш-2021» снято свыше 70 сюжетов, в том числе интервью с участниками, посетителями и лидерами мнений. Они размещены на ютуб-канале выставки. ■

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

7–11  
февраля 2022

ПРОД  
ЭКСПО **FOOD**

САЛОН «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ»

ПРОД  
ЭКСПО **WINE**

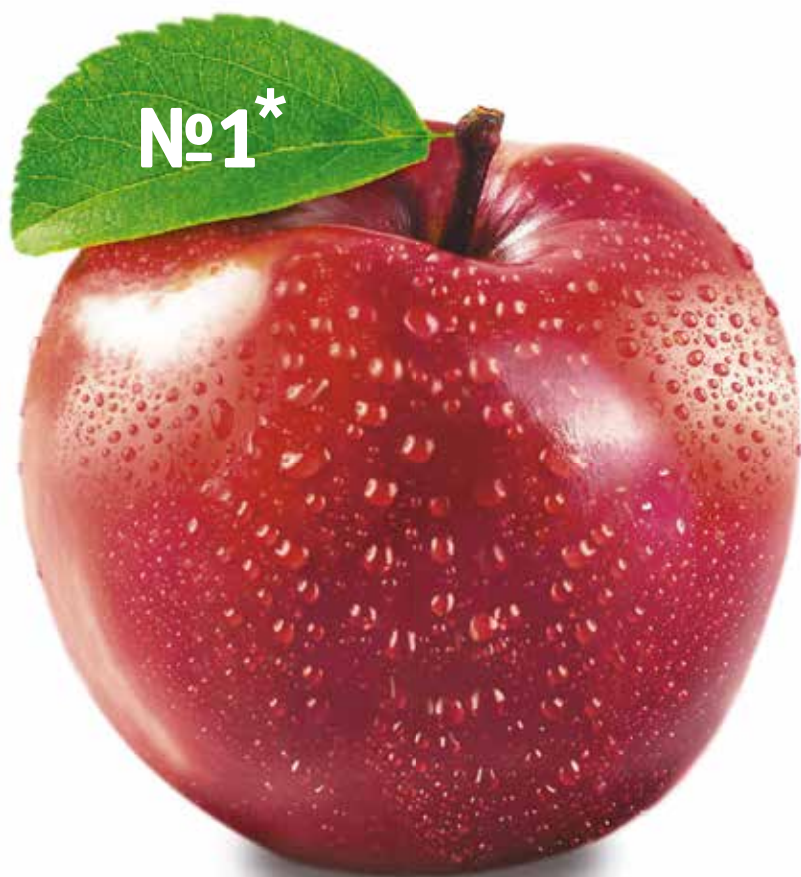
САЛОН «ПРОДЭКСПОВАЙН»

ПРОД  
ЭКСПО **ORGANIC**

САЛОН «ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ»

ПРОД  
ЭКСПО **PACK&  
TECHNOLOGY**

САЛОН «УПАКОВКА И ТЕХНОЛОГИИ»



# ПРОД ЭКСПО



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

18+

Реклама



\*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.  
Подробнее о рейтинге — [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)

 **ЭКСПОЦЕНТР**

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»



# 2022

## ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА»



**02-03.02** | Санкт-Петербург

**VII МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «РЫБА»**  
аквакультура



**Август** | Санкт-Петербург

**V МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«КОНДИТЕРСКАЯ ИНДУСТРИЯ»**  
Мучнистые и сахаристые изделия



**02-03.03** | Регионы России

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ  
«АГРО.PRO»**  
Птицеводство. Свиноводство



**Август** | Чебоксары

**МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ПИВО. ХМЕЛЬ. СОЛОД»**



**30.03** | Санкт-Петербург

**КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ОТДЕЛ КАДРОВ. ОБУЧЕНИЕ»\***



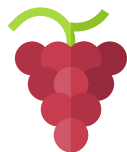
**Сентябрь** | Москва

**ПЛОДООВОЩНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ТЕХНОЛОГИИ ВЫРАЩИВАНИЯ  
И ХРАНЕНИЯ»\***



**21-22.04** | Москва

**КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ПОЛЯ РОССИИ»**  
Зерновые и масличные культуры



**Октябрь** | Анапа

**КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ВИНО И ВИНОГРАД»\***



**25-26.05** | Санкт-Петербург

**VII МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
БИЗНЕС-ФОРУМ  
«МИРОВАЯ СОЯ»**



**Ноябрь** | Санкт-Петербург

**VII МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«МАСЛОЖИРОВАЯ  
ИНДУСТРИЯ»** Масла и жиры



**Июль** | Карелия

**III МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «СНЕК. 7.0»**  
Технологии производства  
и продвижения

● Регистрация и подробная  
информация:

\* организатор конференции имеет право перенести  
или отменить конференцию



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

# Время действовать!



- ИММУНОЛОГИЧЕСКАЯ КАСТРАЦИЯ ХРЯКОВ
- СНИЖЕНИЕ ПОТЕРЬ, СВЯЗАННЫХ С ХИРУРГИЧЕСКОЙ КАСТРАЦИЕЙ (ПАХОВЫЕ ГРЫЖИ, СТРЕПТОКОККОВЫЕ ИНФЕКЦИИ И ДР.)<sup>1</sup>
- УЛУЧШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ТУШ (ОДНОРОДНОСТЬ, КАТЕГОРИЙНОСТЬ И ПРОЦЕНТ ВЫХОДА ПОСТНОГО МЯСА)<sup>2</sup>

## Импровак®

**Общие сведения:** Торговое наименование: Импровак (Improvac). Международное непатентованное наименование действующего вещества: гонадолиберин. **Лекарственная форма:** раствор для инъекций. Импровак в одной дозе (2 мл) в качестве действующего вещества содержит гонадолиберин, конъюгированный с дифтерийным анатоксином, — 0,4 мг, в качестве вспомогательных веществ: ДЭА-декстран, хлорокрезол или тиомерсал, мочевины и воду для инъекций. По внешнему виду препарат представляет собой прозрачный бесцветный раствор. **Фасовка:** Препарат расфасован по 100 мл в полимерные флаконы соответствующей вместимости, укупоренные резиновыми пробками, укрепленными алюминиевыми колпачками. Флаконы упакованы по 10 штук в картонные коробки в комплекте с инструкцией по применению. **Условия хранения и срок годности:** Импровак хранят и транспортируют в закрытой упаковке производителя в сухом защищенном от света месте отдельно от продуктов питания и кормов при температуре от 2 °С до 8 °С. Срок годности препарата, в состав которого в качестве консерванта входит тиомерсал, при соблюдении условий хранения составляет 39 месяцев с даты выпуска; хлорокрезол — 36 месяцев с даты выпуска, после вскрытия флакона — не более 28 дней. **Биологические свойства:** Импровак относится к группе иммунологических препаратов. Механизм действия препарата заключается в выработке антител в организме животных против эндогенного гонадотропин-рилизинг-гормона, ответственного за секрецию в аденогипофизе фолликулостимулирующего (ФСГ) и лютеинизирующего (ЛГ) гормонов, ответственных за выработку тестостерона, регулирующего функцию тестикул у хряков. Наиболее высокий титр антител, нейтрализующих эндогенный рилизинг-гормон, образуется через 10 — 14 дней после второй инъекции препарата. Блокада гонадотропин-рилизинг-гормона у половозрелых животных приводит к угнетению функции тестикулов и их регрессии. Активные компоненты лекарственного препарата Импровак представляют собой комплексную молекулу пептида — гонадолиберина, конъюгированного с белком (дифтерийный анатоксин), которая распадается под действием протеолитических ферментов до аминокислот, являющихся составной частью всех клеток животного организма. Большая часть аминокислот выводится из организма через почки с мочой, а оставшаяся часть участвует в метаболических процессах в организме животных. Импровак по степени воздействия на организм относится к малотоксичным веществам (IV класс опасности по ГОСТу 12.1.007). **Порядок применения:** Импровак применяют для иммунологической кастрации хряков с целью предотвращения неприятного запаха мяса и подавления агрессивного поведения. Запрещается вводить препарат больным и ослабленным животным, а также при индивидуальной повышенной чувствительности к компонентам препарата. Запрещается применение препарата хрякам-производителям до завершения их использования в воспроизводстве. Импровак вводят животным в дозе 2 мл подкожно, за ухо. Препарат применяют с интервалом не менее 4 недель начиная с 2-месячного возраста. Второе введение препарата проводят за 4 — 6 недель до убоя. Симптомы передозировки у животных не выявлены. Особенностей действия лекарственного препарата при первом его применении или при его отмене не установлено. Лекарственный препарат не предназначен для применения свиноматкам и ремонтным свинкам. Следует избегать нарушения режима дозирования лекарственного препарата. В редких случаях у отдельных животных возможно образование незначительного отека на месте введения препарата, который постепенно исчезает. В случае появления аллергических реакций использование препарата прекращают и назначают антигистаминные средства, холиномиметики, кортикостероиды или другое симптоматическое лечение. Информация об особенностях взаимодействия Импровака с другими лекарственными препаратами отсутствует.

**Адрес и контакты ООО «Зоэтис»:** 123112, Москва, Пресненская набережная, 10, башня С, тел.: +7 (499) 922-30-22, факс: +7 (499) 922-30-21, [www.zoetis.ru](http://www.zoetis.ru)

1. Эллисон Дж., Пирс М., Брок Ф., Крэйл Дж. Сравнение уровня смертности хирургически кастрированных хряков на откорме с вакцинированными препаратом ИМПРОВАК в качестве средства уменьшения специфического запаха. Proceedings. 21st IPVS Congress, 2010; 1139. 2. Эндрикс С., Лонер Е., Шраде Х., Хорст И. Влияние вакцинации хряков препаратом Improvac® на показатели роста и на качество туши. ICoMST, 55, Копенгаген, PE1.03, 2009.

для животных. для здоровья. для вас.

zoetis

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ОЗНАКОМИТЬСЯ С ИНСТРУКЦИЕЙ ПО ПРИМЕНЕНИЮ.