



20%

Темп роста отечественного рынка мороженого к 2016 году может составить около 20% по отношению к 2011 году



9 млн

По итогам трех кварталов прошлого года поголовье коров насчитывало немногим более 9 млн. Это составляет 100,8% от численности на ту же дату 2011 года



1,5 раза

В период с 2004 по 2012 год стоимость детского питания выросла более чем в полтора раза. Наиболее дорогим продуктом стали смеси

издается с сентября 2004 г.

www.sfera.fm

№1 (44) 2013

МОЛОЧНАЯ сфера

Молоко? Мороженое! Здоровье?

Производители задумались, как сделать сладкое полезным.

6



12



26



30



40

ГЛАВНАЯ ВЫСТАВКА ПИЩЕВОГО РЫНКА РОССИИ

**11—15 февраля
2013**



ПРОДЭКСПО

**20-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ И СЫРЬЯ ДЛЯ
ИХ ПРОИЗВОДСТВА**

**Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Москва, Россия**

www.prod-expo.ru

16+

Реклама

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства сельского
хозяйства РФ



ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖИРОВ ДЛЯ МОЛОЧНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Официальный дистрибьютор -
ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»
тел./факс: +7 47234 44959
www.efko.ru





ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

ПРОДУКТЫ. ПЕРЕРАБОТКА. СЫРЬЕ

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОБЗОРЫ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ,
ЭКСПЕРТНЫЕ МНЕНИЯ, ТЕНДЕНЦИИ, НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ОБОРУДОВАНИЕ И ПРОИЗВОДИТЕЛИ,
ЗНАЧИМЫЕ СОБЫТИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.



содержание

	отрасль	16
Рынок фасованного сыра в России		26
	тенденции	<i>О чем говорят потребители мороженого?</i> 30



Трендом последних лет стало появление мороженого, полезного для здоровья: низкокалорийного, с пониженным содержанием жиров, биомороженого, десертов на основе свежих фруктов и натуральных ингредиентов, мороженого с пробиотическими добавками.

6

тема номера	Молоко? Мороженое! Здоровье? <i>Решаем, как сделать сладкое полезным</i>	6	industry <i>/research</i>	Packed cheese market in Russia	26
женские правила	Экология – женская сфера, требуемая не начальника, а «хранителя»	12	<i>/тенденции</i>	О чем говорят потребители мороженого?	30
анонс	На конференции обсудят условия работы в ВТО	15	компании <i>/события и факты</i>	Новости	32
отрасль <i>/события и факты</i>	Новости	16	<i>/крупным планом</i>	Формула детского питания	34
<i>/актуально</i>	Минимизация рисков при вступлении России в ВТО	18	производство <i>/события и факты</i>	Новости	36
<i>/крупным планом</i>	Обзор рынка молока в России	24	<i>/автоматизация</i>	Курс на автоматизацию и оптимизацию	38
<i>/исследование</i>	Рынок фасованного сыра в России	26	<i>/оборудование</i>	Ремонт как второй фронт	40

содержание

производство	36
Ремонт как второй фронт	40
ингредиенты	Перспективы развития масложировой отрасли 50



По данным экспертов, объем производства сыра в России по итогам первой половины 2012 года составил около 230 тыс. тонн в натуральном выражении, всего по итогам года ожидается более 460 тыс. тонн.

26

<i>/оборудование</i>	Легко мыть! Системы механической очистки трубопроводов	45	<i>/ингредиенты</i>	Перспективы развития масложировой отрасли	50
	Куда идти за Бицербой?	46		Ingredion начинает производство крахмалов без индекса «Е»	52
	Безопасность – прежде всего	48	<i>/упаковка</i>	«Продвинутая» упаковка для йогурта	54

молочная сфера

№1 (44) 2013

Информационно-аналитический журнал для специалистов молочной, маслопродуктовой и мясопродуктовой промышленности (РОСКОМНАДЗОР).

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР).
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 - 46399 МОЛОЧНАЯ СФЕРА 31.08.2011 г.

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

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

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

Менеджер
по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm
Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:
Виктория Загорская
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Татьяна Путинцева
t.putinzeva@sfera.fm

Корректор,
литературный редактор:
Анна Соколова, Анна Бойцева

Иллюстрация в номере:
Тимофей Яржомбек и Вина Кузьмина

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

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

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.

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

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПреминумПресс».
Подписано в печать: 22.01.13.
Тираж: 5 000 экз.





Составляющие уникальной концепции

Необычная концепция, творческий подход, приверженность идеям здорового питания и экологичности делают бизнес по производству мороженого успешным, несмотря на низкую динамику роста российского рынка и существенное отставание потребления от европейского уровня.

Вот ключевые тренды, которые необходимо учитывать при создании уникальной концепции продукта:

• Ставка на фирменные киоски

Развивая новые торговые форматы, в частности фирменную розницу, можно повысить уровень потребления мороженого, а также эффективность работы по продвижению собственных брендов. За последние годы на рынке наблюдается укрупнение фирменных торговых сетей; ведущие операторы увеличивают число киосков по продаже мороженого. Лидером по размеру собственной розничной сети является компания «Русский холдинг», за ней следует «Айсберри», затем «Инмарко».

• Экологичное производство

Одним из важнейших критериев качественной упаковки для продуктов питания является ее экологичность. Материалы, из которых изготавливается упаковка, должны быть безопасны как для потребителя, так и для окружающей среды. Приверженность компании и бренда экологичности производства сегодня реализуется в применении полностью переработанной упаковки или использовании картона как наиболее «зеленого» материала. Так, в минувшем году отечественный бренд премиального мороженого «33 пингвина» обновил упаковку. В результате бумажная основа коктейльных стаканов и кремнанок для шариков мороженого позволила не только решить экологические задачи, но и улучшить качество наносимых изображений.

• Сделать сладкое полезным

Поскольку приверженцев здорового питания становится все больше, производители решают задачу, как сделать сладкое полезным.

Известно, что кисломолочные продукты играют важную роль в диетическом и лечебном питании, так как содержат питательные и биологически активные вещества. Эта тенденция прослеживается и в отрасли мороженого. Недавно специалистами ГК «Союзснаб» была отработана технология производства кисломолочного мороженого. Лакомство можно отнести к биологическим продуктам, поскольку оно содержит пробиотические микроорганизмы и пребиотики. В качестве пробиотических культур используются закваски AiBi, а в качестве пребиотика – пищевые волокна пшеничные Nutriosa FB 06.

• Продукты «из детства»

Для консерваторов, покупающих привычные марки мороженого иногда из страха обмануться в новом товаре, а также для людей, испытывающих ностальгию по мороженому, которое было раньше и с которым у них связаны приятные воспоминания из детства, компания «Петрохолдинг» выпустила продуктовую линейку под ТМ «Как раньше». Другой пример – «Любимое с детства мороженое» того же производителя (ТМ «48 копеек»). Интересно, что сейчас бизнесмены пытаются возродить в России популярный в 1990-е годы бренд «Love is...». И это не удивительно. Эксперты называют «Love is...» одним из самых потенциально успешных брендов эпохи 1990-х. К тому же жевательная резинка до сих пор присутствует на российском рынке в сегменте неорганизованной торговли.

• Это провокация!

Секрет успеха рекламной кампании по продвижению мороженого – это оригинальность и даже провокация. К наиболее знаковым примерам следует отнести продвижение торговых марок Extreme и Maxibon компании «Нестле», ТМ «Золотой слиток» компании «Талосто» и ТМ «Магнат Gold» компании «Инмарко». Достаточно показательны следующие рекламные слоганы: «Экстрем. Экстремальное удовольствие» (ТМ Extreme), «220 грамм чистого удовольствия» (ТМ «Золотой слиток»), «Вкуснее золота» (ТМ «МАГНАТ Gold»), «Алиби. Заводит не по-детски!» (ТМ «Алиби»). Провокационным может быть и сам продукт. Так, в Великобритании начали продавать мороженое из абсента и святой воды. Мороженое продается в форме пистолета и приготовлено на 75% из воды, специально взятой из святого источника в Лурде, и на 25% из абсента. По словам создателей мороженого, они хотели сделать из продукта для детей нечто провокационное. Вкус полученного мороженого создатели называют «алкогольным с примесью сладости».

• Добавить перчика

Потребители становятся более избалованными и требуют новых вкусовых ощущений. Они готовы экспериментировать. В мире существует немало необычных видов лакомства. Среди них – жареное мороженое, чесночное и луковое, мороженое с виагрой и древесным углем, алкогольное мороженое, в том числе пивное. В Венесуэле выпустили мороженое со вкусом сыра, чеснока и яйца. Фирменным десертом в местном магазине Sorogoto является мороженое Rabellon Criollo, аромат которого имитирует одноименное венесуэльское блюдо из говядины, риса, банана, сыра и черных бобов. В России ГК «Союзснаб» предлагает ввести в ассортимент шоколадное мороженое с перцем. А компания «Айсберри» недавно расширила линейку мороженого «Вкусландия» тремя новыми вкусами: чизкейк, карамельный миндаль и тирамису. Белгородский хладокомбинат этой осенью представил «Клубничный Чизкейк» с печеньем под ТМ «Пломбьеро Веро».

• Долгой стереотипы

Стандартное мороженое ограничивается классическими формами – овал, прямоугольник, стаканчик или рожок. Российский проект Stoyn Ice Cream разнообразил модельный ряд ледяных лакомств оригинальной геометрией. За основу формы были взяты образы знаковых персонажей мировой культуры. Наряду с вымышленными героями использовались силуэты реальных людей, таких как Владимир Маяковский, Мэрилин Монро и Эрнесто Че Гевара.

Виктория Загоровская,

редактор журнала «Молочная СФЕРА», editor@sfera.fm

Тема номера

М О Л О К О ?

М О Р О Ж Е Н О Е !

З Д О Р О В Ь Е ?

Авторы:



Анастасия Птуха,
председатель совета
директоров группы
компаний Step by Step



Татьяна Мерзлякова,
PR-менеджер
ГК Step by Step

По расчетам аналитиков ГК Step by Step,
прогнозируемая емкость российского рынка
в 2012 году составила 755,3 тыс. тонн.



Для большинства предприятий характерна низкая рекламная активность. В целом затраты на рекламу мороженого в десятки раз меньше, чем, к примеру, на пиво.

Первый продукт с пробиотиками появился в Томске еще в 1998 году. Однако потребовалось около восьми лет, чтобы всесторонне исследовать его воздействие на здоровье человека.

Мороженое – всегда вкусное и любимое с детства лакомство. История его появления насчитывает уже несколько тысячелетий, и в течение столь долгих лет этот продукт не теряет своей популярности. На отечественном рынке ассортимент мороженого чрезвычайно разнообразен – от самого простого, но популярного вафельного стаканчика до оригинального батончика, включающего в себя различные ингредиенты.

Трендом последних лет стало появление мороженого, полезного для здоровья: низкокалорийного, с пониженным содержанием жиров, биомороженого, десертов на основе свежих фруктов и натуральных ингредиентов, мороженого с пробиотическими добавками.

Сегодня российский рынок мороженого представлен как отечественными, так и зарубежными производителями. С течением времени продукция становится все более разнообразной и красочно упакованной, сочетая в себе различные направления. Производители не зря стали уделять большое внимание упаковке, так как при выборе из нескольких сортов аналогичного мороженого упаковка играет решающую роль: чем ярче и привлекательнее, тем лучше. Представленная тенденция – не единственная, на сегодняшний день на отечественном рынке мороженого наблюдаются следующие тренды:

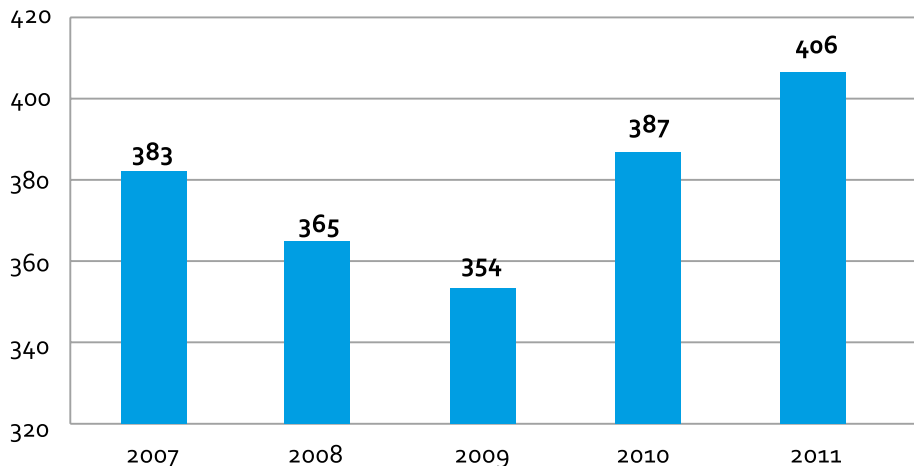
1. производители увеличивают выпуск мороженого с различными функциональными добавками (витаминизированное мороженое, йодированное, с повышенным содержанием кальция и пр.), а также с пониженным содержанием жира, сахара;

2. в связи с повышенным вниманием потребителей к идее здорового образа жизни производители ставят во главу угла выпуск натуральной, полезной продукции;

3. продолжают расти объемы производства мороженого для домашнего потребления.

Благодаря тому, что развитие рынка мороженого идет в ногу со временем, откликаясь на современные требования, этот продукт долгие годы остается востребованным среди потре-

Диаграмма 1. Динамика объема российского производства мороженого в 2007–2011 гг., тыс. тонн



Источник: ГК Step by Step, 2011 г.



В прошлом году в Томске появилось диетическое биомороженое «Десант здоровья».



Инновационность мороженого «Аэрофрукт» заключается в том, что оно является кисло-молочным продуктом.

лей. И ориентация на одну из самых популярных тенденций к здоровому образу жизни позволяет продуктам, потребляемым «на ходу», став альтернативой вредной пище, такой как чипсы, снеки и пр. Для этого производителям мороженого приходится менять ориентиры при формировании продуктовой линейки, все активнее добавляя в ассортимент низкокалорийную продукцию и мороженое с натуральными наполнителями.

Так, в прошлом году в Томске появилось диетическое биомороженое «Десант здоровья». Эксклюзивным держателем прав на биомороженое является компания «Фермент», которая рекомендует употреблять его при дисбактериозе, кишечных инфекциях, гастритах, авитаминозе и других болезнях, связанных с неправильным питанием и плохим состоянием окружающей среды. Продукт содержит не менее 106 КОЕ/г бифидобактерий – то есть примерно столько же, сколько в кефире. Разработчики утверждают, что биомороженое производится по уникальной технологии, которая позволяет зафиксировать бифидобактерии в особой форме и обеспечить эффективную



Компании увеличивают выпуск мороженого с различными функциональными добавками, а также с пониженным содержанием жира и сахара.

В связи с повышенным вниманием потребителей к идее здорового образа жизни производители ставят во главу угла выпуск натуральной, полезной продукции.

доставку полезных бактерий в верхний отдел тонкого кишечника. Другие технологии и продукты, например, йогурты, на это не способны.

Белгородский хладокомбинат в 2011 году представил мороженое «Аэрофрукт», инновационность которого заключается в том, что оно является кисломолочным продуктом. Рецептúra основана на применении бакконцентрата, специальной закваски, содержащей молочнокислые микроорганизмы. Именно этот ингредиент придает «Аэрофрукту» особый кисломолочный вкус и приносит пользу для организма. Такое мороженое рекомендовано для улучшения пищеварения. Кроме того, подобран специальный наполнитель с кусочками «яблоко-груши», состоящий только из натуральных ингредиентов, сообщают в компании.

Ученые из Стоматологического Научно-Исследовательского колледжа Муланы в Индии установили, что мороженое с пробиотическими штаммами может бороться с вредоносными бактериями в полости рта, способствуя здоровью зубов. Их исследование добавило новую толику знаний в новой области науки.

По оценкам аналитиков, в период 2012–2015 гг. на российском рынке прогнозируется наращивание объемов производства мороженого в связи с увеличением спроса, а также расширением производственных мощностей предприятий, являющихся лидерами отрасли. К 2016 году темп роста отечественного рынка мороженого может составить около 20% по отношению к 2011 году. По расчетам аналитиков ГК Step by Step, прогнозируемая емкость российского рынка в 2012 году составит 755,3 тыс. тонн.

Согласно оценке Step by Step, в 2011 году в России было произведено почти 406 тыс. тонн мороженого, что на 5,7% больше уровня 2010 года. Всего за 2010–2011 гг. прирост рынка составил 14,7%.

Основными регионами-производителями являются Центральный, Сибирский и Приволжский федеральные округа, которые в совокупности по итогам 2011 года выпустили 236 тыс.

Таблица 1. Объемы импорта и экспорта мороженого, 3-й кв. 2012 г.

	В натуральном выражении		В денежном выражении	
	кг	кг (%)	USD	USD (%)
Импорт	1 939 389,89	69,88%	8 256 647,75	62,31%
Экспорт	836 071,43	30,12%	4 993 672,77	37,69%
	2 775 461,31	100%	13 250 320,52	100%

Источник: ГК Step by Step, 2012 г.

Таблица 2. Основные страны-импортеры мороженого и их доли в натуральном денежном выражении, 3-й кв. 2012 г.

Страна-импортер	В натуральном выражении		В денежном выражении		Цена, USD/кг
	кг	кг (%)	USD	USD (%)	
Литва	362 087,38	18,67%	1 511 860,89	18,31%	4,18
Латвия	341 515,79	17,61%	1 799 869,81	21,80%	5,27
Швейцария	285 267,31	14,71%	1 872 070,15	22,67%	6,56

Источник: ГК Step by Step, 2012 г.



Мороженое с пробиотическими штаммами может бороться с вредоносными бактериями в полости рта, способствуя здоровью зубов.

Говоря о компаниях-лидерах российского рынка мороженого, нужно отметить, что наиболее крупными среди них являются:

- Baskin-Robbins
- Nestle
- «Айсберри»
- «Инмарко»
- «Русский холод»
- УК «НовоКузбассХолдинг»
- «Чистая линия»*

* Производители перечислены в алфавитном порядке

Для большинства предприятий характерна низкая рекламная активность. В целом затраты на рекламу мороженого в десятки раз меньше, чем, к примеру, на пиво. А также меньше, чем на другие кондитерские изделия, например, шоколад. Однако можно отметить, что сегодня реклама мороженого стала более разнообразной, чем несколько лет назад.

Среди отечественных производителей мороженого можно выделить двух основных лидеров, конкуренция между которыми продолжается уже больше 10 лет: «Инмарко» и «Русский холод». С 2008 года компания «Инмарко» является частью Unilever, а «Русский холод» развивается самостоятельно, продвигаясь на западный рынок.

Для компаний характерна инновационная активность. Так, в числе новых

тонн или более 60% всей продукции в стране. По итогам января-августа 2012 года их доля в общероссийском производстве составила: Центральный округ – 25,1%, Сибирский – 24,7%, Приволжский – 21,8%.



Тенденция к слияниям и поглощениям значительно усилилась в последнее время. Сегодня в России насчитывается около 250 производителей мороженого.

В числе новых предприятий можно назвать фабрики мороженого «Русский холод» в Московской области и запуск холодильника компанией «Инмарко» в Омске.

предприятий можно назвать фабрики мороженого «Русский холод» (Московская обл.) и запуск холодильника компанией «Инмарко» в городе Омске. В перспективе «Инмарко» предполагает построить фабрику мороженого в Туле производительностью 45–50 тыс. тонн в год.

Современный ассортиментный ряд, представленный на отечественном рынке, как уже говорилось, очень широк, но каждый из производителей старается охватить все основные направления, так как есть спрос на различные виды лакомства.

Основными параметрами конкуренции для ключевых игроков являются стоимость, качество, ассортимент, география деятельности, точки продаж. Все ключевые производители готовы составить достойную конкуренцию на рынке по всем перечисленным пунктам.

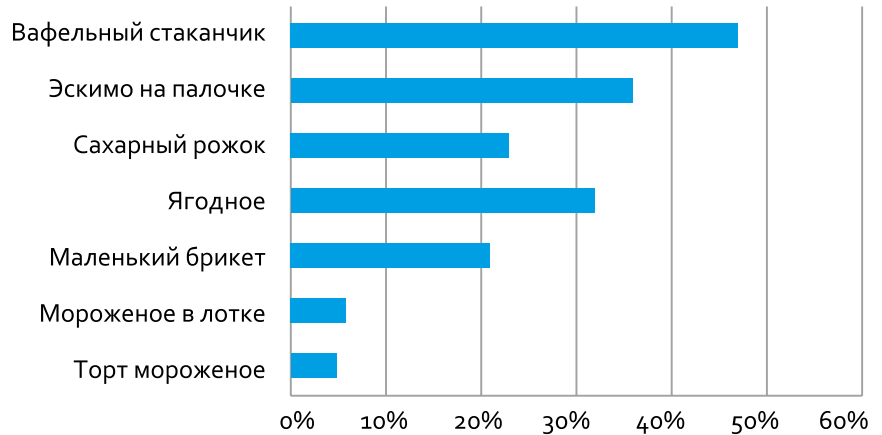
Одна из особенностей современного этапа развития отечественного рынка мороженого – появление олигополии, когда крупные производители поглощают мелкие комбинаты, что приводит к выделению пяти-шести основных игроков.

Отечественный рынок мороженого имеет и другую особенность: основная доля продукции поступает на внутренний рынок, а внешнеторговый оборот крайне невысок. Импорт занимает не более 2% рынка.

Таким образом, на данный момент импорт преобладает над экспортом, поскольку российское производство мороженого ориентировано в первую очередь на внутренний рынок и доля экспорта от общего объема продукции в натуральном выражении составила на третий квартал 2012 года в среднем 31%.

В числе основных импортеров по итогам третьего квартала минувшего года – такие страны, как Литва, Латвия и Швейцария. В натуральном выражении их доли составляют 18,67%, 17,61% и 14,71% соответственно. Наиболее высокая цена импорта в долл. за 1 кг мороженого зафиксирована в Швейцарии (6,56 USD/кг), а наименьшая – в Китае (1,56 USD/кг).

Диаграмма 2. Предпочтения потребителей по видам мороженого, %.



Источник: ГК Step by Step, 2011 г.



Группа компаний «АльтерВЕСТ» (Москва) в конце прошлого года выпустила новую коллекцию мороженого под торговой маркой «LUXUS». Экстравагантная, стильная упаковка говорит о премиальной выдержанности и отражает внутреннее содержание и настроение бренда.

Мороженое – один из самых сезонно-зависимых товаров. Рост потребления наблюдается в теплое время года, когда продажи мороженого вырастают в два-три раза. Этот период длится примерно с апреля по сентябрь. Вторая волна роста приходится на новогодние праздники – в это время продажи увеличиваются примерно на 30%. Основным видом лакомства, пользующимся спросом в данный период, является домашнее мороженое, производимое большими порциями для нескольких человек (для так называемого семейного потребления).

За последние несколько лет предпочтения потребителей по видам мороженого практически не изменились. Все также основную часть целевой аудитории составляют любители про-

стого вафельного стаканчика или бесмертного эскимо на палочке.

Вафельный стаканчик является самым популярным видом мороженого: его предпочитают 47% россиян. Далее следует эскимо на палочке – 36% и ягодное мороженое, которое любят 32% населения.

Необходимо выделить один регулирующий фактор – это сегментирование рынка мороженого по мотивации потребления. Потенциальный покупатель чаще всего принимает решение импульсивно, так как такой продукт, как мороженое, не является частью его основного рациона. На сегодняшний день в России доля импульсивных покупок холодного десерта достигает, по разным оценкам, около 70–80% в натуральном выражении.



В перспективе «Инмарко» предполагает построить фабрику мороженого в Туле производительностью 45–50 тыс. тонн в год.

В 1903 г. Витторио Маркьонни запатентовал производство вафельного рожка, и с тех пор мороженое в рожке прославилось на весь мир.



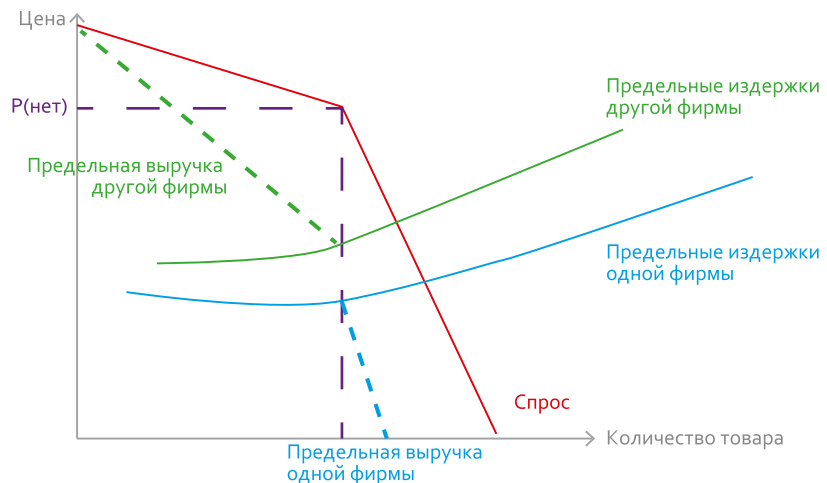
Летом компания «АльтерВЕСТ» представила фруктовое мороженое «ВИНТ» в двух новых вкусах. Это освежающая мята в сочетании сочным арбузом и лаймом или сытный банан с клубникой, разбавленные вкусом ананаса.

На рынке присутствуют марки, востребованные группами покупателей, различающиеся:

1. по классу потребления:
 - потребители, предпочитающие мороженое класса «люкс» (Haagen-Dazs);
 - потребители, предпочитающие мороженое класса «премиум» (Baskin Robbins, Movenpick, «Юниджел»);
 - потребители, предпочитающие мороженое среднего класса (Nestle, «Инмарко»);
 - потребители, предпочитающие отечественное недорогое мороженое («Чистая линия», Хладокомбинат №1, «Айсберри»);
2. по характеру потребления:
 - экспериментаторы (вся продукция компании «Альтервест», большая часть продукции «Таллосто», продукция компании «Русский Холод»);
 - консерваторы (вся продукция традиционных производителей; в Москве – «Айсберри», «Метелица»);
 - ностальгирующие покупатели («Розочка», «48 копеек», «Бородино», «Лакомка»);
 - покупающие оригинальное мороженое (вся продукция компании «Русский холод», «Таллосто»).

Важный момент, который не стоит забывать, заключается в том, что основным потребителем лакомства принято считать детей. Следовательно, производителю необходимо ориентироваться на эту целевую аудиторию и учитывать,

Рис 1. Модель ломаной кривой спроса: точка P (нет) – если фирма установит цену на товар выше данного уровня, то конкуренты не последуют за ней.



Справка

Олигополия – ситуация на рынке, когда действует небольшое количество продавцов продукции. Особенность ее в том, что здесь каждая из конкурирующих фирм способна влиять на цену продукции, предлагаемой остальными компаниями, а, следовательно, и на их уровень затрат. Таким образом, при олигополии прибыль каждой фирмы зависит не только от реакции потребителей, но и от действий конкурентов. Различаются три типа олигополистического поведения на рынке: сговор о ценах, доминирование одной из компаний и монополистическая конкуренция. Предприятия по возможности удерживаются от понижения цен на свои товары, опасаясь аналогичной реакции конкурентов. На олигопольном рынке цены обычно отличаются жесткостью. Это демонстрируется изогнутой кривой спроса (рис. 1). Перелом кривой спроса приходится на уровень преобладающей цены P (нет): Если участник рынка поднимет цену выше P (нет), то кривая спроса станет очень эластичной. Даже незначительное повышение цены резко уменьшает спрос: потребитель переключается на продукцию компаний, не изменивших свои цены. Соответственно, падают доходы рассматриваемого игрока.

Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки.

что родители, делая выбор, зачастую обращают внимание на то, будет ли ребенку удобно есть мороженое.

Поскольку сегодня на рынке мороженого сохраняется тенденция, в соответствии с которой предложение превышает спрос и присутствует высокая степень конкуренции, производителям необходимо контролировать все изменения, происходящие в данном сегменте. Таким образом, для участников отрасли ориентация на сегментацию продукции становится определяющим

направлением при формировании бизнес-стратегии. Мороженое является одним из тех лакомств, которое может себе позволить любой потребитель, при этом у каждой группы потенциальных покупателей разный уровень доходов, свои вкусы и требования к продукту. Именно поэтому производители стремятся выпустить мороженое разных ценовых категорий и на любой вкус, способное порадовать как консерваторов, так и экспериментаторов, как детей, так и взрослых. **МС**



Издательский Дом «СФЕРА» предлагает УНИКАЛЬНЫЕ маркетинговые ИССЛЕДОВАНИЯ ПО РАЗЛИЧНЫМ ОТРАСЛЯМ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ. Исследования, отвечающие на самые актуальные вопросы бизнеса, помогут быстро сориентироваться в меняющихся условиях современного рынка.

*** РЫНОК МЯСА ПТИЦЫ РОССИИ:
«РЕВОЛЮЦИОННЫЙ СЕГМЕНТ»**

Вы узнаете:

- на что лучше всего ориентировать производство в ближайшие годы;
- как не допустить ошибок зарубежных и отечественных конкурентов;
- как избежать рисков;
- какие уроки извлечь из деятельности главных игроков.

***РЫНОК МЯСА СВИНИНЫ:
«ПЕРСПЕКТИВЫ И КОНКУРЕНЦИЯ»**

В отчете представлены аналитические материалы, которые помогут определить основные тенденции и драйверы роста рынка свинины в России, спрогнозировать его развитие.

*** РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОЛОКА:
«РИСКИ И ДОСТИЖЕНИЯ»**

Каким будет российский рынок молока в условиях стагнации мирового рынка? В обзоре проводится детальный анализ

молочной отрасли России, ключевых трендов.

*** АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА
КРЕПКИХ СПИРТНЫХ НАПИТКОВ
В 2011–2012 ГОДАХ**

Проанализирована конкурентная ситуация на рынке, динамика и особенности развития, дан прогноз продаж крепкого алкоголя в краткосрочной перспективе.

*** АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА
ВИНА В 2011–2012 ГОДАХ**

В работе описана общая ситуация на мировом рынке вина, перечислены страны-лидеры, приведены экономические и политико-правовые факторы развития мирового и российского рынка.

*** СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
ПРОГРАММ КРЕДИТОВАНИЯ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**

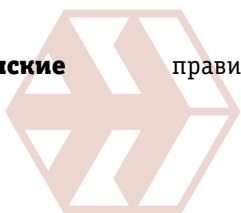
Исследование предоставляет полную информацию о программах кредитования бизнеса и банках, которые предлагают ими воспользоваться. Перечислены подробные условия получения кредита по каждой программе.



сфера
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Будем рады видеть вас в числе наших клиентов!

Анастасия Кочеткова,
менеджер по маркетингу и развитию
Издательского дома «СФЕРА»
тел./факс +7 (812) 70-236-70
e-mail: a.kochetkova@sfera.fm

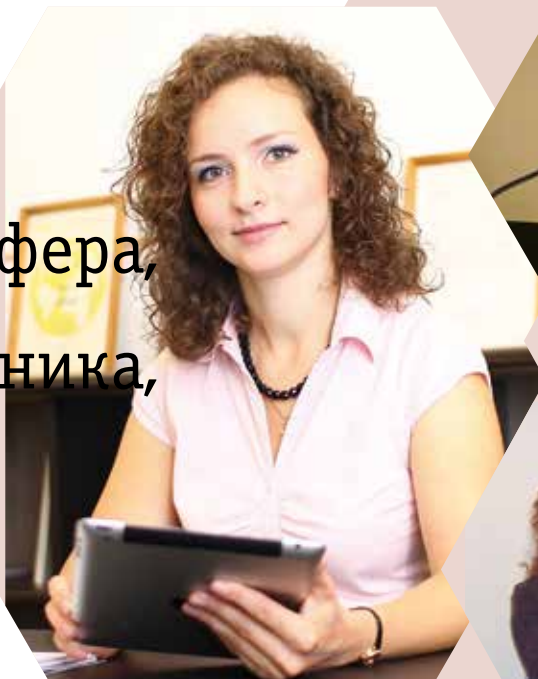


Гость:
Ольга Клепикова,
директор проекта «Органик»
НП «Экологический союз»

Беседовала:
**Виктория
Загоровская**

*Идеальной формой управления
компанией я считаю
профессиональный тандем
мужчины и женщины.*

Ольга Клепикова: Экология – женская сфера, требующая не начальника, а «хранителя».



1. Имя, фамилия:
Ольга Клепикова

2. Дата рождения:
18 октября 1983

3. Место рождения:
г. Луга, Ленинградская область

4. Образование:
Санкт-Петербургский государственный
технологический институт, факультет
экономики и менеджмента

5. Название компании, должность:
НП «Экологический союз», директор проекта «Органик»

6. Сколько времени вы работаете на руководящей должности:
с 2007 по 2008 год – директор ООО «Экосоюз»;

с 2008 по июль 2012-го – заместитель директора
по экономическим вопросам НП «Экологический
союз», руководитель проектов Organic, Ecofood;

с июля 2012 г. по настоящий момент – директор
проекта «Органик» НП «Экологический союз».

7. Основные достижения в карьере:
развитие сертификации и маркировки
органической продукции

8. Семейное положение:
замужем

7. Хобби:
отдых в кругу семьи, беговые лыжи,
изобразительное искусство

Ольга Евгеньевна, вокруг образа женщины-руководителя сложилось множество мифов: кому-то кажется, что ради высокой должности приходится идти по головам, другие считают, что самореализация на работе требует отказа от семьи, а некоторые утверждают, что возглавлять крупный проект или компанию может только мужчина. А каков был ваш профессиональный путь, и насколько комфортно вы чувствуете себя в роли руководителя?

– Знаете, очень комфортно! Думаю, тому есть несколько причин. Во-первых, сама среда, в которой я работаю: как сказал председатель правления союза, экология – это женская сфера, требующая не начальника, а «хранителя». И мне кажется, что мы прекрасно справляемся с этой ролью «хранителей» окружающей среды, не забывая, конечно, о развитии и постоянном движении вперед.

Вторая причина – увлеченность общим делом, знание рынка и понимание специфики нашей организации. Ведь моему назначению на должность директора проекта «Органик» предшествовали шесть лет упорной экспертной работы. Я пришла в союз еще во время подготовки к защите диссертации, посвященной вопросам экономики в экологии, и сумела реализовать здесь свои знания. С 2006 года с «Экологическим союзом» меня связывает целый ряд интересных проектов и общественных инициатив. Я получила ценный практический опыт в рамках работы над такими проектами, как «Экологически безопасная продук-

Предложение занять должность руководителя проекта «Органик» поступило, когда моей дочери едва исполнилось два года. И, конечно, сразу возникла дилемма – семья или работа.

Помните восточную мудрость: истинно счастлива тот, кто утром с радостью идет на работу, а вечером с радостью возвращается домой? Это про меня.



Моему успеху предшествовали шесть лет упорной работы в «Экологическом союзе».

ция фермерских хозяйств Ленинградской области», «Эко-полки» в магазинах Санкт-Петербурга, и теперь занимаюсь международным проектом «Органик».

Как вы чувствуете себя в новом статусе? Что дает вам работа?

– Работа дает мне очень многое, причем во всех сферах жизни. Помните восточную мудрость: истинно счастлив тот, кто утром с радостью идет на работу, а вечером с радостью возвращается домой? Могу сказать, что это про меня. Новая должность позволяет действовать более активно, работать в другой плоскости, развивать идеи, ориентированные на перспективу. Это фантастическое ощущение, когда видишь огромный потенциал развития компании, коллектива и пути, которые будут способствовать его реализации. Конечно, не обходится и без напряженных моментов, поскольку «Экологический союз» активно участвует не только в жизни российского «зеленого»

рынка, но и располагает хорошей зарубежной практикой. Так «сдаешь экзамены» по проведению международных переговоров, делаешь первые уверенные шаги по участию в законотворческой деятельности, по-новому и с особой серьезностью осознаешь важность мотивации команды. Команда – это сила союза. Вот уже много лет у руля разных проектов стоят эксперты высокого класса, либо основавшие их, либо стоявшие у истоков. Поэтому особенно сильно ощущается личная ответственность за результат. Все это важные профессиональные уроки для меня, и каждый такой пройденный урок позволяет работать эффективнее.

Давайте коснемся такого понятия, как «женский стиль управления». Часто приходится слышать, что женщина более эмоциональна и часто действует интуитивно, а не логически. Как вы относитесь к подобным утверждениям?

– Начну с того, что идеальной формой управления компанией я считаю профессиональный тандем, состоящий из мужчины и женщины. Во многом это связано с особенностями психологии. Часто приходится слышать, что мужчина смотрит узко, но очень далеко, а женщине свойственно внимание к деталям, но вместе с тем и большая осторожность в принятии решений. Сочетание этих качеств позволяет реализовать классическое бизнес-правило «Мысли глобально, действуй локально». Кстати, пост председателя правления в нашей компании занимает мужчина, профессионал с большим опытом работы. Он всегда предлагает замечательные идеи, которые мы учитываем в стратегии развития и оперативном управлении.

Так что можно сказать, что женщина, у которой есть возможность опереться в работе на авторитет и опыт коллеги-мужчины, обладает дополнительным преимуществом. Хотя и в одиночку

В любой сфере, какую бы мы ни затронули, свобода неизменно связана с ответственностью. Если человеку удастся соблюдать этот баланс – он истинно свободен.



Если мужчина черпает силы в работе, где он утверждает себя и достигает высот, то для женщины источник энергии – это семья. Когда дома все хорошо, можно смело идти вперед!

бизнес-леди может быть безупречно профессиональным (иногда даже жестким) управленцем, способным контролировать эмоции и достигать любых высот. По собственному опыту могу твердо сказать: выдающиеся менеджеры есть и среди мужчин, и среди женщин, несмотря на некоторые отличия в стиле руководства.

Приходилось ли вам сталкиваться с негативными сторонами высоких должностей, и в чем, на ваш взгляд, они заключаются?

– Основными опасностями для руководителя я считаю высокий уровень напряженности, риск «перегореть», сложность даже дома отключиться от рабочих вопросов. А в случае, когда руководитель женщина, к этому списку добавляется извечный вопрос: «семья или карьера?» Ведь практически никто не оставляет свою работу на работе. Мы едем домой – и думаем о деле. Смотрим на закат – и работа незримо присутствует в наших мыслях. Мы играем с детьми – и решаем какие-то бизнес-задачи. Очень важно не перейти границу, где общественное начинает подменять личное, чтобы столь необходимый баланс не был нарушен. Ведь если мужчина черпает силы в профессиональной деятельности, где он утверждает себя и достигает высот, то для женщины источник энергии – это семья. Когда дома все хорошо, можно смело идти вперед с высоко поднятой головой и одерживать новые победы.

Ольга Евгеньевна, а как вам удается сочетать две эти важнейшие вещи – семью и карьеру?

– Поначалу было сложно. Предложение стать директором проекта «Органик» поступило, когда моей дочери едва исполнилось два года. И, конечно, сразу возникла дилемма – семья или работа. Несмотря на мою уверенность в том, что карьера и материальные блага являются преходящими ценностями, в отличие от семьи, которая остается основополагающим, незыблемым смыслом жизни, источником творческих сил и положительных эмоций, я согласилась и не жалею. Конечно, пришлось пожертвовать временем, которое раньше уделяла родным, но это помогло мне научиться делать акцент на качестве, а не на количестве общения, рациональнее распоряжаться временем. Поэтому я, как многие другие женщины-руководители, учусь совмещать традиционные семейные ценности с социальной реализацией и получаю удовольствие от каждого прожитого дня.

Сегодня многие считают свободу высшей ценностью. Что для вас значит быть свободной?

– В любой сфере, какую бы мы ни затронули, свобода будет неизменно связана с ответственностью. Если человеку удастся соблюдать баланс – он истинно свободен. Говоря же о профессиональной деятельности, я бы избегала слова «свобода». Здесь есть круг прав, полномочий, обязанностей, но все это продиктовано необходимостью и сопряжено с ответственностью. Свобода, уравновешенная ответственностью – это понятная для меня ситуация, которая укладывается в мою картину мира. Это путь, выбранный мной осознанно.

Вы считаете себя успешным человеком?

– Успех – понятие чрезвычайно субъективное, его определяет система ценностей конкретного человека. Исходя из своей системы ценностей, я могу назвать себя успешной. У меня есть семья, любимый муж и прекрасная дочка. Я работаю в организации, где могу реализовать себя и в силу специфики нашей деятельности быть полезной обществу. То, чего я достигла на данный момент – это не случайность, не протекция, а результат труда и упорства. Конечно, немалую роль сыграла поддержка родных и коллег. Думаю, к этому вопросу можно будет еще вернуться, ведь впереди много задач, новых интересных целей, смелых и амбициозных идей. **МС**



Событие:

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ В УСЛОВИЯХ РАБОТЫ В ВТО»

Время и место:

МОСКВА,
15–17 АПРЕЛЯ 2013 ГОДА,
МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОМЫШЛЕННАЯ АКАДЕМИЯ

В Международной промышленной академии в Москве 15–17 апреля пройдет Международная конференция «Продовольственная безопасность России в условиях работы в ВТО».

Организаторы:

Министерство сельского хозяйства РФ
Международная промышленная академия

При поддержке: Совета Федерации РФ, Государственной думы РФ, Министерства экономического развития РФ, Торгово-промышленной палаты РФ, Аграрного центра МГУ им. М. В. Ломоносова

Для выступления на конференции приглашены:

Горбунов Г. А. (Совет Федерации РФ), Панков Н. В. (Государственная дума РФ), Медведков М. Ю. (Минэконом развития РФ), Лабинов В. В., Орлов М. О. (Минсельхоз РФ), Семенов В. А. (ТПП РФ, АССАГРОС), Ушачев И. Г., Фисинин В. И. (Россельхозакадемия), Бутковский В. А. (МПА), Бодин А. Ю. (Союзроссахар), Гуревич А. И. (Российский Союз мукомольных и крупяных предприятий), Злочевский А. Л. (Российский Зерновой Союз), Киселев С. В. (МГУ им. М. В. Ломоносова), Ковалев Ю. И. (Национальный союз свиноводов), Корчевой Е. А. (Росагромаш), Косован А. П. (Российский Союз пекарей), Мамиконян М. Л. (Российский мясной союз), Морозов Ю. Н. (Масложировой союз России), Носенко С. М. («Асконд»), Скурихин П. В. (Национальный союз зернопроизводителей), Тарасов В. И. (ВНИИЭСХ Россельхозакадемии), Чешинский В. Л. (Русская продовольственная компания), Юшин С. Е. (Национальная мясная ассоциация).

Основные вопросы для обсуждения:

- Доктрина продовольственной безопасности России – основополагающий документ отрасли.
 - Законодательное обеспечение повышения конкурентоспособности продукции российских сельскохозяйственных, пищевых и перерабатывающих предприятий.
 - ВТО. Принципиальные обязательства России в области сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности.
 - Правила ВТО и практика применения специальных защитных мер, антидемпинговых и компенсационных пошлин в России – первый опыт.
 - Действие механизма по решению споров в ВТО: условия, требования, мировой опыт.
 - Государственная поддержка сельскохозяйственного, пищевого и перерабатывающих производств: меры, средства, опыт.
 - Стимулирование роста производства сельхозсырья и пищевых продуктов в России.
 - Адаптационные меры, применяемые в ключевых и наиболее уязвимых отраслях АПК.
 - Перспективы развития экспортного потенциала России: возможности и потенциал АПК.
 - Развитие отечественной инновационной системы. Роль научного и кадрового потенциалов отрасли.
 - Модернизация отраслей АПК как фактор повышения конкурентоспособности: базовые уровни модернизации, позитивный опыт.
 - Стратегические ориентиры развития агропромышленных холдингов.
- В мероприятии примут участие руководители и ведущие специалисты органов управления АПК регионов, агропромышленных холдингов и сельскохозяйственных, перерабатывающих и пищевых предприятий, представители отраслевых союзов и ассоциаций, учебных, научных и аналитических учреждений, отраслевых СМИ.

Регламент работы конференции:

16 апреля – День пленарных заседаний. Выступления 15–20 минут, свободный микрофон в зале, открытая дискуссия.

17 апреля – Круглый стол «Ключевые задачи АПК, пищевой и перерабатывающей промышленности в современных условиях».

Справки и заявки (тел./факс):

WWW.GRAINFOOD.RU.

+7 (495) 959-66-51 (52)
+7 (495) 959-74-10
+7 (499) 235-81-86

+7 (495) 959-71-01
+7 (499) 235-95-79

Иунихина Вера Сергеевна, зав. кафедрой пищевых производств, iunikhina@grainfood.ru
Маслова Анна Сергеевна, ассистент кафедры пищевых производств, maslova@grainfood.ru
Фейденгольд Владимир Борисович, зав. кафедрой зерна и продуктов его переработки, feydengold@grainfood.ru
Масальцева Ольга Ивановна, заведующая УМО, masaltseva@grainfood.ru
Деканат, dekanat@grainfood.ru



Молочная отрасль: итоги одиннадцати месяцев

В сельхозорганизациях России по итогам января-ноября 2012 года было произведено 13,607 млн тонн коровьего молока. По сравнению с аналогичным показателем 2011 года мы наблюдаем увеличение производства на 3,2%, отмечает аналитики Milknet.ru.

В ноябре производственный показатель составил 1,020 млн тонн, что ниже ноябрьского показателя 2011 года на 2,1%.

Среди федеральных округов только в одном мы наблюдаем отрицательную динамику по сравнению с 2011 годом: в Сибирском федеральном округе производство молока по итогам января-ноября минувшего года оказалось на 1% ниже (2,2 млн тонн). По производственным показателям среди сельхозорганизаций на первом месте располагается Приволжский округ, где по итогам 11 месяцев произведено 4,3 млн тонн молока, что на 3% выше уровня 2011 года. В Центральном федеральном округе, который занимает второе место по объему производства, по сравнению с 2011 годом показатель увеличился на 5% (до 3,5 млн тонн). Наиболее заметный темп роста приходится на Северо-Кавказский округ – 17% до 315 тыс. тонн. В Северо-Западном и Дальневосточном округах показатели минувшего года на 4% превышают уровень 2011 года: 1,3 млн тонн и 143 тыс. тонн за 11 месяцев 2012 года. В Южном и Уральском федеральном округе показатель вырос на 3% до 961 тыс. тонн и 922 тыс. тонн соответственно.

Среди регионов лидирующие позиции по производству молока в сельхозорганизациях занимает Республика Татарстан: за 11 месяцев 2012 года здесь было произведено 982,9 тыс. тонн молока. Однако в прошлом году показатель в данном регионе сократился на 1,9%. Следом по объему производства идут: Краснодарский край – 804,7 тыс. тонн, Московская область – 583 тыс. тонн, Алтайский край – 572 тыс. тонн, Республика Башкортостан – 510 тыс. тонн. Так выглядят пятерка лидеров производителей среди регионов.

По итогам 11 месяцев прошлого года по большей части товарных

групп мы наблюдаем увеличение производства молочной продукции. По сравнению с 2011 годом на 10% выросло производство сметаны, твердого сыра произвели на 9% больше, кефира – на 4%, творога – на 3%, сгущенных молочных продуктов – на 1%. Отрицательная динамика зафиксирована в отношении сливочного масла и масляных паст – в 2012 году производство сократилось на 1% по сравнению с предыдущим годом.

ПродМаг

Производство снижается, импорт растет

Правительство утвердило новые правила распределения субсидий на возмещение части затрат сельхозпроизводителей на 1 литр молока, которое предусматривает дифференцированный подход к субсидированию.



Субсидии на молоко высшего сорта и молоко первого сорта будут выделяться в соотношении 3:1. По мнению правительства, такой подход позволит поддержать наиболее эффективных производителей и будет способствовать мобилизации остальных предприятий на «повышение санитарно-гигиенической культуры производства, условий хранения и транспортировки сырого молока, его качества и показателей безопасности».

С учетом того, что на субсидии в 2013 году выделено 10 млрд рублей, на 1 литр молока высшего сорта дотация составит 1,4–1,5 рубля, а первого сорта – 0,4–0,5 рубля федеральных денег. Однако в России пока нет независимых аккредитованных лабораторий, способных проводить экспресс-анализы сортности молока. Кроме того, в список получателей государственных дотаций на килограмм проданного молока не включены держатели личных подсобных хозяйств. Также регион обязан в течение двух лет не снижать объем производства молока, продуктивность коров и показатель выхода телят.

«Сегодня есть реальное подтверждение, что с учетом вступления в ВТО и Таможенный союз растет импорт молока и молочной продукции из Белоруссии и стран дальнего зарубежья. Российский рынок испытывает серьезное да-

вление. С другой стороны, себестоимость молока растет. Поэтому, к сожалению, те меры, которые сейчас утверждены, не решают существующей проблемы, – комментирует **председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко**.

Они фактически устанавливают, что для новых современных комплексов господдержка падает. Естественно, мы выступаем за то, чтобы поддержка была, и благодарны, что нас не забыли, но, к сожалению, это не тот уровень и не тот объем, который мы рекомендовали. Пессимистичные прогнозы начинают сбываться: и по импорту из Белоруссии и дальнего зарубежья, и по росту себестоимости, и по ситуации с засухой. Потребность в господдержке существенно превышает то, что утверждено. Мы очень надеемся, что на рекомендации по потребностям молочников обратят внимание.

Пока субсидии установлены постановлением правительства, а не изменением в конституции, решение поменять можно. Уже в ближайшее время принятые меры приведут к серьезным проблемам в отрасли. Первым сигналом стал рост импорта, дефицит кормов и рекордно высокие цены на них.

Кроме того, то, что цены на молочную продукцию не растут, хорошо для потребителей, но не очень позитивно для производителя. Следующим сигналом станет то, что производители не смогут выполнить свои обязательства перед банками и своими сотрудниками. Эти сложности уже начинаются. Пока не ясно, насколько они будут иметь массовый характер. Объем производства молока и поголовье будут снижаться.

По мере поступления неоспоримых фактов мы надеемся вновь вернуться к диалогу.

ПродМаг



Стандарт на органику

Минсельхоз приступил к разработке национального стандарта органической сельскохозяйственной продукции.

В ноябре рабочая группа по разработке проекта федерального закона «О производстве органической сельскохозяйственной продукции и внесении изменений в законодательные акты РФ», возглавляемая стат-секретарем – заместителем министра сельского хозяйства РФ Александром Петриковым, завершила первый этап работы.

В результате законопроект, направленный на регулирование отношений, возникающих между сельскохозяйственными товаропроизводителями, иными гражданами, юридическими лицами, органами государственной власти в сфере производства органической сельскохозяйственной продукции, подготовлен и направлен на межведомственное согласование. Законопроект разработан по поручению министра сельского хозяйства Николая Федорова в ответ на открытое письмо объединения экологов-производителей «Экокластер» и является первым шагом на пути установления правовых основ государственного регулирования устойчивого обеспечения населения страны основными видами органической продукции.

В настоящее время рабочая группа приступила к разработке национального стандарта. «Национальный стандарт на органическую сельскохозяйственную продукцию должен соответствовать мировым требованиям, тогда российская органическая продукция будет конкурентоспособной на мировом рынке и появится на прилавках в западных странах», – говорит **основатель объединения «Экокластер» Александр Коновалов**.

«Закон об органическом сельском хозяйстве и национальный стандарт органической сельскохозяйственной продукции крайне важен для эффективного развития отечественного АПК в условиях присоединения к ВТО и работе в международном экономическом формате», – считает **Надежда Прокудина, управляющий партнер компании «АгриКэпитал», член рабочей группы**.

Foodmonitor.ru



К чему формальности?

Иностранцам могут облегчить процесс инвестирования в российские молочные заводы.

Глава Федеральной антимонопольной службы (ФАС) Игорь Артемьев представил президенту РФ Владимиру Путину поправки в законодательство, облегчающие осуществление иностранных инвестиций в российские стратегические предприятия.

На рабочей встрече с главой государства И. Артемьев напомнил, что правительство РФ уже одобрило по-



правки в федеральный закон об осуществлении иностранных инвестиций в стратегические предприятия.

В частности, как рассказал глава ФАС, планируется упростить порядок осуществления иностранных инвестиций в молочные заводы и заводы по приготовлению продуктов питания. После принятия поправок сделки по инвестициям в такие заводы уже не будут проходить согласование в правительственной комиссии по иностранным инвестициям.

Также поправки предусматривают исключение предварительного согласования для сделок по увеличению доли в российских стратегических предприятиях теми иностранными инвесторами, которым уже принадлежит 75% акций этих предприятий.

Кроме того, будет упрощено публичное размещение акций российских компаний за рубежом. «Сами компании будут следить за тем, не превышен ли порог соответствующего контроля над стратегическими предприятиями. Но каких-либо ограничений для выхода их на иностранные биржи на этапах согласования с комиссией не будет установлено», – сказал глава ФАС.

Из-под действия закона об осуществлении иностранных инвестиций в стратегические предприятия полностью выводятся сделки с российскими банками.

РБК Daily



Семнадцать за одного

Семнадцать крупнейших производителей молока в Пермском крае объединились для отстаивания собственных интересов.

Среди них – ООО «Русь» Большесосновского района, ООО «Заря Путино» Верещагинского района, ООО «Русь» Пермского района,

ООО «Ключи» Чусовского района, ООО «Нива» Частинского района и другие производители.

По словам **руководителя Союза производителей молока Пермского края Владимира Юшкова**, новая некоммерческая организация будет защищать и поддерживать предприятия молочной отрасли, выстраивать отношения с перерабатывающими предприятиями и торговыми структурами, а также органами власти.

«Сегодня по пути от производителя к конечному потребителю сельскохозяйственный продукт значительно дорожает, – пояснил Владимир Юшков. – Поэтому мы считаем, что в регионе должен работать прозрачный механизм ценообразования в этой отрасли, чтобы было понятно, какова себестоимость того или иного продукта, какие затраты несет его переработчик и какие ценовые накрутки делают торговые сети. Это необходимо сделать потому, что излишняя дороговизна того же молока заставляет некоторых производителей предлагать более дешевый продукт, а он, как правило, низкого качества. Поэтому нам необходимо наладить с органами исполнительной власти конструктивный диалог».

Прикамские производители молока надеются, что диалог с краевыми властями поможет защитить интересы местных сельхозпроизводителей на региональном рынке и добиться субсидирования затрат на развитие хозяйств. По мнению аграриев, Пермский край пока значительно отстает по уровню поддержки сельхозпроизводителей государством от соседних регионов – Приволжского и Уральского федеральных округов.

«Российская газета»

Потребление сыра будет расти

Несмотря на достаточный объем рынка сыра в России, потенциально он еще не полностью насыщен. По мнению экспертов, это в первую очередь связано с тем, что растет потребление сыра на душу населения.



В перспективе ожидается тенденция изменения культуры потребления по примеру стран Западной Европы. Также теоретически предпо-

лагается расширение ассортимента продукции за счет импорта специфических сортов сыров из-за границы.

Потенциальная емкость рынка выросла за последние три года, и эксперты предполагают дальнейший рост. По итогам 2011 года она составила 780 тыс. тонн. В 2012 году, по предварительным оценкам, прогнозируется рост емкости рынка сыров в натуральном выражении на 3,8%, до 810 тыс. тонн.

Среднедушевое потребление в России чуть ниже, чем в Центральном федеральном округе. Одной из причин этого является расположение в данном регионе производственных мощностей многих предприятий по производству сыра. В целом Центральный федеральный округ занимает первое место по производству плавящихся и мягких сыров, второе – по рассольным и полутвердым сырам и третье – по твердым сырам. При этом динамика производства в Центральном ФО за последние три года была относительно стабильной. Снижение в 2011 году немного нивелировалось за счет последующего роста в первой половине 2012 года.

В структуре производства сыров по видам на данный момент более половины производства фасованного сыра приходится на полутвердые сорта, около трети (34%) – на плавящиеся сыры, а 11% – на твердые. Наименьшие доли занимают мягкие и рассольные сыры – вместе 4%. По данным специалистов ИА «Крединформ», производство мягких, полутвердых и рассольных сыров сосредоточено в Брянской области, в то время как лидер в сегменте плавящего сыра – Москва, а твердого – Воронеж.

РБК. Исследования рынков



Поддержку утроили

На финансирование молочного животноводства в 2013 году из бюджета Московской области планируется выделить 1 млрд рублей, что в три раза больше, чем в минувшем году.

Об этом сообщило главное управление по информационной политике Московской области. Предложение министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области об увеличении финансирования отрасли поддержано губернатором Сергеем Шойгу.

По данным пресс-службы, это позволит дополнительно привлечь из федерального бюджета почти 800 млн рублей.

Agro.ru



Рекорды Алтайского края

Предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности Алтайского края в 2012 году продемонстрировали положительную динамику производства. Наиболее высокие результаты среди перерабатывающих производств ожидаются в мясо-жировой промышленности, отмечают в управлении пищевой, перерабатывающей и фармацевтической промышленности Алтайского края.

Рекордный для края объем производства растительного масла 2011 года был превышен уже в октябре. Ожидается, что индекс промышленного производства по данной подотрасли составит 200%.

Прирост производства в наибольшей степени обеспечен предприятиями ГК ООО «Юг Сибири» (ООО «АгроСиб-Раздолье» и ЗАО «Бийский маслоэкстракционный завод»), которые для загрузки мощностей, помимо местного, активно закупают сырье за пределами края. По производству растительного масла Алтайский край занимает первое место в СФО, а его доля в сибирском производстве составляет 61,6%.

Значительно увеличен в 2012 году объем переработки вторичного сырья. Ожидается, что объем выпуска сухой сыворотки возрастет не менее чем на 20% и будет максимальным в истории края.

Весь объем производства сухой сыворотки в Сибирском федеральном округе приходится на Алтайский край: регион занимает первое место в стране, а его доля в российском производстве составляет 26,2%. В сравнении с 2005 годом объем производства сухой сыворотки вырос в 4,7 раза, что стало возможным после реализации в последние годы инвестиционных проектов ООО «Холод», «Рубцовского молочного завода» – филиала ОАО «ВБД», ООО «Троицкий сыродел».

Именно из алтайской сухой сыворотки многие предприятия по всей России изготавливают сгущенное молоко.

ПродМаг

Автор:



Зоя Гаврилова,
канд. экон. наук, ст. науч. сотр. отдела
предпринимательства и кооперации
ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР России
Россельхозакадемии

Минимизация рисков при вступлении России в ВТО



Вступление России в ВТО влечет за собой риск снижения конкурентоспособности отечественных производителей молока и невыполнения в связи с этим показателей по самообеспеченности молочными продуктами, определенных Доктриной продовольственной безопасности.

Положение дел в отрасли

Охарактеризовать положение молочного подкомплекса российского АПК можно следующими фактами:

1. Снижение объемов производства молока

По данным Международной молочной федерации (ММФ), в России в 2010 году произведено 31,9 млн тонн молока – по сравнению с 2009 годом произошло снижение на 2,1%.

ММФ прогнозирует сокращение производства еще на 0,5% при продолжающемся увеличении производства в мире, в частности в таких странах, как США, Новая Зеландия, Аргентина, страны Европы. Также ММФ оценивает объем переработки молока, или товарность, которая в России составила в 2010 году 16,7 млн тонн. Таким образом, на переработку идет всего 52% произведенного молока.

2. Рост зависимости от импорта

Отечественная молочная промышленность зависит от импорта на 17% (в основном, это ввоз сырья из Беларуси). При этом стоит учитывать, что она обеспечивает далеко не все потребности рынка. Например, в России производится только 50–55% потребляемого масла и сыра. Поэтому фактический потенциал вытеснения импорта еще больше. В сегменте жирных сыров и сливочного масла его объем составляет более 80% для производственных целей и около 45% продукции, представленной потребителю.

Европа вышла на первое место среди экспортеров молочных продуктов благодаря росту российского импорта. Их экспорт из стран Европы в Россию в 2010 году вырос на 83%. На долю нашей страны приходится 18% импорта всех молочных продуктов из Европы,

Диаграмма 1. Динамика производства молока в России за 2000–2010 гг.

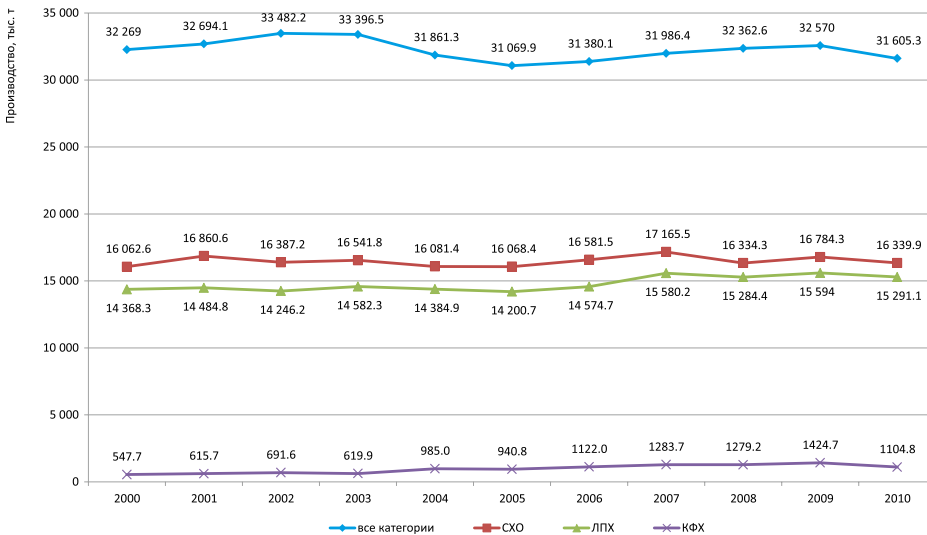


Диаграмма 2. Динамика изменения поголовья КРС в России в 2000–2010 гг.

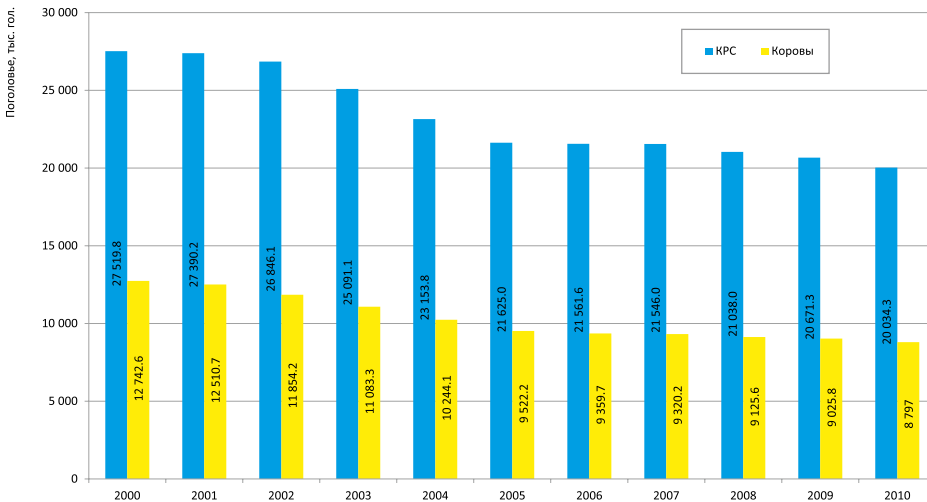
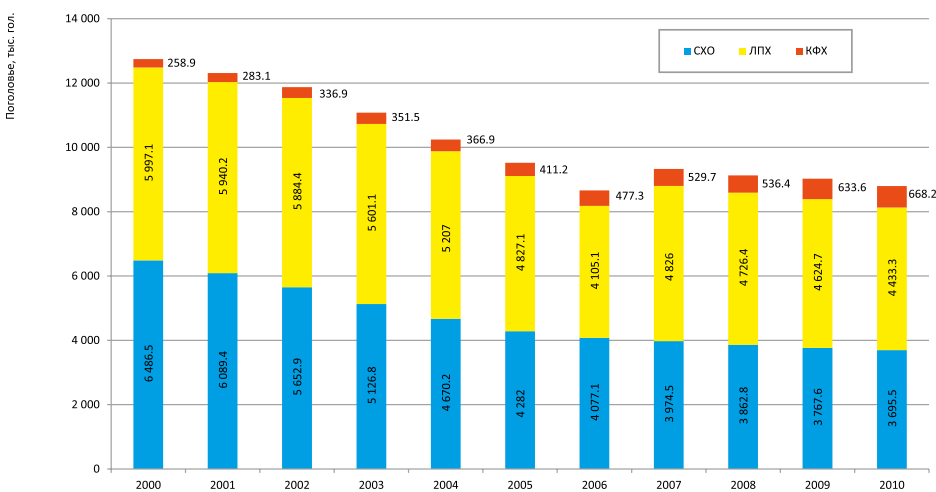


Диаграмма 3. Динамика поголовья коров по категориям хозяйств в 2000–2010 гг.



12% европейского импорта СМ и 25% европейского импорта масла. Экспорт сыра из стран Европы вырос на 17%.

Согласно прогнозам экспертов, импорт молока в России будет расти. Основным поставщиком станет Европа. По мнению руководителя Германского центра исследований молочного рынка, с отменой Евросоюзом квот на производство молока экспорт продукции вырастет. На сегодняшний день в ЕС разработана программа либерализации в сфере производства молока, рассчитанная до 2020 года. Главным шагом в данном направлении будет отмена квот на производство молока в 2015 году. Уже сегодня в качестве подготовки к данной мере ЕС регулярно повышает квоты для производителей.

Кроме того, Европейским союзом запланированы следующие мероприятия: сокращение объемов интервенций и их применение только в моменты пикового производства молока, прекращение возврата экспортных налогов, полное прекращение государственной поддержки хранения сыра, полное прекращение поддержки использования масла на внутренних рынках, поддержка использования на внутренних рынках обезжиренного молока только в условиях кризиса.

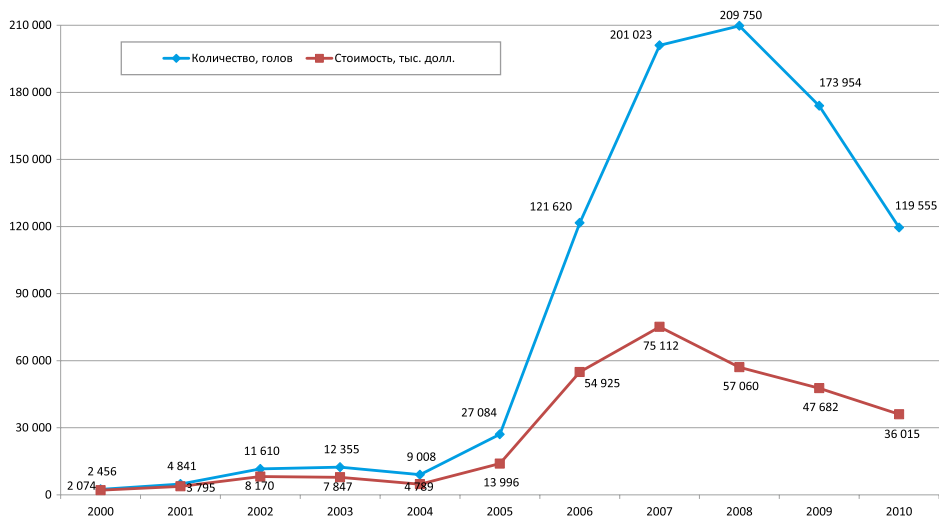
Это демонстрирует намерение развить экспортный вектор европейского молочного бизнеса. Уже сегодня 48% молока используется для производства сыра, экспорт которого из ЕС в последние годы серьезно увеличивается.

Таким образом, молочные рынки Европы и США перенасыщены, будет развиваться экспорт в Китай, где растет потребление всех пищевых продуктов, и в Россию, где население хоть и сокращается, а потребление молока падает, но государство и внутренний рынок не способны противостоять международным игрокам, открывая большие возможности для сбыта продукции.

3. Государственная поддержка отрасли оказывается неэффективной

Государство вложило большие средства в молочную отрасль в рамках нацпроекта «Развитие АПК», однако анализ динамики производства показывает отсутствие значимого роста за 2000–2010 годы (Диаграмма 1). В хозяйствах всех категорий произошло снижение объемов производства молока на 3% за 2000–2010 годы, в сельскохозяйственных организациях – на 6,5%, в хозяйствах населения – на 2,1% и только КФХ смогли увеличить показатель на 165,1%.

Диаграмма 4. Импорт племенного крупного рогатого скота в 2000-2010 гг.



Внедрение инновационных технологий снизило количество рабочих мест в сельской местности, которых и в настоящее время не так много.

Таблица 1. Анализ сильных и слабых сторон молочного подкомплекса АПК.

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Текущее положение на рынке	
Пока занимает лидирующее положение на рынке, однако более половины рынка уже принадлежит двум зарубежным компаниям (РерсиСо-«Вимм-Билье-Данн» и Даропе-«Юнимилк»).	Постепенно уступает свои позиции ближним и дальним зарубежным производителям по цене и качеству.
2. Ассортимент выпускаемой продукции	
Достаточно разнообразен	Несоблюдение технического регламента на молоко, фальсификация качества продукции.
3. Финансовые возможности	
Субсидии и дотации из бюджетов различных уровней для производителей молока.	Без господдержки имеющийся уровень производства молока сократится.
4. Производственный потенциал	
Есть возможность экстенсивно развиваться, снижая уровень безработицы за счет организации рабочих мест в сфере производства молока.	Производственные мощности устарели, обновление происходит редко и неравномерно.
5. Организация сбыта	
Сбыт налажен между переработчиками и предприятиями торговли.	Сбыт не налажен между сельхозпроизводителями и перерабатывающими предприятиями.
6. Обновление продукции.	
Не чаще одного раза в год даже у крупных производителей.	Реже, чем у зарубежных производителей.
7. Организация маркетинга.	
Налажена у перерабатывающих предприятий и торговли.	Отсутствует у сельхозпроизводителей.
8. Цены.	
Высокие отпускные цены на молоко позволяют сельхозпроизводителям оставаться рентабельными.	Отпускные цены на молоко у отечественных производителей превышают цены зарубежных. Конечная цена на молочные продукты для потребителей выше, чем на импортные продукты.

На Диаграмме 2 представлена динамика изменения поголовья КРС в России, отражающая снижение численности молочного стада. В целом можно отметить, что поголовье скота падает, но надой растут, поскольку качество скота в стране повышается. Из Диаграммы 3 видно, что поголовье коров в хозяйствах населения снизилось на 26,1%, в сельхозорганизациях – на 43% и только в КФХ увеличилось на 158%.

Таким образом, поголовье сокращается главным образом в сельхозпредприятиях, в сторону которых и был направлен основной вектор государственной поддержки. Получается, что в хозяйствах населения коров больше, чем в сельхозпредприятиях, но государство активно поддерживало закупку племенного скота из-за рубежа. Из анализа данных таможенной статистики за последние десять лет видно, что в 2006 году при начале проекта «Развитие АПК» в Россию ввезли около 300 тыс. голов племенного крупного рогатого скота на сумму почти 900 млн долл. В ходе кампании по закупке импортного скота цена за голову выросла почти в четыре раза (Диаграмма 4).

В 2010 году все категории хозяйств дали средний надой по стране – 3 626 кг молока на корову в год. Из них в сельхозпредприятиях корова дает 3 871 кг, в хозяйствах населения – 3 628 кг, в фермерских хозяйствах – 2 252 кг. За пять лет (с 2006 года по 2010 год) в развитие молочной отрасли были вложены сотни миллиардов рублей, новейшее импортное оборудование, современные технологии и тысячи голов импортного скота. Обладая всем этим, сельскохозяйственные предприятия оказались всего лишь на 245 кг эффективнее личных подсобных хозяйств, содержащих чаще всего только одну корову.

Таким образом, необходимо признать, что государственная поддержка молочной отрасли оказалась не только неэффективной, но и вызвала негативный эффект, в результате которого генетический потенциал КРС был почти разрушен, а местные породы скота вымирают.

Оценка возможностей и угроз ВТО

В результате снижения таможенных пошлин импортные молочные продукты подешевеют на 4–8%, что при значительной их доле в России приведет к снижению розничных цен на открытом рынке. Для сельхозпроизводителей снижение закупочной цены на 8%

Таблица 2. Матрица возможностей молочного подкомплекса АПК России.

Вероятность возникновения возможности	Степень влияния		
	Сильная	Умеренная	Малая
Высокая	Российским потребителям будут доступны: более широкий и качественный ассортимент продукции; новые рынки сбыта и более приемлемые условия на старых; механизм реализации права на защиту от несправедливой конкуренции и торговой дискриминации на мировых рынках.	Соответствующее правовое обеспечение будет сближено с нормами ВТО, что позволит повысить его эффективность и снизить уровень коррупции. Развитие экспорта отечественной продукции будет благотворно влиять на повышение качества продукции.	Будет иметь место распространение новых технологий и эффективной организации труда, что позволит выстраивать цепочки по обеспечению сырьем.
Средняя	Появление в России крупных иностранных банков неизбежно приведет к удешевлению кредитов.	Страна перестанет быть объектом дискриминации на внешних рынках.	Россия становится участником разработки правил международной торговли.
Низкая	Увеличится число рабочих мест в связи с приходом иностранного бизнеса и расширением отечественного.	Повысится инвестиционная привлекательность страны.	Будет происходить создание цивилизованной конкурентной среды, появятся возможности противодействия бюрократическим, законодательным и административным барьерам. Откроется доступ к международному механизму разрешения споров.

Таблица 3. Матрица угроз молочного подкомплекса АПК России.

Вероятность реализации угрозы	Возможные последствия			
	Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	Легкие ушибы
Высокая	Российские производители из-за плохого состояния технической базы и огромных издержек, связанных с высоким уровнем инфляции, не смогут конкурировать с западными компаниями.	Возможное банкротство мелкого и среднего бизнеса в России приведет к повышению уровня безработицы. При этом правила ВТО запрещают государству обязывать зарубежных инвесторов принимать на работу граждан России, как это происходит сейчас.	Цены на энергоносители могут выравниваться к общему мировым стандартам.	ВТО ограничит возможность поддержки предпринимательства со стороны государства.
Средняя	Рентабельность молочного животноводства станет существенно ниже, чем в других секторах АПК. Вступление же России в ВТО может сделать производство молока невыгодным. Это связано с обязательством снижения пошлин на ввозимое сырье, в том числе и сухое молоко.	Станет невозможно повысить конкурентоспособность отечественных товаров из-за перехода на рыночные цены на сырье и транспортные тарифы.	Увеличатся риски существования малых предприятий, что будет связано с либерализацией доступа зарубежных компаний на российский рынок.	Повысятся производственные издержки, что будет связано с нивелированием внутренних цен и тарифов на инфраструктурные услуги по сравнению с уровнем мировых цен.
Низкая	Снизится общая конкурентоспособность, что будет связано с отсутствием современного оборудования, производственных и информационных технологий, систем менеджмента и стандартов качества.	Российские компании потеряют высококвалифицированных сотрудников, которые могут уйти в иностранные компании на более привлекательные условия.	Увеличится налоговое бремя вследствие возможной отмены экспортных пошлин.	

означает существенное уменьшение прибыли и рентабельности. Отдельные производители не смогут своевременно расплачиваться с комбикормовыми заводами, поставщиками удобрений, семян, не смогут в срок погашать кредиты, поскольку в бизнес-планах при их получении не был учтен риск снижения доходности отрасли в результате присоединения России к ВТО. Следовательно, многие хозяйства не смогут выполнить соглашения с органами управления АПК, а те, в свою очередь, – с МСХ РФ, касающиеся объемов производства, поголовья животных и др. Таким образом, увеличится риск потери права сельхозпроизводителей на получение субсидий.

Оценка возможностей и угроз при вступлении России в ВТО для молочной отрасли представлена в виде SWOT-анализа. Анализ сильных и слабых сторон характеризует исследование внутренней среды молочного подкомплекса АПК. Внутренняя среда имеет несколько составляющих, каждая из которых представлена набором ключевых процессов и элементов организации, их состояние определяет тот потенциал и возможности, которыми располагает предприятие (Таблица 1).

Для оценки поместим каждую возможность на сводной матрице (Таблица 2). По итогам мониторинга внешней среды составляется матрица угроз (Таблица 3). Сводная матрица SWOT устанавливает связи между возможностями, угрозами, сильными и слабыми сторонами фирмы. В левой части матрицы выделяют два раздела, куда вносят выявленные на первом этапе анализа сильные и слабые стороны. В верхней части также выделяются два раздела, куда вписывают выявленные возможности и угрозы (Таблица 4).

Общие преимущества от членства в ВТО можно суммировать следующим образом:

- получение более благоприятных условий доступа на мировые рынки товаров и услуг на основе предсказуемости и стабильности развития торговых отношений со странами-членами ВТО, включая прозрачность их внешнеэкономической политики;
- устранение дискриминации в торговле путем доступа к механизму ВТО по разрешению споров, обеспечивающему защиту национальных интересов в случае, если они ущемляются партнерами;
- возможность реализации своих текущих и стратегических торго-

Таблица 4. Матрица SWOT молочного подкомплекса АПК России.

		Факторы, определяющие надежность деятельности	
Факторы, определяющие эффективность работы		<ol style="list-style-type: none"> 1. Российским потребителям будет доступен более широкий и качественный ассортимент продукции; 2. новые рынки сбыта и более приемлемые условия на старых для отечественных производителей; 3. механизм реализации права на защиту от несправедливой конкуренции и торговой дискриминации на мировых рынках; 4. соответствующее правовое обеспечение будет сближено с нормами ВТО, что позволит повысить его эффективность и снизить уровень коррупции; 5. развитие экспорта отечественной продукции будет благотворно влиять на повышение качества продукции; 6. распространение новых технологий и эффективной организации труда, что позволит выстраивать цепочки по обеспечению сырьем; 7. появление в России крупных иностранных банков неизбежно приведет к удешевлению кредитов; 8. Россия становится участником разработки правил международной торговли; 9. повышение числа рабочих мест в связи с приходом иностранного бизнеса и расширением отечественного; 10. повысится инвестиционная привлекательность молочной отрасли; 11. создание цивилизованной конкурентной среды и возможности противодействия бюрократическим, законодательным и административным барьерам; 12. доступ к международному механизму разрешения споров. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Российские производители из-за плохого состояния технической базы и огромных издержек, связанных с высоким уровнем инфляции, не смогут конкурировать с западными компаниями; 2. возможное банкротство мелкого и среднего бизнеса в России приведет к повышению уровня безработицы. При этом правила ВТО запрещают государству обязывать зарубежных инвесторов принимать на работу граждан России, как это возможно сейчас; 3. цены на энергоносители могут приравняться к общемировым стандартам; 4. ВТО ограничит возможность поддержки предпринимательства со стороны государства; 5. снижение пошлин на ввозимое сырье, в том числе и сухое молоко, может сделать производство молока невыгодным в связи с низкой рентабельностью молочного животноводства; 6. невозможность повышения конкурентоспособности отечественных товаров из-за перехода на рыночные цены на сырье и транспортные тарифы; 7. снижение общей конкурентоспособности, что связано с отсутствием современного оборудования, производственных и информационных технологий, систем менеджмента, стандартов качества; 8. потеря высококвалифицированных сотрудников, которые могут уйти в иностранные компании на более привлекательные условия; 9. увеличение налогового бремени, что связано с возможной отменой экспортных пошлин.
Сильные стороны:		<ol style="list-style-type: none"> 1. До 2017 г., используя все меры «зеленой корзины», вложить все максимально возможные денежные средства в развитие молочного подкомплекса АПК, прежде всего, в развитие молочного животноводства и первичной переработки. 2. Развивать кооперацию, создавать некоммерческие вертикально интегрированные формирования для выстраивания цепочки «сельскохозяйственный производитель – перерабатывающее предприятие – конечный потребитель» без участия посредников. 3. В связи с широким распространением незаконного использования растительных жиров тропического происхождения в сливочном масле, твороге и других молочных продуктах необходимо расширить полномочия Роспотребсоюза и Россельхознадзора России в части беспрепятственного проведения проверок на соответствие молока и молочных продуктов принятому техническому регламенту. По результатам независимых лабораторных исследований более 30% образцов сливочного масла, более 50% сгущенного молока с сахаром, более 50% сметаны и более 20% плавящихся сыров не соответствуют требованиям федерального закона от 12.06.2008 № 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию». 4. Проведение маркетинговых мероприятий, направленных на повышение лояльности конечных потребителей к отечественной продукции (ярмарки «Покупай отечественное!», «Знай местных производителей»), но только после повышения качества самой продукции. 5. Осуществлять прямое субсидирование на литр товарного молока не ниже 1 сорта из средств федерального и регионального бюджетов на условиях софинансирования в размере не менее 3 рублей (при условии сохранения поголовья коров). 6. Осуществлять прямое субсидирование приобретения хозяйствами племенного скота (нетелей) и частично компенсировать затраты на их содержание. 7. Компенсировать 15–20% капитальных затрат на модернизацию и строительство объектов молочного животноводства. 8. Увеличение сроков субсидирования части затрат на уплату процентов по кредитам, направленных на строительство и реконструкцию животноводческих объектов с восьми до десяти лет. 9. Прямое субсидирование приобретения кормов на 1 голову КРС маточного поголовья в размере двух тысяч рублей для всех форм хозяйствования. 10. Финансирование программы «Развитие маслоделия и сыроделия России на 2011–2013 годы» из средств федерального и регионального бюджетов на условиях софинансирования. 11. Стратегическое планирование государственной поддержки молочного животноводства должно рассчитываться на срок не менее десяти лет (средняя окупаемость проекта в отрасли). 12. Совершенствование методики получения оперативных и достоверных данных по основным показателям молочного подкомплекса. 13. Для расчета необходимого уровня государственной поддержки изменить методику расчета себестоимости и рентабельности производства молока, включив в него данные по выращиванию молодняка и производству мяса говядины. 14. Создать и финансировать государственную учебно-производственную программу по подготовке и повышению квалификации специалистов молочного животноводства. 15. Создание и финансирование всероссийской программы стимулирования потребления молока и молочных продуктов. 16. Ввести сезонное повышение (июнь–ноябрь) импортных пошлин на молоко и сливки в порошке (код ТН ВЭД 040210,040229) с 25% до 40%, молочной сыворотки (0404) – с 15 до 25%, сливочного масла (0405) – с 15% до 20% (0,8 евро за 1 кг), плавящихся сыров (0406 30) – с 15 до 20% (1 евро за кг). 17. Повысить ввозные пошлины на пальмовое масло (1511) в два раза: с 0,4 евро до 0,8 евро за 1 кг. Квотировать импорт растительных жиров тропического происхождения в размере 600 тыс. тонн. При превышении – использовать механизм тарифных квот (до 1 евро за 1 кг). 18. Организовать поставки сухих молочных продуктов, сыра, сливочного масла из Белоруссии в Россию через уполномоченные белорусские компании с использованием механизма биржевых торгов на российской бирже (площадка ММВБ), а также остановку поставок сыра по демпинговым ценам с конкретных предприятий Республики Беларусь. 19. Сохранение практики согласования Баланса торговли молоком и молочными продуктами с Республикой Беларусь. Смещение поставок сухого молока, масла и твердых сыров на осенне-зимний период. Осуществлять согласования об индикативных ценах поставок. 	
Слабые стороны:		<ol style="list-style-type: none"> 1. Молочный подкомплекс постепенно уступает свои позиции ближним и дальним зарубежным производителям по цене и качеству. 2. Несоблюдение технического регламента на молоко, фальсификация качества продукции. 3. Без господдержки сократится имеющийся уровень производства молока. 4. Производственные мощности устарели, обновление происходит редко и неравномерно. 5. Сбыт налажен между сельхозпроизводителями и перерабатывающими предприятиями. 6. Обновление продукции происходит реже, чем у зарубежных производителей. 7. Организация маркетинга отсутствует у сельхозпроизводителей. 8. Высокие отпускные цены на молоко у отечественных производителей по сравнению с зарубежными. Конечная цена на молочные продукты для потребителей выше, чем на импортные продукты. 	

Риски для молокоперерабатывающих предприятий заключаются в увеличении импорта переработанной молочной продукции в связи со снижением пошлин и переключением спроса потребителей на зарубежную продукцию вследствие более высокого качества и низкой цены.

экономических интересов путем эффективного участия в МТП при выработке новых правил международной торговли.

В настоящее время и до 2015–2016 годов на ввоз молока в Россию сохраняется таможенная ставка около 20% со снижением до 15%. По принятым Россией обязательствам при вступлении в ВТО произойдет снижение импортных таможенных пошлин на молоко, сливки (сухие и сгущенные), сливочное масло с 25 до 20%, к 2017 году – до 15%, что неизбежно окажет влияние на цены импортируемой продукции.

Предложения по регулированию рынка

Для повышения эффективности производства молока и всей технологической цепи до реализации готовой молочной продукции следует:

- адаптировать сельхозпроизводителей к изменениям внешней среды, обеспечивая повышение конкурентоспособности по издержкам (ресурсоемкости), цене (качеству), безопасности производства (в том числе экологической) и продукции, что возможно только при условии ускоренной технологической модернизации отрасли;

- развивать крестьянско-фермерские хозяйства, поскольку вряд ли найдется более эффективный труженик на земле, чем фермер, кровно отвечающий своей землей, своим рабочим скотом и всем остальным имуществом за результаты своей деятельности. Его производительность труда превышает в шесть-восемь раз производительность в хозяйствах общественного сектора;

- развивать некоммерческую кооперацию в деле переработки молока и реализации готового продовольствия, что повысит выгоду фермеров как минимум на 20% по сравнению с реализацией продукции частной переработке;

- стимулировать инвестиции, в том числе на обновление материально-технической базы производства, переработки и торговли;

- расширять производство полуфабрикатов (сухого обезжиренного и цельного молока) и конечной продукции, увеличивать ее ассортимент;

- развивать селекционную работу и племенное дело;

- интенсифицировать кормопроизводство;

- разрабатывать государственные долгосрочные прогнозы развития молочного рынка как долгосрочного ориентира для отечественных производителей.

- стимулировать экспортно-ориентированные производства;

- развивать инфраструктуру в регионах, осуществляющих наиболее крупное производство молочной продукции, и инфраструктуру, соединяющую подобные регионы с регионами преимущественного сбыта;

- снижать барьеры в торговле со странами СНГ;

- инициировать научные исследования в сфере развития молочного рынка;

- налаживать сотрудничество с научными учреждениями технологического и экономического профиля из развитых стран;

- снижать уровень инфляции и ставку рефинансирования ЦБ страны;

- совершенствовать политику, связанную с формированием обменного курса рубля;

- стимулировать размещение исследовательских подразделений ТНК на территории России. Рассмотреть возможность сотрудничества между зарубежными ТНК и отечественными организациями по вопросам управленческого и исследовательского характера;

- обеспечить среднесрочную и долгосрочную стабильность на макроэкономическом уровне, предсказуемость государственной политики;

- осуществлять эффективный государственный контроль за недопущением злоупотреблений доминирующим положением за счет создания (при поддержке государства) вертикально интегрированных «молочных» формирований, в том числе кооперативов. В этом контексте перспективным начинанием является создание в сентябре 2011 года Федерального кооператива производителей молока, в который вошли представители кооператива «Объединенные производители молока» (Липецкая, Воронежская и Курская область), кооперативы Владимирской области и Союзмолоко. **MC**

Источники информации:

1. Анисимов Е. Д. Вступление России в ВТО: проблемы сельхозпроизводителей // Справочник экономиста. 2012. №2.
2. Вступление РФ во Всемирную торговую организацию [Электронный ресурс] // <http://opora51.ru/vstuplenie-russia-v-vto.html>
3. Козлов В. В. ВТО меняет ситуацию в сельском хозяйстве страны, но сможем ли мы «вписаться» в эту ситуацию? // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2012. №5.
4. Крылатых Э. Н. Аграрные аспекты присоединения России к ВТО // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2012. №5.
5. Отчет о научно-исследовательской работе по теме: «Разработать методические положения стратегии развития рынков агропродовольственной продукции в условиях международной экономической интеграции». М.: ГНУ Всероссийский институт аграрных проблем и информатики им. А. А. Никонова.
6. Сдаст ли Воронеж нормы ВТО? [Электронный ресурс] // <http://newspaper.moe-online.ru/number/887.html>
7. Суворцев В. Н. Вступление России в ВТО: минимизация рисков в молочном животноводстве // Молочная промышленность. 2012. №7.
8. Тютюшкина Г. С. Стратегии развития предприятий легкой промышленности России в преддверии вступления России в ВТО [Электронный ресурс] // <http://economic.narod.ru/nbene/econom/feconom22.htm>
9. Черников М. Перспективы вступления в ВТО: Россия и Воронеж [Электронный ресурс] // <http://www.abireg.ru>
10. Белая смерть // ИА DairyNews. 2011. 31 окт.

Обзор рынка молока в России



В зависимости от регионов корма подорожали на 20-50%, что не могло не отразиться на закупочных и, соответственно, потребительских ценах на молоко.

В конце лета отраслевые эксперты и представители Национальных союзов, в частности «Союзмолока», указывали на то, что под давлением сезонных факторов, а также роста цен на комбикорма Россию ждет взлет цен на молоко на 10–15%. Несмотря на то, что производство молока в России увеличивается, его цена осенью продемонстрировала тенденцию к росту, однако он не выходил за рамки нормальных показателей.

Подорожали корма – в зависимости от регионов на 20%–50%, что не могло не отразиться на закупочных и, соответственно, потребительских ценах на молоко. Плюс ко всему усилилась конкуренция, и производители, которые и раньше жаловались на низкую рентабельность, попали в непростое положение.

Статистика цен на молоко

Согласно еженедельным отчетам «Союзмолока», цена осенью лишь на 2,6% превысила уровень за аналогичный период 2011 года.

Очевидно, что цена растет из года в год, однако, если сделать скидку на ежегодную инфляцию, то в целом потребительская цена остается стабильной. За период с 15 октября по 1 ноября

средняя цена закупки молока увеличилась на 1,1%: по данным ведомственного мониторинга на 1 ноября 2012 года она составила 15,27 руб./кг (с НДС) (–3,7% с начала года), что на 1,6% выше аналогичного показателя 2011 года.

По оперативным данным региональных органов управления АПК, средняя цена закупки сырого молока 1-го сорта базисной жирности по России по состоянию на 19 ноября 2012 года составила 13,56 руб./кг (без НДС), то есть за неделю увеличилась на 0,8%. Таким образом, никаких достаточно острых изменений не произошло – средние значения цены на молоко сохранились на среднестатистическом уровне, и даже более того. Учитывая, что в скором времени сезонный рост цены на молоко должен закончиться, можно предположить, что по итогам года она окажется даже ниже уровня января 2011 года. Все дело в том, что показатели сезонного роста цены колеблются в районе 5%, а в этот раз они, судя по всему, будут ниже.

Кстати, на европейском рынке, на который российский АПК традиционно привык ориентироваться, наблюдается примерно аналогичный расклад. Так, в Европе с мая прошлого года про-

исходит постепенное увеличение закупочных цен на молоко. Тем не менее уровень цен 2012 года оказался ниже, чем в 2011 году. Средняя цена закупки сырого молока в ЕС в сентябре 2012 года составила 0,33 евро/кг (эквивалент 13,47 руб./кг), что ниже уровня сентября 2011 года на 7,7%.

Это можно объяснить тем, что молочное поголовье не столько нуждается в комбикормах, сколько мясное, а также поголовье в птицеводстве и свиноводстве. Кормясь на пастбищах, коровы существенно снижают зависимость своих хозяев от колебаний цен на зерно и комбикорма на мировом рынке. Вследствие этого на фоне серьезных опасений дефицита кормовых ресурсов из-за засухи в минувшем году производители молочной продукции в целом чувствуют себя вполне комфортно.

Традиционно цены на молоко рассматриваются в двух аспектах. В частности, речь идет о ценах производителей и потребительских ценах. Цены производителей молочной продукции в октябре 2012 года увеличились на 1,1% по сравнению с предыдущим месяцем 2012 года, а в сравнении с уровнем декабря 2011 года – на 0,1%. Потребительские цены на молоко и молочную продукцию в октябре 2012 года повысились на 2,5% по отношению к уровню декабря 2011 года. За период с 14 по 19 ноября 2012 года потребительские цены на молоко пастеризованное, масло сливочное и сыры увеличились на 0,3%, 0,2%, 0,1% соответственно (составив 33,37 руб./л, 258,03 руб./кг и 270,39 руб./кг).

В ноябре в связи с окончанием пастбищного периода и переводом коров на стойловое содержание производство молока снизилось. По результатам еженедельного наблюдения за надоями и реализацией молока в период с 5 по 12 ноября 2012 года среднесуточные надои снизились на 3,7%, а реализация за сутки – на 0,4%. Это предопределяет рост закупочных цен на сырое молоко.

Цены на молоко в различных регионах России

Отдельные регионы России могут переживать более серьезные колебания цен на молоко и молочную продукцию, что в целом объясняется удаленностью или, напротив, близостью к основным регионам производителям или прочими аспектами географического положения. По информации «Союзмолока», в первом полугодии 2012 года си-

туация на рынке различных регионов выглядела примерно следующим образом.

Наиболее ощутимый ценовой взлет произошел в Приморском крае. Так, согласно официальной информации, цены на молоко во Владивостоке в ноябре выросли почти на 20%. По данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, в октябре прошлого года литр пастеризованного молока жирностью от 2,5% до 3,2% во Владивостоке в среднем стоил 62,87 рублей. На конец ноября цены на молочную продукцию достигли 75 рублей за литр молока жирностью 2,5%, а стоимость литра кефира приблизилась к отметке в 71 рубль, сообщает РИА PrimaMedia.

По словам **директора по мясомолочному направлению ОАО «Синергия-Восток» Игоря Шматкова**, осенью, как правило, происходит рост цен на молочную продукцию. Это связано с тем, что летом более благоприятная ценовая конъюнктура на сырье, то есть на сырое молоко, а, соответственно, и на молочную продукцию цены ниже.

Вместе с тем, среди регионов, в которых ситуация по молоку оставалась стабильной, можно выделить Новгородскую и Челябинскую область. В частности, за осенние месяцы цены на молочную продукцию в Челябинской области выросли от 1,5% до 6% (в среднем – на 3,5%). В Новгороде за осенние месяцы цены на молоко поднялись всего на 0,2%

Поголовье молочного стада и импорт

На 1 октября 2012 года поголовье коров в России, согласно данным Росстата, составило 9,05 млн голов, практически не изменившись за год. Вместе с тем, наблюдался динамичный рост поголовья коров в крестьянско-фермерских хозяйствах. Об этом заявили эксперты Центра изучения молочного рынка RussianDairy.com. За последний год поголовье коров в КФХ по всей России выросло на 17% до 952 тыс. голов. Наиболее динамично молочное стадо растет в Северо-Кавказском (46%), Южном (20,6%) и Сибирском (20,6%) федеральных округах. Самый медленный рост поголовья в КФХ наблюдается в Уральском федеральном округе (8,3%). В целом доля КФХ в общем поголовье коров в России составляет 11%.

Наиболее «фермерскими» регионами России являются Республика Калмыкия (180,9 тыс. коров) и Республи-

Диаграмма 1. Изменение цен на молоко.

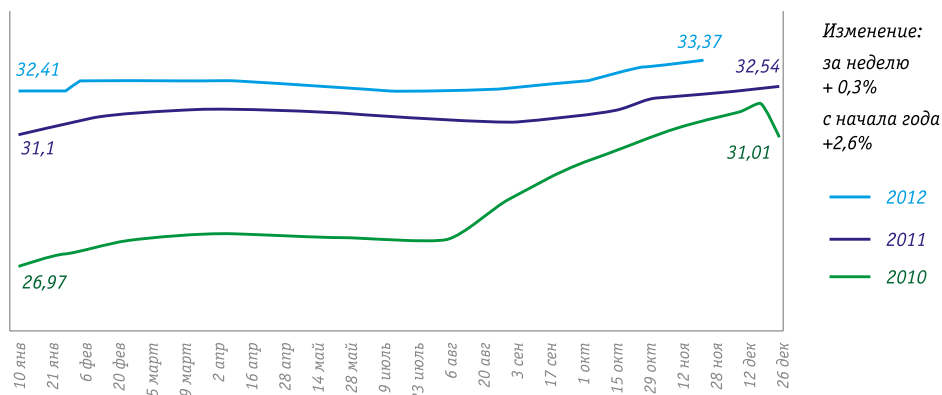


Таблица 1. Динамика средних закупочных цен на сырое молоко по федеральным округам РФ в 2012 г., руб./т.

Федеральный округ	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
Центральный	14 972	14 921	14 748	14 165	13 345	12 817
Северо-Западный	15 707	15 801	15 817	15 422	14 795	14 437
Южный	14 771	15 111	15 119	14 925	14 502	13 620
Северо-Кавказский	13 846	14 165	14 026	13 989	13 571	13 097
Приволжский	13 591	13 530	13 264	12 792	12 082	11 514
Уральский	14 957	15 118	15 153	15 004	14 690	14 472
Сибирский	15 177	15 127	14 988	14 565	13 935	13 255
Дальневосточный	24 223	20 872	20 846	20 677	20 892	20 343

ка Дагестан (90,9 тыс. коров). В Москве, Московской области и Чукотском автономном округе, согласно официальной статистике, фермеры не держат коров. При этом в личных подсобных хозяйствах Москвы и области в общей сложности 8 тыс. голов. В сельскохозяйственных предприятиях России насчитывается 3,7 млн коров, за год их количество выросло на 1,5 %.

Объемы импорта молочной продукции в Россию в 2012 году увеличились в сравнении с 2011 годом. Так, за январь-сентябрь 2012 года импорт основных видов молочной продукции (с учетом торговли с Республикой Беларусь) увеличился на 6,4% (с 6 063,3 тыс. тонн до 6 450,1 тыс. тонн в пересчете на молоко).

По оперативным данным ФТС России (без учета торговли с Республикой Беларусь), по состоянию на 21 ноября 2012 г. импорт сухого молока уменьшился по отношению к аналогичному периоду прошлого года на 12,7% (до 24,7 тыс. тонн), сливочного масла – на 10,1% (до 51 тыс. тонн), а импорт сыра увеличился на 10,3% (до 277,5 тыс. тонн).

В последнее время активно обсуждается вопрос о том, что в скором времени на рынок России может хлынуть

огромное количество молочной продукции из Новой Зеландии. Причина таких опасений заключается в том, что Таможенный союз заключил с этой страной соглашение о свободной торговле, которая якобы открывает дорогу мясомолочной продукции Новой Зеландии на российский рынок. Национальный союз производителей молока («Союзмолоко») направил новозеландской компании Fonterra письмо, в котором молочники высказались против соглашения о зоне свободной торговли между странами Таможенного союза и Новой Зеландией, опасаясь резкого роста импорта заморских молочных продуктов.

По оценке «Союзмолока», страна может в короткий срок наладить поставки молочной продукции в эквиваленте 1 млн тонн сырого молока в год, **считает председатель отраслевой ассоциации Андрей Даниленко**. Для сравнения: Белоруссия поставляет в Россию молочной продукции в эквиваленте 4 млн тонн сырого молока. Насколько это реально, особенно с учетом расстояния и расходов на транспортировку, а также ряда прочих факторов, – на сегодняшний день довольно сложно предсказывать. **ИС**



По данным экспертов, объем производства сыра в России по итогам первой половины 2012 года составил около 230 тыс. тонн в натуральном выражении, всего по итогам года ожидается более 460 тыс. тонн.

Credinform

Рынок фасованного сыра в России

Рынок сыра в России в наши дни достаточно насыщен. Компании, занимающиеся производством этого продукта на территории страны, полностью удовлетворяют потребности населения. Помимо этого, Россия экспортирует необходимое количество сыра в ряд стран, а также импортирует сыры из-за рубежа.

Фасованные сыры – лишь один из сегментов рынка сырной продукции. Здесь доля импортных продуктов превалирует, что обусловлено удобством перевозки упакованного товара через границу.

Фасованный сыр в России производится в гораздо меньшем объеме, чем нефасованный. Тем не менее, за последние три года этот рынок значительно вырос, увеличилась доля производства данной продукции в общем объеме. Во многом это обусловлено постепенным изменением предпочтений российских потребителей вслед за европейскими. Культура потребления сыра в России

Packed cheese market in Russia

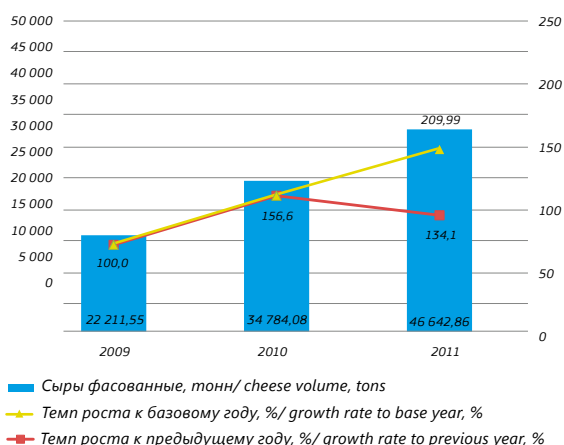
Nowadays the cheese market in Russia is full enough. Companies producing cheese throughout the country can fully satisfy people's needs in it. Besides of this, Russia exports some amount of cheese to a number of countries and imports cheese from abroad.

Packed cheese market is only one of the segments of cheese production market. Here, the amount of imported products prevails, which can be explained by convenience of transportation of packaged goods through state borders.

Packed cheese market is only one of the segments of cheese production market.

Диаграмма 1. Динамика производства фасованного сыра, 2009–2011 гг., т.

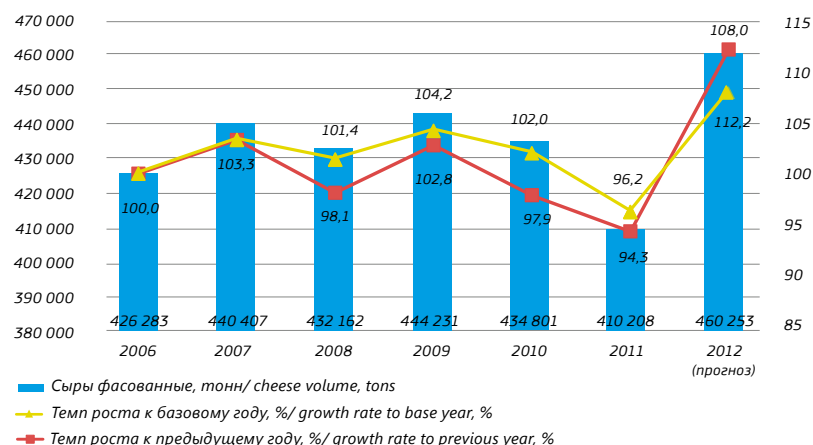
Diagram 1. Packed cheese production dynamics in 2009–2011, tons.



По данным ФСГС, открытых источников, оценки ИА Кредитинформ
According to data from FSSS, open sources and Creditinform IA value

Диаграмма 2. Динамика объемов производства сыра в России в 2006–2012 гг. в натуральном выражении.

Diagram 2. Cheese production volume dynamics in Russia in 2006–2012 in natural terms.



По данным Росстата, Оценка ИА Кредитинформ
According to Rosstat data and Creditinform IA value

как отдельного самостоятельного продукта только начинает развиваться. В сознании российского потребителя сыр зачастую выступает в качестве дополнения к основной еде, а не как самостоятельное блюдо.

Из приведенных в Диаграмме 1 данных следует, что объем рынка фасованных сыров за 2010–2011 годы увеличился более чем в два раза. При этом средний темп роста составил 45,35% в год.

По данным экспертов, объем производства сыра в России по итогам первой половины 2012 года составил около 230 тыс. тонн в натуральном выражении, всего по итогам года ожидается более 460 тыс. тонн.

Целесообразно отметить, что в производстве сыра в натуральном выражении до кризиса наблюдалась тенденция роста. Относительно резкий скачок производства был в 2009 году (прирост составил более 4%), затем он сменился спадом в кризисный 2010 год, и в 2011 году показатели продолжали снижаться: падение составило около 4%.

Тем не менее, в 2012 году ожидаемый темп роста составляет 8%, и аналитики в долгосрочной

Packed cheese in Russia is much less produced than unpacked. Nevertheless, in the last 3 years this market has grown substantially, the amount of such production in the total volume has increased. In many ways it can be explained by the change of Russian consumers' preferences after European ones. The culture of cheese consumption as a separate dish has just begun to develop after the same tendency in Europe. Russians are used to eating cheese as addition to the main meal, not as a separate dish.

According to the data above we can see that the volume of packed cheese market in 2010–2011 increased more than twice. The average growth rate reached 45.35% in a year.

As the experts say, the total volume of cheese production in Russia in the first six months of 2012 reached 230 thousand tons in natural terms, the expected volume for 2012 is more than 460 thousand tons.

It would be reasonable to note that a growth tendency was seen before the crisis. The sharpest upswing was in 2009 (more than 4%), then the fall was seen in 2010 which was a recessionary year, in 2011, the values continued to fall, the fall rate reached 4%.

Nevertheless, in 2012 the growth rate is expected to be 8%. Specialists predict the further small growth (about several percent a year) in longer terms: it can be explained by the fact that the market at this stage is quite undersaturated.

The geographical structure of cheese production in Russian federal districts is presented on Diagram 3.

Geographical structure of cheese production is much diversified as many Russian companies produce different kinds of cheese, both packed and those which need package in stores.



According to the data above we can see that the volume of packed cheese market in 2010–2011 increased more than twice. The average growth rate reached 45.35% in a year.

Фасованный сыр в России производится в гораздо меньшем объеме, чем нефасованный.

перспективе прогнозируют дальнейший прирост производства на несколько процентов в год, что объясняется относительной ненасыщенностью рынка на данном этапе развития.

Географическая структура производства сыра и сырных продуктов по федеральным округам представлена на Диаграмме 3 и в Таблице 1. Надо сказать, что географическая структура сильно диверсифицирована, поскольку многие российские компании занимаются производством различных видов сыров, как фасованных, так и требующих дополнительной расфасовки в магазине.

По объему производства лидирует Центральный федеральный округ. Тем не менее, согласно данным официальной статистики, за три года (с 2010 по 2012 годы) его доля снизилась с 43% до 36%. При этом доля Приволжского и Сибирского округов за тот же период увеличилась на 2%. А рост доли Южного федерального округа составил 3%.

Стоит отметить, что географическая структура, а также динамика производства сыров несколько варьируется, если рассматривать отдельные виды продукции.

В целом сыры можно классифицировать по различным признакам: например, по веществу для свертывания молока. Здесь различают сычужные сыры (активным веществом при изготовлении является сычужный фермент), кисломолочные (молочная кислота) и сычужно-кислотные сыры (смешанный вариант). Еще одним признаком для классификации может служить способ выработки. В зависимости от него различают твердые, полутвердые, мягкие, рассольные и плавленые сыры.

Мягкие сыры обладают мягкой сливочной или творожной консистенцией, производятся без дополнительной обработки, могут быть без корочки либо с естественной или плесневой корочкой. По данным экспертов, производство мягкого сыра в России по итогам первого полугодия 2012 года составило около 10 тыс. тонн в натуральном выражении, а по итогам года ожидается более 20 тыс. тонн. Мягкий сыр производится преимущественно в Центральном федеральном округе: его доля в производстве данной продукции составляет 36%. Второе место занимает Южный федеральный округ с долей в 22%.

Твердые сыры – наиболее обширная группа сычужных сыров. Они отличаются плотной консистенцией, покрыты натуральной или восковой плотной корочкой. Твердые сыры достаточно дороги, так как в их производстве многое делается вручную. К тому же они вызревают в течение довольно длительного времени – четыре-пять месяцев и более. Как сообщают эксперты, производство твердого сыра в России по итогам первой половины минувшего года составило более 70 тыс. тонн в натуральном выражении, а по итогам 2012 года ожидается более 142 тыс. тонн. Лидером по производству твердого сыра является Сибирский федеральный округ, где его доля составляет 35%. Второе место занимает Приволжский ФО с долей в 25%.

Пять фактов о сырном рынке

1. На рынке фасованных сыров доля импортной продукции превалирует.
2. Россияне воспринимают сыр как дополнение к основной еде, а не самостоятельное блюдо.
3. Объем рынка фасованных сыров за 2010–2011 годы увеличился более чем в два раза.
4. Большая часть сыра в России производится в Центральном федеральном округе.
5. Твердые сыры достаточно дороги, так как в их производстве многое делается вручную.

Five facts of cheese market

1. On the packed cheese market, the amount of imported production prevails.
2. Russians eat cheese as addition to the main meal, not as a separate dish.
3. The volume of the packed cheese market for 2010–2011 increased more than twice.
4. The majority of cheese in Russia is produced in the Central FD.
5. Hard cheeses are quite expensive as many things during their production are done manually.

It's worth noticing that Central FD leads in cheese production. In three years (from 2010 to 2012) its share has fallen from 43% to 36%. The share of Volga FD increased by 2%, the same growth rate is seen for Siberian FD. The share of Southern FD has grown by 3%. We can also see that the geographical structure and cheese production dynamics varies depending on certain kinds of products.

Cheese can be classified by different features, for example, by the kind of substance for milk coagulation. Here, such categories as rennet cheeses (based on rennet ferments), lactic cheeses (based on lactic acid) and rennet lactic cheeses (mixed version). One more way of classification is based on the kind of production. Depending on this, hard, medium-hard, soft, pickled cheeses and processed cheeses.

Soft cheeses have soft creamy or curdy consistency, are produced without additional procession and can be without any crust, with natural or musty crust. According to experts' data, the volume of soft cheese production during the first half-year period of 2012 has reached 10 thousand tons in natural terms, the total volume for 2012 is predicted to be more than 20 thousand tons. Soft cheese in Russia is mostly produced in the Central FD (its share of such kind of production is 36%), the second is Southern FD with the share of 22%.

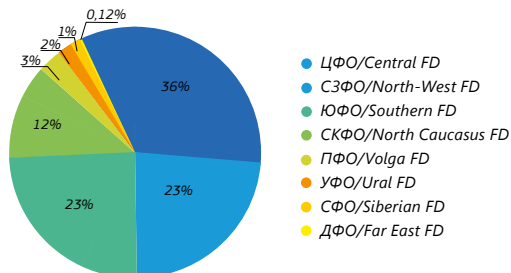
Hard cheeses are the largest group of rennet cheeses. They can be characterized by hard consistency and are covered by natural or wax crust. Hard cheeses are quite expensive as many things are done manually during its production. They are also ripening during quite a long time – 4-5 months and more. Experts say that the volume of soft cheese production during the first half-year period of 2012 has reached 70 thousand tons in natural terms, the total volume for 2012 is predicted to be more than 142 thousand tons. The leading region for hard cheese production is



Packed cheese in Russia is much less produced than unpacked.

Диаграмма 3. Географическая структура производства сыра и сырных продуктов в целом по федеральным округам в 2012 году (I полугодие), %.

Diagram 3. Geographical structure of cheese production in federal districts in 2012 (January - June), %.



По данным ФСГС, оценки ИА «Кредитформ»
According to FSSS data and Creditinform IA value

Полутвердые сыры готовят по технологии твердых сыров. Они имеют плотную сливочную консистенцию, более мягкую, чем твердые, и могут упаковываться в воск и производятся без какой-либо дополнительной обработки. Полутвердый сыр созревает от нескольких недель до нескольких месяцев. Из экзотических видов подобной продукции стоит отметить так называемые «голубые сыры». По данным специалистов, производство полутвердого сыра в России за шесть месяцев 2012 года составило более 60 тыс. тонн в натуральном выражении, а по итогам года ожидается более 130 тыс. тонн. Они производятся преимущественно в Приволжском и Центральном федеральных округах (47% и 20% соответственно).

Рассольные сыры изготавливаются из овечьего, буйволиного, козьего, коровьего пастеризованного молока или их смесей. Они обладают специфическим запахом, остро-соленым вкусом и имеют немного ломкую массу. По данным экспертов, производство рассольного сыра в России по итогам первого полугодия прошлого года составило более 10 тыс. тонн в натуральном выражении, а по итогам года должно превысить 21 тыс. тонн. По объемам производства лидирует Южный федеральный округ (42%), второе место занимает Центральный ФО (19%).

Плавленые сыры изготавливают из натуральных зрелых сыров, к которым добавляют некоторые молочные продукты, соли-плавители, а также различные вкусовые наполнители. Выделяют следующие группы плавленых сыров: ломтевые, колбасные, сладкие и пастообразные. Как говорят эксперты, производство плавленого сыра в России по итогам первого полугодия составило более 55 тыс. тонн в натуральном выражении, а по итогам 2012 года должно превысить 110 тыс. тонн. В России 80% плавленого сыра производится в Центральном федеральном округе, второе место занимает Приволжский округ с долей в 8%. **МС**

Таблица 1. Производство сыра в России по федеральным округам в 2010–2012 гг., т.

Table 1. Cheese production in Russian federal districts in 2010–2012, tons.

ФО/FD	2010	2011	2012
Центральный Федеральный округ Central FD	185 988,2	179 067	180 553,7
Северо-Западный Федеральный округ North-West FD	12 269,77	12 871,2	14 270,52
Южный Федеральный округ Southern FD	37 977,74	37 448,4	57 837,6
Северо-Кавказский Федеральный округ North Caucasus FD	8 528,26	10 995,72	12 459,12
Приволжский Федеральный округ Volga FD	92 117,19	79 569,36	117 366,7
Уральский Федеральный округ Ural FD	3 091,97	5 701,68	3 913,68
Сибирский Федеральный округ Siberian FD	94 096,07	84 111	115 417,2
Дальневосточный Федеральный округ Far East FD	731,59	442,44	582,48

По данным ФСГС, оценки ИА «Кредитформ»
According to FSSS data and Creditinform IA value

Siberian FD with the share of 35%, the second is Volga FD with the share of 25%.

Medium-hard cheeses are prepared by the same technology as hard ones. They have thick creamy consistency which is softer than the hard ones', can be packed in wax and are produced without any additional procession. Medium-hard cheese is ripened during the time from several weeks to several months. One of the exotic kinds of such products are the so-called «blue cheeses». According to specialists, the volume of soft cheese production during the first half-year period of 2012 has reached 60 thousand tons in natural terms, the total volume for 2012 is predicted to be more than 130 thousand tons. In Russia, they are mostly produced in Volga and Central federal districts (47% and 20% respectively).

Pickled cheeses are produced from sheep, buffalo, goat or pasteurized cow milk or from their mixes. They have specific smell, acrid-salty taste and a bit fragile consistency. According to specialists, the volume of soft cheese production during the first half-year period of 2012 has reached 10 thousand tons in natural terms, the total volume for 2012 is predicted to be more than 21 thousand tons. Southern FD is the leader in pickled cheese production (42%), the second is Central FD (19%).

Processed cheeses are produced from natural ripened cheeses with addition of some milk products, cheese-melting salts and different flavours. There are several kinds of processed cheeses, such as sliced cheeses, sausage cheeses, sweet cheeses and cheese spreads. According to the experts' data, the volume of processed cheese production during the first half-year period of 2012 has reached 55 thousand tons in natural terms, the total volume for 2012 is predicted to exceed 110 thousand tons. In Russia, 80% of processed cheese is produced in Central FD, Volga FD holds the second share of 8%. **МС**

В сознании российского потребителя сыр зачастую выступает в качестве дополнения к основной еде, а не как самостоятельное блюдо.



Автор:



Михаил Кисин,
директор универсального
интернет-каталога продуктов
питания GoodsMatrix.ru

О чем говорят потребители мороженого?



Фото: Антон Болышев

26%

*респондентов ответили,
что в летнее время покупают
мороженое каждый день*

Универсальный интернет-каталог продуктов питания и товаров FMCG для потребителей и профессионалов GoodsMatrix.ru в сотрудничестве с издательским домом «Сфера» в конце 2012 года провел опрос потенциальных покупателей мороженого из числа активных пользователей сети интернет.

Целью опроса, в котором приняло участие около 500 человек из Москвы, было выяснить, как потребители относятся к мороженому, как часто его покупают и маркам каких производителей отдают предпочтение.

Можно точно сказать, что двадцать лет назад последний вопрос был бы не актуален. На рынке присутствовало всего несколько сортов мороженого, причем очень характерно, что в большинстве случаев эти сорта идентифицировались по их стоимости. «Мне, пожалуйста, за 20 копеек, ему – за 15, а ей – за 7 копеек...» Можно было купить «простое» мороженое, иногда – сливочное, если повезет – шоколадное или фруктовое. А когда наступит какой-нибудь праздник, позволить себе посетить специализированное кафе,

где можно было отведать такое же мороженое, но на развес и с сиропом.

Мороженое являлось одним из самых доступных лакомств. Употребляли его все, всегда и везде. Дети – до школы, после школы, вместо школы, родители – до работы, в обед и после работы. Мороженое было просто незаменимо – без него невозможно представить жизнь крупных городов Советского Союза.

В сегодняшней России 2013 года сложилась совершенно иная ситуация. Только в каталоге GoodsMatrix.ru представлено более 1 130 наименований мо-

роженого, разбитых на 17 товарных групп более чем 100 производителей. Причем представленные наименования отличаются друг от друга по составу, цене и множеству других показателей. Существуют различные мнения экспертов относительно того, как изменилась роль мороженого по сравнению с остальными лакомствами. Одни считают, что мороженое сохранило лидирующую позицию, другие отмечают, что его затмило огромное количество и разнообразие сладостей.

Что по этому поводу говорят сами потребители?

На вопрос «Как часто вы покупаете мороженое зимой?» только 3% респондентов ответили, что делают это каждый день.

Остальные участники опроса разделили свои предпочтения практически поровну. Таким образом, можно констатировать лишь то, что мороженое зимой хоть и редко, но все-таки покупают.

На вопрос «Как часто вы покупаете мороженое летом?» ответы были гораздо оптимистичнее. Почти половина опрошенных (46%) ответила «раз в неделю». А если прибавить к ним тех, кто покупает мороженое каждый день (26%), получим внушительные 72%.

Следующим был вопрос «Где вы обычно покупаете мороженое?» В равной степени люди предпочитают совершать покупку на лотках на улице, в киосках «Мороженое» и в магазинах рядом с домом (по 45%). В сетевых магазинах и гипермаркетах приобретают лакомство в полтора раза меньше опрошенных – 30%. В кафе и ресторанах мороженого заказывают всего 14%.

Очень интересные ответы на вопрос «Что может больше всего повлиять на ваш выбор?» Среди покупателей продуктов питания наблюдается общая тяга к натуральным продуктам. Почти половина опрошенных ответили, что для них главное – натуральность.

Остальные факторы выбора незначительны, приведем их в порядке убывания: приемлемая цена – 17%, доверие производителю – 14%, яркая необычная упаковка – 12%, привлекательная реклама – 8%.

Вопрос «Что может заставить вас покупать мороженое чаще?» коррелирует с предыдущим: 58% респондентов ответили, что это уверенность в качестве и натуральности продукции.

Остальные факторы оказались значительно менее важны: дегустации в магазинах, советы продавца отметили

Диаграмма 1. Как часто вы покупаете мороженое зимой?

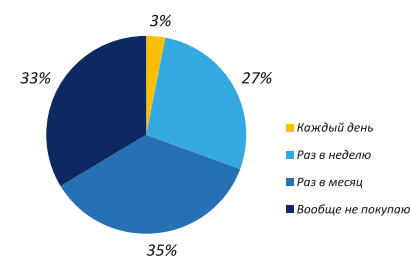


Диаграмма 2. Как часто вы покупаете мороженое летом?

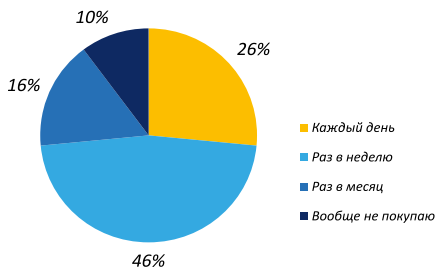


Диаграмма 3. Что может больше всего повлиять на ваш выбор?

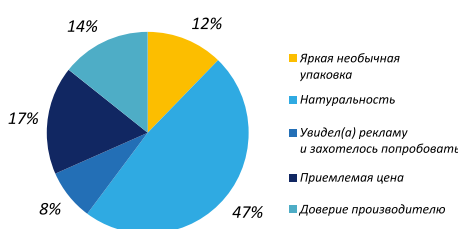


Диаграмма 4. Что может заставить вас покупать мороженое чаще?

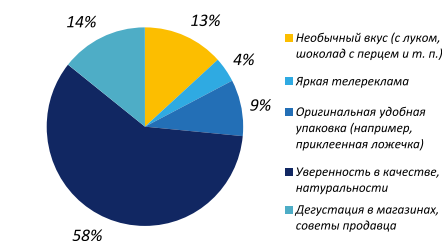
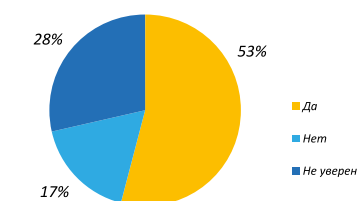


Диаграмма 5. Готовы ли вы попробовать мороженое с необычным, экзотическим вкусом?



14%, необычный вкус (с луком, шоколад с перцем и т. п.) – 13%, оригинальную или удобную упаковку (например, приклеенную ложечку) – 9%, яркую телерекламу – 4%.

Предпочтения относительно сорта мороженого достаточно традиционны: сливочное – 24%, шоколадное – 18%. Затем следуют набравшие одинаковое количество голосов карамельное, фруктово-ягодное, без добавок, крем-брюле, с орехами, шоколадной крошкой. Явным аутсайдером стало ванильное мороженое (3%).

Ответы на вопросы «Какие марки мороженого вы знаете?» и «Какие марки мороженого предпочитаете?» явных лидеров не выявили.

Пятерка фаворитов:

1. «Лакомка» – 56%
2. «48 копеек» – 50%
3. «Золотой слиток» – 48%
4. «Магнат» – 46%
5. «Морозко» – 34%.

Удивительными оказались ответы на последний вопрос «Готовы ли вы попробовать мороженое с необычным, экзотическим вкусом?»

«Да» сказали 53%, не уверены остались 28%. Вместе эти цифры говорят о том, что к экспериментам готовы практически все потребители мороженого, кроме самых консервативных, которых оказалось 17%.

Таким образом, портрет среднестатистического покупателя из числа активных пользователей сети интернет в 2013 году на основе данного опроса получается таким:

1. Мороженое для него остается одним из главных лакомств, но покупает он его гораздо чаще летом, чем зимой.
2. Больше любит покупать мороженое в магазинах около дома, на лотках на улице и в киосках «Мороженое», чем в гипермаркетах и других местах.
3. Заставить его покупать мороженое чаще может, прежде всего, уверенность в его натуральности.
4. Среди множества существующих на сегодняшний день сортов, марок и производителей мороженого покупатель достаточно хорошо знает своих фаворитов. Однако статистически явного лидера в предпочтениях не выявлено.
5. Покупатель готов пробовать новые вкусы мороженого, даже очень необычные. **МС**



Планы «Русмолко»

«Русская молочная компания» («Русмолко») подводит первые итоги работы за 2012 год. По предварительным отчетам животноводческие показатели демонстрируют существенную положительную динамику относительно 2011 года.

Так, валовой надой молока вырос на 30%, а прирост поголовья скота составил на конец года 36%. План по заготовке кормов «Русмолко» выполнила на 100%, полностью обеспечив возросшее поголовье скота собственными кормами.

В ближайших планах компании – введение в эксплуатацию крупнейшего промышленного молочного комплекса мощностью 120 тонн молока в сутки. Строительство комплекса началось летом 2012 года в с. Аршиновка Нижнеломовского района Пензенской области в рамках инвестиционного соглашения с компанией OLAM. В проект уже вложено 392 млн рублей, до конца года компания инвестирует еще 123 млн. В следующем году планируется вложить 1,9 млрд рублей. После запуска предприятия в эксплуатацию «Русмолко» увеличит объем производства молока до 100 тыс. тонн в год.

За счет серьезного роста поголовья и внедрения новых технологий хозяйства компании обеспечили значительный рост производства молока. Валовой надой по всем предприятиям компании «Русмолко» на конец года составил свыше 30 тыс. тонн. Средний надой на фуражную корову по холдингу будет превышать 7 тыс. кг в год.

По сообщению компании



Новое приобретение «Тетра Пак»

«Тетра Пак», мировой лидер в области систем переработки и упаковки пищевых продуктов, приобрел компанию Filtration Engineering Company, Inc. (Миннеаполис), которая является лидером рынка США в сегменте технологий мембранной фильтрации (ультрафильтрации), используемых в молочной промышленности и при производстве сыра.

Filtration Engineering – частная компания, основанная в 1982 году. Она специализируется на разработке, проектировании и вводе в эксплуатацию систем мембранной фильтрации, встроенных в оборудование для переработки молока, молочной сыворотки и специализированных очистных сооружений. Данное приобретение позволит объединить знания и опыт Filtration Engineering в области спиральных мембранных технологий и существующий портфель керамических мембранных систем «Тетра Пак», что послужит дальнейшему расширению портфеля решений компании. «Приобретение Filtration Engineering расширяет наш портфель продуктов, систем и услуг для молочной промышленности и производителей сыра, а также обеспечивает нас дополнительными знаниями и компетенциями», – заявил **Тим Хай, вице-президент по системам переработки компании Тетра Пак.**



«Соединение технических знаний и опыта Filtration Engineering в области мембранной фильтрации и лидерских позиций этой компании на рынке США с нашим опытом и знаниями в области керамической фильтрации и присутствием на рынках множества стран представляет собой выигрышную комбинацию для Filtration Engineering, «Тетра Пак» и наших заказчиков во всем мире», – отметил г-н Хай. Filtration Engineering сотрудничает с «Тетра Пак» на протяжении последних 10 лет – компании совместно реализовали несколько проектов в США. В соответствии с соглашением о покупке, Filtration Engineering сохранит свой офис в г. Шамплин (Миннесота), и на его базе будет создано новое подразделение компании Tetra Pak Cheese and Powder Systems Inc. Часть каналов реализации решений Filtration Engineering за пределами США останутся прежними. Выход на другие рынки будут обеспечивать представительства «Тетра Пак» в различных странах.

По сообщению компании

В поле не воин

Проект по выпуску молока в Воронежской области за 340 млн рублей обернулся банкротством.

Воронежский арбитраж в декабре ввел конкурсное производство в отношении ООО «Аннинское поле». Ранее компания реализовывала проект по строительству молочной фермы в Аннинском районе.

«Причинами утраты платежеспособности является неэффективное использование активов, накопление убытков, отрицательная рентабельность, дефицит собственных источников финансирования, потеря финансовой устойчивости, рост зависимости от кредиторов, не-



удовлетворительная структура баланса», – к такому выводу пришел временный управляющий.

Процедура банкротства была инициирована весной руководством компании. Просроченная кредиторская задолженность компании сроком более трех месяцев на тот момент составляла 108,478 млн рублей. К моменту введения конкурсного производства она достигла 123 млн рублей.

Напомним, что ООО «Аннинское поле» строило в селе Дерябино Аннинского района молочно-товарную ферму на 1 тыс. голов. Стоимость проекта оценивалась в 339,19 млн рублей, сроки его реализации – 2011–2019 годы. В конце 2011 года проект был включен в программу социально-экономического развития региона на 2010–2014 годы.

Abireg.ru

Репутация под вопросом

Арбитражный суд Москвы отклонил иск агрохолдинга «Русское молоко» и его владельца **Василия Бойко-Великого** о защите деловой репутации, поданный к газете «Московский комсомолец» из-за публикации о конфликте в Рязском районе Подмосковья, сообщили в суде.



В январе текущего года недалеко от деревни Неверово Рязского района более десяти человек пострадало в результате перестрелки из травматического оружия. Поводом для инцидента послужил конфликт между ООО «Корсар» и ОАО «Русское молоко».

Газета «Московский комсомолец» опубликовала статью, в которой подробно описывался произошедший между сторонами конфликт. «В статье «Теперь мы будем драться до конца» была размещена несоответствующая действительности клеветническая информация о деятельности агрохолдинга «Русское молоко» и Бойко-Великого», – сообщил **представитель истцов Олег Болдырев.**

На прошлом заседании представители агрохолдинга «Русское молоко» заявили отвод судьбе. По мнению истца, «есть основания сомневаться в беспристрастности судьи». Во вторник отвод был отклонен председателем судебного отделения.

Ранее Бойко-Великий заявил о рейдерском захвате земель «Русского молока». По словам бизнесмена, территорию агрохолдинга «захватили 5 января, применив оружие, убили собак, вытеснили немногочисленную охрану, которая там находилась, и всю ночь угрожали».

Как пояснил Бойко-Великий, земли, из-за которых возник спор, принадлежат двум земельным компаниям, входящие в агрохолдинг «Русское молоко». В 2007 году общество передало ООО «Корсар» в аренду два земельных участка. В апреле 2011 года входящие в агрохолдинг земельные компании расторгли договоры с ООО «Корсар» из-за того, что общество нарушило условия договора и лицензии, а «Корсар» с этим не согласился, заявил Бойко-Великий.

РАПСИ



Добавить линию

Пытаясь сократить производственные расходы в Бразилии, компания SIG Combibloc сделала еще один шаг на пути к увеличению доли на рынке, где доминирует «Тетра Пак».

Более 90% спроса на асептическую картонную упаковку в Бразилии удовлетворяются продукцией «Тетра Пак». Через шесть месяцев после сообщения о расширении своего завода в городе Кампо-Ларго (штат Парана, Бразилия) компания SIG заявила, что собирается выйти на второй этап проекта, то есть начать строительство экструзионной линии. Пуск линии в эксплуатацию запланирован на середину 2014 года. Здесь будет осуществляться ламинация картона с помощью полимеров и алюминия. Это призвано защитить продукты питания от влаги, посторонних запахов и света. Проект позволит производителю национализировать одну стадию производства асептической картонной упаковки, а также принести пользу национальным поставщикам бумаги, пластика и алюминия.

Открытый в июне 2011 года завод SIG Combibloc был спроектирован в модульном формате. «Быстрый рост компании (более 50% в прошлом году) позволил выйти на второй этап проекта», – говорится в заявлении компании. По сло-

вам **главного исполнительного директора компании в Южной Америке Рикардо Родригеса (Ricardo Rodriguez)**, SIG должна завершить 2012 год с показателем роста выше, чем в 2011 году, на более чем 60%. «Это означает, что нам необходимо снова ускорить расширение своего завода, на которое потребуется 100 млн долларов США», – добавил он.

SIG Combibloc – европейская компания, занимающаяся упаковочным бизнесом уже более 100 лет. Последние 30 лет компания специализируется на разработке и производстве асептической упаковки и оборудования для розлива молока, соков, негазированных напитков, вина, супов, соусов и детского питания с длительным сроком хранения. SIG Combibloc входит в состав холдинга SIG Holding AG со штаб-квартирой в Швейцарии.

Upakovano.ru

Смена лидера розничной торговли

Самая быстрорастущая сеть России «Магнит» в минувшем году продолжила сокращать отставание по показателю выручки от крупнейшей розничной компании страны X5 Retail Group.



Согласно данным отраслевого обзора аналитического агентства InfoLine «Рейтинг торговых сетей FMCG России», по итогам третьего квартала разрыв между двумя гигантами российского ритейла сократился до 4,18 млрд рублей. Если оба игрока сохраняют темпы роста на нынешнем уровне, то уже к началу 2013 года «Магнит» с большой долей вероятности сможет опередить своего главного конкурента.

По данным общероссийского рейтинга крупнейших розничных сетей России InfoLine Retail Russia топ-100, на конец 2011 года отставание сети «Магнит» от X5 Retail Group составляло 116,8 млрд рублей. В 2012 году с каждым кварталом разрыв между двумя крупнейшими розничными компаниями страны становился все меньше. Если за июль-сентябрь прошлого года

выручка X5 Retail Group увеличилась по сравнению с аналогичным периодом 2011 года на 10,4% и составила 115,88 млрд рублей, то у «Магнита» данный показатель вырос на 33,8% и достиг 111,7 млрд рублей. При этом «Магнит» поддерживает более высокие темпы роста в течение всего года. За три квартала 2012 года выручка федерального ритейлера с краснодарскими корнями увеличилась по сравнению с аналогичным периодом 2011 года на 33%, достигнув показателя 319,3 млрд рублей. За этот же период прирост выручки X5 Retail Group составил 8,2% (до 356,2 млрд рублей).

Уже в 2011 году «Магнит» смог обогнать X5 Retail Group по показателю суммарных торговых площадей. По состоянию на 1 октября 2012 года общее количество магазинов сети «Магнит» составило 6 119 (5 523 магазина у дома, 105 гипермаркетов, 11 гипермаркетов нового формата «Магнит Семейный» и 480 магазинов «Магнит-Косметик» (сегмент дрогери). Суммарные торговые площади сети составили 2 260,88 тыс. кв. м, увеличившись за январь-сентябрь минувшего года на 29,9% относительно 1 740,42 тыс. м² за аналогичный период 2011 года.

РБК. Исследования рынков

В России появится новый экобренд

В октябре минувшего года между правительством Ульяновской области и американской компанией Moloko Holdings, Inc. подписано инвестиционное соглашение по организации крупнейшего в России промышленного производства органического молока и сливочного масла.

Соглашением предусмотрено инвестирование в течение трех лет более 6 млрд рублей в строительство современной эофермы на 5 тыс. дойных коров и высокотехнологичного современного молокоперерабатывающего завода производительностью 150 тонн молочных продуктов в сутки. Проект создаст сотни рабочих мест. Сроки выхода проекта на запланированную мощность – середина 2015 года. Выводом нового бренда на российский рынок и его продвижением будет заниматься объединение «Экокластер», входящее в рабочую группу Министерства сельского хозяйства по разработке законопроекта «О производстве экологически чистой (органической) сельскохозяйственной продукции и внесении изменений в законодательные акты РФ».

С российской стороны соглашение подписал губерна-

тор Ульяновской области Сергей Морозов и генеральный директор ОАО «Корпорация развития Ульяновской области» Дмитрий Рябов, с американской стороны – председатель совета директоров компании Moloko Holdings Inc. Майкл Бараш и ее президент Владислав Погребной.



При строительстве животноводческого комплекса и молокоперерабатывающего завода будут выполняться самые строгие требования органических стандартов – USDA и IFOAM. В проекте будут использованы признанные во всем мире технологии получения и упаковки натурального молока, успешно апробированные пионером и лидером рынка органического молока в США компанией Aurora Organic Dairy. Благодаря крупному производству цена на органическое молоко нового завода будет приближена к возможностям широких слоев населения. Основная целевая аудитория проекта – беременные и кормящие женщины и дети.

«Для нашей страны это первый крупномасштабный проект промышленного производства органических продуктов, с него начинается создание новой для России отрасли – производства экологически чистых органических продуктов без применения химии и ГМО», – комментирует **Александр Коновалов, известный российский эофермер, основатель и руководитель компании «Экокластер»**. – Это будет первый зарубежный опыт в освоении новых органических технологий производства чистых кормов, воспроизводства животных, получения и упаковки органического молока и органических молочных продуктов. Но самое главное – это позволит многим российским потребителям во всех уголках страны приобретать полезную органическую молочную продукцию без ГМО, антибиотиков, нитратов, консервантов и каких-либо других химических добавок. Для нас большая честь участвовать в этом уникальном международном проекте в качестве партнеров по продвижению и реализации органической продукции. Мы знаем, как правильно вывести на российский рынок новый экобренд».

Agro.ru



CSB-System
INTERNATIONAL

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



**Успех – вопрос
системы**

**Быстрее
Надежнее
Продуктивнее**

Успешные предприятия молочной отрасли по всему миру сотрудничают с CSB-System. Повысьте Вашу конкурентоспособность с нашим IT-решением.

Ваши преимущества:

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

CSB-System в России:

115054, г. Москва, ул. Пятницкая, 73
тел.: +7 (495) 64-15-156 ■ факс: +7 (495) 95-33-116

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

e-mail: info@csb-system.ru ■ www.csb-system.ru

Формула детского питания



Рацион питания каждого второго российского малыша в возрасте до трех лет не соответствует рекомендуемым нормам, а родители и педиатры уделяют недостаточно внимания этому вопросу. Таковы данные общероссийского исследования Nutrilife, результаты которого были представлены на круглом столе в РИА «Новости» в октябре минувшего года.

Причины и последствия несбалансированного питания малышей, а также способы поддержки их здоровья обсудили эксперты медицинского сообщества, Государственной думы и Совета Федерации России.

Первые годы жизни ребенка – самые ответственные, так как именно в этом возрасте закладывается фундамент здоровья будущих президентов, нобелевских лауреатов и спортсменов. И важную роль в этом играет сбалансиро-

ванное питание. Для того чтобы малыш лучше развивался и реже болел, ему необходимо потреблять оптимальное количество нутриентов (белков, углеводов и жиров), витаминов и минералов. Мамино молоко дает малышу все необходимое для полноценного развития, поэтому важно, чтобы он получал его как можно дольше. После года рацион малыша (как при грудном вскармливании, так и при отсутствии его) должен включать большой набор продуктов, од-

нако более половины российских родителей составляют его неправильно.

Об этом свидетельствуют данные исследования Nutrilife, согласно которым сегодня рацион российских малышей раннего возраста далек от идеала: одних питательных веществ малыши получают в избыточном количестве, других – в недостаточном, что негативно сказывается на их здоровье. В частности, зафиксирована нехватка в потреблении кальция и железа. Недостаточно дети получают и сложных для усвоения углеводов из овощей и фруктов. В то время как натрий, тяжелые для переваривания жиры, а в некоторых случаях и белок присутствуют в их рационе в избытке. Настораживает также высокий процент детей с избыточной массой тела уже в раннем возрасте.

При этом более 70% мам даже не догадываются, что питание их собственных детей неправильно, полагая что «эта проблема не касается моего ребенка». Более того, по мере взросления ребенка родители и врачи все меньше внимания уделяют питанию, и это приводит к дальнейшему ухудшению показателей здоровья маленьких россиян. Например, недостаточное потребление железа может быть незаметно на ранних этапах, но имеет серьезные последствия для будущего здоровья, в том числе для нервно-психического развития и иммунитета.

«Ситуация с питанием детей раннего возраста в России далека от идеальной. Особенно это касается детей старше года. В этом возрасте внимание педиатров и мам переключается на психологические, образовательные и другие аспекты развития ребенка, а питание отходит на второй план, – признает **Татьяна Боровик, профессор, руководитель отделения питания здорового и больного ребенка ФГБУ «Научный центр здоровья детей» РАМН.** – Исследование

Nutriline показало эффективность разработанной Союзом педиатров России «Национальной программы оптимизации вскармливания детей первого года жизни». Сегодня очевидна потребность в создании подобной программы питания и для детей от одного до трех лет».

Неправильный выбор продуктов является одной из ключевых причин несбалансированности питания российских детей. Мамы идут по пути «наименьшего сопротивления» – кормят тем, что есть под рукой. Конечно, после года в рацион малыша нужно включать каши, овощи, фрукты, мясные продукты. Но это не совсем те же продукты, которые едят взрослые, – в ежедневном меню ребенка обязательно должны присутствовать обогащенные витаминами и минералами детские каши и детские молочные продукты, в том числе молочные смеси для малышей старше года. Именно они позволяют сбалансировать рацион, так как разработаны с учетом потребностей этого возраста.

«Далеко не каждая мама является экспертом в вопросах детского питания и знает, как правильно кормить малыша, что подтвердили результаты исследования Nutriline, – говорит генеральный директор компании Nutricia в России и Казахстане Кристиан Стаммокеттер. – Для нас данное исследование – это не просто медицинский проект, это – важнейшая научная составляющая масштабной программы «Первые шаги к здоровому будущему». Социальная инициатива направлена как раз на повышение качества знаний о правильном развитии малышей от года до трех лет, причем не только родителей, но и педиатров. Уверен, что вместе с экспертами ведущих педиатрических организаций России и при поддержке государства нам удастся создать все условия для здорового будущего российских малышей, ведь это будущее начинается с правильного питания».

По данным исследования Nielsen Holdings N.V., проведенного с июня 2011 года по май 2012 года, Nutrilon занял первое место в категории детских смесей от полугода до года в 13 странах Европы: Австрии, Англии, Бельгии, Германии, Ирландии, Латвии, Литве, Португалии, Словакии, Франции, Чехии, Швейцарии, Эстонии. При этом в трех странах – Бельгии, Швейцарии и Словакии – на его долю приходится более половины рынка.

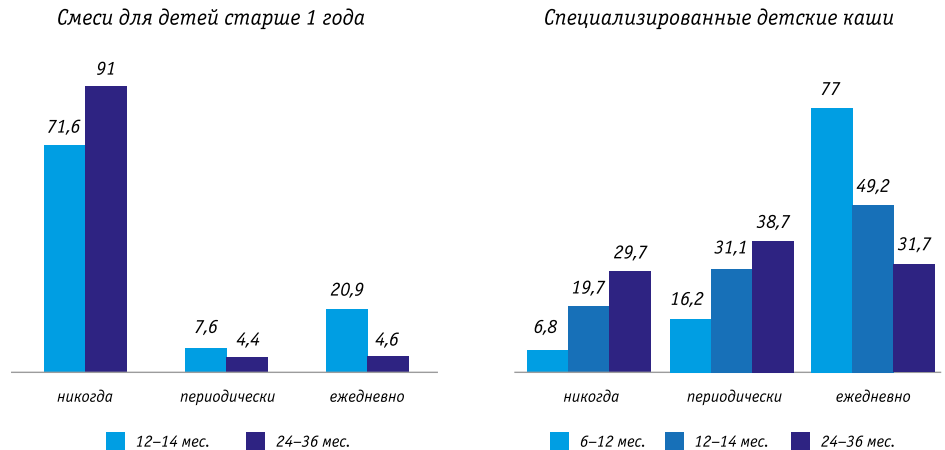
Это достижение – результат проведения научных исследований и внедрения инноваций. Уже более века Nutricia



ПЕРВЫЕ ШАГИ К ЗДОРОВОМУ БУДУЩЕМУ

Программа правильного питания
для детей до 3 лет

Частота использования обогащенных детских продуктов



Процент детей, получавших «недетские» продукты

Продукты	Возраст детей		
	6-12 мес.	12-24 мес.	24-36 мес.
чипсы		6	24
картофель фри		4	13
кетчуп		4	18
майонез		8	28
сосиски	5	22	50 (2-3 раза в неделю)
полуфабрикаты (пицца, пельмени)		28	58
шоколад		40	80
газированные напитки		4	13
поп-корн		4	14

создает детское питание, из них 30 лет ученые компании занимаются научными исследованиями грудного молока – лучшего питания для ребенка. Благодаря этому детские смеси Nutrilon максимально приближены к нему по составу и основным свойствам.

Обширный исследовательский опыт и активная научная деятельность компании позволяют все время улучшать формулу детского питания Nutrilon. Инновации лежат в основе всего процесса создания смеси: это и поиск ингреди-

тов, приближающих ее к грудному молоку, и разработка новых современных рецептов, и постоянное совершенствование технологий производства.

Детские смеси Nutrilon содержат комплекс пребиотиков Immunofortis®, который способствует естественному укреплению иммунитета малыша и помогает защитить его от инфекций и аллергии. А комплекс особых жирных кислот IQ Pro® в составе смесей поддерживает правильное развитие мозга и зрения малыша. **МС**



taste the quality

Программа «Сервис и Запчасти»

Очень удачно прошла программа «Сервис и Запчасти» компания REICH, стартовавшая 1 ноября и завершившаяся 21 декабря 2012 года.



Десятки предприятий получили обслуживание за выгодную цену и значительную скидку на запчасти. Новогодние и рождественские производственные дни прошли без сбоев!

Компания REICH решила продолжить программу и для этого набирает еще трех механиков. В результате сервисная служба генерального представительства REICH увеличится до десяти человек. Компания надеется, что этого будет достаточно для проведения новой программы «Сервис и Запчасти» – «На отдых без забот». Запись на нее начнется 15 февраля и закончится 15 марта этого года. Работы будут проводиться с 1 апреля по 31 мая. Предприятия, принявшие участие в акции, готовят оборудование к летнему сезону, а ведущие специалисты, обслуживающие камеры REICH, смогут спокойно уйти в отпуск и хорошо отдохнуть. REICH надеется, что тем самым предоставит свободное время и бесстрессовый отдых своим дорогим и любимым клиентам. Кроме того, традиционно все записавшиеся на проведение обслуживания, получат солидные скидки и бонусы.

Предоставление качественно и быстро сервиса ставится на первое место компанией REICH уже более 130 лет. **■**

www.reich-germany.de

В молоке обнаружены опасные бактерии

Метициллин – разновидность устойчивого штамма золотистого стафилококка – был обнаружен в молоке. Эти супербактерии являются очень опасными для здоровья человека.

Впервые бактерии были обнаружены в британском молоке. Стоит отметить, что это представляет опасность для людей по всему миру, так как метициллин является резистент-

ным к антибиотикам. При попадании в организм бактерии способны вызывать инфекции, которые могут привести к летальному исходу.



В борьбе с этим штаммом стафилококка врачам приходится надеяться только на превентивную терапию и возможности самого организма. Организм человека с хорошим здоровьем может побороть заразу, но пациенты с ослабленным иммунитетом почти не имеют шансов на выживание. Это касается также пожилых людей и детей. Ситуация становится тем опаснее, что молоко – самый популярный продукт среди детей.

В теории бактерии должны погибать во время процесса пастеризации молока, который является обязательным условием поступления его в продажу, но многие считают, что натуральные продукты – более вкусные и полезные. В связи с этим можно сказать, что возможность распространения бактерии является довольно высокой.

lenagro.org



Испанский сыр стал лучшим

На международном сырном конкурсе World Cheese Awards 2012, прошедшем в английском Бирмингеме, почетное первое место завоевал испанский сыр.

Эксперты описали Манчего как «впечатляющий сыр, яркий и гармоничный, с длинным ароматным послевкусием». Как рассказали потом представители победившей компании-производителя, в общей сложности на это высокое звание претендовали более 2 700 сыров со всего мира.

World Cheese Awards считает- ся наиболее важным международ-

ным конкурсом сыров и проводится ежегодно, отмечает ABC. В этот раз 255 судей из разных стран мира наградили 16 сыров в различных категориях, но только одному присудили звание лучшего сыра в мире.

Euromag.ru

Приучать к белку

Производители молока Ленинградской области хотели рассортировать свою продукцию на прилавках по сортам, а федеральные чиновники предлагают компаниям приучать покупателей выбирать молоко по содержанию белка.

Об этом шла речь в ходе совещания министра сельского хозяйства РФ Николая Федорова с региональными представителями агропромышленного комплекса.



Директор департамента животноводства и племенного дела Минсельхоза РФ Владимир Лабинов напомнил, что в молоке самым ценным ингредиентом является белок, а не жир или лактоза, как это принято считать. Согласно нормативам, минимальное содержание белка в молоке – 2,8 г на 100 г продукта. В то же время среднее содержание белка в молоке, производимом в Ленинградской области, – 3,19 г.

«Идея маркировки всего готового молока по сортам может обсуждаться, но я бы предложил другой более эффективный и правильный способ: дифференцировать на полке продукт не только по бренду – премиум-класс или эконом-класс, но и, указывая уже на лицевой стороне крупным шрифтом содержание белка. Таким образом, нужно приучать потребителей к тому, что продукт отличается по содержанию белка тоже», – сказал Лабинов.

Он также посоветовал производителям молока в целом повышать качество продукта и выходить на новые показатели содержания белка, так как на некоторых фермах среднее содержание белка достигает 3,4 г на 100 г продукта.

47новостей

Ученые соединили молоко и рыбий жир

Американские ученые сумели проанализировать генетическую структуру молока и доказали, что, не



изменяя вкусовых качеств, его можно сделать полезнее, добавив рыбий жир.

Во время пробной дегустации участники не смогли на вкус и запаха отличить новое молоко от натурального. По словам ученых, соединение молока с рыбьим жиром улучшает благоприятное влияние продукта на человеческую сердечно-сосудистую систему. Рыбий жир в структуре молока никак не должен повлиять на срок хранения продукта, который будет примерно тем же, что и у натурального напитка. До этого исследователи предполагали, что рыбий жир станет причиной начала процесса окисления, но их опасения не подтвердились.

В эксперименте представитель Технологического университета Вирджинии двухпроцентная жирность молока была примерно на 22% обеспечена добавлением рыбьего жира. Всего было протестировано четыре варианта соотношений рыбьего жира и сливок в молоке.

Новый продукт, содержащий в себе жирные кислоты омега-3, должен помочь развитию детей и снизить риск ишемической болезни сердца. Сами исследователи выразили надежду, что их разработка заинтересует молочную промышленность, которая сможет использовать технологию для обогащения омега-3 кислотами творога, йогурты и молоко.

Agropages.ru

Перенимаем опыт: сонное молоко



Немецкая компания Milch Kristalle запатентовала специальное ночное молоко, которое помогает заснуть. Молоко для страдающих бессонницей людей создано по особой технологии – продукт собирают исключительно ночью.

Разрабатывая новый продукт, представители компании выяснили, что лучшим временем для получения ночного молока является период между двумя часами ночи и четырьмя часами утра. По их словам, если доить коров именно в это время, то можно получить молоко, содержащее в 25 раз больше мелатонина (так называемого гормона сна, применяемого при лечении бессонницы), чем обычное молоко. После того, как молоко собрано, его превращают в сухую смесь для продажи.



По задумке немецкой компании, сухую смесь можно будет использовать не только как основу для молочного напитка, но и как добавку к другим продуктам, например, к йогуртам.

В то же время в медицинской организации Esowatch отметили, что ночное молоко содержит гораздо меньше мелатонина, чем препараты, направленные на борьбу с бессонницей. «Чтобы получить такое количество мелатонина, как в таблетках, вам придется употребить два миллиона порций сухого молочного порошка для сна», – утверждают в организации. Как скоро ночное молоко появится в продаже, пока не сообщается.

lenagro.org



Кроличье молоко в промышленных масштабах

К созданию кроличьих ферм для получения обладающего исключительными целебными свойствами молока приступила международная группа ученых. С этой целью в ДНК кроликов имплантировали человеческий ген, обеспечивающий получение протеина,

который помогает контролировать воспалительные процессы в организме.

Данный протеин позволяет предотвратить отторжение трансплантатов, а также оказывает помощь в сохранении органов, пострадавших от кровоизлияний и инфарктов. Кроме того, кроличье молоко помогает в лечении передающегося по наследству иммунного заболевания – отека Квинке, поражающего кожу и слизистые оболочки, сообщает SunHome.ru.

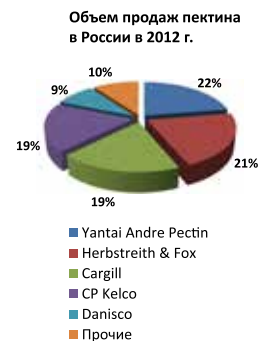
Протеин может быть получен из крови человека и ряда животных, однако этот процесс – исключительно дорогостоящий и несет риск заражения ВИЧ-инфекцией и болезнью Крейцфельда-Якоба (прогрессирующим дистрофическим заболеванием коры головного и спинного мозга).

По словам представителя компании «Фарминг», осуществляющей проект, сейчас ощущается большая потребность в кроличьем молоке. Он утверждает, что от белого новозеландского кролика можно получить 140 мл молока в день.

Е-Ньюс

Рынок пектинов

По итогам 2012 года объем потребления пектинов в России увеличился по отношению к 2011 году на 8,9%.



Рынок выходит в стадию зрелости, для которой характерно постепенное снижение темпов прироста. До 2016 года можно прогнозировать рост спроса на уровне 5–7% в год.

Одной из важнейших тенденций российского рынка последних двух лет является стремительное проникновение китайской компании Yantai Andre Pectin. Andre является единственным китайским производителем пектина, сумевшим завоевать признание на мировом рынке. По сравнению с 2010-м годом в нынешнем году Китай увеличит свою долю на российском рынке почти в два раза – с 12,1% до 22,1% и займет первое место в отрасли, опередив прежнюю тройку лидеров – Cargill, CP Kelco, Herbstreith & Fox.

По прогнозам экспертов, в 2013 году рост доли Yantai Andre Pectin на рынке России продолжится.

Центр инвестиционно-промышленного анализа и прогноза
www.centripap.ru



Упаковка для сыра

Компания DSM (Сингапур) создала инновационную упаковку Pack-Age, которая продлевает срок годности и способствует созреванию сыра.

Упаковка сделана из полиамида-6 Akulon – материала, который обеспечивает качества, необходимые для эффективного созревания сыра и его сохранности, сообщили в DSM.

Свойства дышащей барьерной упаковки Pack-Age позволяют эффективно защищать продукт, увеличивать срок годности и прибыль и снижать количество пищевых отходов. Новинка получила бронзовую награду на конкурсе De Gouden Noot.

upakovano.ru

Как сыр в рассоле

Производитель составных банок Weidenhammer обеспечил упаковкой производителя сыра Goldsteig's. В упаковке немецкого бренда моцареллы использовалась система нанесения этикетки при формовании.



По словам представителей компании Weidenhammer, боковые и донные этикетки наносятся без кромок в один этап, создавая у баночки мягкую закругленную нижнюю поверхность. Полипропиленовая баночка герметично закрывается с помощью композитной пленки, которая не пропускает воздух. Это позволяет сохранять мини-шарики моцареллы свежими, а солевой раствор препятствует высыханию сыра.

«Реалистичное трехмерное изображение моцареллы на баночке очень важно для нашего клиента, – отметил **Андреас Ротшинк (Andreas Rothschink), директор по продажам пластиковой упаковки в Weidenhammer.** – Благодаря нашему опыту в области нанесения этикетки при формовании удалось удовлетворить эти требования и разработать решение, которое позволяет продукту выделиться среди конкурентов в точках продаж». Компания Weidenhammer производит 225-граммовые стаканчики Goldsteig Bambini Mozzarella в городе Цвенкау, Германия.

Weidenhammer Packaging Group является одним из ведущих в мире поставщиков комбинированных банок, контейнеров, туб и других пластиковых емкостей.

upakovano.ru

Директор умышленно привел к банкротству

Директор ООО «Молокозавод Володарский» умышленно привел к банкротству предприятие. Ущерб, по оценкам правоохранительных органов, составляет 240 млн рублей.



Летом минувшего года в правоохранительные органы впервые пожаловались жители Володарского, Приволжского и Красноярского районов Астраханской области. В сообщении говорилось, что молокозавод «Володарский» не платит деньги за молочную продукцию, которую передавали в компанию с мая по август 2012 года.

В результате проверки выяснилось, что предприятие имеет задолженность в 3,8 млн рублей. Кроме этого, по информации УМВД, долги завода по налогам составляют еще 4 млн рублей, по пенсионным взносам – 2,5 млн рублей, а кредиторская задолженность достигла около 227 млн рублей.

Директор «Володарского» располагал информацией о получении средств господдержки и крупных кредитов и решил специально обанкротить предприятие. Руководитель завода также был учредителем и фактическим главой ЗАО «Племзавод Юбилейный». Он организовал задолженность молочной компании и перечислил с ее счета более 16 млн рублей.

Правоохранительные органы возбудили дела о мошенничестве в особо крупном размере и преднамеренном банкротстве.

«Деловой Петербург»



Авторы:



Юрий Моторин,
директор представительства
ООО «ЦСБ-Систем»
в Москве



Илья Моллов,
консультант по бизнес-
процессам в молочной отрасли,
CSB-System, Болгария

Компания: **ООО «ЦСБ-Систем»**
115054, Москва,
ул. Пятницкая, 73, оф. 8
тел.: +7 (495) 641-51-56,
факс: +7 (495) 953-31-16

www.csb-system.ru
197342, Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская, 2, оф. 423
тел.: +7 (812) 44-94-263,
факс: +7 (812) 44-94-264
e-mail: info@csb-system.ru

Курс на автоматизацию и оптимизацию производственных процессов

Предприятия молочной промышленности по всему миру используют отраслевые IT-решения CSB-System, и это способствует повышению их конкурентоспособности.

Объединяя самые современные технологии разработки программного обеспечения, накопленный опыт работы с предприятиями процессной индустрии и индивидуальные требования клиентов, CSB-System предоставляет специализированное отраслевое комплексное решение «из одних рук». Использование решения CSB-System способствует стабильному росту и развитию предприятия благодаря оптимизации производственных процессов, росту производительности и рентабельности.

Доказательством тому служат примеры использования решений CSB-System предприятиями молочной промышленности по всему миру.

1. Прием молока-сырья и производство



Предприятие:
Osterhusumer Meierei,
Германия

Расположенное на севере Германии предприятие Osterhusumer Meierei является крупнейшим производителем фасованного питьевого молока в этом регионе. В целом предприятие ежедневно поставляет в сеть розничной торговли около 250 тыс. единиц свежей молочной продукции. Прежде всего, это питьевое молоко, сливки, йогурт и сгущенные молочные продукты.

Ежедневно Osterhusumer Meierei забирает из расположенных в округе крестьянских хозяйств от 200 до 300 тыс. литров молока-сырья и транспортирует его в молоковозах на завод в город Вицворт. Объем молока-сырья регистрируется и сохраняется с помощью стационарной GPS-системы, находящейся в молоковозе. По прибытию на предприятие данные считываются и передаются в систему CSB.

На молочном заводе имеются два пункта приема молока-сырья, на каждом из которых могут параллельно разгружаться молоковозы и его прицеп.

Непосредственно в ходе приемки молоко-сырья охлаждается до 4 °C и направляется в танки хранения на складе, где хранится до момента начала его переработки. На производстве находятся несколько линий розлива и упаковки микрофильтрованного молока и другой молочной продукции. При этом системой CSB-System управляются и контролируются все процессы, такие как планирование производства, проверка качества в лаборатории и розлив. На выходе производственных линий расположены роботы-паллетоукладчики, которые управляются с помощью специального CIM-приложения. Скомплектованная паллета маркируется индивидуальной логистической этикеткой с кодом SSCC (EAN128) и транспортируется на склад.

Таким образом, CIM – программное обеспечение компании CSB-System – берет на себя управление всеми процессами: от формирования паллеты, ее маркировки, транспортировки и до загрузки на склад.

Преимущества использования решения:

- прозрачные административные и лабораторные процессы на этапе приема молока-сырья и в производстве;
- высокое качество и безопасность продукции;
- стабильный рост и развитие предприятия.



2. Менеджмент качества и лабораторная информационная система



Предприятие:
 Naabtaler Milchwerke GmbH
 & Co. KG (Bechtel), Германия

Группа компаний Bechtel включает в себя ряд предприятий молочной промышленности, производящих молочные продукты высокого потребительского спроса, на которых занято 380 человек. В 2009 году годовой оборот предприятия составил более 300 млн евро.

Снижение затрат и долгосрочное повышение производительности являются фундаментом успеха предприятия молочной промышленности. Для достижения этих стратегических целей руководство предприятия Naabtaler Milchwerke, а также Albfloer Milchwerke GmbH и BG Käsewerk GmbH, которые относятся к группе компаний Bechtel, уже в течение многих лет использует IT-решение CSB-System, разработанное с учетом всех особенностей предприятий молочной промышленности.

Полностью интегрированная в решение CSB-System лабораторная информационная система (LIMS) внедрена на предприятии Naabtaler во всех производственных подразделениях. Система контроля охватывает все производственные процессы – с момента регистрации поступления молока-сырья и до последнего этапа его переработки.



«Благодаря использованию CSB-System на наших предприятиях оптимально поддерживается весь процесс обеспечения качества продукции по всей цепи ее создания. Критические места контролируются самым тщательным образом на специальных пунктах по ходу материального потока. При этом, естественно, учитываются также требования концепции HACCP, в частности необходимость в сомнительных случаях подтверждать безопасность нашей продукции для потребителя», – подчеркивает главный инженер предприятия.

Преимущества использования решения:

- весь процесс обеспечения качества в цепи создания продукции поддерживается решением CSB-System;
- значительное снижение расходов благодаря более эффективным процессам закупок, наблюдению за состоянием складских запасов, оптимизации рецептур, предварительной и отчетной калькуляции, а также всему товарному хозяйству.

3. Управление с использованием интегрированного BI



Предприятие:
 Gebr. Woerle Ges.m.b.H.,
 Австрия



Австрийское сыродельное предприятие Woerle существует уже 120 лет. Сегодня на двух производственных площадках предприятия заняты 250 сотрудников, а годовой оборот составляет около 100 млн евро. Успех предприятия является подтверждением правильности выбранной стратегии: уже в 11-й раз продукт марки Wörle был отмечен на аграрном рынке Австрии наивысшим знаком качества Käsekaiser (что в переводе с немецкого значит «сырный король»).

«Мы поставляем более 300 различных продуктов в упаковках нескольких размеров – от эмментальского сыра и сырной нарезки до плавленых сыров. Это требует от нас продуманной организации и эффективного управления производственными процессами», – говорит **руководитель компании Герхард Верле**.

Необходимость быстрого принятия менеджментом правильных решений на предприятии молочной промышленности объясняется ростом требований сетей торговли и высокой конкуренцией на рынке. Поэтому с 2008 года предприятие Woerle использует решение Business Intelligence (BI) немецкой компании CSB-System.

С помощью модулей BI системы CSB вся необходимая для принятия решений информация оптимально подготовлена и доступна менеджменту Woerle в любой момент времени. Отчеты, наглядная динамика цен (чарты) и представление результатов при необходимости простым нажатием кнопки могут быть выведены на экран в табличной или графической форме. При этом менеджеры имеют возможность выделять цветом критические области, например, открытые вопросы или неоплаченные счета. Кроме того, BI предоставляет дополнительные возможности: предварительный поиск решений, прогнозы для отделов сбыта и производства, а также моделирование различных сценариев.

Преимущества использования решения:

- с помощью Business Intelligence все необходимые данные оперативно анализируются и предоставляются менеджменту в качестве основы для принятия правильных решений;
- отчеты, наглядная динамика цен (чарты) и результаты могут предоставляться для каждого сотруднику индивидуально в наиболее удобном для него виде. ■

Автор:



Владимир Новиков,
независимый эксперт
пищевой инженерии

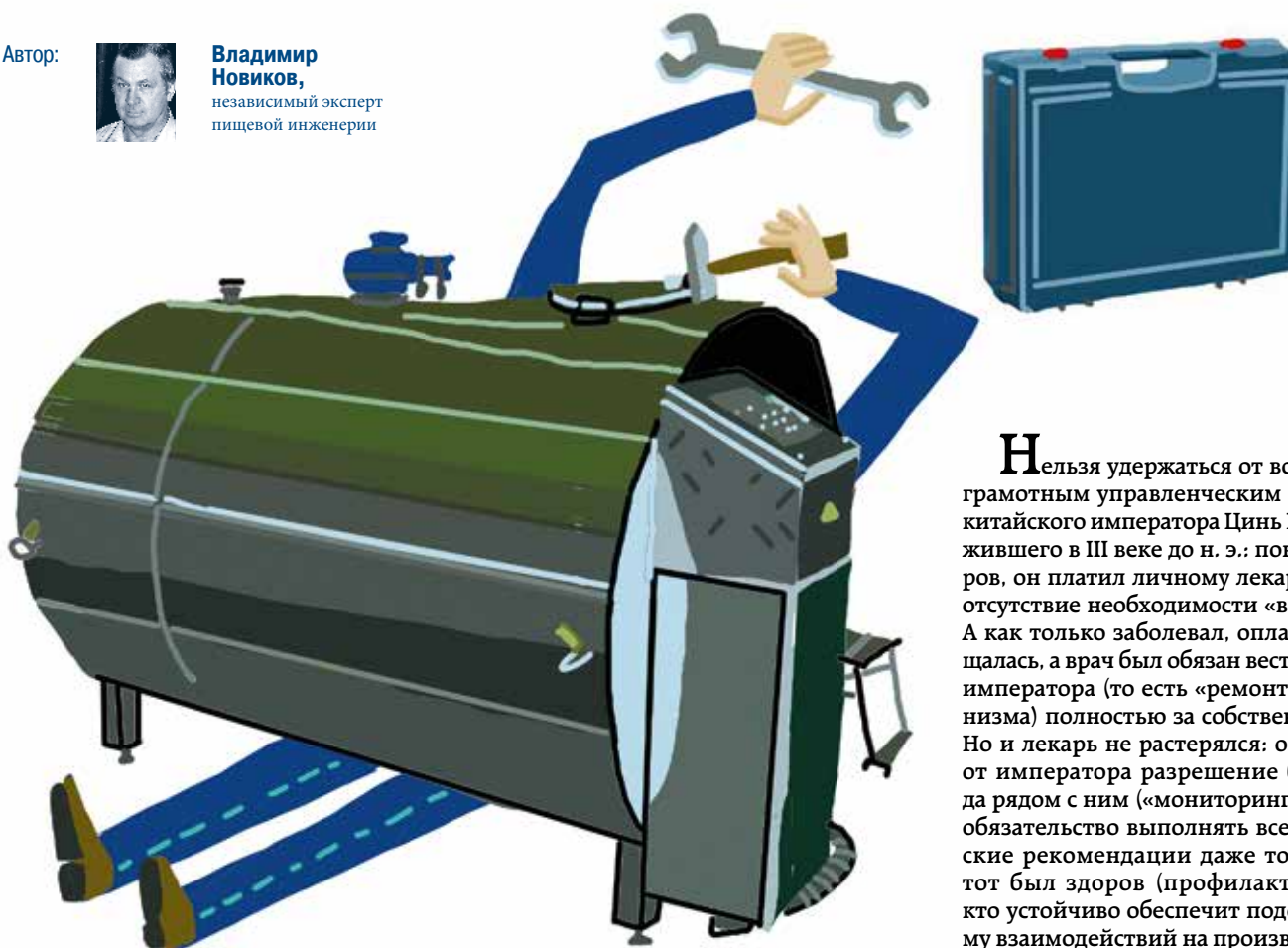


Иллюстрация: Нина Кузьмина

Ремонт как второй фронт

Фраза «требуется ремонт», произносимая на молокозаводах, вызывает у большинства работников неприятные ассоциации по той простой причине, что ремонт для них является непрофильной деятельностью и явно тормозит экономические показатели предприятия.

Что-то следует на время останавливать, направлять туда квалифицированный ремонтный персонал (свой или привлеченный со стороны), ждать завершения «колдовства» над техникой, затем окончательного результата: либо повторного ввода оборудования и арматуры в рабочий режим, либо вывода из эксплуатации надолго. Но ведь закономерный выход техники из строя – обычная ситуация в ходе любых военных действий, поэтому в данном случае, как нигде, уместен термин «фронт».

Нельзя удержаться от восхищения грамотным управленческим решением китайского императора Цинь Шихуанди, жившего в III веке до н. э.: пока был здоров, он платил личному лекарю за само отсутствие необходимости «в ремонте». А как только заболел, оплата прекращалась, а врач был обязан вести терапию императора (то есть «ремонт» его организма) полностью за собственный счет. Но и лекарь не растерялся: он получил от императора разрешение быть всегда рядом с ним («мониторинг»), а также обязательство выполнять все медицинские рекомендации даже тогда, когда тот был здоров (профилактика). Тот, кто устойчиво обеспечит подобную схему взаимодействий на производстве, будет истинным императором в своем бизнесе. А пока что мы берем число, а не умение: в России численность занятого трудоспособного населения в сфере ремонта больше, чем в любом другом секторе экономики – смотрите диаграмму, составленную на основе официальных данных статистики (Рисунок 1), нижний «отрезанный» сектор.

Не станем второпях оценивать, хорошо это, или плохо. Просто следует не забывать, что ремонт изношенного старого имущества прежде всего восстанавливает на будущее характеристики составных частей вчерашнего дня. Такое состояние приемлемо для предыдущих периодов медленной смены поколений техники примерно в пределах 50-70 лет длинной экономической волны Кондратьева. При нынешних 7-10 годах для циклов обновления внутри этой волны увлечение ремонтами недопустимо и стратегически означает закрепление пагубной политики растущего отставания на перспективу для страны. Тем более, в условиях сокращения численности населения необходимо принимать во внимание важнейший показатель: доля ручного труда в ремонтных

работах достигает 75–90% против 20–30% на изготовление нового оборудования. Другими словами, производительность живого труда при ремонте втрое ниже! Тогда за счет чего повышать зарплату производителям?

Важно также отметить, что ресурс работы отремонтированной техники составляет примерно половину срока службы нового оборудования. Точно так же в военных действиях грамотная воюющая сторона стремится изранить (а не убить!) наибольшее количество противников по той простой причине, что каждый раненый требует для своего обслуживания вместе с лечением еще троих человек из общей численности трудоспособного населения, тем самым невольно обессиливая собственное государство. Ведь именно ослабление противника исключительно важно для победы любой из сторон, – следовательно, крен нашей экономики в сторону ремонта изношенного капитала выгоден всем конкурентам России на мировом экономическом рынке.

Необходимость и достаточность ремонта

В течение всего XX века, заполненного все усложняющимися техническими устройствами разного назначения, сложилась привычная градация действий в секторе обслуживания техники: ремонт мелкий, средний, а также капитальный. Конфликт интересов сторон на стадии ремонта силами молокозавода зачастую принимает почти военную ожесточенность. Производители желают безостановочной работы техники («как швейцарские часы»), обеспечивающей стабильные качественные показатели выпускаемой продукции. Работа техники гарантирует им заработок, простои – резкое снижение денежных поступлений. Ответственные ремонтники, в свою очередь, знают о недопустимости «тяп-ляпов» на скорую руку, поэтому требуют отвести им побольше времени и денег на восстановление технического состояния единицы оборудования. Ремонтная торопливость оборачивается дополнительными сверхнормативными остановками, которые чреваты внутрипроизводственными столкновениями интересов. Давайте на конкретном примере рассмотрим, во что обходится молокозаводу по трудовым затратам качественный ремонт, скажем, пастеризационно-охладительной установки (ПОУ) производительностью 5 т/час, эксплуатируемой пять лет в одну смену. Для

Рисунок 1. Структура занятости в России, млн чел.

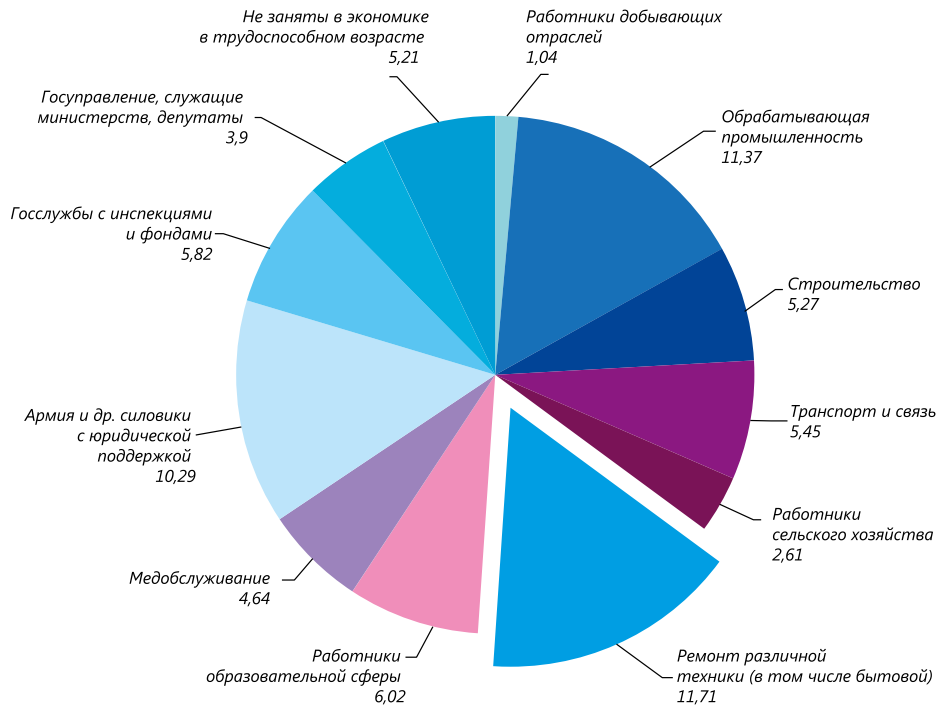
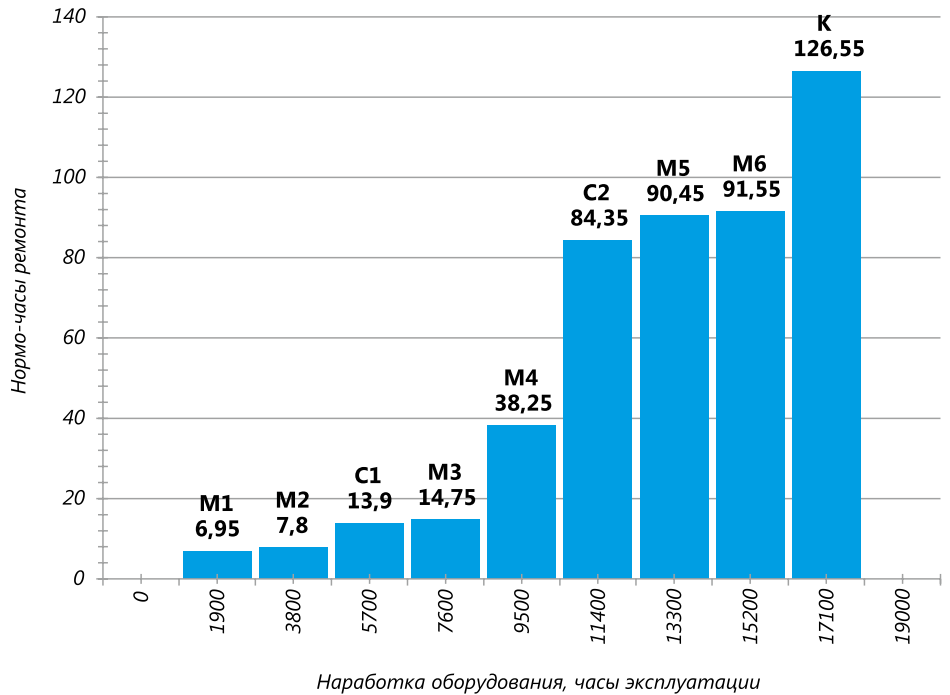


Рисунок 2. Нарастающая трудоемкость в нормо-часах на 1 ремонтную единицу.



этого автор предлагает воспользоваться составленной им диаграммой трудоемкости (по нормативным данным), в которой ремонты – малый, средний, капитальный – обозначены по первым буквам соответственно М, С и К, а цифры возле этих букв отражают порядковый номер ремонта данного вида.

Итак, ПОУ должна работать в одной неразрывной линии с сепаратором по нормативу времени семь часов в смену минимум 360 дней в году. За пять лет, таким образом, получается 12 600 рабочих часов, чему соответствует потребности в малом ремонте М5 с трудозатратами на единицу ремонтной сложности 90,45 часа. Ремонтная сложность ПОУ такой производительности – шесть ремонтных единиц, саморазгружающегося сепаратора в потоке молока – две ремонтных единицы, а в сумме – восемь. Умножаем трудозатраты на суммарную сложность ремонта, получаем $90,45 \times 8 = 723,6$ норма-часа. Любой экономист на заводе знает, что месячный фонд рабочего времени одного работника составляет 173 часа. Поделив норма-часы на 173, определим, что четыре непосредственно занятых ремонтника (в том числе станочники) в данном случае будут задействованы почти пять недель, восстанавливая совсем небольшую часть технического оснащения завода. И это в том случае, если соблюдать правильную последовательность ремонта, которая состоит в следующем:

- приборная (инструментальная) диагностика состояния оборудования;
- определение целесообразного исполнителя (собственные силы или аутсорсинг);
- разборка оборудования и окончательное уточнение ремонтных операций;
- восстановление работоспособности техники с пробным пуском;
- сдача оборудования в эксплуатацию по акту на соответствующем сырье или продукте.

Как обстоит дело в реальности, заводчане знают лучше автора данной статьи. На предприятиях нередко говорят: «подшаманить» забарахлившую технику. Это очень точное определение, оно означает: сделать что-то шумно-непонятное у костра под удары бубна и заклинания, чтобы с виду функционировало примерно так, как и прежде.

Изыскивание внутренних резервов

Наши люди зачастую восхитительно нестандартно мыслят, что позволя-



Фото 1.
Центробежный молочный насос отечественного производства.



Фото 2.
Цилиндро-поршневая группа ДВС.

ет добиваться приличных результатов в тяжелых и проблемных ситуациях. Автор данной статьи хотел бы продемонстрировать значимость правильной ремонтной стратегии на собственном опыте ремонта еще начала 80-х годов XX века, – например, ремонта молочных консольно-моноблочных насосов отечественного производства, один из которых изображен на Фото 1. Типичные эксплуатационные отказы этого вида техники – «сгорание» обмотки статора электродвигателя и подтекание молока через сальниковое уплотнительное устройство вращающегося вала по центральной оси насоса, хорошо видное в «окошечке» между электродвигателем с левой стороны и рабочей камерой с правой.

Анализ причин отказов и аварий был несложен. Дело в том, что постоянно мокрые полы в цехах являются причиной очень высокой влажности воздуха в зоне до 300 мм от поверхности пола, что плохо сказывается на изоляции

электробмоток статора. А многолетняя привычка персонала к чрезмерно влажной уборке путем веерного пространственного полива водой из шлангов добавляет к этому еще и затекание воды в клеммную коробку, торчащую снизу электродвигателя над кокетливо отставленной назад опорной ножкой.

Работники завода коллективно подумали над причинами – и одновременно провели ремонт с модернизацией, включающей дикое на первый взгляд решения. В клеммную коробку подсоединили концы метрового отрезка гибкого медного кабеля и затем залили коробку парафином до верхних ее краев вместе с подключенными концами (парафин применялся тогда массово для покрытия сыров). Свободный конец гибкого кабеля присоединили к прежней точке внешнего подвода. Это в отношении электрической части.

Чтобы ликвидировать утечку молока, сначала на токарном станке выточили дополнительное металлическое гнездо, где полагалось разместить пару неходовых в то время резиновых уплотнительных манжет для герметизации вращающихся валов. Это гнездо посадили снаружи на клей к задней стенке рабочей камеры насоса, а для виброустойчивости приклепали к тонкой стенке «впотай». Нейтрализовали и негатив – истирание манжетами как их собственных резиновых внутренних поясков, так и вала в местах его кольцевого обжатия. Для уменьшения темпов истирания между соседними манжетами набили тугоплавкую жировую смазку в треугольное пространство от посадочного отверстия по валу. Сегодня, спустя много лет, точно такой же вариант уплотнения применяется в иностранной вакуумной технике, требующей повышенной герметичности.

Результат ремонта: вместо постоянной нехватки отказывающихся насосов на заводском складе постепенно накопился их избыток. Молокозавод избавился от хронической болезни их перегорания и даже стал делиться с коллегами не только образцами переделанных насосных единиц, но и простенькой технической документацией по их модернизации. Только вот заводы-изготовители отмеченного типа насосов так и продолжают десятилетиями упорно воспроизводить старую проблему, сталкивая ее на эксплуатационников. Подчеркнем: недовольство заводчан их низкоинтеллектуальной продукцией является вполне обоснованным.

Попытки осовременивания ремонтов

Интересное трансформирование устойчивой ремонтной триады на предприятиях (малые, средние и капитальные ремонты) происходило с 70-х годов XX столетия. Благодаря постоянному проведению ремонтов в собственных небольших мастерских, заводской персонал молокопереработки постепенно осознал, что функция капитального ремонта техники есть прямая задача машиностроительных предприятий, обладающих для этого необходимой технической базой и квалификацией по-иному структурированного персонала. Поэтому наиболее продвинутые объединения молочной промышленности, которые размещались в областных центрах с разнопрофильным машиностроением, стали брать «под свое крыло» качественный капитальный ремонт. Постепенно от персонализированного ремонта (взяли с завода, предположим, фасовочный автомат АРМ № 12345 и вернули этот же экземпляр после ремонта обратно) перешли к обезличенному ремонту, когда всегда есть необходимые резервные единицы техники в распоряжении объединения.

К началу 80-х алгоритм ремонтных действий постепенно изменился. Инженерная служба одного из молокозаводов определила, что резкое ухудшение работы маслоизготовителя (либо возникший отказ оборудования) по техническому паспорту и фактической наработке часов связано с необходимостью его капитального ремонта. Здесь оста-

новимся на секунду и отметим важную деталь: центры принятия решений находились на заводских территориях. Соответствующий запрос на ремонт этой

мин заимствован у иностранных фирм уже после распада СССР.

Несомненно, прогрессивный метод ремонта «растаял» будто сам собой

На предприятиях нередко говорят: «подшаманить» забарахлившую технику. Это очень точное определение, оно означает: сделать что-то шумно-непонятное у костра под удары бубна и заклинания, чтобы с виду функционировало примерно так, как и прежде.

единицы техники, например, маслообразователя марки А1-ОЛО, с техническим обоснованием поступал по инстанции вверх – в инженерную службу молочного объединения. Там, как правило, имелся резерв данного вида оборудования точно такой же марки и производительности. Заводчане-заявители извещались о дате прибытия заменяемого экземпляра с монтажным звеном на автомашине и о необходимости предварительного демонтажа заводской службой отказавшей техники, а также о подготовке фундамента (если это было необходимо). Далее в течение одного рабочего дня производилась доставка, замена оборудования, его включение в работу после мойки на месте, оформление документов и убытие централизованно действующего монтажно-наладочного звена, уже выполнившего свои обязанности. Изложенное здесь представляет собой классический аутсорсинг (термин outsourcing означает «выполняемое на стороне»), хотя сам англоязычный тер-

после повсеместной административной ликвидации объединений молочной промышленности, произошедшей одновременно с резким падением объемов перерабатываемого молока, последовавшим за политическими событиями 1991 года. Хуже от этого стало только молокозаводам, оставленным опять «один на один» с ремонтными перипетиями.

Как не заблудиться в трех соснах

Сложность качественного ремонта с одновременным повышением рабочих характеристик деталей видна даже на примере сравнительно простой цилиндрической группы двигателя внутреннего сгорания – ДВС (Фото 2). Для читателей без технического образования поясняем: самая большая деталь – гильза цилиндра, в которую вставляется цилиндрический поршень, а уже в его наружные канавки перед сборкой одеваются рядом лежащие кольца.

Всего три соприкасающиеся между собой детали породили следующую схему причинно-следственных связей (Таблица 1), где светлозеленые ячейки – действия ремонтников, а красные – негативные последствия от потенциально позитивных операций.

Вот каким непростым может быть путь достижения высоких результатов, когда дело касается даже малого количества элементов, взаимодействующих между собой.

Умелые руки – прекрасно, но пора подключать и голову

На любой войне самый коварный враг – неопределенность. Поэтому огромное значение придает многоуровневой разведке, начиная со взятия «языков» и заканчивая подробным анализом ситуации в генеральном штабе. Переведа этот прием

Таблица 1. Сложность достижения устойчивой работоспособности при ремонте.

Шаги	Причинно-следственные связи при ремонте пары «гильза-цилиндр»		
	Гильза цилиндра	Кольца	Поршень
1		Покрыли напылением прочного металла	
2	Увеличился износ гильзы		
3	Нанесли на внутреннюю поверхность гильзы мягкий слой, уменьшающий износ		
4			Заклинило из-за повышения температуры в месте трения вследствие расширения колец
5		Ввели твердую смазку – дисульфид молибдена	
6	Нарушилась смазка внутренней поверхности гильзы		
7		Увеличили шероховатость поверхности колец	
8	Все стало работать долговечно		

на молокозаводскую территорию, ориентируемся, что именно нужно сделать, чтобы добиться наилучшего результата, и как двигаться дальше.

Для начала взглянем на обычнейшее действие по разборке оборудования (Фото 3). Опытному ремонтнику эта фотография может поведать о многом.

Во-первых, владелец изображенной рабочей руки не пользуется специальной жидкостью, проникающей в резьбовые соединения и существенно облегчающей отворачивание старых гаек. Может быть, он не знает об этом, а может, не настоял по каким-либо причинам на правильности действий. Во-вторых, ручной труд при наличии электрических и пневматических гайковертов – уже анахронизм. В-третьих, для защиты рук от возможных мелких повреждений не применены нитяные перчатки. В-четвертых, на верхний рожок гаечного ключа надет отрезок трубы. Последний факт – прямое недопустимое насилие над механической частью технического устройства, которое свидетельствует о квалификации работника, не отвечающей требованиям сегодняшнего дня, а также ведет к нежелательным поломкам.

Самым современным в настоящее время считается встраивание порядка ремонта в систему автоматизированного проектирования (САПР). При этом на базе приборно-диагностических данных состояния оборудования автоматизируются процессы создания дефектных ведомостей с перечнем запчастей и формируются графики ремонта. Затем проводится анализ с определением того, что отдать на аутсорсинг, а что подвластно сделать самим.

Иметь на рабочем столе карту-матрицу обследования техники и потребных ресурсов перед остановочными ремонтами просто необходимо, чтобы ремонтникам не оказаться в глупейшем положении: разобрали машину – а для дальнейших действий ничего нет. Так что самый опасный враг техники – незнание элементарных правил работы или их несоблюдение.

А теперь – еще об одной примете нынешнего времени. По последним данным машиностроения, среднестатистическое количество часов наработки современной единицы оборудования до остановки на капитальный ремонт – 32,3 тыс. часов. Переведем это число в координаты молокозаводов. Если оборудование в восьмичасовую смену работает не более 7,5 часов (с учетом

подготовительно-заключительных операций), тогда общее количество отработанных смен до капремонта составит



Фото 3.
Разборка оборудования.

Самым современным в настоящее время признают встраивание порядка ремонта в систему автоматизированного проектирования (САПР).

$32\ 300 : 7,5 = 4\ 307$. Число рабочих смен в календарном году зависит от ассортимента вырабатываемой продукции и для многих молокозаводов ежегодно составляет в среднем 450. До наступления фазы капитального ремонта в таком случае пройдет $4\ 307 : 450 = 9,57$ года. Соответственно, приведенная выше диаграмма периодичности ремонтов потребует корректировки с удлинением межремонтных наработок. Внимание, вопрос: что целесообразнее – ремонтировать изношенную за девять с половиной лет единицу оборудования, полностью возмещившую свою стоимость общей суммой амортизационных отчислений, или заменить ее на современную технику нового поколения?

Таким образом, отслеживать работу техники, особенно сложной и необходимой в каждой технологической линии, крайне важно. Тем более что счетчики времени наработки (СВН) в часах и минутах сегодня продадут вам в электронном исполнении и любом количестве по первому же запросу.

Заключение

Ремонт – вынужденное временно негативное состояние техники, износ которой в большей части компенсируют специальным набором машиностроительных операций, включая замену части деталей и слабых узлов. Поэтому сегодня суть работы механика и его

подразделения – не ремонт, а его предотвращение в течение наиболее длительного срока при сохранении хороших показателей работы установок, то есть увеличение межремонтных периодов хотя бы до двух-трех лет.

Трудоемкость ремонтов в человеко-часах следует определять не произвольно «на глазок», а на основе накопленного машиностроительного объема данных по восстановлению технических характеристик оборудования, в соответствии с категориями ремонтной сложности. Нормативы на ремонт – комплексные, они включают в себя станочные и электротехнические работы, для осуществления которых необходимо иметь адекватное оснащение ремонтных подразделений. При отсутствии такого оснащения у молокозавода не остается выбора: необходима передача работ сторонним специализированным организациям по договорам. Но ведение технических паспортов, сбор детальной исходной информации и формулирование требований по договору к исполнителям все равно остается за владельцами изношенной техники. Нет собственной вибродиагностики – привлекайте тех, у кого такие приборы имеются. Расплывчато сформулировали на старте числовые требования к итоговому параметрам ремонта – получите некачественный результат практически за те же деньги. Поэтому, коллеги, старайтесь избегать неверных собственных решений, насколько это удастся. Выше было показано, как тесно в таком случае переплетены причина и следствие.

А в том случае, если матрица обследования отчетливо покажет недопустимо большой износ всей технической системы предприятия, надо мужественно взглянуть правде в глаза и открыто поставить перед собственниками завода вопрос о необходимости разработки проекта реконструкции и многомесячной остановке производства с целью коренного перевооружения, сопровождаемого демонтажом до предела изношенного металла. Ремонт оборудования в подобной ситуации будет стратегически проигрышным решением. И откровенно плох тот владелец молокозавода, который не способен увидеть правду. Ринется в ремонтный бой на втором фронте – непременно проиграет бизнес-кампанию. История человечества свидетельствует: гениальные полководцы обычно уклонялись от подобных сражений. **MC**



Компания: «Кизельманн Рус»
125476, Москва, ул. Василия Петушкова, 3
тел.: +7 (495) 258-92-30,
факс: +7 (495) 258-92-31
e-mail: sales@kieselmann.org
www.kieselmann.com

Легко мыть!

Системы механической очистки трубопроводов

Легкость очистки технологической линии зависит не только от легкости промывания установленных в ней отдельных компонентов.

Следуя принципу, в соответствии с которым в технологической линии не должно оставаться большого количества продукта для смыва вместе с моющими растворами в канализацию, компания «Кизельманн» предлагает высокоэффективные дуплексные системы механической очистки трубопроводов, принцип действия которых заключается в механическом вытеснении продукта из трубопровода при помощи выполненных из различных эластомеров двоянных скребков. Использование двоянных скребков позволяет достичь превосходного уровня предварительной очистки технологической линии. К примеру, скребок под действием сжатого воздуха способен очистить трубопровод от станции производства продукта до фасовки. Объем остающегося в технологической линии продукта после такой очистки составляет менее 0,5% от общего внутреннего объема трубопроводов. На мойку такого объема остатков продукта тратится существенно меньше ресурсов. В качестве вытесняющей среды для двоянного скребка можно использовать сжатый воздух или жидкость, в том числе и моющие растворы.

Для установки системы механической очистки как в существующие, так и в новые технологические линии необходимо учесть несколько простейших условий:

- перекачиваемый насосами продукт;
- рабочее давление PN 10/16;
- трубопровод, по которому будет двигаться скребок, должен быть одного диаметра;



Асептический (вверху) и гигиенический (внизу) двоянные скребки



Принципиальная схема системы механической очистки

d) все установленные на пути скребка клапаны должны быть полнопроходными.

На концах предназначенной для очистки технологической линии устанавливаются пусковая и приемная станции, таким образом больше не возникает необходимости в монтаже дополнительных трубопроводов. Системы механической очистки промываются станциями безразборной мойки одновременно с мойкой всей технологической линии; также системы механической очистки могут быть стерилизованы паром. Системы механической очистки «Кизельманн» выпускаются как в гигиеническом, так и в асептическом исполнении. Принципиальным отличием асептического исполнения является использование в конструкциях пусковой и приемной станций только асептических седельных клапанов, в то время как в гигиеническом исполнении используются клапаны типа «бабочка», шаровые клапаны и клапаны «бабочка» с контролем протечки.

Следуя тенденциям полной автоматизации технологических линий, системы механической очистки «Кизельманн», конечно же, готовы к работе в полностью автоматическом режиме. Прекрасно интегрируемые в существующие технологические линии и их системы управления, системы механической очистки будут четко выполнять поставленные задачи вне зависимости от типа установленной системы управления. «Кизельманн» также предлагает услуги по интеграции систем механической очистки с управлением на полевых шинах. Для этого компанией были разработаны управляющие головки для клапанов, благодаря которым процесс механической очистки трубопроводов полностью автоматизировался. Пользуясь технологиями автоматизации «Кизельманн», вы сможете значительно сократить временные затраты на прокладку электрических кабелей, монтаж, пусконаладочные работы, а также расширить возможности по поиску и устранению неисправностей, что приведет к повышению надежности системы управления в целом и снижению затрат до 30%.

Результатом применения систем механической очистки будет увеличение производительности технологической линии благодаря уменьшению затрат времени на мойку и снижению затрат на утилизацию за счет более эффективного использования продукта, что в конечном итоге принесет увеличение прибыли. **Р**



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

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

Куда идти за «Бицербой»?



Сложную технику недостаточно просто купить. Для того чтобы она хорошо работала и была эффективной, чтобы использовались все ее возможности, необходимо действительно профессионально разбираться в ней. Таково оборудование компании Bizerba – ведущего мирового производителя высокотехнологичных системных решений в области технологий и техники нарезки, взвешивания, маркировки и информации.

Компания всегда была новатором и предлагала рынку решения, которые иногда опережали его развитие, но в итоге высоко оценивались, пользовались большим спросом и в дальнейшем копировались конкурентами. Оборудование Bizerba – это не просто «железо», а сложная, многокомпонентная, многофункциональная интеллектуальная техника.

Каждая установка обладает большими модификационными возможностями – ее можно свободно конфигурировать, оснащать и дополнять разнообразными компонентами, что-

бы в итоге создать индивидуальную конфигурацию. Это заметно отличает технику Bizerba от имеющихся на рынке аналогов и дает огромное преимущество компании. Ведь, несмотря на схожие исходные задачи любого предприятия, такие как взвешивание и этикетировка продукции, у каждого из них есть свой конкретный продукт, свои этикетки, свое упаковочное оборудование – соответственно, и свои уникальные требования. Благодаря широкому парку оборудования Bizerba может решить любую задачу, но чтобы выбрать именно то, что необходимо,

надо иметь дело со знающими специалистами. В каждом из случаев есть множество нюансов, которые должны быть учтены при определении действительно подходящей установки.

Кроме того, Bizerba – это комплексная интеллектуальная система для построения внутривозводской логистики, которая позволяет отслеживать состояние сырья и продукта, а также учитывать затраты. Именно Bizerba в 50-е годы прошлого столетия вывела на рынок первые модели электронных весов, позже – весов с возможностью рассчитывать цену товара и печатать информацию на этикетке. На протяжении десятилетий целенаправленно вкладывались средства в развитие терминалов и этикетировщиков, а в последние десять лет развитие программных продуктов стало ключевой темой в стратегических планах развития компании. Не случайно мы ведем речь не просто о том или ином приборе, а об аппаратно-программном комплексе, – ведь одно от другого не отделимо. Более того, наиболее полно возможности Bizerba открываются лишь при правильном использовании программной части.

Благодаря внедрению в ERP-системы, программные решения Bizerba обеспечивают прозрачное управление интегрированными бизнес-процессами на производственных предприятиях. Они призваны упорядочить процессы учета и в большинстве случаев способны повысить эффективность работы. Но при неправильном подборе, отсутствии продуманного согласования установок и программ и непрофессиональном обслуживании они могут, наоборот, существенно снизить производительность и даже затормозить весь процесс.

Именно поэтому в самом начале так важно обратиться к профессионалам, которые смогут грамотно оценить ситуацию, предложить оптимальное решение, посоветовать подходящий «софт», а потом и оперативно установить, наладить и запустить выбранную установку. Такие специалисты на данный момент есть только в компании «Шаллер». Благодаря многолетнему опыту работы с оборудованием Bizerba они знают эту технику как свои пять пальцев. Менеджеры по продукту зададут все необходимые вопросы, чтобы выявить реальные потребности и подобрать идеальный вариант. Специалисты по программному обеспечению проконсультируют по подходящим программам и помогут интегрировать их в существующие на



Bizerba – это комплексная интеллектуальная система для построения внутризаводской логистики, которая позволяет отслеживать состояние сырья и продукта, а также учитывать затраты.

предприятию программные комплексы, что позволит оптимизировать процессы и повысить производительность в разы. А сервисные техники за считанные часы смонтируют и запустят установку, после чего окажут поддержку в ее обслуживании. По опыту и знаниям в этой области сотрудники «Шаллер» сравнимы лишь со специалистами самой компании Bizerba. Доказательством тому является масса обращений предприятий после покупки оборудования Bizerba у других компаний с просьбами помочь разобраться, правильно настроить, объяснить, что теперь с этим делать и т. д. И мы помогаем, потому что знаем как! Наши знания основаны на обширной практической деятельности. Специалисты «Шаллер» продолжают посещать тренинги и мастер-классы Bizerba, но, в отличие от остальных, они делают это для того, чтобы узнать о нововведениях, а не с целью обучиться азам.

Одним словом, будьте внимательны при выборе поставщиков: делайте ставку на лучшего. В этом деле не стоит рисковать, ведь ошибки обычно обходятся дорого. **Р**

www.schalleraustria.com

BIZERBA
... closer to your business

Идеальная система весовой маркировки

Для взвешивания и этикетирования весовой продукции на пищевом производстве важна каждая минута: необходимо работать быстро и точно. Компания «ШАЛЛЕР» хорошо понимает эти задачи на молочных и сыродельных предприятиях и отвечает на них новой серией автоматических этикетировщиков Bizerba GLM-I.

SCHALLER TECHNOLOGY® | WIBERG® | STAR-MIX® | VORAN® | ITEC®
SCHNEIDER B.V. | FREUND | HOLAC® | LASKA | SEPAMATIC® | KNECHT
INJECT STAR® | NOCK® | REX® | TIPPER TIE™ | SCHALLER THERMOSTAR®
TOWNSEND | HEINEN FREEZING | WEBER® | SEALPAC® | KOMET | BIZERBA | HAAS

SCHALLER
LEBENSMITTELTECHNIK

Превратим идею в Ваш успех!

ЗАО "ШАЛЛЕР" РФ 115054, Москва, Павелецкая площадь, дом 2, стр. 2, Тел.: +7-495-797 63 33, Факс: +7-495-797 63 44
e-mail: office.moskau@schalleraustria.com



Автор:



Сесилия Свенсон,
технолог по системам безразборной
мойки Tetra Pak Dairy and Beverage
Systems, г. Лунд, Швеция

Безопасность – прежде всего. Tetra Alcip – прочный фундамент безопасности для пищевых продуктов

Вопрос безопасности пищевых продуктов, являясь одним из самых важных для любого человека, находится в центре внимания «Тетра Пак» с момента основания компании в 1951 году. Более 60 лет назад, в сентябре 1961 года, наша компания представила первую в мире машину для асептического розлива молока, став пионером в области технологий, которые сегодня позволяют обеспечивать свежесть и безопасность пищевых продуктов в течение более продолжительного периода по сравнению с традиционным розливом в картонную упаковку.

Мы соблюдаем самые строгие стандарты и используем определение безопасности пищевых продуктов, принятое общепризнанными Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН (FAO) и Всемирной организацией здравоохранения (WHO).

Комплексная чистота

Мойка – не отдельный производственный этап, а неотъемлемая часть технологического процесса. Самой последней разработкой компании «Тетра Пак» стала система Tetra Alcip, которая выводит процесс безразборной мойки на еще более высокий уровень.

Сокращенное воздействие на окружающую среду

В процессе мойки оборудования важно экономить ресурсы – воду и моющие средства, поскольку безопасность пищевых продуктов можно обеспечить при более низких затратах на эксплуатацию и охрану окружающей среды.



Система Tetra Alcip обеспечивает чистоту без потерь.

Система Tetra Alcip позволяет достичь идеальной чистоты безотходным методом. С ее помощью можно уменьшить расход воды на 21%, а моющих средств – на 7%, соответственно снижаются эксплуатационные расходы и отрицательное воздействие на окружающую среду.

Контроль применения моющих средств является важным аспектом: слишком малое количество может оказаться неэффективным, а слишком большое – привести к образованию нежелательных химических отходов. Функция управления расходом моющих средств в системе Tetra Alcip обеспечивает максимально возможную точность определения концентрации средства, что гарантирует безопасность пищевых продуктов и исключает передозировку моющих агентов. Кроме того, гибкая система дозирования позволяет оператору постоянно контролировать концентрацию моющих средств непосредственно на производственной линии. Это означает, что моющее средство можно загружать или добавлять в любое время, не останавливая работу оборудования для приготовления нового.

Другой важной функцией является управление, предоставляющее возможность оператору использовать предварительно установленные программы мойки и создавать специальные программы, которые перед началом эксплуатации проходят автоматическую проверку. Можно также задавать приоритеты процесса мойки, то есть самые срочные задачи выполнять в первую очередь, а менее важные задачи переносить на другое время.

Система Tetra Alcip удовлетворяет потребности в безразборной мойке как технологического оборудования, так и упаковочных машин, используемых практически в любом производстве напитков и молочных продуктов. Она также рассчитана на перспективные направления использования и полное интегрирование с другими системами и может функционировать как задающая или исполнительная система при проведении мойки другого оборудования. Предусмотрена даже специальная программа мойки автомолцистерн.

Это большой шаг вперед, поскольку система дает такие преимущества в использовании, как автоматизация, точность, задокументированная безопасность, экономическая эффективность и эксплуатационная гибкость. Важно, что система гарантирует чистоту при значительной экономии на эксплуа-

ционных расходах, что означает быструю окупаемость.

Цепочка безопасности пищевых продуктов

Очень важно создавать производственную среду, ориентированную на безопасность. Мы можем оказывать

Более 60 лет назад компания «Тетра Пак» представила первую в мире машину для асептического розлива молока, став пионером в области технологий, которые сегодня позволяют обеспечивать свежесть и безопасность продуктов.

содействие клиентам в выполнении их обязательств по созданию и реализации таких задокументированных программ в области безопасности пищевых продуктов, как анализ риска по критическим контрольным точкам (НАССР), рекомендуемый FAO ООН и Комиссией Кодекс Алиментариус Всемирной организации здравоохранения.

В целях поддержки клиентов введена карта безопасности пищевых продуктов, в которой указаны наиболее важные меры с целью устранения потенциальных рисков на различных этапах технологического процесса.

Система управления качеством «Тетра Пак» (QAM) является еще одним звеном в этой цепочке, содействующим нашим клиентам в достижении безопасного, высококачественного и конкурентоспособного производства пищевых продуктов. В рамках этой системы проводятся независимые оценки производственных линий и оказывается содействие в реализации рабочей практики согласно правилам надлежащей производственной практики (GMP).

Мы проводим оценку своей деятельности по одним из самых последних в мировой практике требований к безопасности, включая Руководства 50 и 51 ISO по безопасности для детей, Руководство 71 ISO по безопасности для людей с ограниченными возможностями и пожилых потребителей и Свод правил по безопасности крышек от Британской ассоциации производителей безалкогольных напитков. Соблюдение этих и других требований к безопасности позволяет достигнуть соответствия компонентов нашей упаковки параметрам размера и формы и исключает риски случайного вдыхания, проглатывания и удушья.

Отслеживание

Система автоматизации Tetra PlantMaster, разработанная компанией «Тетра Пак», обеспечивает предприятиям более высокий уровень управления производством, позволяет еще более эффективно планировать, контролировать и отслеживать происхождение

сырья. Производители могут получить доступ к любой информации по любым параметрам процесса, включая количество произведенных упаковок, перерабатываемые объемы, производительность машин, данные по безразборной мойке и общему объему производства. Обладая этими данными, передовые практические методы можно воспроизводить раз за разом и при этом точно диагностировать и устранять потенциальные проблемы зачатую до момента их появления.

Нормативные аспекты

Повышение уровня информированности общества в отношении безопасности пищевых продуктов является важным фактором для нормативных требований, распространяющихся на пищевые продукты.

«Тетра Пак» выполняет ненормативные требования и указания, например, определенные Международной федерацией производителей молока и Европейской группой по разработке гигиенических требований. Таким образом, мы стремимся обеспечить постоянное соблюдение, а зачастую даже и перевыполнение требований к безопасности пищевых продуктов независимо от того, в какой стране они могут действовать.

Мы также разрабатываем принципы изучения будущих требований для соответствующих условий, чтобы мы и наши клиенты были готовы к изменениям в нормативных требованиях. Занимая ведущее положение в отрасли, мы активно сотрудничаем с отраслевыми организациями и регламентирующими органами для продвижения передовых практик в отношении безопасности пищевых продуктов. ■

Подготовила:



Елена Максимова

Перспективы развития масложировой отрасли

В октябре в Санкт-Петербурге прошла конференция «Масложировая индустрия 2012», организованная Всероссийским научно-исследовательским институтом жиров, где обсуждались такие важные вопросы, как современные тенденции развития мирового рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия, масложировой рынок России и ВТО, российские и международные масложировые стандарты и методические инструкции.

Заместитель директора Научно-технологического центра сертификации и экспертизы (НТЦ «СЕРТЭК») Нонна Лебедева рассказала слушателям о перспективах развития масложировой отрасли в новых условиях конкурирующих рынков Таможенного союза, ЕврАзЭС и ВТО.

Масложировая отрасль вступила в новую эпоху ответственности – как перед своим бизнесом и партнерами, так перед потребителями и органами власти. В условиях активно развивающихся интеграционных процессов в рамках ТС, ЕврАзЭС и ВТО необходимо не только сохранить свой бизнес, но и развивать его. А это возможно только при соблюдении международных правил поведения на рынке, в том числе внедрения международных стандартов систем менеджмента (СМ), применяемых в цепи производства и реализации масложировой продукции.

Здесь имеются в виду как основополагающий стандарт ISO 9001, так и специфические отраслевые стандарты пищевой безопасности семейства ISO 22000 с учетом принципов ХАССП и современные стандарты пищевой отрасли семейства FSSC 2200, которые идеально совмещают требование ISO 22000 и требования к программам для производителей пищевой продукции. Причем стандарт ISO/TS 22002-1:2009 поддерживают основные крупные мировые торговые сети. Российские ритейлеры уже направили своим поставщикам официальные письма о том, что с 2013 года они будут отдавать приоритеты только организациям, внедрившим системы менеджмента.



Нонна Лебедева:

«Крупнейшие торговые сети уже направили своим поставщикам письма о том, что с 2013 года они будут отдавать приоритеты только организациям, внедрившим системы менеджмента».

Новейший международный стандарт IFS (International food standard) сформирован на принципах GMP (надлежащей производственной практики) и является авторитетным стандартом по обеспечению безопасности пищевых продуктов. Он был создан по инициативе Союза немецкой розничной торговли как эффективный инструмент аудита со стороны ритейла по оценке управления качеством производства продуктов питания, упаковки и сырья. Стандарт признан ISO и позволяет российским производителям реализовывать продукцию в транснациональных сетях супермаркетов по всему миру, так как его суть – создание оценочной базы поставщиков торговых сетей.

Но этот стандарт, как и FSSC, работает только на фоне международных, созданных на базе принципов ХАССП и объединенных серий стандартов ISO 22000. Пищевую отрасль касаются также стандарты ISO 14001 – системы экологического менеджмента и стандарты BSOHSAS 18001 – системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда.

Один из немецких специалистов в области качества отметил: «Решение проблем качества – это книга, в которой постоянно появляются новые главы, но последняя никогда не будет написана».

Внедрение в нашу жизнь стандартов систем менеджмента – результат актив-

ной работы по адаптации российского законодательства к условиям ВТО, подготовке к глобальной торговле и жесткой конкуренции.

Вступление в ВТО означает, что Россия закончила переходный период и становится полноправным участником мировой торговли. Бессмысленно сегодня противопоставлять Россию ВТО: это и не патриотично и политически недальновидно, так как без участия в мировой торговле мы не поднимем уровень технологического развития в пищевой отрасли.

Применяемые санитарные, ветеринарные, фитосанитарные меры теперь также основаны на европейских стандартах. Документы в области технического регулирования уже давно разрабатываются с учетом международных требований – примером тому могут служить технические регламенты Таможенного союза и актуализация стандартов ИСО через национальную систему ГОСТ Р ИСО.

С 1 июля 2013 года вступает в силу техрегламент ТС на масложировую продукцию. Он содержит положения, на которые стоит обратить особое внимание. В частности, это относится к требованиям допустимых уровней показателей безопасности масложировой продукции и требованиям к экзотическим маслам.

Формой оценки соответствия будет только обязательное декларирование. Введена госрегистрация в Роспотребнадзоре для новых видов масел. Если предприятие ранее получило декларации и сертификаты, они будут действовать до февраля 2013 года. Если их нет – нужно будет получать новые декларации в органах по сертификации, но только в тех, которые внесены в реестр ТС.

Еще в апреле 2012 года был подготовлен план мероприятий, необходимых для реализации техрегламента, и эта работа продолжится до второго квартала 2013 года. В приложениях будут дополнительно обозначаться методы испытаний, которыми можно пользоваться, чтобы представить доказательную базу для получения сертификата.

Наша задача, как российской сертифицирующей организации – найти подход к каждому предприятию и помочь внедрению систем менеджмента. Сегодня компании, располагающие современными подходами управления производственными процессами, занимают лидирующее положение на конкурентных рынках. Настоящее и будущее бизнеса – это менеджмент на основе стандартов семейства ИСО 22000! **MC**



16-я международная выставка
Пищевые ингредиенты, добавки и пряности



Одновременно:



**МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ
ИНДУСТРИЯ**

ingredients

RUSSIA

12 – 15 марта 2013 года

ВВЦ, Павильон 75
Москва, Россия



В рамках деловой программы:

- Международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века»
- Конкурс «Ингредиент года»
- Школа технолога пищевых производств
- Мастер-классы в зоне презентаций



По вопросам участия
обращайтесь:
Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
ingredients@ite-expo.ru

При поддержке:



www.ingred.ru



Ingredion Holding LLC,
119415, Москва,
Проспект Вернадского, 39, офис 501
телефон: +7 (495) 786-81-43

Ingredion начинает производство крахмалов без индекса «Е»

Группа компаний Ingredion приступает к производству революционной серии Novation Endura, которая станет дополнением к ассортиментной линии Novation® – специальным крахмалам без индекса «Е».

Первым продуктом новой серии станет крахмал Novation Endura 0100, характеризующийся самой высокой на сегодняшний день технологической устойчивостью и максимальной стабильностью. Новая серия крахмалов «с чистой этикеткой» (clean label)

позволяет производителям продуктов питания создавать наиболее широкий спектр привлекательных натуральных продуктов без пищевых добавок, включая молочные десерты, фруктовые наполнители, соусы и заправки для салатов.

Являясь одной из первых новых разработок Ingredion, крахмал Novation Endura раздвигает границы в мире производства пищевых продуктов «с чистой этикеткой» и демонстрирует стремление компании к созданию инновационных ингредиентов. Крахмалы Novation Endura способны выдерживать более высокие температуры тепловой обработки и более жесткие условия механического воздействия, обеспечивая производителям оптимальную эффективность в самых разнообразных направлениях практического применения.

Крахмалы Novation Endura особенно подходят для молочных продуктов, производство которых традиционно считается проблемной областью в отношении перехода на рецептуру «с чистой этикеткой» из-за того, что в технологическом процессе здесь используются высокие температуры. Кроме того, крахмалы Novation Endura обеспечивают высокую стабильность качества продукта в течение всего срока годности, выдерживая замораживание и оттаивание при хранении. Благодаря нейтральному цвету и текстурным свойствам крахмалов производители продуктов питания могут создавать более широкий ассортимент густых блестящих продуктов и напитков с приятной текстурой, соблюдая при этом требование «чистой этикетки» и повышая потребительскую привлекательность товара. Также крахмалы Novation Endura могут использоваться для обеспечения устойчивости и стабильности в технологиях приготовления других продуктов, например, соусов, заправок и готовых блюд.

Директор глобального направления компании Ingredion по разработке натуральных ингредиентов Аарон Эдвардс комментирует: «Мы рады предложить международному рынку продуктов питания и напитков наиболее технически совершенные крахмалы с «чистой этикеткой». Отражая передовые возможности в сфере «чистой этикетки» и являясь результатом наших постоянных стратегических усилий в данной области развития, крахмалы Novation Endura делают процессы производства продуктов питания «с чистой этикеткой» еще более устойчивыми и стабильными. Мы осознаем всю важность данной тенденции и стараемся предлагать производителям продуктов питания лучшие в своем классе технологии и ингредиенты, передовые идеи и технический опыт. С помощью крахмалов Novation Endura производители могут легко изменять рецептуру и создавать высококачественные и не содержащие добавок пищевые продукты и напитки с сохранением их вкуса, текстуры и внешнего вида».

Крахмалы Novation Endura, которые могут указываться на этикетках просто как «крахмал», позволяют укоротить списки ингредиентов на упаковках, и эта тенденция приобретает все большую популярность среди потребителей. Последнее исследование, прово-



Новая серия крахмалов «с чистой этикеткой» позволяет производителям создавать широкий спектр натуральных продуктов без пищевых добавок.

Визитная карточка компании

Группа компаний Ingredion – ведущий мировой поставщик ингредиентов, специализирующийся на натуральных подсластителях, крахмалах и пищевых компонентах. Ingredion сотрудничает с клиентами более чем в 40 странах и обслуживает около 60 секторов пищевой промышленности, индустрии напитков, пивоваренной, фармацевтической и других отраслей. Основными торговыми компаниями в регионе EMEA являются Ingredion UK Limited, Ingredion Germany GmbH и Ingredion South Africa Pty Limited.

дившееся по заказу Ingredion, показывает: почти 80% потребителей считают, что список простых ингредиентов играет важную или очень важную роль при принятии решения о покупке, что свидетельствует о сохраняющейся во всем мире актуальности тенденции «чистой этикетки».

Великобритания возглавила эволюцию тенденции «чистой этикетки», поскольку именно в этой стране потребители активнее всего требуют декларирования простых ингредиентов и разработки новых продуктов. Также за последние годы мы стали свидетелями огромного спроса на продукты питания и напитки «с чистой этикеткой» по всему региону EMEA, особенно во Франции и Германии. Благодаря крахмалам Novation Endura производителям стало легче, чем когда-либо пре-

жде, изменить рецептуру своей продукции – например, заварного крема в Великобритании и пудинга «вла» в Нидерландах, – чтобы удовлетворить требования европейских потребителей. Являясь ведущим в мире поставщиком функциональных крахмалов для пищевой промышленности и индустрии напитков, Ingredion принимает активное участие в развитии тенденции «чистой этикетки» с момента своего основания – то есть на протяжении более двадцати лет. Крахмалы Novation Endura представляют собой самое последнее дополнение к ассортименту продукции с «чистой этикеткой», включающему в себя более 25 крахмалов, которые обеспечивают производителям превосходную функциональность и эффективность и гарантируют отсутствие в продуктах вредных добавок. **Р**

Автор:



Виктория
Загоровская

«Продвинутая» упаковка для йогурта

Формирование рынка упаковки для йогуртов и молочных десертов началось в конце 1990-х годов и было связано с появлением зарубежных производителей, предложивших российским потребителям новый вид молочного продукта. Ежегодный рост потребления йогуртов и молочных десертов на 20–30% способствовал значительному расширению ассортиментной линейки. Одновременно с развитием рынка происходило активное совершенствование существующих типов упаковки, проводились эксперименты с их свойствами и внешним видом.

Ассортимент упаковок для йогурта в настоящее время достаточно широк. Традиционная упаковка – пластиковые стаканчики и другие емкости из полимеров – стала более разнообразной. В настоящее время упаковочная индустрия предлагает множество альтернативных вариантов: ПЭТ бутылки, упаковку типа Pure Pak и Tetra Rex, термосвариваемые ПЭ пакеты, выдувную тару из ПЭ и ПП, дойпаки, кувшинчики эколин и стеклянные баночки. При этом каждый вид упаковки имеет свои преимущества.

Как отмечает компания «Ромир», наиболее популярной упаковкой для йогуртов у российских потребителей остаются европейские стаканчики по 125 г и пластиковые емкости объемом 250 г. Для десертов все чаще используют двух- и трехсекционную тару, дающую возможность размещать разные по консистенции компоненты. Кроме того, современное оборудование позволяет наполнять стаканчик слоями, например, джемом и йогуртом. Данный вид упаковки предпочтительней для «вязких» йогуртов.



Упаковка Crush Pack для йогуртов



Danone продает йогурты в уникальной сжимающейся упаковке.

По данным Euromonitor International, на рынке лидируют упаковки на основе жесткого пластика, которые будут оставаться ведущим трендом в ближайшие пять лет. В сравнении с мировыми тенденциями на рынке России полностью отсутствуют варианты металлической упаковки для молочной продукции.

По информации компании «Tetra Pak», на отечественном рынке стабильно увеличивается доля упаковки для йогуртов, изготовленной из картона и комбинированных материалов типа Pure Pak или Tetra Rex: в 2010 году она составляла 16% от всего объема упаковки, а в 2012 прогнозируется рост до 18%.

Упаковка типа Pure Pak, имеющая прямоугольную форму, удобна как при хранении в холодильнике, так и в случае размещения блока продукции на паллете. Свойства упаковки обеспечивают увеличение срока хранения продукта, а ее небольшая масса позволяет сэкономить значительные средства при транспортировке. В отличие от стеклянной тары, Pure Pak практически исключает механические повреждения упаковки.

Tetra Pak также является популярной среди питьевого йогуртов. Упаковка соединяет в себе картонное основание с пластиковой крышкой или отверстием для трубочки. Она доступна в широком диапазоне форм и размеров – от 100 до 1000 мл, позволяет эффективно использовать пространство, легко складывается и просто утилизируется.

Повышенным спросом пользуется шестигранная упаковка квадратного сечения Tetra Brik Square. В прошлом году в ней впервые появились питьевые йогурты объемом 0,5 и 1 л.

Если изначально питьевые йогурты позиционировались как продукция для потребления на ходу, то сейчас они переходят в категорию семейных продуктов. Упаковка большей фасовки стала приобретать особую популярность. Так, британская семейная молочная компания «Yeo Valley» представила лимитированную серию йогурта, дополнив уже существующую линейку продукта в больших 450-граммовых стаканчиках. Новинка получила название «Damson & Plum» («Чернослив и слива») и появилась в магазинах Великобритании в июле 2012 года, сообщает Upravkano.ru.

Использование пластиковых бутылок позволяет лучше сохранить свойства продукта и увеличить срок хранения. Кроме того, они более безопасны и удобны в применении по сравнению со стеклянными аналогами. Крупнейший производитель цельномолочной продукции в Алтайском крае – Барнаульский молочный комбинат – в мае 2012 года начал выпуск новых питьевых йогуртов в ПЭТ упаковке. Напиток премиум-класса не содержит консервантов и искусственных красителей, при этом может храниться до семи суток. Следуя новым технологиям, на «БМК» была установлена полуавтоматическая упаковочная линия по фасовке продукции в ПЭТ упаковку производительностью 3 тыс. бутылок в час. Йогурт выпускается в компактных бутылочках небольших объемов, доля которых на рынке стабильно растет.

Урбанистический стиль жизни предполагает индивидуальное потребление. Кроме того, с каждым годом уменьшается количество членов семьи – теперь это чаще всего пары или семьи с одним ребенком, поэтому спрос на упаковки меньшего объема (100 г) продолжит увеличиваться.

Как правило, для того чтобы занять уверенные позиции на рынке, единица расфасованной продукции должна быть конкурентоспособна не только по качеству, но и по цене. В этом отношении стаканчики и другие термоформованные емкости, а также выдувная тара (бутылки) дешевле. Упаковки из комбинированных материалов обойдутся существенно дороже.

Одним из наиболее экономичных вариантов также являются полиэтиленовые термосвариваемые пакеты. Полиэтиленовые пленки с нанесенным термосвариваемым слоем с одной или двух сторон обладают уникальной ком-



Organic Strained Yogurt – линейка йогуртов Morning Ritual, рассчитанная на молодых, независимых женщин, стремящихся начать утро со здорового завтрака.



Концепт прозрачной упаковки для молочных продуктов создал мексиканский дизайнер



Барнаульский молочный комбинат выпустил новые йогурты в ПЭТ-упаковке.

бинацией свойств: жесткостью и гибкостью, высокой ударной прочностью, средней прозрачностью. Такой вид упаковки также наиболее характерен для питьевых йогуртов.

Выбор того или иного типа упаковки во многом определяется тем, что в последние годы производители изучают потребности российских покупателей и создают узконаправленные линейки, например, диетические йогурты для женщин или йогурты для детей. И та, и другая линейки требуют особой, оригинальной упаковки. Так, диетические и полезные для здоровья йогурты в последнее время можно увидеть в стеклянной упаковке, – обычно они позиционируются как продукт сегмента «премиум». В свою очередь, йогурты для детской аудитории требуют особого подхода в плане дизайна упаковки – она должна быть яркой и занимательной.

Рынок йогуртов, прежде всего, привлекает наиболее «продвинутой» потребительскую аудиторию, а также молодежь, отмечают эксперты. Это необходимо учитывать производителям при разработке новых продуктов.



Пластиковые стаканчики для йогуртов



Пластиковые бутылки для йогуртов

Упаковка «Тетра-пак» для йогуртов

Например, Organic Strained Yogurt – линейка йогуртов Morning Ritual, рассчитанная на молодых, независимых женщин, стремящихся начать свое утро со здорового завтрака. Дизайн упаковки разработан в начале прошлого года Джереми Меллоном, сообщает upirask.ru. Свою целевую аудиторию производитель описывает как девушку, студентку колледжа от 18 до 24 лет, которая любит искусство, музеи, природу, фитнес. Йогурт представлен как в небольших баночках для разового потребления на ходу, так и в больших банках объемом 900 г для потребления дома. В линейке также представлены бамбуковые контейнер с удобной крышкой для снеков, пакет с крендельками, и набор, состоящий из бамбуковой чаши с ложкой.

Еще одной инновационной упаковкой для йогурта является Crush Pack. В то время как производители пытаются интегрировать в стаканчик ложку, компания «Inveratek» предложила новое конструктивное решение, позволяющее принципиально изменить представление о способе потребления



Полиэтиленовые термосвариваемые пакеты для йогуртов



Упаковка «Пюр-Пак» для йогуртов

продукта. Для того чтобы есть йогурт, ложка теперь не нужна: продукт можно скушать прямо на ходу, сжав упаковку в одной руке.

Сейчас в уникальной сжимающейся упаковке реализует свой новый флагманский бренд йогурта Danoninho в Бразилии компания «Danone», сообщает портал Upravano.ru. Ориентирована новая марка на потребителей в возрасте от 8 до 10 лет, которые любят и часто употребляют этот популярный продукт.

Crush Pack использует на 35% меньше материала, чем традиционные

упаковки идентичного объема. По данным «Danone», в ходе количественных тестов, проведенных перед началом реализации продукта в 2012 году, йогурт Crush был положительно оценен матерями и их детьми: 98% ребят назвали продукт «великолепным» или «очень хорошим». Что касается мам, их приятие продукта достигло 78%.

Очевидно, что в условиях высокой конкуренции торговых марок, упаковка будет оказывать большое влияние на предпочтения потребителей при выборе йогурта. **MC**

11-я международная выставка

Молочная и Мясная индустрия



www.md-expo.ru



Одновременно: **ingredients** RUSSIA

12-15 марта 2013 года

Москва, ВВЦ, павильон №75

Организаторы:



Официальная поддержка



ITE Москва: Тел.: +7 (495) 935-81-40, 935-73-50 | Факс: +7 (495) 935-73-51 | e-mail: md@ite-expo.ru | www.ite-expo.ru

Информационные партнеры:



Официальный информационный партнер секции:



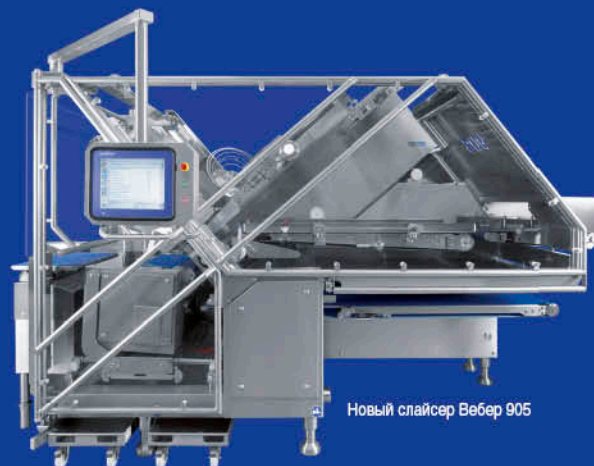
Спонсор сувенирной продукции для участников деловой программы:



На уровень выше



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100x150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

weber[®]
The High Tech Company

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