



25%
Потребление красной рыбы
в 2012 году выросло на 25%
по отношению к 2011 году



30
В России в 30 раз больше рыбы
добывается, чем выращивается
искусственно



2%
За первое полугодие 2013 года
было выловлено на 2% водных
биоресурсов больше, чем за
тот же период 2012 года

издается с апреля 2011 г.

www.sfera.fm

№ 2 (08) 2013

рыбная сфера

Глобальное переселение рыбы:
аквакультурная революция.

6



18



22



30



42



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

Сверхкачественное филетирование лосося

Оборудование нового поколения

Передовая машина для филетирования MS 2730:

- Автоматическая настройка
- Увеличение коэффициента выхода и повышение качества
- До 25 рыб в минуту
- Устройство для тримминга спинной части (опция)
- Компактные размеры
- Простота и безопасность эксплуатации



Посетите нас на выставке Агропродмаш-2013, павильон 2.2, стенд 22Е60

Для получения более подробной информации свяжитесь с нами по электронной почте: info.ru@marel.com

Инновации на основе партнёрства.



содержание

отрасль	18
Объем вылова пикши сократился вдвое	18
в полях	«Нужно уметь чувствовать ситуацию» 30



В основном рыбный рынок нашей страны формируется за счет продукции, выловленной на территории российских вод, а также за счет импортной рыбы различной степени переработки, как правило, выращенной искусственно.

6

тема номера	Глобальное переселение рыбы: аквакультурная революция.	6	отрасль /крупным планом	Особенности национального рыбоводства	24
отрасль /тенденции	Объем вылова пикши сократился вдвое	18	/события и факты	Новости	28
industry /tendencies	Haddock yield volume has dropped twice	18	в полях	«Нужно уметь чувствовать ситуацию»	30
женские правила	Любая женщина – прирожденная актриса!	22	производство /ингредиенты	«Золотая» рыбка в панировке	34



engineering for a better world

GEA Refrigeration Technologies

Москва:

105094, ул. Семеновский Вал, 6А
Тел.: (495) 787-20-11; факс: (495) 787-20-12

Екатеринбург:

620028, ул. Фролова, д.31, офис 31
Тел./ факс: (343) 287-37-30

Санкт-Петербург:

190031, ул. Гороховая, 53, лит. А, пом. 6Н
Тел. / факс: (812) 310-38-49

Владивосток:

690091, ул. Набережная, 9
Тел. / факс: (4232) 65-02-80

www.gea.com
www.grasso.ru

содержание

производство	24
Рыба в красках	44
оборудование	Производство рыбных стейков 40



Очищенные замороженные креветки в глазури выглядят гораздо лучше, чем обычные. Они приобретают не только блеск, но и определенный вкусовой оттенок, например, пряных трав или сливочный.

34

производство /оборудование	Производство рыбных стейков	40	производство /крупным планом	Товары, которые можно покупать	48
/оборудование	Современный подход к организации санитарно-гигиенических мероприятий на предприятиях рыбной отрасли	42	/сырье	Дикий лосось, черная треска... и другие дары моря Аляски для российского рынка	50
/упаковка	Упаковка – по-настоящему глобальный бизнес	46	/стратегии	Ваше мнение важно!	54

рыбная сфера

№2 (08) 2013

Информационное издание по рыбоперерабатывающей индустрии.
Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.
Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС 77-45775 от 6 июля 2011 года

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

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Заместитель генерального директора
по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm
Директор по продажам
и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm
Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com
Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm
Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm
Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm
Дизайн и верстка:
Анастасия Барина
a.barinova@sfera.fm
Корректор,
литературный редактор:
Анна Бойцева
korrektor@sfera.fm

Перевод:
Янина Крупина
Журнал распространяется
на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 2-6 раз в год.

Использование информационных
и рекламных материалов журнала возможно
только с письменного согласия редакции.
Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.
Материалы, отмеченные значком **Р**,
публикуются на коммерческой основе.
Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.
Отпечатано в типографии
«ПремиумПресс».
Подписано в печать: 18.09.13.
Тираж: 3000 экз.





Качество – в приоритете

В ходе недавней конференции рыбопереработчиков, которая прошла в рамках выставки WorldFood Moscow, представители бизнеса и власти обсуждали множество проблем отрасли. Одной из центральных тем стало качество продукции, выпускаемой предприятиями рыбопереработки. Специалисты в области качества и безопасности делились методами контроля соответствия товара данным критериям, рассказывали о том, как можно повысить доверие потребителей к рыбной продукции.

Тема качества неслучайно остается злободневной, ведь именно изготовление качественной продукции позволяет производителям быть конкурентоспособными и завоевывать лояльность покупателей.

С одной стороны, понятия качества и безопасности тесно связаны между собой. Рыба или рыбная продукция, зараженная кишечной палочкой или гельминтами, не просто некачественная, она не безопасна для здоровья и даже жизни потребителей. С другой стороны, безопасность продукта не всегда гарантирует его качество. Например, консервы, произведенные из замороженного сырья, которое перед использованием в силу нарушения температурных режимов дефростировалось несколько раз, будут безопасными, но по вкусу и консистенции они будут значительно отличаться от тех, что изготовлены из свежей, только что выловленной рыбы.

Получается, что качественную продукцию глубокой переработки могут получать только те счастливики, которые живут в регионах вылова, в то время как жители средней полосы России вынуждены покупать то, что произведено из замороженной рыбы, или же переплачивать за доставку? Рыбы же, свежей и качественной, хочется всем. Хотя бы иногда.

Изготавливать качественную рыбную продукцию по приемлемой цене в любом регионе можно только одним способом – искусственно выращивать рыбу в той области, где она перерабатывается и реализуется. Однако для того чтобы предприятия смогли осуществлять аквакультурную деятельность, им необходимы серьезные инвестиции. В данном номере мы расскажем о том, каким образом развивается аквакультура нашей страны. А также затронем темы качества рыбной продукции и формирования потребительского доверия к товарам, поставляемым на наш рынок российскими рыбопереработчиками.

Редактор журнала «Рыбная сфера»
Елена Максимова



Тема номера

Глобальное переселение рыбы:

аквакультурная революция.



Подготовила:
Елена Максимова

В основном рыбный рынок нашей страны формируется за счет продукции, выловленной на территории российских вод, а также за счет импортной рыбы различной степени переработки, как правило, выращенной искусственно.

Годовой объем товарной рыбы, выращенной на предприятиях аквакультуры, в совокупности составляет 148 тыс. т. Для сравнения, в Китае выращивается 40 млн т.

В начале июля этого года в нашей стране наконец был принят закон «Об аквакультуре (рыбоводстве) и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Данный документ, как видно из названия, затрагивает очень широкий спектр интересов: и рыбоводов, и рыболовов, и переработчиков, а также, безусловно, государства и потребителей. Для всех перечисленных сторон будет выгодно, если российский рыбный рынок начнет насыщаться не зарубежной продукцией, качеством которой зачастую вызывает много вопросов и нареканий, а отечественной, причем свежей и по приемлемой цене.

У Закона есть и еще один нюанс: на данный момент для него дописывается ряд подзаконных актов и постановлений, которые должны быть окончательно приняты к концу этого – началу следующего года. Следовательно, в течение ближайших двух месяцев российские предприятия рыбоводства и рыбопереработки могут повлиять на окончательную редакцию документа, которым они будут руководствоваться в своей дальнейшей работе.

Рассмотрим, как закон «Об аквакультуре» работает уже сегодня, чего ждут представители бизнеса от окончательной редакции данного документа, а также узнаем мнения представителей власти о том, каким образом он поможет развиваться рыбному бизнесу.

Рыбная статистика

По данным экспертов потребление рыбы в России растет. По разным оценкам в прошлом году оно составило 22-24 кг на душу населения.

В основном рыбный рынок нашей страны формируется за счет продукции, выловленной на территории российских вод, а также за счет импортной рыбы различной степени переработки, как правило, выращенной искусственно. Соответственно, через какое-то время наша страна может столкнуться

с двумя проблемами. Водные биоресурсы России, которые практически не восполняются, будут постепенно исчерпываться. А зарубежные государства, ориентированные на экспорт, наращивая все больше рыбы, постепенно полностью оккупируют своей продукцией прилавки наших магазинов.

Решение данных проблем, на первый взгляд, кажется очень простым. Необходимо развивать и поддерживать российские предприятия аквакультуры. Именно они смогут не только снабжать рыбоперерабатывающие компании сырьем, но и восполнять естественные биоресурсы. Последнее направление деятельности, кстати, предусмотрено в принятом законе «Об аквакультуре».

Однако какую часть российские рыбоводы занимают в рыбопромышленном комплексе нашей страны? Минимальную. По словам **председателя «Рыбного Союза» Юрия Алашеева**, в России на данный момент добы-

на Дальнем Востоке, в Мурманском и Каспийском регионах, так и внутри страны, на нерыбачьих территориях.

Часть компаний, занимающихся аквакультурой, в числе которых «Русское море – Аквакультура» и «Русский лосось», вкладывает в рыбоводство серьезные инвестиции и может в ближайшее время значительно поспособствовать реализации программы по импортозамещению. Особенно если государство окажет таким предприятиям должную поддержку.

Закон в действии: первые результаты

При том, что закон «Об аквакультуре» еще не заработал в полную силу, некоторые плоды он уже дал. Подробно об этом рассказывает **Григорий Шалапин, заместитель директора Департамента регулирования агропродовольственного рынка, пищевой и перерабатывающей промышленности МСХ РФ**:

– На поддержку аквакультуры выделяются средства как федерального, так и национального бюджетов. Формы поддержки сохраняются те же, что были в программе сельского хозяйства: поддержка ветеринарной, мелиоративной и племенной деятельности. Отмечу, что данные формы поддержки предусматривают ассигнование. Также предусмотрены субсидиарные формы поддержки и страховые выплаты. В целом мы должны выпустить 14 проектов нормативных актов на реализацию закона «Об аквакультуре» и 19 – на реализацию госпрограммы.

Можно констатировать, что в административном порядке хозяйствам, занимающимся аквакультурой, оказана серьезная поддержка. При этом, разрабатывая подзаконные акты, мы стараемся, чтобы меры стимулирования рыбоводов были приняты с учетом нюансов конкретного региона.

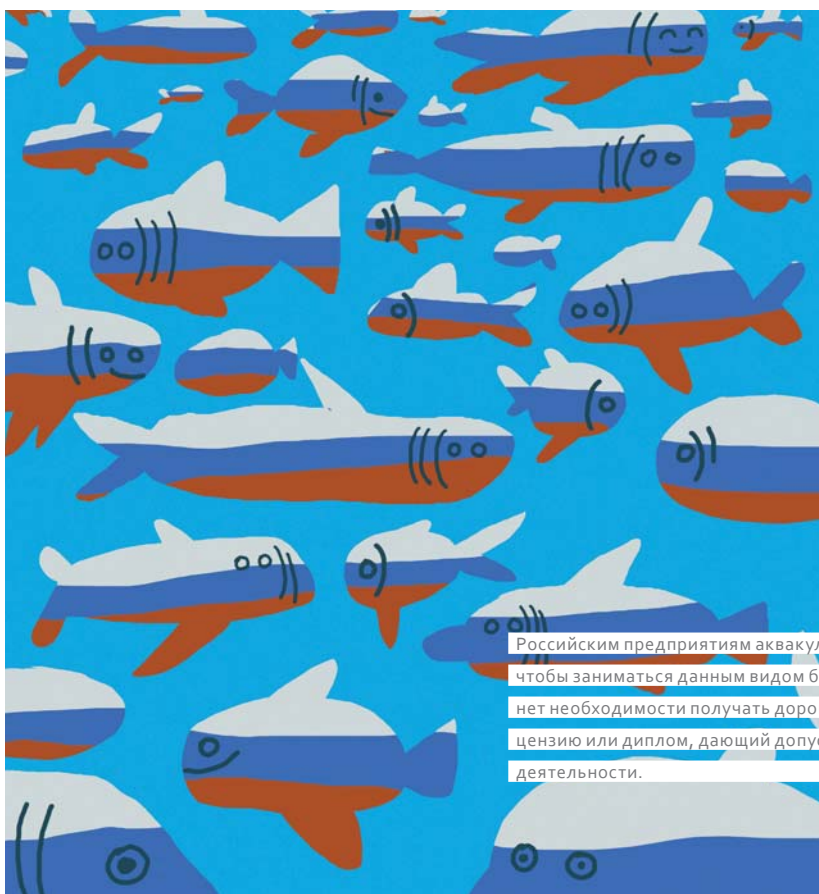
В адрес составителей закона со стороны представителей бизнеса были



«Часть компаний, занимающихся аквакультурой, в числе которых «Русское море – Аквакультура» и «Русский лосось», вкладывает в рыбоводство серьезные инвестиции и может в ближайшее время значительно поспособствовать реализации программы по импортозамещению».

вается в 30 раз больше рыбы, чем выращивается. Годовой объем товарной рыбы, выращенной на предприятиях аквакультуры, в совокупности составляет 148 тыс. т. Для сравнения, в Китае выращивается 40 млн т.

При этом в России находится 2,5 тыс. рыбоводных предприятий, выращивающих рыбу. Они существуют как на прибрежных территориях –



выдвинуты обвинения в том, что документ бланкетный, то есть содержит много отсылочных норм. Однако я считаю, что это скорее его достоинство, чем недостаток: регионы расположения предприятий аквакультуры разные, а конституция позволяет принимать дополнительные поправки для каждого субъекта страны. Например, право допуска к рыбоводному объекту. В одном регионе можно заключить договор публичной оферты, в другом необходимо проводить конкурс или аукцион – все зависит от населенности и наличия свободных земель.

В целом юристы считают, что для наших рыбоводов созданы в рамках Закона очень серьезные преференции. Российским предприятиям аквакультуры, в отличие, скажем, от австралийских, для того чтобы заниматься данным видом бизнеса, нет необходимости получать дорогую лицензию или диплом, дающий допуск к этой деятельности.

Кроме того, чтобы хозяйство занималось рыбоводством, до принятия Закона необходимо было получить четыре документа. С его принятием нужен всего один документ – договор

на право пользования рыбоводным участком. А если рыборазведение осуществляется без использования акватории – разрешение на водопользование. Ни в том, ни в другом случае предприниматели не должны платить за воду.

Если говорить о практике применения закона «Об аквакультуре», то ее влияние ощутимо: многие рыбоводные фермы уже урегулировали в судебном порядке вопросы о допуске к водным объектам, даже возбужденные дела в отношении предприятий аквакультуры, требующие получения договора и оплаты за воду, были приостановлены.

Еще один положительный момент в том, что Законом легализовано пастбищное рыбоводство. Эта деятельность уже стала интересна представителям бизнеса, которые ранее считали ее нерентабельной из-за огромных затрат на воду.

Сейчас сложно говорить о каждом виде поддержки, который прописан в проектах актов, однако о том, что мы вдохновили надежду в предприятия аквакультуры, можно сказать с уверенностью.

Некоторые виды поддержки пока вызывают у создателей подзаконных

Чтобы хозяйство занималось рыбоводством, до принятия Закона необходимо было получить четыре документа. С его принятием нужен всего один документ – договор на право пользования рыбоводным участком.

актов ряд вопросов. В частности, поддержка может быть как на реализованную продукцию, так и на произведенную. Однако что такое поддержка произведенной продукции и каким образом она должна оказываться? После зимовки, например, количество произведенной рыбы может снизиться. На мой взгляд, это очень сомнительная форма. А вот частичное погашение затрат на реализованную продукцию – другое дело. Однако и тут есть обратная сторона медали. Мы уже наблюдаем некое соревнование между субъектами. В частности, Астраханская область в своей программе прописала, что местные рыбоводы должны поставлять рыбу в ближайшие регионы – Ростовскую область и Краснодарский край, и за реализацию продукции часть средств рыбоводам будет возвращаться. Аналогичные формы поддержки есть и в упомянутых областях. И получается, что, например, при вывозе продукции в Ростовскую область губернатор дает предприятиям аквакультуры своего региона 4 руб. на кг, а губернатор Ростовской области в свою очередь дает местным производителям 6 руб., если они вывозят продукцию в Астраханскую область.

В предпоследней редакции закона был внесен пункт об изменении в лесной кодекс, где хотели урегулировать вопрос допуска к землям лесного фонда. Однако этот пункт убрали, так как он уже есть в законе о сельскохозяйственной деятельности, к которой, в соответствии с законом «Об аквакультуре», относятся и предприятия рыбоводства. Следовательно, на землях, прилегающих к территории предприятия, можно будет размещать оборудование для рыбоводства.

Еще одно преимущество Закона – признание того, что рыба является собственностью рыбовода. По сути, это защита частной собственности: право изымать продукцию из садков есть только у владельца бизнеса. И ес-



Мы рады пригласить Вас на основную выставку этого года!

Дорогие друзья!

В этом году мы представляем целый ряд новинок и достижений нашей компании.

Вы сможете собственными глазами увидеть новейшую и не имеющую аналогов в мире камеру **REICH AIRMASTER IC 5000 BHD!** Камеру которая и коптит и интенсивно охлаждает продукт по одной программе не выкачивая из одного корпуса. Усовершенствованное управление **UNICONTROL 2000 TS** с получением данных по **WIFI**. Камеру **REICH AIRMASTER TURBO Fisch** второго поколения.

Презентуем наш новый интерактивный сайт **WWW. REICH-GERMANY.DE** на русском языке.

Ждем Вас на наших стендах!



taste the quality

**Представительство в России:
ООО «REICH»**

Санкт-Петербург, ул. Фаянсовая, 24
Тел.: +7 (812) 380 42 14
vponomarenko@reich-germany.com
Отдел сервиса: +7 (812) 412 36 95

**Представительство в Москве:
Компания «МИТПРОФИ»**

Тел.: +7 (495) 989 23 08,
+7 (916) 310 63 47
www.meat-profi.ru



Еще одно преимущество Закона – признание того, что рыба является собственностью рыбовода. По сути, это защита частной собственности: право изымать продукцию из садков есть только у владельца бизнеса.

Рыбодобытчики, которые законно, правильно и результативно требуют для себя льготы и преференций, в итоге добились инвестиционной привлекательности своей отрасли.

ли раньше рыбаки, живущие близ форелевых хозяйств, могли безнаказанно разрезать садки, а потом рыбачить в водоеме, где они расположены, то сейчас после такой рыбалки они попадут под суд за кражу.

Отстаивая собственные интересы

На вопрос о том, кто повлиял на государственные структуры, заставив их в сравнительно короткие сроки принять закон «Об аквакультуре», ответ очевиден: сами предприятия аквакультуры, а также отраслевые организации. О том, как продвигать интересы рыбодобывателей и каким образом можно повлиять на содержание подзаконных актов, расскажут представители «Рыбного союза».

Юрий Алашеев, председатель «Рыбного союза»:

– К сожалению, в нашей стране рыбный бизнес до сих пор воспринимается как рыбодобыча. Для нас важно убедить государство, что рыбохозяйственный комплекс – не только добыча, но также переработка и аквакультура. Для роста отрасли именно аквакультура и переработка играют важную роль.

Сырьевую базу, которая постоянно уменьшается в естественных водных ресурсах нашей страны, нарастить достаточно трудно. Это можно сделать лишь на несколько процентов – кстати, не без помощи предприятий аквакультуры. Зато, расширив ассортимент и углубив степень переработки рыбной продукции, можно увеличить валовый отраслевой продукт.

Долгое время в России не было такого органа, который бы отвечал за аквакультуру и переработку.

Безусловно, предприятиям, занимающимся переработкой и аквакультурой, не стоит пускать процесс разработки подзаконных актов на самотек. Здесь нам можно поучиться у рыбаков,

активное участие которых при разработке закона «О рыболовстве» и составлении дополнений к нему позволило им добиться закрепления квот, отмены НДС, получения льготы по снижению налога на 85%. А ведь рыболовство – гораздо более прибыльный сегмент, чем аквакультура и переработка.

Сергей Гудков, исполнительный директор «Рыбного союза»:

– Необходимо, чтобы проблемы рыбопереработчиков и предприятий аквакультуры увидели представители власти: правительство и ведомство, которое ими занимается. В нашем случае – это Министерство сельского хозяйства.

Рыбодобытчики, которые законно, правильно и результативно требуют для себя льгот и преференций, в итоге добились инвестиционной привлекательности своей отрасли.



«Рыбодобытчики, которые законно, правильно и результативно требуют для себя льгот и преференций, в итоге добились инвестиционной привлекательности своей отрасли».

Рыба реализуется через предприятия розничной торговли, сети. Ассоциация компаний розничной торговли «АКОРТ» – одна из самых серьезных лоббистских организаций в России. Она очень активно отстаивает свои права, в которых предприятия пытаются ограничить в рамках закона «О торговле», и формирует их позитивный образ, заявляя о том, что розница предлагает потребителю только качественную продукцию, в том числе, рыбную, тщательно выбирая

поставщиков. При этом между участниками и предприятиями розничной торговли появился информационный вакуум, который заполнился слухами, в частности, о том, что рыба продается с наценкой в 70% фирмам-однодневкам, которые в последствие занимаются ее реализацией. И вместо того чтобы формировать позитивное отношение к рыбной продукции совместно, сети и поставщики рыбы с трудом находят общий язык.

Для того чтобы донести представителям не только торговли, но и власти объективную информацию о том, как движется рыбная продукция, необходимо инициировать мероприятия, на которых все участники торговой цепочки будут обсуждать проблемы отрасли и делиться информацией.

Еще один институт, от которого бы хотелось более активных действий – наука. По части разведения красной рыбы наши предприятия аквакультуры стали заложниками всего норвежского. Смолт, корма, оборудование – все закупается в Норвегии. Российские же научно-исследовательские институты разрабатывают проекты по выращиванию рыбы, которые конкурентоспособны в Европе, например, в Италии и Греции, но почему-то не принимают участие в разработке проектов в Мурманске, где есть все условия для выращивания красной рыбы.

Кроме того, учитывая, что вся красная рыба производится в нашей стране на оборудовании, кормах и мальках из Норвегии, у предприятий аквакультуры есть законное право требовать обнуления пошлин на данные ресурсы, чтобы создавать конкурентоспособную продукцию. Уверен, что данный шаг не нанесет урон государству, а наоборот, будет способствовать созданию рабочих мест и росту экономических показателей рыбохозяйственного комплекса в будущем.

Если представители бизнеса и власти различных регионов Российской Федерации будут более консолидированы в плане предоставления и получения друг от друга информации, им будет проще решать возникающие проблемы.

Почему из-за принятия Закона переработчики могут остаться без сырья?

Остановимся более подробно на том, каким образом повлиял обсуждаемый закон на рыбопереработчиков некоторых регионов. В частности, в Мурманской области есть предприятия, которые не обеспечены сырьем и занимаются исключительно переработкой рыбы. Со вступлением в силу поправок, в ту часть закона «Об аквакультуре», которая касается прибрежного рыболовства, улов может перерабатываться прямо на судах. В итоге число поставщиков на мурманские предприятия рыбопереработки с 15 сократилось до трех, что дает ужасающий посыл для инвесторов. А ведь прибрежная рыбопереработка и без того развивалась слабо!

В связи с такой ситуацией, губернатор Мурманской области еще в июле направил предложение в адрес Минсельхоза о том, чтобы установить распоряжением мурманского правительства норму, по которой сырье, выловленное в Баренцевом море, поставлялось бы для переработки на прибрежные заводы. Данная возможность предусмотрена распоряжением правительства.

По закону «Об аквакультуре» нормы, связанные с доставкой на береговые перерабатывающие мощности либо с возможностью перерабатывать уловы на судах, теперь принимаются правительством по заявке регионального органа власти. Другими словами, теперь власти регионов решают судьбу уловов и, соответственно, переработчиков.

На Дальнем Востоке, например, сразу же после выхода подзаконного акта, в июле, ситуация с уловами была скорректирована.

Вывод напрашивается сам собой: если представители бизнеса и власти различных регионов Российской Федерации будут более консолидированы в плане предоставления и получения друг от друга информации, им будет проще решать возникающие проблемы.

Комментарии экспертов

Григорий Карлов,
депутат Государственной Думы
Российской Федерации,
член комитета ГД по природным
ресурсам, природопользованию
и экологии:

– За последние полтора года удалось сделать очень важный шаг – принять закон «Об аквакультуре». Несколько десятилетий мы ходили вокруг него, была масса вариантов – правительственных, частных, ассоциативных. Но нам удалось собрать все бизнес-сообщество отрасли, экспертов, представителей науки, консолидировать прибрежные рыбацкие регионы, для того чтобы определить точку отсчета.

Тот закон, который мы приняли в части аквакультуры, пока рано обсуждать, однако чтобы он правильно зажил, необходим контроль заинтересованных сторон над тем, чтобы все подзаконные акты были приняты вовремя.

В части прибрежного рыболовства уже можно подвести некоторые итоги. Наконец-то мы дали возможность субъектам в прибрежных условиях перерабатывать рыбопродукцию прямо на судах и перегружать ее.

Опыт дальневосточной путины показал, что в ряде районов, где традиционно было много рыбы, а соответственно, и достаточно мощностей для ее переработки на берегу, уловы были низкими. И наоборот, где рыбу не ожидали в большом количестве, например, на Северо-Востоке – там всего два небольших рыбоперерабатывающих предприятия с мощностями до 10 тыс. т, она пришла в большом количестве – более 160 т. Закон помог прибрежникам переработать



Прямая
речь



Григорий Карлов:

«Теперь рыбоводы относятся к сельскому хозяйству, и это большой плюс для них. Если бы аквакультуру сделали частью промышленного рыболовства, как настаивало Росрыболовство, она потеряла бы ряд государственных преференций».

эту продукцию, качественно доставить ее на берег и реализовать.

Теперь рыбоводы относятся к сельскому хозяйству, и это большой плюс для них. Если бы аквакультуру сделали частью промышленного рыболовства, как настаивало Росрыболовство, она потеряла бы ряд государственных преференций. Как только аквакультура стала частью сельского хозяйства, у нее появились определенные преимущества: наряду с другими отраслями сельского хозяйства аквакультурщики будут иметь возможность дополнительного финансирования и датирования.

В целом аквакультура – это возможность создания нового продукта, обновления естественных нерести-

В целом аквакультура – это возможность создания нового продукта, возобновления естественных нерестилищ, создания новых рабочих мест.

лищ, создания новых рабочих мест. И участия государства в софинансировании, по крайней мере, инфраструктурных мероприятий мы ожидаем. Ведь само по себе создание новой фермы, не важно, в морской или речной среде, при отсутствии дороги и электроэнергии не очень интересно для бизнеса: себестоимость слишком высока, а рентабельность низкая.

Поэтому во втором чтении в госдуме будет рассмотрен закон об изменении в налоговом законодательстве в части стимулирования инвестиций в Дальневосточном федеральном округе, включая Байкальский регион и Иркутскую область, для при-

влечения инвестиций в любой сектор экономики. Появляется такое новое наименование налогоплательщика, как участник инвестиционного проекта. При вложении в проект от 150 млн руб. в дальнейшем участник будет иметь возможность софинансирования со стороны государства, при этом для него упраздняется ряд налоговых отчислений, начиная с налога на прибыль и налога на имущество. По большому счету, именно от 150 до 500 млн руб. – те инвестиции, которые дадут возможность предприятиям аквакультуры развиваться.

Я считаю, что необходимо дальнейшее создание условий для предпоче-

ний именно в инвестиционной деятельности.

Отмечу, что в последнее время очень злободневно звучит вопрос административных барьеров. В частности, ряд контролирующих органов в результате своей деятельности завышает конечную стоимость продукции на рынке, что отражается на потребителе. Для того чтобы ненужные барьеры, выстраиваемые ради получения бумаги, устранялись, необходима совместная работа представителей власти и бизнеса.

Возможности аквакультуры нашей страны по части разведения таких видов рыб, как, например, пангаси-



cool technologies, hot opportunities

CHILLVENTA

ROSSIJA 2014

chillventa-rossija.com

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО
4–6 ФЕВРАЛЯ 2014

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ХОЛОДИЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ,
КЛИМАТИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ И ТЕПЛОВЫХ
НАСОСОВ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ,
ТОРГОВЛИ И СТРОИТЕЛЬСТВА

Chillventa Россия –
ведущая специализированная выставка в России,
ориентированная на освещение отечественных и
зарубежных инноваций в области промышленного
холода, кондиционирования и тепловых насосов.

Выставка Chillventa Россия – это информационная
и деловая площадка для обмена актуальными
научными решениями и продвижения Вашего бизнеса.

Не упустите возможность представить бренд,
продукцию и технологические разработки Вашей
компании вниманию специалистов отрасли и
потенциальных деловых партнеров.

Информацию по выставке и участию Вы найдете
на сайте
chillventa-rossija.ru

**Контакт для
российских экспонентов:**
Мария Беляева
ООО «ОВП-РУС»
Международная – 2, офис 533
Краснопресненская наб., 12
123610 Москва, Россия
Тел. +7 495 967-04-64
Факс +7 495 967-04-62
Email: m.belyaeva@owp-russia.ru

NÜRNBERG MESSE

Перспективы развития аквакультуры во многом зависят и от прикладных научно-исследовательских работ, а также от накопленного международного опыта.

ус и тилапия, сегодня реально уступают возможностям поставщиков из Вьетнама и Китая. Здесь, с одной стороны, стоит обратить более пристальное внимание на качество продукции этих стран, с другой – упростить процедуры перемещения наших рыбных запасов внутри страны с минимальными издержками по их оформлению.

Сегодня мы понимаем, что государственные нужды в рыбопродукции в основном восполняют иностранные государства. И мы уже написали несколько обращений в различные инстанции, в которых выразили обеспокоенность тем, что такие ведомства, как Министерство образования и Министерство обороны, в регионах в том числе, приобретают рыбопродукцию, руководствуясь не принципом поддержки отечественного товара высокого качества, а принципом минимальной цены.

Андрей Алексеев,
заместитель
председателя Комитета по
рыбохозяйственному комплексу
Мурманской области:

– Мурманский регион славится как рыбный край и, благодаря промышленному рыбоводству, остается одним из основных российских поставщиков рыбы на прилавки. Ввиду этого в регионе долгое время уделялось достаточно слабое внимание аквакультуре, но в последние годы ситуация поменялась.

В силу географического положения Мурманская область имеет хорошие предпосылки для рыборазведения: незамерзающие губы Баренцева моря создают прекрасные условия для размещения рыбоводных хозяйств.

Сегодня наиболее активно у нас развивается выращивание лосося и форели, хотя есть перспективы



Прямая
речь



Андрей Алексеев:

«В силу географического положения Мурманская область имеет хорошие предпосылки для рыборазведения: незамерзающие губы Баренцева моря создают прекрасные условия для размещения рыбоводных хозяйств».

и для разведения других видов рыб, в первую очередь, морских: палтуса, камбалы и т. д. Потенциал рыборазведения в Мурманской области превышает 50 тыс. т. Сегодня на территории региона работают семь крупных хозяйств.

Один из объектов, мощности которого позволяют выращивать более 300 т рыбы, расположил садки вблизи водного канала Кольской атомной станции, поэтому там всегда есть теплая вода. Предприятие серьезно контролируется и атомщиками, и природоохранными организациями, и ветеринарно-санитарными службами. Никаких отклонений в работе рыборазводного хозяйства ни разу замечено не было.

Предприятием недавно был поставлен эксперимент, в ходе которого в садки был завезен осетр. В результате хозяйство получило несколько центнеров черной икры, часть из которой использовалась для выведения мальков. Рыбоводы получили хороший процент выживаемости и показатель по приросту.

Сейчас предприятие вывело эксперимент на промышленный уровень, сертифицировав производство черной икры и приступив к реализации проекта по разведению осетров. Длительный цикл разведения осетров требует особого внимания и господдержки, в том числе, в рамках закона «Об аквакультуре», причем поддержка должна быть рассчитана на длительный срок.

Еще одно предприятие, цеха которого находятся внутри плотины на Верхнетуломской ГЭС – «Кольская форель». Там осуществляется выращивание мальков форели для дальнейшего получения товарной рыбы в открытых водах.

Перспективное направление региона в части аквакультуры – лососеводство. Пионером в данной области стала компания «Русский лосось». Набирает обороты и компания «Русское море – аквакультура», которому было выделено более 10 участков для товарного рыбоводства, два из которых уже успешно освоены.

Крупные инвестиционные проекты «Русское море – аквакультура» и «Русский лосось» позволили за последние пять лет увеличить в нашем регионе объем товарного выращивания рыбы в 30 раз, а объем реализации готовой продукции – в 16. В ближайшие годы объем товарного выращивания в Мурманской области, по нашим оценкам, превысит 20 тыс. т. Это – серьезный шаг в обеспечении продовольственной безопасности как региона, так и всей страны.

Региональная политика в сфере рыбоводства в регионе направлена на



Многие ихтиологи считают, что малек, полученный в идеальных, тепличных условиях питомника, в большинстве своем обречен на гибель в дикой природе.

повышение экономического потенциала отрасли. Правительство области оказывает финансовую поддержку предприятиям аквакультуры. В частности, субсидирование части затрат на уплату процентов по кредитам, направленных на закупку посадочного материала, оборудования и кормов. Такая поддержка будет нами продолжена, в том числе в рамках подготовленной региональной программы «Развитие рыбохозяйственного комплекса на 2014-2020 годы», в которой выделена подпрограмма «Развитие аквакультуры». Приоритетными определены следующие направления:

- развитие механизмов страхования рисков в аквакультуре;
- создание производства собственного рыбопосадочного материала лососей;
- создание конкурентоспособного производства кормов для марикультуры;
- повышение кадрового потенциала рыбоводства;
- оказание эффективной государственной поддержки предприятий аквакультуры.

Перспективы развития аквакультуры во многом зависят и от прикладных научно-исследовательских работ, а также от накопленного международного опыта.

Не секрет также, что аквакультура связана с таким понятием, как биобезопасность. Для решения задач контроля ситуации с болезнями рыб, организации проведения оперативно-санитарных мероприятий, своевременного выявления и профилактики болезней животных в системе государственной ветеринарной службы региона создан специальный отдел, который специализируется на болезнях именно объектов аквакультуры. Хочу отметить, что для более эффективной работы

в направлении рыборазведения существует необходимость в принятии специальных ветеринарных правил для садковых рыбоводных хозяйств, которые в настоящее время существуют в Норвегии.

Очень важно и принятие перечня нормативно-правовых актов в Закон по части аквакультуры. Прежде всего, это касается определения границ рыбоводных участков, ведь для любых инвестиций необходима стабильность и ясная нормативная база.

Мы заинтересованы в том, чтобы максимальный объем выращенной продукции перерабатывался на территории нашего региона. Пока проекты, которые реализуются на территории Мурманской области, – «Русское море – аквакультура» и «Балтийский берег», осуществляют первичную переработку. Однако эти компании имеют огромный опыт, и мы надеемся, что впоследствии они будут изготавливать на территории нашего региона товары более глубокой переработки.

Анатолий Воронцов,
совладелец крестьянского
фермерского хозяйства
Римы Петровой:

– То, что вышел закон, регулирующий действия предприятий аквакультуры, – это уже хорошо. В данный момент готовится ряд подзаконных актов, которые более подробно коснутся вопросов рыбоводства. Думаю, в них будет достаточно материала для споров и дискуссий.

Как предприятие аквакультуры мы очень рады, что теперь находимся в ведомстве Министерства сельского хозяйства. Министерство рыбоводства, к которому нас хотели причислить, было для нас так называемой «злой мачехой», ведь их интересуют только квоты на вылов дикой

рыбы, которой остается все меньше. Мы для них были бы скорее конкурентами, которые в случае успеха могут помешать.

Было отродно увидеть в Законе статью под названием «Индустриальное рыбоводство», к которому мы с нашей фермой, оснащенной установками замкнутого водоснабжения (УЗВ), и относимся.

Я не только занимаюсь разведением рыбы. Я – активный рыболов с пяти лет. За 50 лет рыболовного стажа я многое видел и над многим размышлял. В СССР охрана природных богатств, к которым относится и рыба, была на довольно высоком уровне. Рыбнадзор работал исправно, особенно во время нереста: незаконно поставленные сети уничтожались, браконьеров регулярно задерживали, водоемы зарыблялись ежегодно и планомерно. Благодаря всему этому ущерб рыбным ресурсам страны не наносился.

В 90-е годы ситуация кардинально изменилась, и наши водоемы опустели. До сих пор в нашей стране нет службы, подобной рыбнадзору, в результате чего процветает браконьерство, причем даже во время нереста! И пока не будет наведен порядок с охраной рыбы и экологии, пока не прекратятся рубки лесов по берегам рек, ничего хорошего не будет.

Конечно, очень хорошо, что чудом сохранившаяся российская наука сможет зарабатывать деньги, вновь зарыбляя наши водоемы, но боюсь, что если не будут приняты перечисленные выше меры, бюджетные деньги будут как всегда потрачены впустую.

Сейчас прессинг на природу необычайно увеличился. У каждого есть машина, лодка, мощный мотор. Китайские сети стоят копейки, и браконьеры не дорожат ими: забытые сети продолжают убивать водные био-

Как бы человечество ни старалось, людей становится все больше, а дикой рыбы все меньше, поэтому снабжение потребителей рыбой все чаще будет происходить силами хозяйств с УЗВ – за ними будущее.

ресурсы и отравлять воду разлагающейся рыбой.

Последние годы на моей любимой форелевой речке, протекающей рядом с нашей рыбной фермой, периодически «рыбачат» браконьеры с электроудочками, которые уничтожают практически всю рыбу в водоеме. Какой смысл зарыблять эту реку?

Вот поэтому все чаще рыбаки едут на рыбалку в Финляндию. Там все так, как должно быть. Я рыбаку не только в Финляндии, Австрии и Испании, где есть чудесные реки с лицензионным ловом форели, кумжи и лосося, но и в некоторых российских водоемах. В частности, на Кольском полуострове на реке Варзуга лицензионная рыбалка организована прекрасно. Дело в том, что английская фирма, организующая рыбалку для VIP-клиентов, взяла в аренду этот участок на 50 лет. В реках же, находящихся вокруг, рыбы нет. Почему? Я видел их охранников, которые постоянно несут службу. Ходят подвое, вооружены, одеты в форму и наверняка получают хорошую зарплату. Результат на лицо: браконьеров нет, рыба есть. Для сравнения, Лужский и Ивангородский лососевые питомники выращивают лосося за собственные деньги для браконьеров!

Почему не взять пример с мудрых англичан и не организовать лицензионный лов лосося на реках Луга и Нарова, а на вырученные деньги не нанять охранников? Часть полученных средств может тратиться на увеличение объемов выращивания малька для зарыбления водоемов. Хотя и тут есть разные мнения: многие ихтиологи считают, что малек, полученный в идеальных, тепличных условиях питомника, в большинстве своем обречен на гибель в дикой природе.

Хочу обратить внимание на те положения Закона, которые меня порадовали. Очень правильным является разрешение получать участки



Прямая
речь



Анатолий Воронцов:

«Положительный момент заключается в том, что Закон предусматривает возмещение вреда, причиненного рыбководческим хозяйствам и водным биологическим ресурсам, ведь очень часто рыбаки, устав от отсутствия клева, разрезают садки, и форель тоннами уходит в открытый водоем».

для вылова рыбы в диких водоемах на 25 лет. Раньше рыбаки, получая такие участки на пару лет, не думали о будущем: завтра разрешения может и не быть, а после нас – хоть потоп и т. д. Есть надежда, что упомянутое нововведение изменит такой подход.

Еще один положительный момент заключается в том, что Закон предусматривает возмещение вреда, причиненного рыбководческим хозяйствам и водным биологическим ресурсам, ведь очень часто рыбаки, устав от отсутствия клева, разрезают садки, и форель тоннами уходит в открытый водоем. В результате бизнес теряет прибыль, зато клев в водоеме становится отличным: как на Черных

камнях в «Бриллиантовой руке»! Однако пока непонятно, кто и как будет охранять садки.

Теперь о том, что меня насторожило. В частности, я говорю о прописанном в Законе разрешении изъятия из водоемов хищных и малоценных видов. В природе нет ничего лишнего и малоценного, и с изъятием не стоит спешить. Хищник выполняет функцию санитара.

И уж совсем не понравился пункт о том, что формирование, содержание и эксплуатация ремонтно-маточного стада рыб-производителей должны осуществляться рыбководческими хозяйствами за свой счет. Это неправильно. В этом деле нужна помощь государства.

Во время конференции, которая проходила в рамках выставки «Агрорусь-2013», нам с гордостью заявили, что теперь каждый сможет заняться рыбководством. На Западе же для этого нужен диплом ихтиолога-рыбовода. Уверен, что и у нас этот диплом необходим. С природой должен работать человек, понимающий ее, знающий специалист, а не любой желающий.

Как бы человечество ни старалось, людей становится все больше, а дикой рыбы все меньше, поэтому снабжение потребителей рыбой все чаще будет происходить силами хозяйств с УЗВ – за ними будущее.

Однако при использовании УЗВ велики затраты на электроэнергию и газ, и цены на услуги естественных монополий постоянно растут. Также растет стоимость топлива для автотранспорта, без которого не доставить рыбу конечному потребителю. И магазинные наценки порой неприятно удивляют. Но для регулирования всех этих аспектов нужен уже совсем другой закон совсем другого министерства. Поэтому без комплексной помощи государства предприятиям не обойтись.

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

18-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

www.agroprod mash-expo.ru



АГРО ПРОД МАШ

7—11 октября
2013

12+



**ПЕРВЫЙ
В ИННОВАЦИЯХ**

реклама

* На основании итогов официального аудита выставочных мероприятий ЗАО «Экспоцентр» 2012 года по количественным показателям: «Общая площадь выставки нетто», «Общее количество участников», «Общее количество посетителей», «Общее количество посещений», «Количество стран-участниц» в тематике «Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты»

Организатор:



При содействии:

Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

Генеральный
информационный
партнер:



Информационный
партнер:



Официальный
интернет-
партнер:



Безусловно, пошлины на импортных мальков и оборудование увеличивают себестоимость продукции отечественных рыбоводов, и, по мнению экспертов, их обнуление принесет государству пользы больше, чем ущерба.

Надо понимать, что платить за все эти подорожания приходится покупателям в магазине. Ни для кого не секрет, что сегодня рыба, выращенная в России, нисколько не дешевле, а зачастую даже дороже, чем импортная. Нашу продукцию сделать дешевле можно, только приняв ряд мер. Помимо уже упомянутых, я бы указал следующие:

- выдача субсидий на корм для рыб, который постоянно дорожает;
- запрет продажи промысловой рыбы российского вылова за границу, где из нее получают рыбий жир и муку и втроедорога продают эти необходимые для изготовления кормов компоненты, нам обратно;
- налаживание переработки рыбы и рыбных отходов в России.

Все это будет способствовать реализации программы продовольственной безопасности.

Я как рыбак был искренне рад за нашего президента, когда ему на рыбалке в Туве попала трофейная щука весом в 21 кг. Хотелось бы, чтобы эта щука оказалась волшебной и смогла исполнить все пожелания русского народа быстро и просто: «по щучьему велению, по нашему хотению». В том числе и мечты представителей бизнеса обо всем, что связано с выловом, разведением и переработкой рыбы. К сожалению, в реальности нам, скорее всего, придется идти тернистым путем, довольствуясь теми небольшими преференциями, которые нам все же удастся получить от государства.

Инна Гольфанд,
генеральный директор компании
«Русское море – аквакультура»:

– Развитие аквакультуры в России затрудняется рядом факторов. Первый из них – проблемы с инфраструктурой. Второй – импорт. На текущий



Прямая
речь



Инна Гольфанд:

«Развитие аквакультуры в России затрудняется рядом факторов. Первый из них – проблемы с инфраструктурой. Второй – импорт. На текущий момент именно импортная семга и форель формируют тот рынок, на котором мы работаем. 220 тыс. т – это те объемы, которые были импортированы в Россию в прошлом году».

момент именно импортная семга и форель формируют тот рынок, на котором мы работаем. 220 тыс. т – это те объемы, которые были импортированы в Россию в прошлом году. При этом с точки зрения природных условий у нас есть все необходимое, чтобы развивать рыбоводство и конкурировать с импортом.

Однако после вступления в ВТО пошлины на импортную семгу и форель снизились, а пошлины на норвежские корма и оборудование для российских рыбоводов составляют соответственно 5% и 15%. Безусловно, эти пошлины увеличивают себестоимость нашей продукции. И если с пошлинами на импорт ничего сде-

лать нельзя, так как это условие работы страны в ВТО, то можно обнулить пошлины на оборудование и корма.

Отмечу также, что длинный цикл выращивания рыбы – два-три года – требует и длительного субсидирования, в то время как сейчас корма субсидируются только на год.

Хотелось бы, чтобы предприятиям рыбоводства субсидировали процентные ставки, нам нужны и прямые субсидии. Когда, например, компании, занимающиеся свиноводством, подкосила Африканская чума, для них были выделены деньги, чтобы они не обанкротились. Рыбоводные компании просят сделать такую же программу, ведь предприятия аквакультуры, в отличие от свиноводов, не вышли даже на объемы, они только встают на ноги. Региональные программы поддержки аквакультуры, предусматривающие субсидии на килограмм выращенной продукции, позволят нам вложить деньги в развитие.

Остановлюсь и на государственно-частных партнерствах. Ряд проектов, которые мы для себя считаем целевыми, требуют длительного вложения денег и не окупаются за пять-семь лет. Например, фабрика на 8 млн штук смолта. Ее строительство оценивается в 1 млрд руб., если ее строить с нуля. Это можно было бы сделать с помощью банковского финансирования. Но необходимость создания соответствующей инфраструктуры, строительства дорог, причалов, проведения электричества делает проект нерентабельным, а его реализацию собственными силами – невозможной. Хотелось бы, чтобы региональное правительство помогло нам с инфраструктурой, получением необходимых разрешений, выделением земли. Нам важно, чтобы власти помогли нам создать стартовую площадку, а все остальное мы сделаем сами. **РС**

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

БОЛЕЕ 2 300 УЧАСТНИКОВ, 64 СТРАНЫ, 53 800 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ПРОД ЭКСПО

10–14
февраля 2014

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



www.prod-expo.ru

Вместе к успеху!

Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Москва, Россия



Expo Rating

* Самая крупная выставка России 2011–2012 гг. по тематике «Продукты питания» в номинациях: «Выставочная площадь», «Профессиональный интерес», «Охват рынка». Рейтинг составлен ТПП РФ и РСВЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами.

18+



реклама

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства сельского
хозяйства РФ





Согласно данным Центра системы мониторинга рыболовства и связи, за первое полугодие 2013 года было выловлено 1,825 млн т водных биоресурсов. Это на 2% больше прошлогоднего показателя. Так, в период с января по июнь 2012 года было освоено 1,790 млн т рыбы.

Объем вылова пикши сократился вдвое

Согласно данным Центра системы мониторинга рыболовства и связи, за первое полугодие 2013 года было выловлено 1,825 млн т водных биоресурсов. Это на 2% больше прошлогоднего показателя. Так, в период с января по июнь 2012 года было освоено 1,790 млн т рыбы.

Объем освоенного минтая в этом году равен 1,035 млн т. Данный показатель находится на том же уровне, что и год назад. Доля минтая также остается на прошлогоднем уровне и составляет 57% от общего объема вылова. Трески в первом полугодии 2013 года было выловлено 267 тыс. т, что на 20% больше аналогичного показателя прошлого года. Так, в январе-июне 2012 года по всей зоне ИЭЗ РФ было освоено 223 тыс. т трески. Доля освоенной трески выросла на 3% и составила 15% от общего объема вылова. В полтора раза увеличился объем вылова сельди. В этом году он составил 188 тыс. т, а в минувшем – 122 тыс. т. Рост доли вылова сельди по сравнению с прошлогод-

Haddock yield volume has dropped twice

According to Fishing Monitoring and Communication System Center, about 1 million 825 thousand tons of water bioresources were caught in the first half of 2013, which is 2% more than a year ago. From January to June 2012, about 1 million 790 thousand tons of fish were explored.

The volume of explored pollock this year is 1 million 35 thousand tons, which is the same as last year. The share of pollock is also the same, reaching 57% of the total yield. About 267 thousand tons of cod was caught in the first half of 2013, which is 20% more than last year. From January to June 2013, in Russian EEZ 223 thousand tons of cod were explored. The volume of herring yield has increased 3%, reaching 15% of the total yield volume. This year, it has reached 188 thousand tons, compared to 122 thousand tons last



Автор:

**Анна
Евангелеева,**
аналитик Fishretail.Ru
E-mail:
a.evangeleeva@gmail.com

Author:

**Anna
Evanguleeva**
Fishretail.Ru analyst
E-mail:
a.evangeleeva@gmail.com

ним показателем составил 3%, до уровня 10% от общего объема вылова.

Рост общего показателя вылова достигнут за счет увеличения вылова трески и сельди. Кроме того, положительная динамика отмечена у краба (его показатель увеличился на 4% – с 20 тыс. до 21 тыс. т), нерки (на 29% – с 9 тыс. до 12 тыс. т), палтуса (на 22% – с 9 тыс. до 12 тыс. т), а также хамсы (на 46% – с 8 тыс. до 12 тыс. т).

Но в то же время в первом полугодии 2013 года в два раза сократился вылов пикши – с 89 тыс. до 44 тыс. т. Уменьшился объем выловленной мойвы и камбалы. Темп падения мойвы составил 5% – с 64 тыс. до 60 тыс. т, а камбалы 4% – с 48 тыс. до 46 тыс. т. Также отмечен спад объема вылова наваги и шпрот (кильки). В текущем году наваги выловили на 18%, а шпрот (кильки) на 16% меньше в сравнении с прошлогодним показателем.

По данным Fishretail, на 30-й неделе текущего года в Москве максимальный прирост средней оптовой цены вновь у тушки кальмара. Она подорожала на 6% – до 85,95 руб./кг. Средняя цена сайды б/г повысилась еще на 2% и составила 68,62 руб./кг. Рост среднего ценника на уровне 1,5% отмечен у путассу – до 25,99 руб./кг, а также минтая б/г – до 58,44 руб./кг. Незначительное изменение цены – на 0,2% – наблюдается у окуня б/г (калибр 200-500+), сельди (тушка 300-350+) и тушки хека. Теперь их средняя стоимость составляет 152,87 руб./кг, 61,66 руб./кг и 96,63 руб./кг, соответственно. Спад средней оптовой цены на уровне 1,5% отмечен у трески б/г – до 76,78 руб./кг, на уровне 2,5% у горбуши с/г – до 71,05 руб./кг.

В Санкт-Петербурге на прошлой неделе средняя цена на окуня б/г (калибр 200-500+) выросла на 1,5% и составила 157,29 руб./кг. Рост стоимости на уровне 1% наблюдается у зубатки синей – до 46,92 руб./кг, сайды б/г – до 70,20 руб./кг, а также скумбрии (400-600) – до 96,85 руб./кг. На 0,5% подорожали тушка кальмара и путассу. Их сред-

According to Fishing Monitoring and Communication System Center, about 1 million 825 thousand tons of water bioresources were caught in the first half of 2013, which is 2% more than a year ago. From January to June 2012, about 1 million 790 thousand tons of fish were explored.

year. The share of herring yield, as compared to last year, has grown from 3% to 10%.

The growth of total yield amount is due to the increase in cod and herring yield. Also, positive dynamics is seen for crab (its amount has grown by 4% from 20 to 21 thousand tons), red salmon (29% from 9 to 12 thousand tons), halibut (22% from 9 to 12 thousand tons) and anchovy (46% from 8 to 12 thousand tons).

But despite this, during the first half of 2013, haddock yield has decreased twice from 89 to 44 thousand tons. The volume of caught capelin and flounder has fallen as well. The rate of fall in capelin yield was 5% from 64 to 60 thousand tons, flounder yield – 4% from 48 to 46 thousand tons. Also, the decrease in navaga and sprat yield was noticed. This year, 18% less of navaga and 16% less of sprat was caught as compared to last-year numbers.

According to Fishretail, during the 30th week of this year, the biggest average purchasing price growth was for squid carcass – it has grown by 6% to 85.95 rubles/ kilo. The average price for headed green cod has grown by 2% and reached 68.62 rubles/ kilo. The growth of average price by 2% was noticed for poutassou to 25.99 rubles/ kilo and headed pollock to 58.44 rubles/ kilo. Small changes in prices by 0.2% are seen for headed perch (caliber 200-500+),

The growth of total yield amount is due to the increase in cod and herring yield.

Таблица 1. Десятка лидирующих позиций по объему вылова в ИЭЗ РФ по итогам первого полугодия 2013 года

Table 1. 10 leading positions for yield volume in Russian EEZ during the first half of 2013

	Январь-июнь 2013 г., тонн January-June 2013, tons	Январь-июнь 2012 г., тонн January-June 2012, tons	Прирост 2013 г к 2012 г., % Growth 2013 to 2012, %	Доля 2013 г., % The share in 2013, %
Минтай / pollock	1035807	1034109	0,2%	57%
Треска / cod	267255	223117	20%	15%
Сельдь / herring	188189	122543	54%	10%
Мойва / capelin	60573	63951	-5%	3%
Камбала / flounder	46735	48602	-4%	3%
Пикша / haddock	44299	89306	-50%	2%
Прочие морские / other sea fish	23914	35542	-33%	1%
Крабы / crabs	21653	20872	4%	1%
Шпрот (килька) / sprat	18240	21612	-16%	1%
Навага / navaga	17130	20983	-18%	1%

Таблица 2. Пятерка лидирующих позиций по объему вылова в каждом бассейне ИЭЗ по итогам первого полугодия 2013 года

Table 2. Five leading positions in yield volume in each EEZ basin for the first half of 2013

Название бассейна Basin name	Рыбы и морепродукты Fish and seafood	Январь-июнь 2013 г., тонн January-June 2013, tons	Январь-июнь 2012 г., тонн January-June 2012, tons	Прирост 2013 г. к 2012 г., % growth 2013 to 2012, %	Доля в объеме бассейна, % – the share in basin volume, %
Дальневосточный бассейн / Far East basin	минтай / pollock	1035807	1034109	0,2%	73%
	сельдь / herring	181230	114289	59%	13%
	камбала / flounder	43106	46096	-6%	3%
	треска / cod	41039	42431	-3%	3%
	прочие морские / other fish and seafood	23629	35385	-33%	2%
Северный бассейн / North Basin	треска / cod	224945	179383	25%	67%
	мойва / capelin	60381	63668	-5%	18%
	пикша / haddock	44299	89306	-50%	13%
	зубатка / wolffish	2967	2722	9%	1%
	камбала / flounder	2942	1852	59%	1%
Западный бассейн / West basin	шпрот / sprat	14775	13740	8%	59%
	сельдь / herring	6848	8163	-16%	27%
	треска / cod	1240	1303	-5%	5%
	камбала / flounder	662	624	6%	3%
	корюшка европейская / European smelt	504	560	-10%	2%
Азовско-Черноморский бассейн / Azov and Black Sea basin	хамса / anchovy	11768	8021	47%	71%
	шпрот черномор / Black Sea sprat	2356	6988	-66%	14%
	окунеобразные / perch	1011	582	74%	6%
	карась пресн. / crucian carp	599	495	21%	4%
	тарань / roach	314	144	117%	2%
Волжско-Каспийский бассейн / Volga and Caspian basin	красноперка / red-eye	3862	3784	2%	20%
	карась пресн. / crucian carp	3433	3091	11%	17%
	сом / catfish	3077	2821	9%	16%
	щука / pike	2490	2369	5%	13%
	окунеобразные / perch	2019	1613	25%	10%

ная цена теперь составляет 80,87 руб./кг и 23,35 руб./кг, соответственно. Примерно на том же уровне, что и неделю назад, осталась цена у зубатки пестрой (116,46 руб./кг), трески б/г (82,10 руб./кг), а также минтая б/г (58,81 руб./кг). Незначительный спад цены на 0,5% у тушки хека – до 95,01 руб./кг. На 2% снизилась цена у горбуши с/г – до уровня 73,42 руб./кг, на 2,5% у сельди (тушка 300-350+) – до 54,80 руб./кг, на 4% у салаки – до 32,49 руб./кг. **fs**

Рост общего показателя вылова достигнут за счет увеличения вылова трески и сельди.

herring (300-350+) and hake carcass. Their average prices are 152.87 rubles/ kilo, 61.66 rubles/ kilo and 96.63 rubles/ kilo correspondingly. The fall in average purchasing prices are seen for headed cod – by 1.5% to 76.78 rubles/ kilo, for whole humpback – 2.5% to 71.05 rubles/ kilo.

Last week in St. Petersburg the average price for whole perch (200-500+) has grown 1.5%, reaching 157.29 rubles/ kilo. Price growth by 1% is seen for blue wolffish to 46.92 rubles/ kilo, headed green cod to 70.20 rubles/ kilo and mackerel (400-600) to 96.85 rubles/ kilo. Squid carcass and poutassou have become 0.5% more expensive. Their average prices are now 80.87 rubles/ kilo and 23.35 rubles/ kilo correspondingly. Prices for striped wolffish (116.46 rubles/ kilo), headed cod (82.10 rubles/ kilo) and headed pollock (58.81 rubles/ kilo) are the same as a week ago. The small drop in price by 0.5% is seen for hake carcass to 95.01 rubles/ kilo. Price for whole humpback has fallen by 2% to 73.42 rubles/ kilo, herring – by 2.5% (carcass 300-350+) to 54,80 rubles/ kilo, Baltic herring – by 4% to 32,49 rubles/ kilo. **fs**

XXII МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА

www.peterfood.ru



peterfood

ЗАКУПЩИКИ Санкт-Петербург, ВК ЛенЭкспо
50 СЕТЕЙ 12-14 НОЯБРЯ **2013**
НА ВАШЕМ СТЕНДЕ

Организатор:
Конгрессно-Выставочная Компания «Империя»



Тел./факс: (812) 327 49 18 (многоканальный)
E-mail: imperiam@imperiaforum.ru

женские правила

Гость:

Татьяна Сергиенко,
председатель Совета директоров,
финансовый директор компании «ГлавТоргПродукт»

Беседовала:

Виктория Загоровская



Татьяна Сергиенко: Любая женщина – прирожденная актриса!

Фамилия, Имя:

Татьяна Сергиенко

Место и дата рождения:

Ленинград, 21.06.1955 год

Специальность:

«Планирование на предприятиях
пищевой промышленности»

Название компании, должность:

ЗАО «Катран» – финансовый директор,
ОАО «ГлавТоргПродукт» – с момента
основания компании бессменный
председатель Совета директоров,
финансовый директор

Сколько времени работает
на руководящей должности:

в компании «Катран» – с 2002 года,
в «ГлавТоргПродукт» – с 2011 года

Основные достижения в карьере:

финансовый директор
ОАО «ГлавТоргПродукт»

Семейное положение:

вдова, есть сын

Хобби:

туризм

Как вы попали в этот бизнес? Что послужило причиной выбора данной сферы деятельности?

– Нельзя сказать, что это была случайность. Я с детства не боялась быть непохожей на других. Оглядываясь назад, могу сказать, что была лидером. Я всегда испытывала внутреннее желание стать руководителем, проявляла интерес к этому виду деятельности. Я, что называется, пришла в бизнес по доброй воле и с самыми серьезными намерениями. Считаю себя убежденной бизнес-леди!

В вашей жизни был человек, которого вы могли бы назвать своим Учителем?

– С уверенностью могу сказать, что самый главный учитель в моей жизни – это я сама, мой опыт! Покажется нескромным, но все, что имею в жизни, и то, кем являюсь, – целиком и полностью моя заслуга.

Какими качествами, на ваш взгляд, должна обладать современная

бизнес-леди? Что отличает женщину в бизнесе?

– До недавнего времени считалось, что только сила, упорство и настойчивость (т. е. мужские качества) способны принести успех в достижении результатов. Имелось в виду, что мужчина более успешен в бизнесе. Я считаю, что женщина преуспеет в этом деле, только если она понимает, что команда, как и семья, — ее сила, и готова вдохновлять, поддерживать свою семью-команду, не чувствуя собственного превосходства над ней. Искренняя любовь и этика – основа эффективного бизнеса.

Лучшие руководители – мужчины или женщины? Почему?

– Бесспорно, женщина иногда приходится играть по мужским правилам, но так уж вышло, что мы по природе своей значительно отличаемся от представителей сильного пола, поэтому без собственных хитростей здесь не обойтись.

Для начала, хочется сказать, что ни один мужчина не сможет в короткое время сыграть несколько ролей, не получив при этом нервного приступа. А женщина –прирожденная актриса, которой перевоплотиться и адаптироваться к новой ситуации, тем более стремительно меняющейся, не составляет особого труда.

Каковы основные профессиональные заболевания женщин, которые занимаются бизнесом?

Суверенностью могу сказать, что самый главный учитель в моей жизни – это я сама, мой опыт!

Однажды у трех строителей спросили, чем они занимаются. Первый ответил, что он дробит камни, второй – зарабатывает на жизнь, третий сказал: «Я строю храм». В бизнесе очень важно отношение к своему делу!

Женский бизнес более живуч и стабилен, чем мужской, в большинстве случаев это может объясняться женскими чертами характера и стилем руководства.

– Если это можно назвать заболеванием, то хронический цейтнот – нехватка времени.

Какой принцип управления вам близок?

– Я давно использую два принципа руководства: и мужской, и женский. Мужской стиль всегда имеет верхнюю планку в виде финансовых доходов, а женский – никогда. Потому что команда может одновременно работать в совершенно разных местах и с разных сторон приносить прибыль.

Стандартная российская история: люди не уверены, что завтра не потеряют то, что имеют сегодня, из-за этого никто не хочет работать на перспективу. Что помогает вам мотивировать сотрудников?

– Основные постулаты руководства: мужской стиль бизнеса опирается на принцип «я сам за все отвечаю», женский основывается на командной работе, семейной атмосфере и принципе «мы вместе отвечаем за все, что делаем». Считаю это эффективной мотивацией.

Здесь мне хотелось бы привести одну короткую притчу. Однажды у трех строителей спросили, чем они занимаются. Первый ответил, что он дробит камни, второй – зарабатывает на жизнь, третий сказал: «Я строю храм». Думаю, многие со мной согласятся, что в бизнесе очень важно отношение к своему делу.

Ваши коллеги становятся друзьями?

– Я считаю неприемлемой дружбу между руководителем и подчиненным. В деловых отношениях всегда должна сохраняться субординация. Но дружеские отношения никто не отменял!

У каждого бизнесмена бывают ситуации, когда все выходит из-под контроля. Что вы делаете в таких случаях?

– Важным качеством специалиста, занимающего мою позицию в фирме, я считаю адекватность самооценки. Такая самооценка помогает преодолевать трудности, нормально воспринимать



— Ни один мужчина не сможет в короткое время сыграть несколько ролей, не получив нервного приступа. Тогда как для женщины это не составит особого труда.

поражения и не винить в этом других, а также помогает смириться со сравнительно долгим ожиданием результатов своих усилий. Женский бизнес более живуч и стабилен, чем мужской, в большинстве случаев это может объясняться женскими чертами характера и стилем руководства. Значимыми в такой ситуации являются и ценностные ориентации женщины, такие как гуманный менеджмент, повышенная ответственность и стремление к новизне. Возможно, благодаря этому представительница прекрасной половины человечества как руководитель ни в чем не уступает мужчине и в определенных условиях имеет возможность превосходить его в конкурентной борьбе.

Какой вид отдыха для вас предпочтительней? Какая страна или город вам ближе всего по духу?

– Предпочитаю спокойный размеренный отдых, прогулки и экскурсии по новым местам. Мне близка Италия с ее улыбчивыми позитивными жителями и неспешным ритмом жизни.

Какое кино смотрите?

Люблю фильмы Советской эпохи.

Вы считаете себя успешным человеком? Чем измеряется успех?

– Безусловно, я успешный человек! И не только потому, что я успешна в профессии (хотя это немаловажный момент), но и потому что мне действительно нравится то, чем я занимаюсь.

Если бы можно было вернуться назад и поступить по-другому, что вы изменили бы?

– Ничего. Даже когда мы совершаем ошибки – это отличный опыт на будущее.

Назовите любимый афоризм или деловую цитату.

– Первый премьер-министр независимой Индии Джавахарлал Неру говорил: «Успех чаще выпадает на долю того, кто смело действует, но его редко добиваются те, кто проявляет робость и постоянно опасается последствий». **РБ**

Гость:



Инна Гольфанд,
генеральный директор
ООО «Русское море – аквакультура»

Беседовала:

**Елена Максимова**

Особенности национального рыбоводства

*Красная рыба — одно из любимых лакомств российских потребителей, независимо от их достатка. О тонкостях и перспективах выращивания красной рыбы в России, а также об особенностях взаимодействия отрасли и государства расскажет **Инна Гольфанд, генеральный директор ООО «Русское море – аквакультура».***

Инна, расскажите об основных направлениях работы компании «Русское море».

– Группа компаний «Русское море» на сегодняшний день работает в двух направлениях: ЗАО «Русская рыбная компания» занимается дистрибуцией рыбы и морепродуктов, а «Русское море – аквакультура» – выращиванием красной рыбы.

Деятельность компании «Русское море – аквакультура» сосредоточена на выращивании семги в Мурманской области и форели в республике Карелия. Наша компания работает в Карелии с 2007 года. Сейчас предприятие вышло на достаточно значимый объем производства. По Карелии мы входим в пятерку крупнейших хозяйств по объему выращивания рыбы. В Мурманске наш проект пока находится на стадии развития. Сейчас у нас работает два рыбодобных участка – фермы по выращиванию рыбы, первая из которых была запущена год назад. Первую выращенную семгу мы планируем продавать в следующем году.

Как вы реализовываете свою продукцию?

– Мы реализовываем всю продукцию через собственную дистрибуционную сеть ЗАО «Русская рыбная компания», которой управляет Дмитрий



«Деятельность компании «Русское море – аквакультура» сосредоточена на выращивании семги в Мурманской области и форели в республике Карелия. Наша компания работает в Карелии с 2007 года».

Дангауэр. Это крупнейший дистрибутор рыбы с огромной филиальной сетью и хорошими контактами с ритейлерами по всей России. Компания занимается практически всем ассортиментом рыбы, которая реализуется на территории нашей страны. Но основа ассортимента предприятия – красная рыба. «Русская рыбная компания» – крупнейший импортер норвежской семги и форели.

Какие корма используете?

– Норвежские для семги и, в основном, французские для форели в Карелии.

Российские производители предлагают достойные корма для семги?

– К сожалению, российские производители корма пока не могут конку-

рировать с иностранцами ни по качеству, ни по цене. Предлагаемые цены от российских изготовителей выше, чем на импортные корма. Думаю, это связано с тем, что объемы производства пока несравнимы.

В Норвегии, Франции, Дании, Финляндии бизнес по выращиванию рыбы и, соответственно, производству кормов хорошо развит. У нас же он находится на начальной стадии развития. Кормовые заводы за рубежом полностью автоматизированы и специализируются исключительно на рыбных кормах. Российские же кормовые компании для достижения объемов вынуждены производить широкий ассортимент продукции. Такой широкий охват часто не способствует качеству. Тем не менее, мы всегда открыты для сотрудничества с российскими компаниями, способными гарантировать высокое качество кормов при конкурентоспособной цене.

Мальков вы тоже закупаете за рубежом?

– Мальков семги (смолт) мы закупает в Норвегии. Планируем строить собственную смолтовую фабрику, но для этого нам требуется поддержка государства. Данный проект является долгосрочным, и его результаты мы сможем оценить только через несколько лет.

Существует мнение, что аквакультурой в России заниматься не выгодно, что в этот бизнес решаются войти только истинные фанаты своего дела. Как Вам кажется, насколько справедливо это утверждение?

– Вообще цель любого бизнеса – достойный доход, и если бы заниматься аквакультурой было невыгодно – ею бы никто не занимался. Сегодня вы-



Для того чтобы выращивание рыбы малых объемов превратилось в настоящий бизнес, требуется автоматизация процессов.



рашивание рыбы – довольно перспективное направление в плане прибыльности. Однако несовершенство законодательства, низкий уровень поддержки со стороны государства, конечно, делают более сложной реализацию проектов по развитию предприятий аквакультуры. Мы развиваемся на заемные средства, которые берутся под достаточно высокие проценты в расчете на то, что часть процентной ставки мы сможем компенсировать за счет государственных программ субсидирования. Отсутствие данных программ, как и сложность получения субсидий, конечно, ухудшают финансовые показатели компаний, которые занимаются выращиванием рыбы в нашей стране. Для сравнения, в Норвегии отрасли аквакультуры оказывается серьезная поддержка, особенно в северных регионах. Ранее там даже возвращали до 30% от капитальных затрат на создание ферм. В России же пока поддержки практически нет.

То есть государственная политика по отношению к предприятиям аквакультуры оставляет желать лучшего?

– В начале июля был принят закон «Об аквакультуре (рыбоводстве) и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который поможет развитию бизнеса. В нем были решены вопросы отраслевой принадлежности компаний аквакультуры, была заложена база под осуществление государственной поддержки компаний отрасли. Ранее, например, та рыба, кото-

рая разводилась в наших садках, нам даже не принадлежала.

Однако на данный момент еще не приняты требуемые постановления правительства для реализации этой господдержки в рамках закона об аквакультуре. Нерешенными пока остаются вопросы субсидирования процентной ставки с 2013 года, снижения таможенных пошлин на оборудование, мальков и корма для аквакультуры, нет региональных программ поддержки. При этом рыба растет дороже, чем курица, свинья или крупный рогатый скот. Все же другие отрасли животноводства пользуются значительной поддержкой со стороны государства. Аквакультура же, притом что длительность процесса выращивания рыбы составляет 2-3 года, вынуждена развиваться пока исключительно за счет собственных активов.

Мы очень надеемся, что в ближайшее время ситуация изменится и бу-

дут приняты меры господдержки отрасли.

Какие виды рыб наиболее интересны как объекты аквакультуры для российских предпринимателей?

– Карп – его объемы составляют более 50% от всей рыбы, выращиваемой в России. Он выращивается, как правило, методом пастбищного рыбоводства. Кроме того, еще в небольших количествах выращивают осетровых и беспозвоночных. Если говорить о красной рыбе, то в прошлом году из 140 тыс. т рыбы, выращенной российскими предприятиями аквакультуры, семга и форель составили всего 20 тысяч тонн.

С чего началось выращивание красной рыбы в России?

– Форель изначально выращивалась на северо-западе нашей страны в республике Карелия. Однако те фореле-

левые хозяйства, которые там были, я бы назвала «приусадебными хозяйствами» – предприниматель ставил в природный водоем несколько садков и, используя подручные материалы, выращивал там рыбу.

Для развития такого бизнеса требуется достаточно большое количество людей, так как подобные хозяйства используют исключительно ручной труд, не автоматизируя технологические процессы. В Карелии до сих пор



«Импорт красной рыбы в прошлом году составил 200 тыс. т. Столько рыбы в России вырастить практически невозможно. А вот 100 тыс. т – те цифры, на которые мы совместно с другими крупными игроками рынка можем выйти в ближайшие 5-7 лет».

есть такие фермы – в регионе более 50 форелевых хозяйств.

Для того чтобы выращивание рыбы малых объемов превратилось в настоящий бизнес, требуется автоматизация и стандартизация процессов, чем мы и занимаемся и в Карелии, и в Мурманске. Несмотря на то что «Русское море – аквакультура» пока только наращивает объемы, даже имея показатель в 2,5 тысяч тонн, мы уже входим в пятерку крупнейших хозяйств региона.

А можно ли сказать, кто первым ввел в Карелии «моду» на бизнес по выращиванию красной рыбы?

– Сложно сказать. Допустим, предприниматель несколько лет назад первым установил садок, в котором вырастил тонну форели. Однако можно ли назвать это серьезным бизнесом, если фермер как тогда, так и сейчас выращивает тонну и не развивается? Наверное, нет. В данный момент в Карелии идет процесс консолидации отрасли: увеличивается количество крупных компаний путем слияния либо роста объемов выращивания на фермерских хозяйствах.

Можно ли говорить о высокой конкуренции в сегменте выращивания красной рыбы?

– На данный момент нельзя. Российский рынок насыщен красной рыбой

не полностью, у нас пока огромный потенциал для импортозамещения.

Сейчас аквакультура в России находится на стадии становления. Каким образом, на ваш взгляд, будет происходить ее развитие в нашей стране?

– В России наметилось два пути развития аквакультуры. Причем они существуют параллельно друг с другом.

Первый путь, тот, которым пошли мы, я бы условно назвала норвежским. Это выращивание дорогой рыбы, семги и форели, в достаточно больших объемах с использованием высокотехнологичного оборудования, позволяющего автоматизировать процессы. В Норвегии бизнес по выращиванию красной рыбы имеет промышленные масштабы, там постоянно развиваются технологии, внедряются инновации. Когда мы строили нашу ферму в Мурманске, то постарались учесть норвежский опыт и использовать на предприятии наиболее современные технологии выращивания.

Второй путь можно именовать китайским – выращивание большого количества недорогой рыбы, такой как карп и толстолобик, пастбищным способом с привлечением большого количества людей в качестве рабочей силы.

В чем разница между семгой, выращенной в России и в Норвегии?

– Нашу рыбу везут до потребителей два дня, а норвежскую – семь дней. Это и есть основное отличие.

– Как выглядит потребление красной рыбы в России сегодня?

– Оно в России год от года растет. Так, в 2012 году рост составил 25% по отношению к 2011 году, в этом году точных цифр еще нет, но скорее всего рынок не увеличится в объемах. Причина – цена на рыбу, которая находится на достаточно высоком уровне из-за недостатка предложения со стороны как российских, так и мировых производителей.

Насколько реально для России решить проблему импортозамещения по красной рыбе?

– Вполне реально. Импорт красной рыбы в прошлом году составил 200 тыс. т. Столько рыбы в России вырастить практически невозможно. А вот 100 тыс. т – те цифры, на кото-

рые мы совместно с другими крупными игроками рынка можем выйти в ближайшие 5-7 лет.

За счет более короткого срока доставки и отсутствия процедуры таможенного оформления на внутреннем рынке, российская рыба попадает к конечному потребителю более свежей, чем норвежская. Сегодня наши предприятия аквакультуры имеют возможность везти свою продукцию в различные регионы России, формируя новые рынки, скажем, за Уралом.

Довезти охлажденную рыбу до потребителя свежей непросто. Как Вы решаете эту проблему?

– Мы в основном пользуемся автотранспортом. У нас нет собственного автопарка, мы проводим тендеры с перевозчиками снижая затраты на логистику.

Какое место в структуре аквакультуры и разведения красной рыбы на вашем предприятии занимает красная икра?

– Мы производим красную икру в Карелии. Основные объемы продаж приходятся на период с февраля по апрель. Она более мелкая, чем икра дальневосточных «товарок», но гораздо более вкусная.

Каковы ваши ближайшие планы развития?

– На сегодняшний день, по оценке ученых в России может быть выращено не менее 150 тыс. Тонн красной рыбы ежегодно.

Мы собираемся серьезно увеличивать масштабы и объемы выращивания рыбы. В июне мы открыли вторую ферму в Мурманске мощностью около 6 тыс. т. В следующем году мы собираемся открыть еще две фермы в Мурманске, а в дальнейшем – каждый год наращивать объемы бизнеса. Основные планы на ближайшие несколько лет – не менее 20 тыс. тонн товарной рыбы ежегодно с дальнейшим увеличением объемов после выхода на стабильные показатели. По объемам мы видим, что Карелия обладает огромным потенциалом для увеличения масштабов выращивания. Природные ресурсы карельских озер и Белого моря позволяют выращивать рыбу в промышленных масштабах. Чистая и холодная вода оптимально подходит для выращивания красной рыбы. **РС**



11-14 ФЕВРАЛЯ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ МИР ВКУСА 2014

МОСКВА, МВЦ КРОКУС ЭКСПО
ОТКРЫТ ПРИЁМ ЗАЯВОК НА РАЗМЕЩЕНИЕ СТЕНДОВ

TASTY WORLD - ЭТО МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, КОТОРАЯ ПРЕДСТАВИТ ВЕСЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РЫНОК ПРОДУКЦИИ КАК ОТЕЧЕСТВЕННЫХ, ТАК И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.

TASTY WORLD ИМЕЕТ СТАТУС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕРОПРИЯТИЯ, САМОГО ШИРОКОГО ФОРМАТА, КОТОРОЕ ОБЪЕДИНИТ И ПРОДЕМОНСТРИРУЕТ ВСЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОТРАСЛИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЯВЛЯЯСЬ УНИКАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПЛАТФОРМОЙ, ОТЛИЧАЮЩЕЙСЯ ОБШИРНОЙ БИЗНЕС-ПРОГРАММОЙ, НАША ВЫСТАВКА - ЭТО НАИБОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНОЕ МЕСТО ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ НОВЫХ СДЕЛОК, ЗАВЯЗЫВАНИЯ НОВЫХ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ, ПОЛУЧЕНИЯ СВЕЖЕЙ ИНФОРМАЦИИ О ПЕРЕМЕНАХ И НОВИНКАХ НА СТРЕМИТЕЛЬНО РАЗВИВАЮЩЕМСЯ И ДИНАМИЧНОМ РЫНКЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

ПРОСТРАНСТВО ВЫСТАВКИ ОХВАТЫВАЕТ ВСЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ON-TRADE ПРОДАЖИ И NORECA. ТАК ЖЕ НА ВЫСТАВКЕ ШИРОКО ПРЕДСТАВЛЕН АКТУАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ, ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ И ЭКОПРОДУКЦИИ ПРЕМИУМ-КЛАССА.

НА ВЫСТАВКЕ TASTY WORLD БУДУТ ОРГАНИЗОВАНЫ ТРЕНИНГИ, ОТКРЫТЫЕ ЛЕКЦИИ И СЕМИНАРЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ЭКОПИТАНИЮ И ПРОИЗВОДСТВУ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ УПАКОВКИ.

ОРГАНИЗАТОРЫ ВЫСТАВКИ КОМПАНИЯ DP GROUP ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КРОКУС ЭКСПО.

К УСПЕХУ ↑

DP GROUP

+7 (495) 363-00-53

WWW.TASTYWORLD.RU | INFO@TASTYWORLD.RU

Место проведения:

Крокус Экспо
Международный выставочный центр

Организаторы:



Крокус Экспо
Международный выставочный центр

16+

Рыбопереработчики лишились оборудования из-за кражи

Житель Сахалинской области подозревается в краже с рыбоперерабатывающей базы оборудования стоимостью около 2 млн руб. Как выяснилось в ходе расследования, злоумышленник сдал его на металлолом.



В конце мая в дежурную часть отдела МВД по Корсаковскому городскому округу поступило сообщение от работника рыбоперерабатывающей базы о том, что на территории учреждения находится посторонний гражданин.

Как сообщили в пресс-службе УМВД России по Сахалинской области, полицейские обнаружили на территории базы мужчину в состоянии алкогольного опьянения. Гражданин заявил, что приехал на предприятие просто поспать. Сотрудники учреждения организовали проверку имущества базы. В результате обнаружилась пропажа специального оборудования стоимостью 1,89 млн руб. В ходе разбирательства полицейские установили, что оборудование похитил именно гражданин, обнаруженный на территории предприятия.

29-летний безработный, ранее судимый житель города Корсакова на машине забрал дорогостоящее оборудование с базы, а потом сдал его на металлолом, выручив за это около 30 тыс. руб. К моменту выяснения обстоятельств произошедшего похищенное оборудование уже было утилизировано. Возбуждено уголовное дело по статье 158 УК РФ (кража). В отношении подозреваемого, который дал признательные показания, избрана мера пресечения в виде подписки о невыезде.

Fishnews

Россия снижает пошлины на рыбу

С 1 сентября в соответствии с обязательствами перед Всемирной торговой организацией Россия снижает экспортные и импортные пошлины на рыбу. Однако особого снижения цен не ожидается. При этом, как сообщают в Росрыболовстве, потери бюджета превысят 4 млрд руб. в год.

Ранее ввозные пошлины на рыбу составляли 10%. С сентября ставки на охлажденную семгу и форель снижаются до 8,6%, на мороженую — до 8,3%. На филе тилапии и пангасиуса пошлина сокращается до 8,7%, филе минтая — до 8,5%, на сурими — до 8%. Пошлины на мороженую кильку, шпроты и сардины снижаются до 8,7%, мороженую мерлузу (хек) и морской окунь — до 9%, мороженую скумбрию — до 7,5%, мороженую мойву — до 8%. Ставки на ввоз моллюсков снизятся с 15% до 13,3%.

Наиболее заметно пошлины сократятся на мороженую сельдь — с 10% до 6,5%, а также креветки — с 10% до 6%. Согласно данным Евразийской экономической комиссии, снижаются также пошлины на рыбу соленую, сушеную и копченую. Например, на соленую сельдь — с 10% до 8,3%.

Вместе с этим, по данным Росрыболовства, с 1 сентября Россия снижает с 5% до 3,75% ставки экспортных пошлин на мороженую рыбу. Речь идет о товарной позиции с кодом 0303 ТН ВЭД — «Рыба мороженая, за исключением рыбного филе и прочего мяса рыбы товарной позиции 0304». К 2015 году пошлины на рыбу должны быть обнулены.

Как подсчитали в Росрыболовстве, из-за снижения пошлин на рыбу российский бюджет будет недополучать более 4 млрд руб. в год: 2,5-2,7 млрд руб. от сокращения импортных пошлин и 1,5 млрд руб. от снижения экспортных. Такие потери рассчитаны с прогнозируемых объемов вылова, экспорта и импорта.



Согласно логике, снижение пошлин должно привести к снижению цен на российском рынке. Однако это вряд ли произойдет, отмечает **руководитель центра общественных связей Росрыболовства Александр Савельев**. По его словам, трейдеры уже начали плавное повышение цен.

ИА «Прайм»

У России появится еще одно соглашение в области рыбного хозяйства

Представители России и Южной Осетии договорились начать работу над двусторонним соглашением по сотрудничеству в рыбной отрасли. Руководство Росрыболовства считает, что страны могут сотрудничать в сфере аквакультуры.

Руководитель Федерального агентства по рыболовству Андрей Крайний встретил-

ся с чрезвычайным и полномочным послом Республики Южная Осетия в РФ Дмитрием Медоевым.

Как сообщили в центре общественных связей Росрыболовства, сегодня на территории Южной Осетии действует четыре рыбообразованных предприятия. В ближайшее время делегация республики планирует посетить Дагестан, где ознакомится с работой российских предприятий в области аквакультуры.



По мнению Андрея Крайнего, в Южной Осетии необходимо развивать аквакультуру. В первую очередь — форелевые, карповые и осетровые хозяйства. По этим направлениям Россия готова оказать методическую помощь. Глава федерального ведомства также заверил, что необходимых для республики специалистов можно подготовить в учебных заведениях, подведомственных Росрыболовству.

По итогам встречи стороны договорились начать работу над двусторонним соглашением в области рыбного хозяйства.

Fishnews

Удача рыбодоводов Мурманской области

Рыбоводческой ферме в Мурманской области впервые удалось добиться воспроизведения осетровых рыб в северных условиях, сообщает пресс-служба регионального Правительства.

«Научный эксперимент оказался успешным: впервые в мире осетровые рыбы дали приплод в условиях Заполярья», — говорится в сообщении. 11 тыс. мальков весом по 2 г появились в рыбноводном хозяйстве ООО «БЛК-фиш» в городе Полярные Зори около двух месяцев назад. Сейчас вес мальков достиг 40 г.



Основной вид деятельности хозяйства — товарное выращивание радужной форели. Стадо сибирского осетра ленской популяции было завезено предприятием около 10 лет назад. В прошлом году в хозяйстве впервые была получена осетровая черная икра и налажено ее производство.

Рыбоводческая ферма располагается на берегу озера Имандра непосредственно у отводного канала Кольской атомной станции. Объем выпуска готовой продукции за 2012 год составил 110 т.

Rosinvest.com

Красная цена на красную рыбу

По данным сахалинских органов статистики, с начала года в островном регионе более всего выросла цена на икру лососевых рыб — на 22%. При этом предприниматели утверждают, что в ближайшее время стоимость деликатеса может увеличиться еще больше.

«Прежде всего, в повышении цены виновата крайне неравномерная путина этого года. Если восточное побережье буквально захлестнула волна лосося, то на юге острова, где сосредоточено множество рыбодобывающих и перерабатывающих предприятий, вот уже несколько лет подряд происходит откровенный провал в подходе красной рыбы. Предприятия, набравшие под путину кредитов, нанявшие новых работников, вынуждены как-то рассчитываться с банками и своими сотрудниками. Вот и получается, что если раньше килограмм красной рыбы стоил полторы тысячи рублей, то теперь он продается за тысячу восемьсот», — рассказал заместитель председателя регионального объединения работодателей «Союз промышленников и предпринимателей Сахалинской области» Валерий Блинов.



По его словам, в ближайшее время стоимость красной икры может вырасти вновь. Несмотря на то что деликатес продолжает пользоваться большим спросом на региональном и внешнем рынках, а значит, рыбопромышленники будут и дальше пробовать «отбивать» свои потери повышением расценок.

При этом по Дальнему Востоку именно Сахалинская область обеспечила основные выловы лосося на путине-2013. Как сообщает центр общественных связей Росрыболовства, на конец августа в Дальневосточном бассейне рыбаки освоили свыше 286 тыс. т тихоокеанских лососей. Из этого объема более 140 тыс. т приходится на долю островного региона. Соответственно, ценовая политика сахалинских рыбопромышленников будет играть ключевую роль в определении дальнейшей стоимости деликатеса.

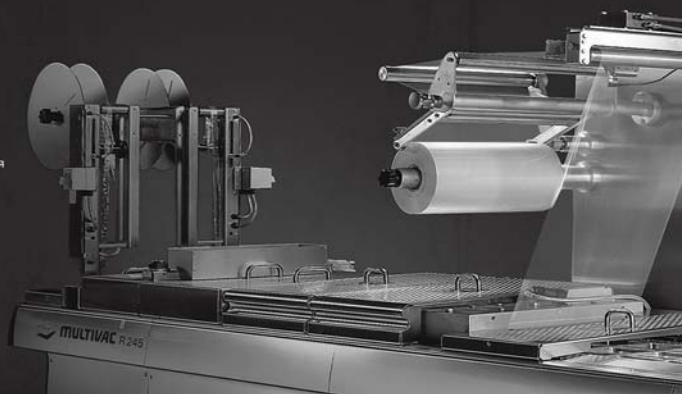
Российская газета

Акимото сан - профессионал в упаковке

Он полагается на индивидуально подобранные упаковочные решения от MULTIVAC.



Павильон 8.3, Стенд 83С30
7 - 11 октября 2013
ЦВК "Экспо-центр", Москва, Россия



ООО «Мультивак Рус»
127254, РФ, Москва
ул. Добролюбова, 3, стр. 1, оф. 219
тел. +7 (495) 604 49 02
факс +7 (495) 604 49 03

ООО «Мультивак Рус», СПб
195273, Санкт-Петербург,
Пискаревский пр., 150, к. 2, литер О, оф. 311
тел. +7 (812) 318 00 50
факс +7 (812) 318 00 51



MULTIVAC

BETTER PACKAGING

ИННОВАЦИЯ ОТЛИЧАЕТ ЛИДЕРА ОТ ДОГОНЯЮЩЕГО. —Стив Джобс

Как остаться на плаву в море перемен?

Пополняющийся список выращиваемых рыб, переменчивый рынок сырья и сложные экологические проблемы создают необходимость постоянно совершенствовать процесс производства аквакультуры. Компания «Венгер» — многолетний лидер на рынке экструзионных технологий — использует инновационные подходы для решения этой задачи. Последние разработки компании «Венгер»: конусообразная матрица трубчатого типа и расширяющийся конусный шнек, позволяющие в 3–5 раз увеличить производство экструдата малого диаметра по сравнению с экструдером классической конструкции; двухшнековый экструдер, который дает возможность повысить уровень ввода жидких компонентов, в том числе рыбной суспензии и масла; НР-кондиционер с регулятором интенсивности смешивания для производства кормов различных рецептов, например с высоким содержанием крахмала, клетчатки или масла.

И это еще не полный список разработок.

Свяжитесь с нами уже сегодня. Наши новые идеи способны удовлетворить потребности развивающегося рынка аквакультуры.

Превращая намерения в возможности
ПЕРЕДОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО КОРМОВ



Что принесет завтрашний день

RUSSIA +7 812 335 06 45

 **WENGER®**

wenger.com

BELGIUM TAIWAN BRASIL CHINA TURKEY INDIA



В ПОЛЯХ

Гость:

Татьяна Червена,

директор по маркетингу в Восточной Европе,
директор по продажам в Украине и Республике
Беларусь, руководитель Представительства
Schauer Agrotrophic GmbH в Украине

Беседовала:

Елена Максимова



Татьяна Червена:

«Нужно уметь чувствовать ситуацию»

Татьяна Червена

Должность, компания:

Schauer Agrotrophic GmbH (Австрия).

Совмещает в компании

несколько должностей:

директор по маркетингу в Восточной

Европе, директор по продажам

в Украине и Республике Беларусь,

руководитель Представительства

Schauer Agrotrophic GmbH в Украине.

Место рождения:

Словакия,

г. Поважска Быстрица.

Дата рождения:

04.07.1966.

Работает в продажах:

8 лет.

Общая сумма заключенных контрактов:

однозначно сказать трудно. По существу,

почти каждый заключенный

представителями Schauer Agrotrophic
контракт в России, Украине или Республике

Беларусь – это итог коллективных

усилий сотрудников фирмы.

Места, где побывала

в командировках:

Австрия, Германия, Голландия, Финляндия,

Венгрия, Хорватия, Чехия, Россия,

Украина, Беларусь, Казахстан, Молдова.

Семейное положение:

замужем, двое сыновей.

досье

Как вы начинали свою карьеру?

– Если говорить о компании Schauer Agrotrophic, то в начале меня пригласили туда внештатным переводчиком (с русского на немецкий). Фирма только-только выходила на рынки России и Украины и приняла участие в нескольких специализированных выставках. На стенде Schauer всегда было многолюдно, так что у меня была возможность проявить свои способности. Хозяева фирмы остались довольны и предложили мне войти в штат. Я согласилась. Это была именно та работа, о которой я мечтала.

Расскажите о первой значимой для вас продаже. Как она повлияла на вашу карьеру?

– Вспоминается студенческая жизнь в Москве. Поначалу нам, иностранцам, трудно было понять, как при пустых магазинных полках москвичам удается забивать под завязку свои холодильники и обычными продуктами повседневного спроса, и самыми немислыми-

ми деликатесами. В поисках подходящего ответа я подружилась с работниками мясного отдела магазина с громким названием «Голодный». Продавала им дефицитную спортивную одежду из Западной Европы, а в обмен покупала мясо. Пожалуй, это и был первый опыт моих продаж.

А если серьезно, первым контрактом, подписанным нами в Украине, стал договор со свиноводческим предприятием «Дружба». Гостеприимность, открытость и доброжелательность его директора Любови Васильевны Кулик восхищала всех австрийских коллег. При общении с этой женщиной дистанция, которая обычно в Западной Европе разделяет деловых партнеров, исчезла, словно ее и не было.

Какую профессию Вам пророчили в детстве родные?

– Мои родные не особенно задумывались на этот счет. А сама я с детства мечтала стать учительницей. После школы пыталась поступить в один из вузов ГДР на факультет модного моделирования и промышленного дизайна. Не получилось. Потом, как люблю шутить, «пилот развернул самолет». В результате я стала выпускницей Московского технологического институ-

Для меня рядовых клиентов не существует: есть важные и особо важные.



— Продавцом нужно родиться, но искусству продаж нужно учиться всю жизнь. Впрочем, не только этому искусству...

та пищевой промышленности. Но вернувшись на родину, устроилась на одно из предприятий газовой индустрии, откуда после 10 лет работы компания Schauer «переманила» меня к себе.

Каковы, на ваш взгляд, главные качества хорошего продавца? Всеми ли вы обладали «от природы», или чему-то пришлось учиться? Как вы этому учились?

— Говорят, люди учатся на своих ошибках. Но умные люди учатся на ошибках других. Лично я учусь всю жизнь и на своих, и на чужих ошибках. На мой взгляд, основное качество хорошего специалиста по продажам — это искусство коммуникации, причем коммуникации не только вербальной. Речь идет об умении прочувствовать ситуацию так, чтобы из нее выйти с лучшим результатом.

Для продавца очень важно умение убеждать. У вас это качество врожденное или приобретенное? Расскажите, как оно помогает вам в жизни?

— Когда меня принимали в компанию Schauer, мой шеф (теперь уже бывший) сказал, что я — прирожденный продавец. Он считал, что продавцом надо ро-

диться, в противном случае им никогда не станешь. В принципе я разделяю эту точку зрения. Продавцом нужно родиться, но искусству продаж нужно учиться всю жизнь. Впрочем, не только этому искусству...

Сколько вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом человеке?

— Пару минут, полчаса, час... Во всяком случае, человек должен заговорить. Многое зависит от того, что он скажет и как он это делает. Но надо заметить, что первое мнение, как и любовь с первого взгляда, может оказаться ошибкой.

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

— Противоположным поведением: дружелюбием, спокойствием, открытостью. Обычно в жизни люди получают то, что исходит от них самих.

Общаясь с клиентом, вы обращаете внимание на его возраст?

— Обычно нет. Правда, в последнее время заметила, что на переговорах практически все собеседники моложе меня... Но так и должно быть. Приятно сознавать,

Я — носитель двух разных менталитетов.

что нам на смену приходит молодое поколение, которое умнее нас, больше знает, чем мы в их возрасте, имеет больше возможностей для своего развития.

Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола? Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?

— Нет, не может. Хорошие продавцы — как женщины, так и мужчины, мечтающие об успешной сделке, о флирте забывают, полагаясь в первую очередь на свой ум.

Вы делите ваших клиентов на простых и важных? Различается ли ваш подход на переговорах к vip-партнерам и к рядовым клиентам?

— Для меня рядовых не существует: есть клиенты важные и особо важные. В числе последних — партнеры, с которыми нас связывает долгосрочная работа. За это время между нами складываются теплые дружеские отношения.

У менеджера по продажам есть четкая цель: заключить контракт и заработать для себя и для компании. Однако не каждые переговоры заканчиваются сделкой. Получаете ли Вы удовольствие просто от общения с клиентом?

— Да, от общения с клиентами я получаю удовольствие. Я вообще очень общительный человек.

Дают ли «пустые» переговоры что-либо, помимо потраченного времени? Анализируете ли Вы их (может, совместно с коллегами в офисе обсуждаете, почему не состоялась сделка)? Есть ли смысл в таких «разборах полетов»?

— Пустых переговоров не бывает. Все они становятся для меня определенным жизненным опытом. После каждой встречи, не закончившейся сделкой, мы вместе с моими сотрудниками собираемся за общим столом и за чашкой чая или кофе обсуждаем сложившуюся ситуацию, детали переговоров, реакцию участников на те или иные доводы. Словом, анализируем, почему все сложилось так, а не иначе, и что предпринять.

Тому, кто хочет быть успешным, нужно научиться слушать правильно.

На переговорах российских или украинских партнеров с хозяевами компании мне зачастую приходится выступать в качестве переводчика не только с немецкого, но и с «ментального».

Какие ошибки допускают неопытные продавцы наиболее часто?

– Неумелые менеджеры по продажам обычно слишком много говорят, не давая возможности клиенту высказаться. Еще хуже, когда клиент берет слово, а его не слышат. Тому, кто хочет быть успешным, нужно научиться слушать правильно.

С кем у вас складываются более теплые партнерские отношения: с клиентами из регионов или со столичными заказчиками? Чувствуется ли разница в менталитете?

– Я сама – словачка. Представляю австрийскую компанию в странах Восточной Европы. По существу, являюсь носителем двух разных менталитетов. На переговорах российских или украинских партнеров с хозяевами компании мне зачастую приходится выступать в качестве переводчика не только с немецкого, но и с «ментального». Хотя надо сказать, что за время работы в Восточной Европе в нашей компании этот «язык» понимают все лучше и без специального перевода. Отношения со здеш-

ними клиентами у моих австрийских коллег складываются по-иному, чем на родине, в Германии или любой другой стране.

Кстати, первый проект, над которым стала работать фирма в России, начался вообще без подписания договора – только в результате устной договоренности. Русские люди и славяне вообще, как мне кажется, более открытые и доверчивые. Честно сказать (да простят меня мои австрийские коллеги), этот менталитет мне ближе. Иначе было бы очень трудно оставлять семью, отправляясь в частые командировки в Киев, Москву или Минск.

Иногда с потенциальными партнерами можно познакомиться не только в деловой поездке, но и в других местах, например, на отдыхе. Были ли у вас такие ситуации?

– Да, иногда случается знакомиться с потенциальными клиентами в самолетах или аэропортах.

Есть ли у Вас талисман?

– Да. Однажды в самолете на рейсе «Вена – Москва» приобрела брелок

в виде сердца из крыльев ангела. Надеюсь, этот ангел меня охраняет.

Расскажите о самой необычной ситуации подписания договора в вашей практике.

– Вспоминаю быстрые переговоры и подписание контракта с компанией из Молдавии по электронной почте. Даже сама удивилась, что продать наше оборудование можно в течение двух часов.

Можно ли назвать вас любителем «экстремальных» переговоров? Сколько длились ваши самые тяжелые переговоры?

– От «экстремальных» переговоров человек, конечно, устает. Они могут длиться бесконечно долго. Я такие переговоры не слишком люблю. Но если они заканчиваются успешно, то вложенная энергия возвращается.

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

– Любимым городом считаю Вену. Очень радуюсь, когда могу показать ее своим клиентам. В России на меня произвел огромное впечатление Санкт-Петербург, в Украине – Киев. Надо сказать, что мне нравятся города с древней архитектурой, императорскими дворцами, величественными мостами, перекинутыми через полноводные реки.

А вообще вы часто говорите о работе в свободное время: с друзьями, семьей?

– Учитывая то, что мой муж – очень хороший менеджер, иногда советуюсь в определенных вопросах с ним. Ну, а если после работы встречаемся с друзьями, то разговариваем о чем угодно, в том числе и о делах. Вообще-то я люблю свою работу, поэтому могу заговорить о ней в любой компании.

Вам легко удается отключаться от работы?

– После выполнения всех рабочих обязанностей с удовольствием отключаюсь: на кухне, в огороде или просто встречаясь с друзьями. Последние два года занимаюсь китайскими энергетическими упражнениями Чи Кунг. Как раз они-то и научили меня отключаться от работы.



— Приятно сознавать, что нам на смену приходит молодое поколение, которое умнее нас, больше знает, чем мы в их возрасте, имеет больше возможностей для своего развития.

Мне нравятся города с древней архитектурой, императорскими дворцами, величественными мостами, перекинутыми через полноводные реки.

На мой взгляд, основное качество хорошего специалиста по продажам – это искусство коммуникации, причем коммуникации не только вербальной.

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

– Работа «в поле» мне более интересна.

К своим сотрудникам Вы предъявляете высокие требования? Какие?

– С одной стороны, это требования, связанные с их рабочими обязанностями, с другой – с чисто человеческими отношениями. Мои требования достаточно высоки, но это никак не влияет на взаимоотношения с подчиненными.

Как Вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?

– Условиями поощрения, карьерным ростом, возможностью трудиться в составе хорошей команды и в приятной атмосфере.

По своей сути, продажник – больше предприниматель или исполнитель?

– Предприниматель, исполнитель и даже психолог.

Вы любите смотреть фильмы с сюжетами о бизнесе? Назовите фильм, который Вы показали бы своему отделу продаж.

– Я не любитель телевидения и кино. Зато регулярное проведение в Украинском представительстве компании так называемого «Часа психологической разгрузки» явно идет моим подчиненным на пользу.

А на книги время остается?

– Конечно. Как раз в пути можно и почитать хорошую книжку.

Какая книга, по-вашему, является энциклопедией продаж?

– Надо сказать, что сейчас нет недостатка в хороших книгах на тему продаж. Тем, кому приходится искать компромиссы между западным и восточным менталитетом, я бы посоветовала прочитать книгу Стивена Кови «Разумное доверие».

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

– То, в чем он действительно очень нуждается и что обрадовало бы его до глубины души.

Что Вы считаете самым важным в жизни?

– Однозначно – крепкое здоровье. Все остальное – в наших руках.



День «в поле»

В деловую поездку я обязательно беру с собой ноутбук, айпад и другие полезные девайсы, а также интересную книгу. Если планируется посещение фермы, призываю и фирменную спецодежду. Кроме того, в каждой стране, где представлена компания Schauer, меня всегда ждет хорошая команда, готовая успешно работать. Кого-то из этой команды обязательно беру на встречу с клиентами.

Находясь в пути, я уже хорошо представляю себе предстоящую рабочую программу. И, если она не требует сбора дополнительной информации, читаю книгу, думаю о чем-то приятном или беседую со своими попутчиками. Кстати, среди них частенько встречаются люди, имеющие отношение к животноводству и рыбоводству. Наши интересы пересекаются, так что есть, о чем поговорить. Бывает, что такие случайные контакты оказываются очень полезными.

Собираясь на переговоры, прежде всего, занимаюсь организаторской работой, забочусь о том, чтобы встреча прошла как можно лучше. Информацию о клиенте, как правило, получаю заранее, хорошо представляю его потребности, а также преимущества, которые он получит, сотрудничая с нашей фирмой.

Если я опаздываю на встречу, обязательно вовремя сообщу об этом своим партнерам и извинюсь. Но все же опоздание с моей стороны возможно только в экстремальной ситуации, я стараюсь быть пунктуальной.

Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу, терпеливо его ожидаю. Австрийцы и словаки в этом случае говорят: «Наш клиент – наш король».

Как правило, я могу определить, готов ли человек заключить контракт... Наша компания сотрудничает как с фермерскими предприятиями, так и с крупными агрохолдингами. Заключение договоров с ними – не минутное дело. Нередко от первых контактов с клиентом до заключения контракта проходит несколько лет. Этому предшествует огромная работа. Ведь цена вопроса достаточно высока. К тому же, речь идет о сельском хозяйстве. Далеко не всем, кто работает в этой отрасли, легко получить банковский кредит на выгодных условиях и уж тем более

претендовать на быструю окупаемость. Мы начинали в России, когда банковские кредиты для предприятий были почти недоступны. Приходилось делать проекты, зная почти наверняка, что то или иное предприятие в ближайшее время не сможет ими воспользоваться. Но времена менялись, крепла поддержка животноводов со стороны государства. Вначале крупные предприятия начинали реконструкцию своих комплексов по частям, берясь в первую очередь за самые актуальные проблемы. Их успешное решение укрепляло наши контакты. Получая отдачу от вложенных средств и осознавая все преимущества работы по западным стандартам, заказчик уже по-иному воспринимал технологические решения, которые еще недавно ему казались фантастикой. Теперь компания Schauer хорошо известна в России и странах СНГ. Но и сегодня для многих потенциальных клиентов решающим фактором в выборе той или иной фирмы все-таки является не соотношение цены и качества, а цена. При этом наши партнеры на постсоветском пространстве знают, что Schauer предлагает надежное инновационное оборудование, и понимают, что оно не может стоить дешево.

Чтобы взвесить все «за» и «против», владельцам предприятия или инвесторам необходимо своими глазами увидеть, как работают наши технологии. Для этого мы организуем для клиентов поездки в Австрию и другие страны ЕС, знакомим их со своим производством, достижениями местных фермеров, использующих оборудование компании Schauer. Практикуем такие поездки и на агрокомплексы России и Украины, построенные и реконструированные по нашим проектам. Как правило, увиденное впечатляет.

Хотя бывает и более сложные случаи – когда клиент забывает о том, что бизнес можно считать хорошим только тогда, когда после подписания договора довольны обе стороны. Одна – тем, что хорошо купила, вторая – тем, что хорошо продала. Это основа дальнейшей работы, которая у нас подписанием контракта только начинается.

После подписания договора, во-первых, обязательно поблагодарю клиента за доверие, оказанное нашей фирме. Во-вторых, скажу спасибо всем сотрудникам, благодаря усилиям которых произошло это радостное событие, в том числе и тем, кто участвовал в разработке предпроектных предложений. Считаю также не лишним напомнить коллегам, что все только начинается. Впереди – детальная разработка проекта, поставки, таможенное оформление, монтаж оборудования и пуск объекта в эксплуатацию.

Лично для меня заключение каждого контракта становится своеобразной подзарядкой, стимулом для дальнейшей работы. Радует, когда клиенты довольны и к нам возвращаются. **РС**



Беседовала:

Елена Максимова



Гость:

Анастасия Клокова,
проект-менеджер направления
«Технология» компании Schaller*



«Золотая» рыбка в панировке

Постепенно уходят в прошлое те времена, когда российский рынок рыбных полуфабрикатов был представлен по большей части дешевыми изделиями из низкокачественного сырья. Сейчас на прилавках магазинов и в точках быстрого питания все чаще можно встретить продукцию из цельных кусков филе в различных вариантах панировки, конечно, красиво упакованную. Такие полуфабрикаты относятся к продукции с высокой добавленной стоимостью, а следовательно, производить их выгодно: потребитель получает полезный и вкусный продукт, а изготовитель – хорошую прибыль. Другими словами, получается почти как в сказке: из простого сырья получается «золотой» – приносящий хороший доход – продукт. Однако сам процесс происходит вовсе не по-сказочному: переработчику нужно приложить немало усилий, в числе которых – отработка правильных технологий и выбор ингредиентов.



«Для того чтобы придать целномышечным полуфабрикатам вкус и сочность, сделать их более мягкими, применяют различные средства для шприцевания, и, также как и для полуфабрикатов из рубленного рыбного мяса, для них может использоваться панировка».

О том, как сделать рыбные полуфабрикаты качественными, а также о тенденциях в данном сегменте расскажет **Анастасия Клокова, проект-менеджер направления «Технология» компании Schaller®.**

Анастасия, расскажите, какие виды ингредиентов для рыбных полуфабрикатов существуют?

– Для начала отметим, что существуют различные виды рыбных полуфабрикатов. Это могут быть формованные изделия – котлеты, рыбные палочки и т. д. Для их изготовления используются связующие системы, которые позволяют продукту при термообработке не терять форму. Такие полуфабрикаты могут быть как в панировке, так и без нее.

Как правило, панировка представляет собой двухэтапный процесс: сначала на изделие наносится жидкая панировка, а затем – сухая. Последняя представляет собой различные виды сыпучих фракций: хлопья, хлебные крошки и т. д. Для улучшения качества продукта перед жидкой панировкой можно добавить еще один слой – придаст. Он не позволяет влажности из продукта выходить наружу и размягчать внешний слой панировки.

Также существуют целномышечные полуфабрикаты, например, шницели. Для того чтобы придать им вкус и сочность и сделать их более мягкими, применяют различные средства для шприцевания, и, как и для полуфабрикатов из рубленного рыбного мяса, для них может использоваться панировка.

Расскажите подробнее о связующих системах.

– В целом все ингредиенты данного типа состоят из смеси волокон и белков, которые связывают отдельные кусочки сырья. Если для обычной домашней котлеты используются яйцо и хлеб, которые все же влияют на вкус конечного продукта, то связующие смеси не меняют вкус готового изделия. На рынке представлены различные виды связующих систем. Выбор

МАСТЕРСКИЙ ВКЛАД В ПРЕВОСХОДНЫЙ ПРОДУКТ



SCHALLER®
PREMIUM

Аппетитные рыбные деликатесы

Под маркой SCHALLER PREMIUM® собраны все необходимые ингредиенты для успешного промышленного производства целого ряда продуктов из рыбного сырья. Созреватели, функциональные смеси для соусов, смеси пряностей для ароматных заливок, связующие системы для рыбных котлет, панировки, глазури и другие интересные решения для расширения Вашего рыбного ассортимента!

ЗАО «ШАЛЛЕР»

Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2.

Тел.: +7-495-797 63 33, факс: +7-495-797 63 44

office.moskau@schalleraustria.com, www.schalleraustria.com

Excellence in Food

Совершенство в каждом продукте



«Кроме того, сейчас большим спросом пользуются полуфабрикаты, не содержащие Е-номеров, поэтому в тренде добавки, состоящие из натуральных компонентов».



Жидкая панировка необходима для того, чтобы на изделии закрепилась сухая панировка, которая придает аппетитный внешний вид готовому продукту и позволяет образовываться золотистой корочке.



Очищенные замороженные креветки в глазури выглядят гораздо лучше, чем обычные. Они приобретают не только блеск, но и определенный вкусовой оттенок, например, пряных трав или сливочный.

той или иной зависит от рецептуры продукта и используемого сырья.

Для цельных кусков филе размером 20-25 см и для более мелкой фракции сырья используются связующие системы с разным функционалом. Для цельных кусков применяют смеси с более крупными волокнами для того, чтобы подчеркнуть волокнистость сырья, чтобы при откусывании потребитель чувствовал именно мясо. Для рубленого мяса подходит более мелкая фракция волокон в сочетании с другими компонентами.

В каком виде данные ингредиенты поставляются на предприятия рыбопереработки?

– Связующие системы представлены в виде сухой смеси, они не гидратируются заранее и добавляются в продукт в сухом виде, чтобы не образовывался гель, который может отрицательно повлиять на внешний вид и вкусовые качества продукта.

Расскажите подробнее про панировку.

– Жидкая панировка необходима для того, чтобы на изделии закрепилась сухая панировка, которая придает аппетитный внешний вид готовому продукту и позволяет образовываться золотистой корочке.

Какие виды сухой панировки представлены на рынке?

– Их огромное количество. Сухие панировки могут быть как крупной, так и мелкой фракции. К первым, в частности, относятся кукурузные хлопья. Панировки более мелкой фракции могут быть представлены в различных цветах, например, белом, желтом или оранжевом. Также достаточно популярна на рынке панировка «Хлебная коричневая», которая похожа внешне на хлебную крошку, но гораздо удобнее в применении. Она не подгорает при обжарке на масле, не придает изделию кисловатого привкуса, как хлебная крошка.

Все эти панировки можно смешивать между собой. Мы, например, рекомендуем использовать одновременно кукурузные хлопья и желтую панировку. Если производитель работает в области рыбопереработки, советуем применять белую или желтую панировку либо

же их смесь, чтобы цвет слоя панировки не диссонировал с цветом фарша самого продукта.

Также отмечу, что в Европе сегодня очень популярна панировка темпура, которая начинает пользоваться спросом и на российском рынке. Ее, например, используют для колец кальмара. Это жидкая конечная панировка. Однако необходимо отметить, что для ее нанесения необходимо специальное оборудование – темпуриницы, которые пока есть не на всех рыбоперерабатывающих предприятиях.

Отмечу, что сегодня российские переработчики проявляют интерес к различным глазурям. В частности, к декоративной глазури со сливочным вкусом и к глазури «Италия», которые поставляет на российский рынок наша компания. Глазурь наносится на замороженный полуфабрикат. Ее можно применять для полуфабрикатов из рубленого мяса, для цельного филе рыбы, а также для морепродуктов. Например, очищенные замороженные креветки в глазури выглядят гораздо лучше, чем обычные. Глазурь придает блеск продукту и определенный вкусовой оттенок. Например, «Италия» содержит смесь таких трав как орегано, базилик и т. д., а сливочная глазурь обогащает изделие нежным сливочным вкусом.

Для каких изделий используется крупнофракционная, а для каких – мелкофракционная панировка?

– Четких рамок не существует, все зависит от вкуса переработчика. Однако есть стандартное правило: чем крупнее продукт, тем крупнее панировку можно для него использовать.

Нанесение крупной панировки на небольшие изделия, скажем, весом по 16-20 г, может привести к тому, что вкус рыбы будет перебиваться вкусом панировочной фракции, что не всегда нравится конечному потребителю.

Что используется в качестве сырья для панировки?

– В общих чертах панировка является смесью определенных сортов муки и волокон, которые проходят специальную обработку.

Какие ингредиенты для рыбных полуфабрикатов сегодня пользуются наибольшим спросом?

– Большим спросом пользуются панировки, особенно жидкая основа. Предприятия стараются исключить ручной труд, и если раньше для лучшего налипания панировки использовались сырые яйца в сочетании с другими функциональными компонентами, то сейчас для ускорения технологического процесса применяется жидкая панировка – сухая смесь, которая разводится водой. Ее использование имеет еще одно преимущество – она позволяет сделать продукт безопасным для потребителя, ведь яйца, которые было принято применять для налипания панировки, могли быть заражены сальмонеллезом.

Также в тренде биндеры – связующие системы, необходимые для комкования и связывания фарша.

Глазури тоже пользуются популярностью. Потребители, которые следят за своим весом, делают выбор именно в пользу глазури, предпочитая ее традиционной «высокоуглеводной» панировке.



Австрийская фирма Zaltech предлагает функциональные добавки и комплексные вкусо-ароматические композиции для переработки рыбных продуктов.

**- комплексные смеси
для посола,
интенсификаторы созревания
для различных пород рыб;**

- пряные смеси для посола;

- ароматизаторы и стабилизаторы;

**- консерванты,
средства для сохранения свежести;
красители**

**Эксклюзивный представитель ZALTECH
в России ООО «Биофуд Спайс»
тел./факс (495) 642-82-42, (498) 602-76-40
www.zaltech.com**



**АГРО
ПРОД
МАШ**

**ЖДЕМ ВАС!
Стенд 1D55
Павильон 1**





Панировки могут быть более крупной или мелкой фракции.

Кроме того, сейчас большим спросом пользуются полуфабрикаты, не содержащие Е-номеров, поэтому в тренде добавки, состоящие из натуральных компонентов.

В сознании многих потребителей все еще силен стереотип, что полуфабрикаты производятся из сырья низкого качества. В связи с этим не все наши соотечественники доверяют данным продуктам...

– Не соглашусь. За последние два-три года изменилось отношение потребителей к полуфабрикатам, так как изменилось и предложение. Если раньше данный сегмент в основном был представлен рыбными котлетами из низкокачественного фарша, то сейчас многие производители предлагают потребителям цельномышечные продукты.

По отзывам наших клиентов, дешевые продукты из низкокачественного сырья пользуются все меньшей популярностью, а объемы продаж

изделий, имеющих привлекательный внешний вид и изготовленных из качественного сырья, растут.

Рынок меняется в сторону улучшения качества продуктов.

Производители ингредиентов для полуфабрикатов, по большей части, – иностранные компании?

– Да, как правило, это европейские предприятия, имеющие огромный опыт работы и использующие качественное проверенное сырье для производства ингредиентов.

Можно ли сказать, что за рыбными полуфабрикатами будущее?

– Спрос на ингредиенты для рыбных полуфабрикатов растет. К нам постоянно обращаются заказчики из различных регионов с вопросами о поставках ингредиентов для рыбных палочек, котлет и т. д. Также достаточно часто проявляется интерес к связующим системам для полуфабрикатов из крупных кусков филе.



«Некоторые производители готовы к экспериментам, например, интересуются возможностью выпуска на рынок таких продуктов как крабовые палочки в панировке, различных рулетов и изделий, сочетающих в себе разные виды сырья, например, классического рыбного филе, креветок и овощей».

Некоторые производители готовы к экспериментам, например, интересуются возможностью выпуска на рынок таких продуктов как крабовые палочки в панировке, различных рулетов и изделий, сочетающих в себе разные виды сырья, например, классического рыбного филе, креветок и овощей.

Еще одна тенденция – стремление переработчиков сделать рыбные продукты более здоровыми, чтобы полезные свойства рыбы не нивелировались различными добавками.

Отмечу также, что некоторых рыбобереработчиков интересуют возможности увеличить свой ассортимент полуфабрикатов путем добавления в них наполнителя. Мы идем им навстречу и готовы предложить для рыбы начинку «По-киевски», которую изначально в несколько другом варианте предлагали для куриных полуфабрикатов. Начинка, состоящая из сочетания масла, чеснока и трав, на наш взгляд, отлично подойдет к рыбе.

Мы уже делали пробные выработки рыбного снека со сливочно-чесночной начинкой в тестовом центре в Европе и остались довольны результатом. Этот продукт будет представлен для дегустации на нашем стенде на ближайшей выставке «Агропродмаш» в Москве, где мы с удовольствием поделимся с рыбобереработчиками нашими знаниями и секретами производства вкусных полуфабрикатов и других продуктов из рыбы! **РР**

MATIMEX

www.matimex.at

Промышленные вакуумные шприцы Handtmann
для малых предприятий VF 608 plus и VF 610 plus

handtmann

- высокое качество продукции
- точное порционирование
- простота в обслуживании
- низкие эксплуатационные затраты
- быстрая чистка и образцовая гигиена



розница

MATIMEX GmbH
Großbauerstraße 8,
1210 Wien, Austria
Tel. +43 1 2905173
matimex@matimex.at

ООО «МАТИМЭКС»
121357, Россия
Москва, ул. Вере́йская 29, стр.134
Тел. +7 495 7877797
matimex@mtmx.ru





Подготовила:

Светлана Карельская

Данная продукция входит в категорию товаров с высокой добавленной стоимостью, поэтому издержки на оборудование для ее производства окупаются сравнительно быстро.

Потрошение

Первый этап — потрошение рыбы. Оно осуществляется при помощи различных типов установок. Современное оборудование позволяет полностью автоматизировать процесс потрошения рыбы, чистки брюшной полости, мойки тушки внутри и снаружи, а также безопасно извлекать икорный ястык.

Для обслуживания большинства установок достаточно одного оператора, который направляет сырец в ленточный приемный механизм. Ряд агрегатов для потрошения рыбы требуют предварительной насадки сырца на специальный штырь, а в некоторые загрузка происходит непосредственно внутрь установки. Оборудование для потрошения способно обладать функцией очистки рыбы от чешуи, которая может осуществляться как с помощью скребков, так и струями воды под высоким давлением.

При выборе оборудования для потрошения рыбы необходимо обращать внимание на принцип работы ножей, которые осуществляют надрез брюшка. Устройство должно подстраиваться под рыбу разных размерных рядов, чтобы делать неглубокий надрез без повреждения внутренних органов.

Производство рыбных стейков

Сегодня потребители стремятся максимально облегчить себе все бытовые задачи, в том числе и в приготовлении еды. Поэтому все большим спросом пользуется рыбная продукция глубокой переработки. Причем не полуфабрикаты из фарша, а рыбные стейки: порционные куски рыбы, которые можно быстро приготовить.



Большинство предприятий для упаковки стейков используют вакуум-термоформовочные машины.

После выемки внутренностей установки для потрошения промывают рыбу водой под давлением изнутри и снаружи.

Нарезка

Деление рыбы на порционные куски может осуществляться различными способами. Для небольших производств подойдет ленточная пила. Рыбу, предназначенную для распиливания, укладывают на подвижной стол и вместе со столом вручную надвигают на пильное полотно до полного распиливания на части. Затем стол возвращают в исходное положение, а продукт сдвигают для очередного распиливания.

Для порционирования рыбы в больших объемах могут использоваться слайсеры. Данные установки позволяют не только изготовить стейки, но и сделать более тонкую работу: нарезать рыбное филе на пластики. Современные слайсеры позволяют использовать как замороженное, так и охлажденное или дефростированное сырье.

Упаковка

Готовые стейки поступают на упаковку. Большинство предприятий для упаковки стейков используют вакуум-термоформовочные машины. Данное оборудование позволяет осуществлять укладку продукции, запайку и нарезку готовых упаковок на одной машине. У переработчика исчезает потребность в приобретении комплексов крупногабаритных линий, тем самым достигается значительная экономия производственных площадей.

Современные термоформовочные машины могут работать как с прозрачными одноцветными, так и с графическими, цветными пленками. В первом случае пленка подается по заданной длине, что позволяет максимально эффективно расходовать упаковочный материал. Во втором подача пленки автоматически контролируется датчиком по фотометке. Готовые упаковки выдаются на отводящий транспортер машины, после чего оператор может укладывать их в картонные коробки или пластиковые ящики для хранения на складе и транспортировки по организациям розничной и оптовой торговли.

Некоторые установки данного типа не требуют установки заземления, подвода сжатого воздуха и охлаждающей воды. Кроме того, машины могут быть оснащены колесами, благодаря чему оборудование легко перемещается внутри цеха. После установки на месте колеса защемляются специальными фиксаторами, что исключает вероятность произвольного перемещения машины во время эксплуатации.

Вакуумная упаковка надежно защищает продукцию от воздействующих факторов окружающей среды, грязи, пыли, постороннего мусора, проникновения влаги, воды. Потребитель получает продукт в первозданном свежем виде, сохраняются все питательные свойства, запах и естественный цвет продукции.

Такая упаковка устойчива к механическим воздействиям, прессованию, занимает мало места, компактна при транспортировке, что позволяет минимизировать издержки при перевозке. **РР**

**Более 150 000 000 филе
уже произведено на
машинах BAADER 581**

BAADER®

Food Processing Machinery



**Добро пожаловать в клуб
успешных партнеров BAADER !**

Москва: тел. +7 (495) 730-5270, факс +7 (495) 730-5272, e-mail: nml-mos@gmx.de, mos.office@baader.ru
Владивосток: тел. +7 (4232) 279888, факс +7 (4232) 278689, e-mail: baader@online.vladivostok.ru

**Посетите нас на международной выставке АГРОПРОДМАШ-2013:
Москва, Экспоцентр, зал Форум, стенд FC060**



Компания:

«РАБОС Интернешнл»

тел.: 8(495) 785 71 21

inter.clean@rabos.ru

www.RABOS.ru

Автор:

Алексей Сапелов,

специалист отдела гигиены перерабатывающей промышленности «РАБОС Интернешнл»

Рыба и морепродукты – важнейшая составляющая питания человека. Эти продукты имеют огромное значение как источники белков, жиров, минеральных веществ, содержат физиологически важные элементы: калий, кальций, магний, железо, фосфор и комплекс необходимых для организма человека витаминов.



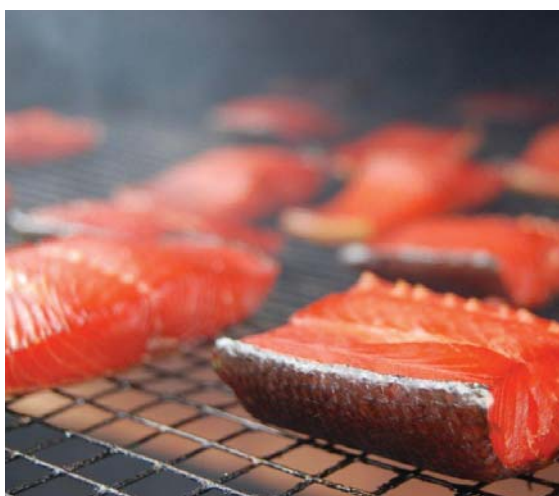
Современный подход к организации санитарно-гигиенических мероприятий на предприятиях рыбной отрасли

Для производства рыбной продукции высокого качества, предусматривающего наиболее рациональное использование рыбы, необходимо не только внедрение новых технологий и высокотехнологичного оборудования, но и поддержание высокого уровня гигиены производства. Рыба и рыбная продукция относится к осо-

бой группе пищевых товаров, способных быстро портиться при хранении. Особенно низкой стойкостью обладает рыбное необработанное сырье, которое занимает первое место среди сырьевых продуктов в отношении скорости процессов порчи. Во время переработки сырья на поверхностях оборудования и в производственных

помещениях неизбежно образуются загрязнения различного характера: органические – жир, белок, и др., а так же минеральные отложения солей жесткости воды.

Данные загрязнения потенциально являются субстратом для развития опасных микроорганизмов и источником их дальнейшего распространения. Наличие в воздухе, а также на поверхностях оборудования и помещений вегетативных и споровых форм патогенных, условно-патогенных микроорганизмов и бактериофагов способствует перекрестной контаминации сырья. Бактериальное размножение (гниение) в тканях рыбы протекает чрезвычайно быстро и сопровождается образованием целого ряда токсинов (в том числе и трупных ядов). Бактериальные токсины и паразитарные заражения опасны не только для здоровья, но и для жизни человека. Попадая на стол потребителя, зараженные в процессе производства продук-



ты вызывают целый ряд различных острых заболеваний. Случаи отравления рыбной продукцией неизбежно влияют на имидж производителя, что в свою очередь не может не повлиять на общие экономические показатели предприятия.

Поэтому вопросы санитарного состояния производства на рыбоперерабатывающих предприятиях приобретают особую актуальность. К сожалению, многие представители рыбной отрасли до сих пор применяют для проведения санитарно-гигиенических мероприятий бытовые моющие средства, которые, как правило, не справляются с загрязнениями в промышленном масштабе, а это ведет к общему повышению

микробного фона производственных помещений. Для целей дезинфекции оборудования и помещений предприятия применяют средства на основе хлора, основными среди которых являются хлорная известь и хлорамин. Недостатки подобных средств: высокая токсичность и аллергенность, неудобство при хранении, потеря препаратами активного хлора в процессе хранения (что заставляет увеличить количество сухого препарата для приготовления растворов с нужной концентрацией), коррозия оборудования, негативное воздействие на экологию, приобретение микроорганизмами устойчивости к препарату.

Применение подобных устаревших средств не обеспечивает надле-

жащий уровень санитарии, необходимый для производства качественной и безопасной рыбной продукции. Чтобы не допустить негативного воздействия патогенных микроорганизмов необходимо разработать и внедрить эффективную программу санитарно-гигиенических мероприятий, позволяющую максимально удалять посттехнологические загрязнения, тем самым снижая общий бактериальный фон производственных помещений.

Эффективность санитарно-гигиенических мероприятий зависит от многих факторов, поэтому для решения данной задачи необходим комплексный подход. Компания «РАБОС Интернешнл», эксклюзивный представитель и поставщик качественной продукции гигиены и санитарии известных европейских брендов в Российской Федерации, внедряет на предприятиях рыбной отрасли программы обеспечения биобезопасности продукции, основанные на принципах ХАССП. Этот подход включает в себя четыре особо важных фактора: менеджмент гигиены, препараты, оборудование, сотрудники.

Специалисты компании «РАБОС Интернешнл» совместно с сотрудниками предприятия разрабатывают внутренние санитарно-производственные нормы. С учетом особенностей отдельно взятой компании специалисты определяют наиболее эффективные методы очистки и дезинфекции технологического оборудования, производственных и подсобных помещений. Для каждого производственного участка разрабатываются гигиенические карты, с подробным описанием процессов санитарно-гигиенических мероприятий.

Немаловажный аспект производственной гигиены – использование современных профессиональных моющих и дезинфицирующих средств. В гигиенических программах, разрабатываемых специалистами «РАБОС Интернешнл» для предприятий рыбной отрасли, используются средства, производимые компанией CID LINES (Бельгия). Все технологические процессы производства препаратов тщательно контролируются Министерством здравоохранения и сельского хозяйства Бельгии. Контроль качества осуществляется по стандартам ISO 9001 и GMP. В Российской Федерации вся бельгийская продукция про-

шла необходимые испытания, сертифицирована и имеет положительные заключения всех необходимых специалистов и органов.

Широкий ассортимент моющих и дезинфицирующих средств позволяет максимально эффективно удалять посттехнологические загрязнения, обеспечивая их диспергирование, эмульгирование и нейтрализацию. При этом средства CID LINES безопасны для оборудования и не вызы-

перерабатывающих предприятий. Рабочий раствор средства необходимо нанести на обрабатываемую поверхность в виде пены. Далее, по истечении времени экспозиции, остатки средства и загрязнений необходимо смыть водой. Удаление неорганических (минеральных) загрязнений рекомендуется производить с помощью средства TOPNAKS-C. Это комбинированное пенное средство на основе комплекса кислот эффек-

стей оборудования и не обесцвечивают краситель.

Необходимое условие для достижения максимальной эффективности моющих и дезинфицирующих средств – внедрение современных технологий очистки с использованием специального оборудования, которое позволяет наносить рабочие растворы средств на обрабатываемые поверхности в виде активной пены. Пенная мойка позволяет эффективно очистить оборудование в труднодоступных местах, обеспечивает экономию моющих средств и сокращение времени на мойку.

Для эффективного использования моющих средств и увеличения качества очистки компания «РАБОС Интернешнл» осуществляет поставку на предприятия отрасли профессионального пеногенерирующего оборудования, дозирующих и смешивающих систем, позволяющих проводить санитарную обработку без прямого контакта персонала с химическими средствами.

Специалисты «РАБОС Интернешнл» проводят семинары и практические тренинги по обучению персонала предприятий правилам применения моющих и дезинфицирующих средств, принципам безопасной работы с препаратами, а также по использованию и содержанию санитарного оборудования. Как показывает практика, максимальная эффективность санитарно-гигиенических мероприятий достигается на предприятиях, персонал которых четко понимает важность производственной санитарии и гигиены и обучен использовать средства и оборудование с соблюдением всех необходимых параметров.

Таким образом, применение современных высокоэффективных средств и технологий вместе с грамотно выстроенной и реализуемой гигиенической программой позволит предприятиям максимально защитить производство рыбной продукции от негативного воздействия биологических факторов, избежать потери вложенных в производство средств и повысить общую рентабельность предприятия. Компания «РАБОС Интернешнл» обладает всеми необходимыми ресурсами для решения задач безопасности продовольствия и готова стать надежным партнером в этой сфере для предприятий рыбной отрасли. **Р**

Все технологические процессы производства препаратов тщательно контролируются Министерством здравоохранения и сельского хозяйства Бельгии. Контроль качества осуществляется по стандартам ISO 9001 и GMP. В Российской Федерации вся бельгийская продукция прошла необходимые испытания, сертифицирована и имеет положительные заключения всех необходимых специалистов и органов.

вают коррозию обрабатываемых поверхностей.

На предприятиях рыбной отрасли процесс санитарной обработки состоит из следующих основных стадий: механическая очистка, мойка и дезинфекция. Механическая очистка подразумевает максимальное удаление крупных остатков сырья и материалов с поверхности оборудования, стен и полов. Цель данной операции – подготовка обрабатываемых поверхностей к нанесению чистящего средства, а также предупреждение засорения стоков канализации.

Следующая стадия – очистка поверхностей от органических загрязнений. Для этих целей специалисты «РАБОС Интернешнл» рекомендуют использовать средство ДМ СИД-С. Это дезинфицирующее средство с хорошей пенообразующей способностью. Сбалансированный состав на основе щелочи позволяет удалять сложные органические загрязнения, а наличие в составе гипохлорита натрия обеспечивает мощный дезинфицирующий эффект. Также ДМ СИД-С обладает выраженным дезодорирующим действием, что особенно актуально в помещениях рыбо-

тивно расщепляет отложения солей кальция и магния («известковый налет»), а также следы ржавчины, образующиеся на поверхностях вследствие использования воды высокой жесткости. Рабочие растворы средства не содержат ингибиторы коррозии и не повреждают обрабатываемые поверхности.

Завершающая и особенно важная ступень гигиенической программы – дезинфекция. На данном этапе важно выбрать максимально эффективный препарат и технологию его применения. Компанией CID LINES разработан препарат КЕНО СИД 500, предназначенный для антимикробной защиты, профилактической дезинфекции предварительно очищенных, отмытых от загрязнений поверхностей. В качестве основного действующего вещества используется полимерный бигуанид (полигексаметиленгуанидин гидрохлорид). КЕНО СИД 500 обладает биоцидным действием в отношении грамотрицательных и грамположительных бактерий, плесневых грибов и дрожжей. Рабочие растворы препарата не имеют запаха, малотоксичны для человека, не вызывают аллергии, коррозию поверхно-



ОЧИСТКА И ДЕЗИНФЕКЦИЯ ОБОРУДОВАНИЯ

Инновационный подход по Безопасности Продовольствия согласно ХАССП/ИСО 22000

- Разработка программы гигиены производства
- Подбор качественных и безопасных европейских средств CID LINES
- Обрудование для обеспечения и контроля чистоты
- Обучение персонала
- Сервис



ДМ СИД-С

Дезинфектант с моющим эффектом, удаляет органические загрязнения с оборудования.



ТОРНАКС-С

Средство для очистки оборудования от отложений солей магния и кальция, ржавчины.



КЕНО СИД 500

Дезинфектант широкого спектра действия для оборудования и производственных помещений.



БИО СИД-С

Средство для очистки термического оборудования от пригаров и копоти.



ООО «РАБОС Интернешнл»

142750, г. Москва, д. Ликова, влад. 85

Тел. (495) 785-71-21, факс (495) 785-71-25

www.RABOS.ru; inter.clean@rabos.ru



Like

<http://www.facebook.com/Rabos.International>



Упаковка — по-настоящему глобальный бизнес

С 18 по 21 июня в МВЦ «Крокус Экспо» прошла 18-я Международная выставка упаковочной индустрии RosUpack, крупнейшее отраслевое событие в России, странах СНГ и Восточной Европы. Организатор мероприятия – MVK в составе Группы компаний ITE.

В выставке этого года приняли участие более 700 компаний из 33 стран мира, включая Австрию, Болгарию, Германию, Израиль, Индию, Италию, Китай, Малайзию, Норвегию, США, Финляндию, Швейцарию, Японию. Экспозицию посетило более 21 тыс. специалистов.

Согласно отзывам, эту выставку отличает не только выросшее по сравнению с прошлым годом число посетителей, но и сохранение их качественного состава. Большую заинтересованность

у специалистов разных отраслей вызвали работающие образцы оборудования, подарочная упаковка, новые предложения в области этикетирования, маркировки продукции, системы логистического управления, складская техника и др.

Мероприятие дополняли научно-практические конференции и семинары, конкурсы, презентации, круглые столы. Деловая программа традиционно разрабатывается и проводится в тесном сотрудничестве с отраслевыми союзами и ассоциациями.

В этом году в рамках RosUpack состоялась конференция «Инновации в области полимерной упаковки», организатором которой выступил журнал Packaging R&D. Компания «ММГ Холдинг» провела международную конференцию «Инновационные решения в области внутрискладской логистики: автоматизация, управление транспортом и персоналом». В центре внимания оказалась научно-практическая конференция «Российский упаковочный рынок в 2013–2014 годах. Достижения. Тенденции. Проблемы», организованная Национальной конфедерацией упаковщиков.

В своем вступительном слове **президент Национальной конфедерации упаковщиков, председатель совета директоров ГП «Готэк» Владимир Чуйков** очертил круг рассматриваемых проблем.

«Россия вступает в период рецессии. По этому поводу есть много спорных оценок, но я согласен с теми экономистами, которые считают ее естественным следствием определенного этапа развития общества, – сказал Владимир Чуйков. – Россия переступила психологический барьер (доля ВВП на душу населения – 16 тыс. долларов США), который во многих странах считается началом экономической рецессии. Ряд развитых стран прошли через этот этап. Носящая органический характер рецессия означает для нас смену формата ведения бизнеса».

Для современного этапа характерны снижающиеся цены, падающая рентабельность на конкурентных рынках; в этот период обостряются противоречия между крупными транснациональными корпорациями, средним и мелким бизнесом. По мнению Владимира Чуйкова, основная тяжесть ложится на плечи средних и малых предприятий, которые вынуждены адаптироваться к новым условиям. Важнейшими направлениями становятся ресурсосбережение и повышение производительности труда, которая в России еще отстает от развитых стран.



Ежегодно выставка собирает ведущих отечественных и мировых лидеров упаковочной индустрии. В этом году в ней приняли участие более 700 компаний из 33 стран.

«Наше общество идет по пути цивилизованного регулирования отношений, в частности между крупным и мелким бизнесом, – отметил Владимир Чуйков. – У нас есть антимонопольное законодательство, которое для России является новацией. Многие предприятия не знакомы с этим законодательством и не знают своих прав».

Президент Всемирной ассоциации упаковки (WPO) Томас Шнайдер, выступая на конференции, отметил, что упаковка – это по-настоящему глобальный бизнес. «Единственное, что нас разделяет – национальные границы и языки», – подчеркнул он.

В своем докладе Томас Шнайдер коснулся истории упаковки, отметив, что первый образец был шит из шкур животных. Это изобретение он считает величайшим в истории, сравнимым с изобретением колеса.

Также президент WPO рассказал об основных рынках упаковки в мире. В настоящее время рынки Северной Америки и Западной Европы вполне зрелые, в то же время Азия обещает значительный рост. Ежегодный прирост на азиатских рынках составляет 7,9%.

Объем мирового упаковочного рынка сейчас оценивается в \$ 600 млрд. По прогнозам, к 2020 г. он достигнет \$ 1 трлн.

Впервые реализованный в 2012 году конкурс на лучшую упаковку PART Awards (Packaging, Art, Research, Technology) получил дальнейшее развитие. В этот раз профессиональным жюри было принято более 70 образцов. Победителей объявили на торжественном приеме, посвященном открытию RosUpack 2013.

Следующая выставка состоится 17–20 июня 2014 года в Москве, в МВЦ «Крокус Экспо». **РР**

ДОХОДНАЯ ДЕФРОСТАЦИЯ система воздушно-капельной туннельной разморозки

- уникальные патентованные инженерные решения
- быстрая дефростация с режимом хранения по завершении процесса
- гарантированное сокращение потерь веса сырья до 0,5-1,8%
- короткие, до 1 года, сроки окупаемости оборудования
- высокая надежность, простота в эксплуатации и огромный опыт
- автоматическое управление + интерактивный контроль параметров
- on-line анализ состояния сырья (комбинирование тепла, холода и влаги)
- высокое качество и гарантия сохранности сырья
- возможность размораживания икры
- низкие эксплуатационные расходы
- модельный ряд от компактных камер до контейнеров
- возможность выбора теплоносителя

Дистрибьютор в РФ и СНГ: ООО «ЭСМЕРАДО», тел/факс (495) 980 7850, www.kometos.ru



AGROPROD MASH

Ждем Вас:
Павильон 2, зал 1,
стенд 21D50



Информация предоставлена Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль»

190103 Санкт-Петербург, пер. Лодыгина, д. 1, лит. А
тел./факс: 324-25-88
e-mail: okk@petkach.spb.ru
www.petcach.spb.ru

Подготовила:



Елена Максимова

Товары, которые можно покупать



Владимир Романов, директор ОАО «Гипрорыбфлот» (слева), вручает диплом Алексею Михайлову, заместителю коммерческого директора ООО «Асто».

С 26 по 29 августа в выставочном комплексе «Ленэкспо» Санкт-Петербурга прошла Международная выставка-ярмарка «Агрорусь-2013». Мероприятие было организовано при поддержке Комитета по аграрным вопросам Государственной Думы РФ, Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР) и Российской академии сельскохозяйственных наук.

Рыбная продукция, представленная на «Агроруси», пользовалась особым спросом. Кто-то покупал всевозможные рыбные деликатесы и свежую рыбу домой, другие предпочитали отведать рыбные блюда прямо на ярмарке. Такую возможность, в частности, предоставил посетителям мероприятия рыбный дом «Доктор Кларис». Компания организовала летний ресторанчик, где все желающие

могли попробовать уху, шашлык и даже солянку из клариевого сома.

Участники «Агроруси» в свою очередь могли не только познакомить посетителей выставки со своей продукцией, но и поучаствовать в общественном конкурсе по качеству потребительских товаров «Можно покупать!». В последний день выставки-ярмарки, 29 августа, состоялась церемония награждения лауреа-

тов. Производители продукции, получившей высокую экспертную оценку, удостоились дипломов, цветов и права использования знака конкурса на своей продукции.

Конкурс «Можно покупать!» был учрежден в 2012 году Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль», обладающей многолетним опытом независимой оценки качества продовольственных товаров на потребительском рынке Санкт-Петербурга. Цель конкурса – найти на полке магазинов пищевые продукты, информация на этикетке или упаковке которых полностью совпадает с внутренним содержанием, и сообщить об этом потребителям.

Если в прошлом году в Конкурсе приняло участие 9 компаний, то в этом году их было уже 13. Из 24 образцов продовольственных и непродовольственных товаров до финиша дошли лишь 19.

В конкурсе этого года приняли участие предприятия-изготовители

Справка

При реализации проекта «Общественный контроль качества» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 8 мая 2010 года №300-рп.

Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Москвы и Московской области, товары которых представлены в розничной торговой сети города на Неве. Это – рыбная, молочная, кондитерская продукция, а также консервы, соленья, мороженое, яйца, торфогрунты и удобрения.

Конкурс проходил в течение всего лета и состоял из двух этапов. Сначала закупленные в торговой сети образцы товаров проверялись на качество и потребительские свойства в аккредитованной испытательной лаборатории Росстандарта ФБУ «Тест-С.-Петербург», а затем проходили профессиональную дегустационную оценку с участием 13 ведущих экспертов и специалистов региона.

Победители определялись по семи номинациям. Конверты с наименованием продукции, признанной лучшей, вскрывались непосредственно на церемонии награждения в Ленэкспо.

Победители конкурса получили право нанесения на упаковку своего товара общественного знака качества «Можно покупать!». Причем на бесплатной основе. Однако право использовать знак предоставляется только в том случае, если изготовитель готов гарантировать «Общественному контролю» качество продукта-лауреата в течение всего календарного года. При этом общественная организация может провести внезапную проверку качества. Если в ходе такого инспекционного контроля будут выявлены нарушения, продукцию отзовут из торговой сети.

В категории «Рыбная продукция» победила компания «Асто» (ОАО «Невские Берега»), представившая на суд независимого жюри форель слабосоленую (филе-кусочек, 200 г). Компания «Асто» занимается производством деликатесной рыбной продукции с 1996 года. Сегодня предприятие выпускает широкий ассортимент деликатесной рыбной нарезки, лососевой и форелевой икры, пресервов. На предприятии с 2003 года действует система международного контроля качества и безопасности производственных процессов ХАССП.

Подробнее о Конкурсе, его участниках, а также о том, какие пресервы выбирать к своему столу, рассказывает **Всеволод Вешневский, пред-**

С 26 по 29 августа в выставочном комплексе «Ленэкспо» Санкт-Петербурга прошла Международная выставка-ярмарка «Агрорусь-2013».



Летний ресторанчик рыбного дома «Доктор Кларкус»

седатель Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль», Председатель оргкомитета конкурса по качеству потребительских товаров «Можно покупать!»:

– В ходе Конкурса исследовались физико-химические и микробиологические параметры всей продукции, а затем проводилась дегустация. В дегустационной комиссии участвовали специалисты ФБУ «Тест-С.-Петербург» и Роспотребнадзора. Форель компании «Асто» продемонстрировала хорошие результаты по всем показателям.

Помимо победителя – ООО «Асто» – заявку на участие в общественном конкурсе по качеству потребительских товаров «Можно покупать!» в категории «Рыбная продукция» подала еще одна компания, но она не прошла отбор из-за серьезных нарушений. На упаковке было написано «пресервы из слабосоленой рыбы», а эксперты, которые дегустировали продукт, установили, что это не слабосоленая, а подкопченная рыба. Помимо того, что товар не соответствовал названию, заявленному на упаковке, он не прошел и по органолептическим показателям: рыба была суховата.

В целом рыбные пресервы и консервы остаются в зоне риска для потребителей, однако не всегда в этом виноват производитель. Пресервы требуют соблюдения определенного температурного режима при хранении от +2 до +4, максимум +6 гра-

дусов. В магазинах они часто хранятся в ненадлежащих условиях. Не так давно мы закупили для проверки на качество пресервы омского производителя. При полном отсутствии гарантии соблюдения температурных режимов при транспортировке не было ничего удивительного, что



«В целом рыбные пресервы и консервы остаются в зоне риска для потребителей, однако не всегда в этом виноват производитель. Пресервы требуют соблюдения определенного температурного режима при хранении от +2 до +4, максимум +6 градусов. В магазинах они часто хранятся в ненадлежащих условиях».

лаборатория отбраковала их по микробиологии: там обнаружилась кишечная палочка, превышение количества дрожжей, повышенная общая обсемененность.

Этот факт еще раз доказывает, что допустимо покупать пресервы, изготовленные в регионе сбыта, только если срок доставки их до прилавка составил не дни, а часы. **РС**



Гость:

Эндрю Браун,
представитель Института маркетинга
морепродуктов Аляски
(Alaska Seafood Marketing Institute)
в России и Украине
www.alaskaseafood.ru



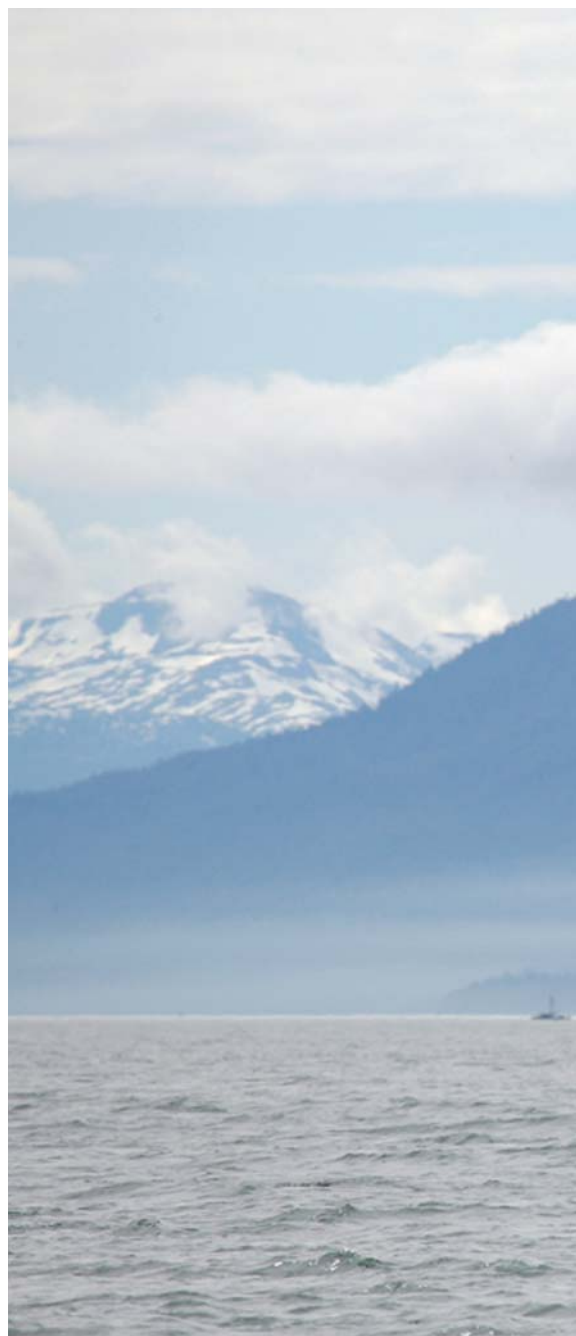
Беседовала:

Елена Максимова

Дикий лосось, черная треска...

и другие дары моря Аляски
для российского рынка

Времена, когда Аляска славилась лишь своими золотыми рудниками, давно канули в лету. Теперь этот штат знаменит еще и обилием рыбы и морепродуктов, которые экспортируются во многие страны мира. О том, чем водные биоресурсы Аляски отличаются от тех, что вылавливаются в других странах, и о многом другом расскажет Эндрю Браун (Andrew Brown), представитель Института маркетинга морепродуктов Аляски (Alaska Seafood Marketing Institute) в России и Украине.



Эндрю, расскажите, чем принципиально отличаются морепродукты Аляски от тех, что поставляют другие страны?

– В первую очередь, данная продукция натуральная. Рыба и морепродукты Аляски «воспитаны» в естественных условиях на рыбе мелких пород и планктоне Тихого океана. В рацион рыбы и морепродуктов Аляски не входят искусственные корма, что было за-



прещено законодательством штата в 1990 году. Кроме того, среда обитания рыбы и морепродуктов Аляски находится в тысячах километров от экологически нестабильных зон, вода Аляски одна из самых чистых в мире, поэтому водные биоресурсы, выловленные на Аляске, – экологически чистые.

Еще одно достоинство – высокое качество улова. Индустрия рыболовства Аляски отвечает современным

техническим требованиям. Во избежание потери качества, рыба и морепродукты подвергаются замораживанию почти сразу после вылова. Вылов многих видов дикой рыбы отличается сезонностью – замораживание продлевает этот сезон. Дикая рыба из Аляски доступна потребителям по всему миру круглый год без потери качества.

Рыба и морепродукты Аляски славятся по всему миру своим уникаль-

ным вкусом, качеством и цветом мяса. А все благодаря естественным условиям обитания, натуральной диете и возможности свободного перемещения рыбы и морепродуктов по прибрежной зоне и океану.

Если вы ищете продукт, насыщенный полезными Омега-3 жирами, то рыба и морепродукты Аляски – ваш выбор. Сложные пути миграции рыбы Аляски, например, лосося, от рождения в пресноводной реке в океан



до возвращения обратно на нерест занимают тысячи километров. В момент вылова рыба полна сил и полезных жиров.

Наконец, Аляска – модель идеальной системы менеджмента для рыбодобывающих предприятий во всем мире, работающая на сохранение природных ресурсов для будущих поколений. Вылов рыбы и морепродуктов здесь строго контролируется. На Аляске действует «Закон об анадромных видах рыб», согласно которому любые строительные работы вблизи лососевых ручьев и рек должны быть предварительно одобрены Департаментом штата Аляска по охоте и рыболовству.

▶ Прямая речь

Эндрю Браун:

«На Аляске действует «Закон об анадромных видах рыб», согласно которому любые строительные работы вблизи лососевых ручьев и рек должны быть предварительно одобрены Департаментом штата Аляска по охоте и рыболовству».

Система управления рыбным промыслом на Аляске хорошо отработана и надежно функционирует вот уже несколько десятилетий. Ее эффективность доказана тем, что акватория Аляски стабильно дает богатый улов лосося. Политика промысла, нормативы и квоты лова определяются Промысловым советом штата. Департамент штата по охоте и рыболовству проводит биологические исследования и заботится о том, чтобы достаточное количество взрослых особей лосося уходило от поимки в океане. Это необходимо для того, чтобы запасы рыбы воспроизводились и со временем не иссякли.

Сколько в целом рыбы и морепродуктов Аляска экспортирует? Какие страны являются ключевыми импортерами?

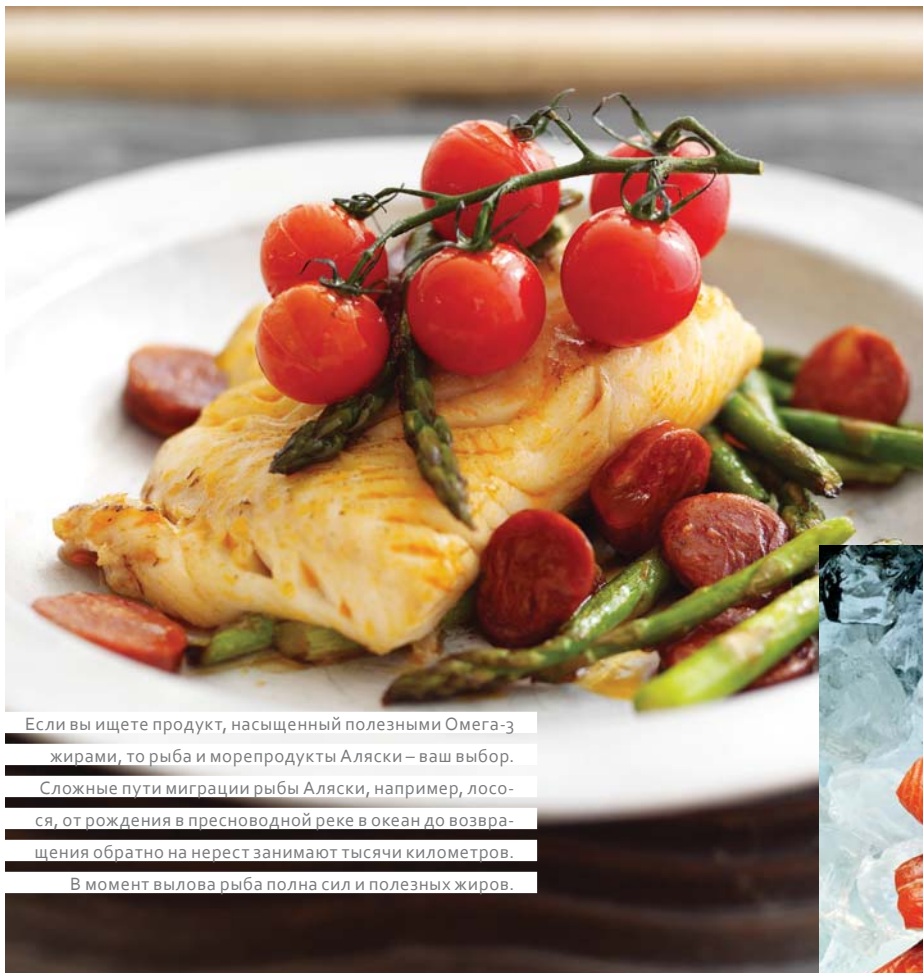
– Всего за 2012 год улов на Аляске составил примерно 2,5 млн т рыбы и морепродуктов. В процентном соотношении 51% вылова составляет минтай, 29% – лосось, 1% – черная треска. На экспорт идет около 40% улова. За 2011 год общий объем экспорта рыбы и морепродуктов из Аляски составил 1 027 125,9 т.

Ключевые государства экспорта из Аляски – страны Азии: Китай, Япония и Корея. Последние две – это страны, где традиционно потребляют много рыбы и морепродуктов и знают толк в рыбной продукции. Также большой объем рыбы и морепродуктов экспортируют в страны Европы.

Сколько рыбы и морепродуктов экспортируется из Аляски в Россию?

– Всего в 2011 году в Россию было экспортировано 9181 т рыбы и морепродуктов, по сравнению с 2010 годом увеличение экспорта составило 29%. Больше всего из Аляски в Россию экспортируют минтай – 5009 т, в основном в виде сурими (3851 т). Количество импортируемого в Россию минтая растет из года в год – по сравнению с 2010 годом в 2011 импорт минтая вырос на 172%.

Также импортируют ястыки – сырье для изготовления красной икры (2026 т в 2011 году). За последние годы очень выросло потребление такой редкой рыбы премиум-сегмента как черная треска, которая в основ-



Если вы ищете продукт, насыщенный полезными Омега-3 жирами, то рыба и морепродукты Аляски – ваш выбор. Сложные пути миграции рыбы Аляски, например, лосося, от рождения в пресноводной реке в океан до возвращения обратно на нерест занимают тысячи километров. В момент вылова рыба полна сил и полезных жиров.



ном поставляется в сектор Хорека, например, с 2010 по 2011 годы экспорт рыбы данной породы из Аляски вырос на 297% (311 т).

Какие ассортиментные позиции вы активно развиваете?

– В России Институт маркетинга морепродуктов Аляски в основном занимается развитием и продвижением премиального сектора рыбы и морепродуктов, таких как черная треска и дикий лосось Аляски, которого ловят в природных для него условиях жизни. Также ведется активное продвижение красной икры, сделанной из сырья, импортированного с Аляски.

Вы несколько раз упомянули черную треску. Расскажите, чем она принципиально отличается от традиционной?

– Уникальность черной трески в том, что она водится только в одном регионе Мирового океана, кроме то-

го, у нее отличный насыщенный вкус.

С какими каналами реализации работаете в России?

– Рыба и морепродукты Аляски представлены в каждом сегменте российского рыбного рынка: минтай – рыба для простого семейного обеда – продается в обычных магазинах и супермаркетах. Во многих магазинах можно купить красную икру, сырье для изготовления которой привозят из Аляски. В супермаркетах премиального класса, таких как «Азбука вкуса», «Глобус Гурмэ», «Гастроном №1» в ГУМе продается черная треска из Аляски. Также черная треска есть в меню многих ресторанов.

Какие перспективы работы с Россией вы видите?

– Сейчас в России очень четко обозначена тенденция придерживаться правильного образа жизни и здоро-

вого питания, неотъемлемой частью которого являются рыба и морепродукты. Особенно данный тренд характерен для больших городов. Благодаря тому, что рыба и морепродукты Аляски растут в дикой природе далеко от экологически нестабильных зон, содержат множество полезных для здоровья веществ, они идеально вписываются в концепцию правильного питания.

Кроме того, все больше людей начинают ценить дикую рыбу, выловленную в естественных, желательных экологически чистых водах, и отличать ее от выращенной на фермах, в частности это касается лосося. Черная треска уже давно заняла определенную нишу в секторе Хорека, и все больше и больше ресторанов вводят ее к себе в меню. Ну а красная икра все также остается популярным продуктом для россиян.

Поэтому перспективы для морепродуктов Аляски на российском рынке самые позитивные. **РР**



Иллюстрация: Тимофей Ярмоубек



Автор:

Елена Максимова

Ваше мнение важно!

Предприятия-производители продуктов питания работают для людей. Факт, казалось бы, очевидный. Однако, к сожалению, не для всех. Ведь что значит работать для людей? Предлагать им качественный продукт по приемлемой цене. Выход же на рынок с сомнительным продуктом, себестоимость которого снижается за счет использования недоброкачественного сырья, — это уже не работа для людей, а самообогащение, причем недобросовестное.

Но в этой статье речь пойдет не о тех горепроизводителях, которые заведомо предлагают своим покупателям некачественный товар. Все же их меньше, чем предпринимателей, желающих работать честно и изготавливать качественную продукцию. Однако даже последним не всегда удастся посмотреть на свой продукт глазами покупателя. О том, стоит ли это делать и если стоит, то каким образом, а также о том, как реагировать на отрицательные отзывы потребителей, пойдет речь в данной статье.

Зачем нужна обратная связь

Обратной связью в широком смысле можно назвать любые формы взаимодействия производителя и покупателя, которые позволяют получать какую-либо информацию и определять степень лояльности клиента. Она может быть инициирована как продавцом — вами, так и покупателем.

Для тех, кто сомневается в важности обратной связи, отметим, что именно с помощью этого механизма потребитель сообщает производителю о том, что он на самом деле думает о его продукции и думает ли о ней вообще. Точнее, покупает ли ее.

Благодаря обратной связи производители могут выяснить, что из их ассортимента пользуется наиболее активным спросом, а какие товары потребителя не устраивают и, главное, чем именно не устраивают. Другими словами, обратная связь определяет направление и стратегию работы изготовителей.

Практика показывает, что часто существуют значительные разрывы между тем, как производитель себе представляет качество выпускаемой продукции, и тем, как его представляет себе покупатель. Не зная реального мнения покупателя, изготовитель порой думает, что его продукцию не покупают не потому, что с ней что-то не так, а из-за того, что бренд недостаточно раскручен. Он тратит средства на рекламу, а продажи не растут. А все потому, что его предложение не соответствует тем критериям качества, которые ждет потребитель.

Приведу в качестве примера один из отзывов, который был опубликован на форуме, где потребители обсуждают качество продуктов питания: «Купили горбушу в нарезке замечательной компании Х. Как можно рыбу с таким количеством костей пускать в нарезку!? Убрать слабо? Ни один уважающий себя и покупателей производитель не оставит это без внимания. Нарезка за солидную цену предполагает, что ее покупаешь и сразу на бутерброд можно положить, а не то, что надо сначала кости мамонта из каждого тоненького кусочка выковыривать!»

Вряд ли предприниматель, закупивший не самую дешевую рыбу и не самое дешевое оборудование для нарезки, предполагает, что людей, которые приобретают его продукцию, не устраивает наличие в ней костей. Прочитав же данный отзыв, он может принять это к сведению и решить, как поступить: оставить все как есть, сменить либо правильно настроить используемое оборудование для разделки и нарезки рыбы, найти нового поставщика сырья.

Таким образом, очевидно: то, что думает о качестве продукции покупатель, гораздо важнее, чем то, что думает о ней изготовитель, и обратная связь иногда — единственный способ выйти из информационного вакуума и узнать правду о себе и вырабатываемой продукции.

Формы обратной связи

Обратная связь может быть инициирована как производителем, так и покупателем. Рассмотрим те варианты, которые организует предприниматель. Если производителя интересует непосредственно мнение клиента о продукте, то ему поможет организация горячей линии оценки качества продукции, анкетирование в ходе рг-дегустации или гостевая книга на официальном сайте компании. Существуют также способы обратной связи, цель которых — выяснить степень лояльно-

сти покупателей и привлечь к бренду новых клиентов.

Так, украинская компания-поставщик рыбы и морепродуктов «Океанаполис» недавно объявила конкурс фото-рецептов «Морепродукты на блюде». Победителю обещан в качестве приза сертификат на 1 тыс. грн, который можно будет потратить на покупку продукции компании. По условиям конкурса участники должны приготовить блюдо с использованием продукции «Океанаполиса», сфотографировать его и описать способ приготовления. Такой рг-ход позволяет не только привлечь новых клиентов, но и выяснить, какая продукция компании пользуется наибольшей популярностью, а какие ассортиментные позиции вовсе не пользуются спросом.

Из форм обратной связи, инициируемых самими покупателями, наиболее популярны обращения в отдел контроля качества предприятия, отзывы о продукте в жалобной книге магазина или на различных форумах, где обсуждается качество продуктов питания. К сожалению, перечисленные возможности, как правило, используются для выражения недовольства в адрес предпринимателя.

Жалобы потребителей: как на них реагировать?

Отрицательные отзывы и претензии потребителей мало кому нравятся. Однако посудите сами: будет ли человек, который остался доволен качеством продукции, сочинять хвалебную оду производителю в Интернете или требовать жалобную книгу, чтобы написать, как ему понравился купленный продукт? Конечно, нет. Как правило, только недовольный потребитель попытается тем или иным путем разоблачить производителя.

Некоторые эксперты утверждают, чем больше отзывов, даже отрицательных, тем лучше: это значит, что продукцию покупают, следовательно, она пользуется спросом. Однако вполне резонно будет с ними поспорить. Отсутствие отзывов чаще всего говорит о том, что потребители по умолчанию довольны качеством продукции. Если при этом продажи растут, то данное утверждение тем более справедливо, и производителю не о чем волноваться. А вот если продажи падают и в то же время нет никаких отзывов – это действительно серьезная проблема. Потому что если при наличии жалоб пред-

приниматель знает, чем конкретно недовольны его клиенты, то во втором случае он находится в неведении.

Допустим, в адрес продукта на каком-либо тематическом форуме публикуется отрицательный отзыв. Например, такой: «Купили две упаковки пресервов, открыли одну на Новый год и бы-



Практика показывает, что часто существуют значительные разрывы между тем, как производитель себе представляет качество выпускаемой продукции, и тем, как его представляет себе покупатель. Не зная реального мнения потребителя, изготовитель порой думает, что его продукцию не покупают не потому, что с ней что-то не так, а из-за того, что бренд недостаточно раскручен. Он тратит средства на рекламу, а продажи не растут. А все потому, что его предложение не соответствует тем критериям качества, которые ждет потребитель.

ли ошарашены запахом. Тухлая рыба и вид отвратительный! Контролируйте качество используемой рыбы! Больше эту фирму никогда не будем покупать!» Здесь есть, над чем задуматься.

Возможно, магазин нарушил условия хранения, а может быть, отдел закупок решил за спиной руководства сэкономить на сырье. Наличие

нарушений на производстве очень просто выяснить, достаточно проверить качество используемого сырья и соблюдение технологического процесса. Если же нарушений нет – остается один вариант: выяснить, где куплена эта продукция и в каких условиях ее хранят в точке реализации. Для этого необходимо задать вопрос недовольному потребителю. В ответном сообщении можно поблагодарить автора претензии за сигнал, сообщить, какие меры были приняты после прочтения отзыва и какие результаты получены. Для солидности можно приложить или дать ссылку на какой-либо документ, подтверждающий, что на предприятии все показатели в норме. А после, наконец, спросить, где куплен некачественный продукт, и поделиться своим намерением проверить условия хранения. По окончании проверки обязательно сообщить покупателю о ее результатах. Можно также пригласить обиженного покупателя посетить предприятие. Он вряд ли придет, но сам факт, что вы от него ничего не скрываете, сыграет вам на руку.

Такая реакция на отзыв не требует много времени, сил и финансовых вложений, однако порой она может оказаться более продуктивной, чем дорогостоящие рекламные баннеры или телевизионные ролики. Каждый, кто увидит такое отношение производителя к своему клиенту (а таких людей будет немало, особенно если это часто посещаемый ресурс), поймет, что компания относится с уважением к покупателям, ее работникам не безразлично качество выпускаемой продукции, а бизнес ведется ответственно и открыто.

Кстати, приведенный в пример отрицательный отзыв был сделан около двух лет назад. Сейчас компания, в адрес которой он был написан, видимо, сделала определенные выводы. Ее продукция стала победителем на одном из прошедших в этом году продовольственных конкурсов.

В заключении хочется пожелать производителям не бояться быть ближе к народу, относиться внимательно ко всем отзывам и пожеланиям потребителей, не отмахиваясь от них. А главное – помнить: люди, которые сообщают нам о недостатках нашей системы, помогают установить причину проблемы, и их стоит благодарить за это. **РБ**



17-я Международная выставка

Пищевые ингредиенты, добавки и пряности

ingredients

RUSSIA



18–21 марта 2014

ВВЦ, Павильон 75
Москва, Россия

Важный ингредиент для развития
бизнеса



реклама



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

При поддержке:



www.ingred.ru

Одновременно:



**МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ
ИНДУСТРИЯ**



Читайте.

www.sfera.fm

Пищевая отрасль в цифрах и фактах

