издается с сентября 2001 г.
№2 (81) 2011
www.sfera.fm

мясная сфера

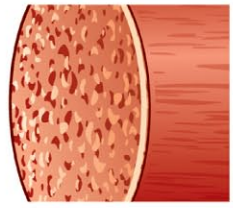
Другая розница

Многие мясопроизводители стали открывать небольшие фирменные магазины, максимально приближенные к покупателю. Это гарантирует определенные объемы продаж, снижает издержки входа в сеть, уменьшает зависимость от капризов ритейла. / стр. 8.

Мода на традиции

Компания «Копылов» не случайно носит имя одного из основателей. Использование собственного имени в названии – это дополнительная личная ответственность за качество продукта и возможность обращения к потребителю напрямую.

42

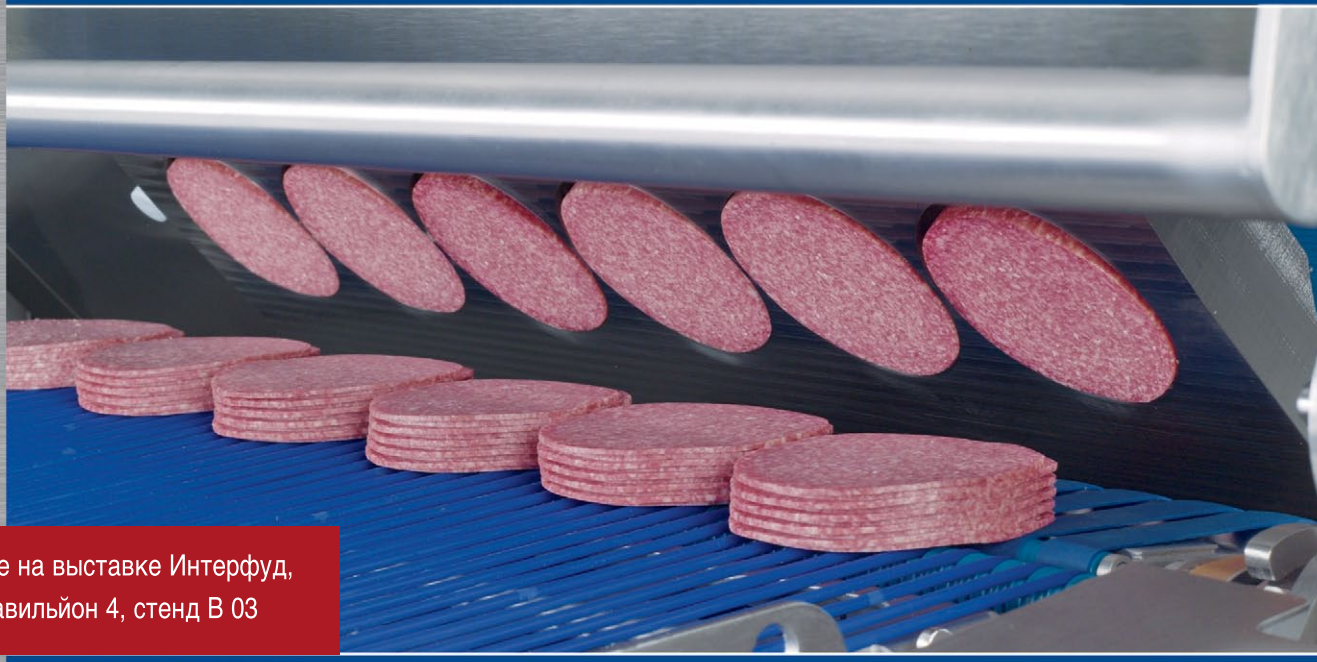


Фосфаты в мясопродуктах

Владимир Романов, автор портала «Мясной Эксперт»:
В свете выхода множества телепередач и статей, рассказывающих о «вредных добавках» в составе колбас, меня многие спрашивают, есть ли будущее у фосфатов, если потребители массово начнут переходить на «здоровое питание»?

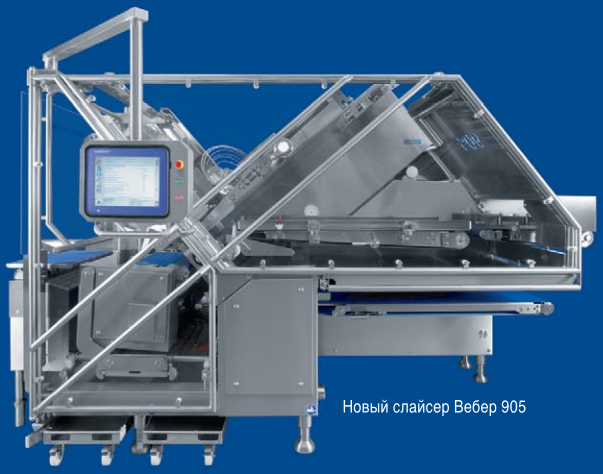
72

На уровень выше



Фирма Вебер впервые на выставке Интерфуд,
05-07 апреля 2011, павильйон 4, стенд В 03

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



Новый слайсер Вебер 905

weber®
The High Tech Company

Вебер Рус о.о.о.
4-ый Вятский переулок, д. 18, к. 2 · 127287, Москва
Тел.: +79853637788 · ru@weberweb.com
www.weberweb.com

реклама

WEBER MASCHINENBAU BREIDENBACH GERMANY

реклама

ПТИ Протеин Технологии Ингредиенты
ГРУППА КОМПАНИЙ

ООО «Группа Компаний ПТИ»
Тел/факс +7 (495) 786 8565
Адрес:129337, г. Москва,
Ярославское ш., д.19, корп.1

www.metalquimia.com

METALQUIMIA

40
1971·METALQUIMIA·2011

- Точность инъецирования несравнимая на рынке
- Регулирование спрея с безупречным распределением цвета
- Выбор операции с 1 или 2 головками инъецирования
- Самый широкий спектр процентов инъецирования
- Больше циклов функционирования
- более высокая производительность

MOVISTICK PLUS

METALQUIMIA

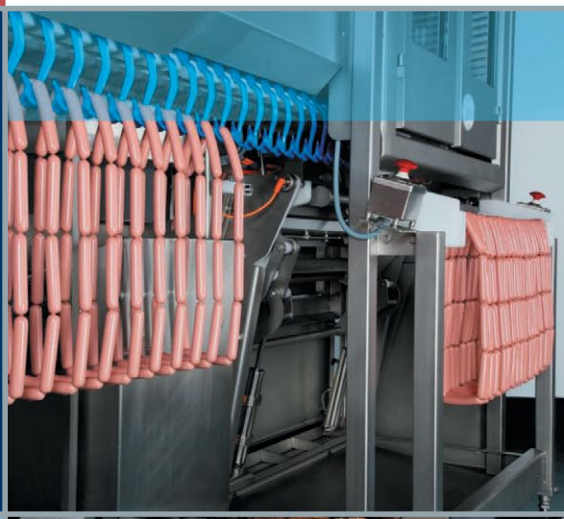
Ваши продукты - это наша точка отсчета

Независимо от того, какие продукты вы планируете производить и какой процесс хотите усовершенствовать, Townsend Further Processing - ваш лучший выбор. Мы предлагаем решения для производства колбасно-сосисочных изделий, формовки порционных продуктов, маринования, нанесения покрытий и тепловой обработки.

Ориентируясь на ваши требования к продуктам и опираясь на наши знания в области пищевых технологий, мы проектируем и производим новаторские машины и системы высочайшего качества.

Ваши продукты - это наша точка отсчета.

За более подробной информацией обращайтесь в компанию Townsend Further Processing:
Тел. +7 495 228 07 00
Электронная почта: info.ru@marel.com | www.marel.com/townsend



TOWNSEND
FURTHER PROCESSING

marel

МНОГООБРАЗИЕ ПРОИЗВОДСТВА СОСИСОК С ПРИМЕНЕНИЕМ ПОЛНОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ.

AL-СИСТЕМЫ HANDTMANN ДЛЯ СОВЕРШЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА СОСИСОК!

AL-системы Handtmann предназначены для самого разнообразного спектра применения в автоматизированном производстве сосисок.

Идет ли речь о натуральной кишечной оболочке, искусственной или коллагеновой оболочках, о порциях прямой формы или изделий в виде колец, а также о навешивании или отрезании.

Используя наши инновации, мы постоянно устанавливает новые критерии в автоматизированном производстве сосисок. И на это имеется веская причина. Ведь кто стремиться достичь оптимума, тот добивается полной удовлетворенности клиентов.

handtmann
Идеи с будущим

РЕКЛАМА

Универсальность, гибкость и эффективность:
порционирование – перекрутка – отделение – навешивание!

С внедрением AL-систем Handtmann Вам обеспечено экономически рентабельное производство сосисок или сырокопченых колбасок в натуральной, коллагеновой, искусственной и снимающейся оболочках. Универсальные AL-системы предоставляют самую высокую гибкость для любого применения: набивки, порционирования, вытеснения, достижения одинаковых длин, навешивания или отрезания. Безграничное многообразие применения при одновременно высокой выработке продукции!

Новые разработанные модели PVLH 228 и PVLS 125, а также такие постоянно оптимизируемые опции, как ассистент запуска для натуральной оболочки, новые держатели для оболочек или весы для взвешивания изделий на палке служат наилучшим примерами производственной концепции, ориентированной на пользователя. Робот для передачи AST 340 Handtmann устанавливает высокие стандарты в области автоматизированного производства сосисок с использованием роботизированного оборудования.

Свобода для Ваших идей.
С Handtmann!

- Производство сосисок в промышленном масштабе, от изделий в натуральной кишечной оболочке до использования самых высокотехнологичных опций автоматизации.
- Репродуцирование самых высоких производственных стандартов благодаря безупречному постоянству заданной длины и наилучшей точности веса.
- Эффективность за счет очень высокой выработки продукции, сокращенного вспомогательного времени и коротких временных интервалов для переналадки, а также высокой надежности.
- Преимущество в конкурентной борьбе благодаря неизменно высокому качеству продукции и ценным рационализирующим эффектам.
- Отработанная эргономика и простое управление в результате многолетнего опыта и постоянной оптимизации.
- Разнообразные опции автоматизации за счет удобного интегрирования в комплексные производственные линии.

Форум Handtmann
Место для диалога и инноваций.

Вдохновленная тенденциями рынка и собственными идеями фирма Handtmann в тесном диалоге с заказчиками со всего мира реализует высокоэкономичные ключевые технологические решения. В новом форуме мы согласуем их с Вами в соответствии с Вашими конкретными требованиями и практическими условиями.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ НОВЫЙ ФОРУМ для реализации ВАШИХ ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ ПРОДУКЦИИ!

Albert Handtmann
Maschinenfabrik GmbH & Co. KG

Hubertus-Liebrecht-Str. 10-12
D-88400 Biberach/Riss
Deutschland
Tel.: + 49 (0) 73 51 / 45 - 0
Fax: + 49 (0) 73 51 / 45 - 15 01
info.machines@handtmann.de
www.handtmann.de

реклама

handtmann
Идеи с будущим

содержание

отрасль 20
Рынок ЗПФ: итоги и прогнозы 28
исследование *Потенциал рынка свинины* 32

Открытие большого количества фирменных магазинов пришлось на время кризиса. Именно в этот период торговые сети начали ставить поставщиков в крайне невыгодные условия по порядку и срокам расчетов, обострив и без того натянутые отношения до предела.

8

тема номера Другая розница 8

NEW! экспаты Остаться в Германии не было в мыслях! 16

Привыкнув к России, не захотел уезжать обратно! 18

отрасль */события и факты* Новости 20

Как лебедь, рак и щука… 23

/крупным планом Экспорт: проблемы и перспективы 24

/тенденции Рынок ЗПФ: итоги и прогнозы 28

/исследование Потенциал рынка свинины 32

industry sector */research* Pork Market Potential 32

компании */события и факты* Новости 38

/стратегия Мода на традиции 42

производство */события и факты* Новости 46

производство */события и факты* Качественная нарезка 50

UNITY: ни в чем не уступать европейцам! 51

/оборудование «Холод Экспресс»: новые производственные возможности 52

Воплощение 60-летнего опыта 54

Учимся вместе 56

Повышение эффективности технологической цепи замораживания 58

Ничего лишнего в сосисочном автомате 60

Инъектирование и массирование красного мяса 62

/упаковка и оболочки Упаковка – синтез дизайна и технологий 64

/ингредиенты Стабилизатор Гелеон – эффективное решение для производства 68

содержание

производство 46

UNITY: ни в чем не уступать европейцам! 51

упаковка и оболочка *Упаковка – синтез дизайна и технологий* 64

28

«В этом году производители будут больше внимания уделять качеству продукции и тратить больше средств на ее продвижение. Упор на натуральность и высокие потребительские свойства мясных изделий – основной тренд 2011-2012 гг. Спрос останется неплохим в сегменте традиционных ЗПФ и полуфабрикатов из мяса птицы».

«На современном мясоперерабатывающем предприятии остается все меньше места для универсального оборудования, на смену которому приходят специализированные машины. Этот процесс в России будет нарастать, повторяя американскую тенденцию».

60

производство */ингредиенты*

Фосфаты в мясопродуктах: настоящее и будущее 72

Теория и практика применения фосфатов ТМ «Мифос» 76

/экспертиза

Пельменные короли: кто сколько стоит? 82

/автоматизация

Предприятие Veviba на успешном курсе 84

производство */клининг*

Особенности национального клининга 86

Эффективный уход за инъекционным оборудованием 88

Чистота – залог успеха 90

консалтинг */право*

Льготы для бизнеса: жить стало веселей 92

мясная сфера

№2 (81) 2011

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей индустрии

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство о регистрации ПИ № 77-18553 от 12 октября 2004 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

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Зоя Титова
z.titova@sfera.fm
Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Дмитрий Зорин
d.zorin@sfera.fm

Корректор, литературный редактор:
Анастасия Баева
korrektor@sfera.fm

Иллюстрация на обложке:
Ирина Троицкая

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 6 раз в год.

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

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.

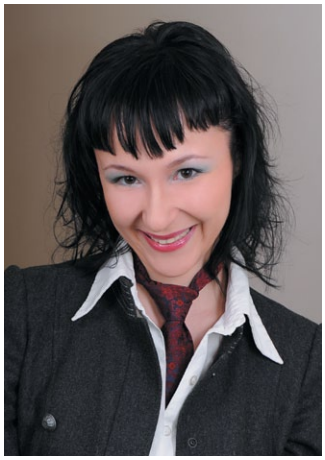
Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком Р, публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 09.03.11.
Тираж: 3000 экз.

сфера издательский дом



Тайны уличной торговли

Обострение конфликта сетей с поставщиками, экономическая нестабильность и сокращение потребительского спроса на рынке, вызванные кризисом, а также рост конкуренции заставили производителей мясопродуктов осваивать новые форматы небольших магазинов «у дома», а также передвижную фирменную торговлю.

Развитие собственных магазинов для участников мясного рынка, по сути, традиционный вид бизнеса. Достаточно вспомнить уличную торговлю, которая удовлетворяла всем условиям современных мясоперерабатывающих компаний. Однако ее основная проблема заключалась в качестве товара: испорченные или просроченные продукты были обычной практикой. Множество мелких кустарных производств реализовывали свою продукцию точечно – в киосках, палатках, подвалах и фургонах, где царила антисанитария и никогда не выветривался неприятный запах.

Однако за несколько десятков лет уличная торговля приобрела цивилизованный облик. Более того, власти, наконец, перестали препятствовать ее развитию и благосклонно относятся к использованию возможностей улицы производителями продуктов питания. Предпринимателям лишь объяснили, что нужно соответствовать времени и начинать позиционировать себя не как ларьки, а как магазины шаговой доступности.

Мэр столицы Сергей Собянин отдал распоряжение отдать в аренду под такие магазины первые этажи зданий в центре Москвы, относящиеся к муниципальной собственности. Усиление спроса со стороны торговых операторов, наблюдавшееся в течение первого полугодия 2010 года и возобновившееся после летнего спада деловой активности в конце III квартала, привело к сокращению доли вакантных площадей до уровня 1-3%, к росту арендных ставок на наиболее престижных и востребованных торговых коридорах. Кроме того, дополнительный виток роста ставок аренды произошел после начала кампании мэра Москвы против киосков: на наиболее престижных улицах прирост составил 20-40% по сравнению со вторым полугодием 2009 года.

Одновременно в феврале 2011 года в Москве ликвидировано около 700 торговых палаток и ларьков. Схема размещения объектов малой розницы в столице окончательно вступит в силу во втором полугодии. В конечном итоге предполагается убрать около 15% палаток, расположенных слишком близко к метро, мешающих движению транспорта и не имеющих разрешительных документов. По оценкам аналитиков, в Москве открыто не менее 1 300 объектов, не зарегистрированных должным образом. Около 850 из них уже вывезены с территории размещения.

По данным Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли Санкт-Петербурга, в настоящее время в городе функционируют 171 комплекс мелкорозничной торговли, 22 рынка (16 из них специализированные), которые предоставляют места малому бизнесу и индивидуальным предпринимателям для реализации сельхозпродукции. Также на рынке присутствуют более 3 тысяч отдельно стоящих объектов мелкорозничной торговли, число которых в летний период увеличивается на 1,5-2 тысячи.

Реализуется программа магазинов пешеходной доступности. На территориях, где ощущалась нехватка торговых площадей, в прошлом году открыто 44 таких магазина. Для обеспечения населения товарами первой необходимости по доступным ценам согласована торговля «с колес» производителей хлебобулочной продукции по 79 адресам, молочной продукции – по 39, мясной – по 46 адресам Петербурга. На декабрь 2010 года мобильную торговлю «на колесах» развивают 22 производителя Северной столицы.

Предприниматель сам определяет место, где он хочет поставить фургон, и утверждает его в КЭРППиТ. И если раньше процедура длилась до года, то теперь производители тратят на это лишь месяц.

Кроме того, в этом году в интернете появится специальная интерактивная карта со всеми городскими автолавками, призванная облегчить предпринимателям выбор мест под передвижную торговлю.

С расширением дополнительных каналов продаж и возрастающей привлекательностью специализированных магазинов производителей можно говорить о постепенном перераспределении торговли.

Станет ли открытие собственных точек продаж массовым? Может ли фирменная торговля считаться достойной альтернативой ритейлу? Мнения аналитиков и участников рынка разошлись.

Виктория Загоровская,
редактор журнала «Мясная СФЕРА»,
editor@sfera.fm

Автор:

Виктория Загоровская

Другая розница

Перспективным направлением для ряда производителей мясных продуктов стало развитие собственной торговой сети. Сегодня многие настроены открывать небольшие фирменные магазины, максимально приближенные к покупателю. И если раньше они являлись имиджевой составляющей, то теперь собственные торговые точки поддерживают экономическую стабильность компании, гарантируют определенные объемы продаж, помогают снизить издержки входа в сеть и уменьшают зависимость от капризов ритейла.

Первопроходцы

В течение нескольких последних лет производство продуктов питания становится все менее рентабельным – и не только вследствие удорожания сырья из-за неурожая или неразумного квотирования импорта мяса, но и в результате ужесточения требований торговых сетей, которые превратились в основных покупателей продукции мясоперерабатывающих заводов, заменив собой множество мелких магазинов. Кроме того, конкуренция на рынке мясопродуктов ужесточается, в регионы все активнее выходят крупные федеральные производители.

С ужесточением диктата сетей, который выливался в увеличение конечной стоимости товара, мясоперерабатывающий завод «Ладоград» был вынужден начать открывать собственные магазины. Торговая сеть «Ладоград» начала развиваться примерно пять лет назад. На данный момент у «Ладограда» восемь своих магазинов, последний из которых был открыт в конце 2010 года. В магазинах сети представлена не только мясная продукция, но и весь набор продовольственных товаров – от хлеба до картофеля. Мясной отдел, конечно, представлен исключительно продукцией завода, если не считать птицу.

иллюстрация: Ирина Троицкая

Открытие большого количества фирменных магазинов пришлось на время кризиса. Именно в этот период торговые сети начали ставить поставщиков в крайне невыгодные условия.

В Петербурге самая крупная розничная сеть по торговле мясными деликатесами принадлежит «Великолукскому мясокомбинату».

Хотя в сетях мясные изделия компании сегодня присутствуют, продажи в них с каждым годом сокращаются.

В кризис «на коне»

Открытие большого количества фирменных магазинов пришлось на время кризиса, что выглядит вполне логичным. Именно в этот период торговые сети начали ставить поставщиков в крайне невыгодные условия по порядку и срокам расчетов, обострив и без того натянутые отношения до предела.

В такой ситуации наличие фирменных магазинов оказалось очень выгодным, так как они гарантировали возврат денег практически на следующий день, что было особенно важно компаниям, предлагающим скоропортящийся продукт. Ценность денег многократно выросла, и стабильно поступающие финансовые средства от собственных торговых точек превратились в существенное конкурентное преимущество. Кроме того, они давали возможность снижать торговую наценку, что также актуально в период экономического спада, когда расходы потребителей сокращаются.

Так, задержки платежей со стороны ритейлеров заставили птицефабрику «Октябрьская» расширять собственную сеть. К концу 2008 года она открыла 12 магазинов на территории Новосибирской области, а в 2009 году к ним прибавилось еще несколько торговых точек.

«Мы и раньше понимали, что хорошо иметь свои магазины, – отмечал **исполнительный директор «Октябрьской» Сергей Доровский.** – Причин несколько: возможность самостоятельно отслеживать качество продукции; поддерживать обратную связь с покупателем. Разумеется, большой плюс заключался в том, что сегодня ты отдаешь товар, а завтра получаешь деньги, – схема, реализовать которую при работе с торговыми сетями было невозможно. Я говорил со многими производителями: «на коне» оказались те, кто стал создавать небольшие фирменные магазины. У тех, кто не зависит полностью от сетей, шансы пережить непростую ситуацию на рынке увеличились многократно».

Петербург: «Великолукский мясокомбинат»

В кризис в Петербурге на освободившихся коммерческих площадях открылось множество магазинов «у дома», которые пользуются спросом у жителей спальных районов, где они чаще всего открываются.

Самая крупная розничная сеть по торговле мясными деликатесами принадлежит «Великолукскому мясокомбинату». Существенное расширение торгового бизнеса пришлось на последние два-три года. Компания вышла с розничным проектом одноименных магазинов на рынок Петербурга в 2001 году. На начало 2003 года она владела 6 точками, в 2008 году в сеть входило 139 магазинов, из которых 4 располагались на Невском проспекте. В начале прошлого года сеть Великолукского мясокомбината насчитывала около 200 стационарных магазинов в Петербурге и Ленобласти, а теперь их более 230.

Широкий выбор качественной мясной и колбасной продукции, «правильные» цены – визитная карточка фирменных торговых точек, которые позиционируются как магазины шаговой доступности для населения города. Вместе с колбасными изделиями, охлажденным мясом и мясными полуфабрикатами в них продаются кисломолочные продукты, молоко, хлеб, выпечка. Доставка продукции осуществляется ежедневно непосредственно с производства без привлечения каких-либо посредников, что гарантирует свежесть и качество всего ассортимента. Кстати, в каждом магазине он формируется индивидуально, с учетом пожеланий покупателей.

Развитие сети «Великолукского МК» не помешало расти его конкурентам. Участники рынка отмечают, что компания изменила формат своих магазинов: теперь они занимают помещения площадью 100-150 м^2. Часть точек на меньших площадях мясокомбинат закрыл, и эти помещения заняла, в частности, федеральная сеть «Сгомонь», специализирующаяся на продаже колбас и сыров.

Помимо магазинов формата «у дома», «Великолукский мясокомбинат» располагает небольшой сетью передвижных ларьков, хотя делать ставку на это направление не собирается.

Станет ли *открытие собственных точек продаж массовым? Может ли фирменная торговля считаться достойной альтернативой сетевой рознице? Мнения аналитиков и участников рынка разошлись.*

Москва: «МясновЪ»

В этом году торговая сеть «МясновЪ» планирует запуск 40 фирменных магазинов в столице и области. Инвестиции в развитие составят около 30 млн рублей. Сейчас компания «Новый формат», управляющая сетью мясных магазинов, подыскивает помещения под новые торговые объекты площадью 70-100 м^2. Причем, она готова не только арендовать площади, но и приобретать их в собственность. По оценкам аналитика УК «Финам Менеджмент» Максима Клягина, вложения в один магазин могут обойтись ритейлеру примерно в 5 млн рублей без учета возможного выкупа площадей в собственность.

В 2012 году число магазинов «МясновЪ» в Москве и области возрастет до 200. Кроме того, компания намерена выйти в другие регионы России. «Нас интересуют крупные областные и районные центры с населением от 200 тыс. человек», – сообщила **начальник управления маркетинговыми коммуникациями УК «Новый формат» Ирина Невежкина.** Всего

Станции метро, ключевые улицы, людные места, спальные районы, остановки – самые подходящие места для расположения фирменной торговой точки.

Для того чтобы стать успешной торговой сетью, магазины шаговой доступности должны сделать ставку на сервис, а не только на низкие цены.

ритейлер планирует запустить более тысячи магазинов на территории европейской части России.

В настоящее время сеть «МясновЪ» включает в себя 112 магазинов, 68 из которых расположены в Москве и Московской области, 44 – в Нижнем Новгороде и Нижегородской области.

Белгородская область

Фирменный магазин с продукцией под брендом «Дальние дали» компании «Агро-Белогорье» появился в этом году в Белгородской области. Жителей отдаленного от Белгорода районного центра обслуживают ежедневно. За прилавком посменно работают два продавца, которые не только пробьют чек, но и помогут выбрать вкусную свинину по карману. Покупатели могут отдать предпочтение мясу в вакуумной потребительской упаковке или охлажденным полуфабрикатам кулинарной разделки «Дальние Дали».

С открытием нового магазина пошел отсчет второго десятка розничных торговых точек «Агро-Белогорье». Сегодня их уже 11: в Строителе, Борисовке, Бирюче, Белгороде и теперь в Вейделевке. Большинство магазинов появились только в 2010 году.

По его итогам, через фирменную розничную сеть было реализовано 250 тонн свинины. В планах компании – дальнейшее расширение торговой сети.

Широкий выбор *качественной мясной и колбасной продукции, «правильные» цены – визитная карточка фирменных торговых точек, которые позиционируются как магазины шаговой доступности для населения города.*

«Золотые» правила

Тем, кто только думает последовать их примеру, необходимо помнить о трех вещах, которые определяют объемы продаж и прибыль точки розничной торговли: место, продавцы, товар (ассортимент).

Станции метро, ключевые улицы с двухсторонним движением (специально никто объезжать не будет), людные места, спальные районы, остановки – самые подходящие места для расположения фирменной торговой точки.

При выборе помещения ищите такие, в которых витрины смотрят на входящего покупателя, а не стоят к нему боком. Избегайте помещений, в которые можно попасть, пройдя по ступеням. Причем неважно, ведут они в подвал (полуподвал), или необходимо подниматься вверх. Даже 2-3 ступеньки урезают продажи. Наличие ступеней при входе снижают торговлю на 15-20%. Двое из 10 прохожих не зайдут в магазин из-за ступеней. Зимой этот показатель еще выше.

Старайтесь, чтобы помещение находилось вплотную к тротуару. Расстояние 5-10 м от тротуара снижает торговлю еще на 15-20%. Причина та же – человеку лень, как подниматься или спускаться по ступеням, так и отходить на несколько метров в сторону.

Как только клиент зашел в магазин, он попадает в зону влияния продавца. Именно от него зависит ваш бизнес и ваши доходы.

При подборе кадров определите, кого вы хотите найти – «торгаша» или «хорошего человека»? Торгаш – тип предприимчивый и инициативный, для него деньги и действия на первом месте. Преимущества – легко продает, хорошо общается с покупателями, практически нет возвратов. Недостатки – вы ему не доверяете, недостача – обычное явление, он может впихнуть покупателю даже бракованный товар, требует от поставщиков отката, подарков или бонусов.

Для торгаша нужны жесткие, но выгодные финансовые условия. Если зарплата невысокая и вы обрежете ему возможность плутовать, выкраивая дополнительные деньги, он уйдет.

«Хороший человек», в основном, вежлив, обед носит с собой, скромный. Преимущества – вы ему доверяете. Недостатки – гораздо меньшие объемы продаж, редко проявляет инициативу, болезненно реагирует на замечания, предельно честен: если мясо поступило позавчера, то он скажет покупателю, что «позавчера».

Для того чтобы стать успешной торговой сетью, магазины шаговой доступности должны сделать ставку на сервис, а не только на низкие цены. Если магазины шаговой доступности смогут восполнить недостатки конкурентов на уровне эмоционального контакта «покупатель – продавец», то они обречены на успех. Люди хотят делать покупки с удовольствием.

Товарный и ассортиментный ряд выстраивается исходя из местонахождения магазина.

Рекомендуется использовать продукцию без вакуума, разогревать (гриль, контактный гриль, жарочная поверхность и т. д.). Когда стоишь возле витрины и струится вкусный аромат, крайне сложно устоять перед соблазном. Именно с этой целью в супермаркетах в торговых залах ставят пекарни.

Приведу пример. Магазин торговал колбасами в вакууме. Запах в магазине стоял такой же, как в кредитном отделе в банке, т. е. никакой. Тогда продавец взял «подуставшую копченую грудинку», нарезал тонкими ломтиками и ставил на электроплиту на 2-3 минуты (главное не пережарить). Народ реагировал мгновенно: заходил в магазин в поисках источника запаха.

Немаловажную роль в мясном магазине играет свет. В основном, используется яркий свет с красной подсветкой в витрине, превращающей бледный продукт в розоватую аппетитную колбасу. Иногда его дополняют внешней подсветкой красными плафонами. Для этих же целей используют белые плафоны для молочки, желтые – для сыров, синие – в рыбных отделах.

При формировании ассортиментного ряда следует принимать во внимание перечень продукции, представленной в дру-

По словам участников рынка, переориентация на меньшие торговые форматы является мировой тенденцией.

Популярность автолавок объясняется мобильностью, невысокой стоимостью фургона, выгодностью аренды участка по сравнению с арендой помещения, отсутствием коммунальных платежей.

Сообщения с форума:

Анастасия Павловец » 09 мая 2010, 14:01
Ребята, прошу о помощи. Хочу открыть собственный мясной магазин – может, кто-то знает тонкости реализации проекта, с чего начать и куда пойти?.. На начальном этапе информация очень нужна! Большое спасибо.

Alb » 27 мая 2010, 22:06
Подскажите свое мнение о мясных автомагазинах. Какие подводные камни могут быть в этом бизнесе?

da11as » 05 июнь 2010, 12:15
Здравствуйте,
я из Казахстана и тоже планирую открыть мясную лавку. Мне бы хотелось узнать о нюансах организации бизнеса. Не могли бы Вы скинуть информацию по теме еще и мне?

Elvira » 08 сен 2010, 09:13
Хочу открыть свой магазин по продаже мяса и всего такого прочего: посоветуйте, с чего начинать, какие нужны справки и как их быстрее получить, какие могут быть проблемы?

Sever » 01 окт 2010, 11:15
И мне скиньте информацию по открытию мясного ларька!

valerii1962 » 16 ноября 2010, 08:20
Подскажите, какое нужно оборудование для открытия магазина по продаже мяса, с учетом полуфабрикатов?

гих аналогичных торговых точках города. Рекомендуется включать в ассортиментный перечень мясные продукты высокой степени готовности, требующие в домашних условиях лишь разогрева в микроволновой печи. Продукция, реализуемая через витрину, должна соотноситься по объему с упакованной и расфасованной продукцией в пропорции не менее 1:8. Выкладка продукции должна осуществляться в гастроемкостях размером GN 1/2 или 1/3. Гастроемкости с продукцией, выложенной в витрине в течение дня, не должны быть полупустыми.

При осуществлении ценообразования должен приниматься во внимание средний уровень цен по городу.

Время работы магазина должно начинаться с 8 часов утра и заканчиваться не ранее 8 часов вечера – в расчете на женщин, спешащих на работу и возвращающихся с работы домой.

Гипермаркеты выходят из моды

По словам участников рынка, переориентация на меньшие торговые форматы является мировой тенденцией. С падением покупательной способности тенденция идти в супермаркет за всем и сразу замещается необходимостью купить только самое нужное. Переориентация также связана с тем, что в кризис покупатели уменьшили среднюю сумму чека, но стали делать покупки чаще.

Настало время, когда небольшие магазины с постоянным и знакомым ассортиментом товаров пользуются большим спросом. Хорошие темпы развития показали дискаунтеры и магазины «у дома», которые теперь составляют серьезную конкуренцию гипер- и супермаркетам.

По мнению участников рынка, сегодня формат магазинов «у дома» в отличие от формата гипермаркетов далек от насыщения. Помимо опытных ритейлеров, развивать магазины «у дома» начинают производители продуктов питания, которые устали бороться с торговыми сетями за право вхождения на полки.

Розничные предприятия торговли, от небольших магазинов до крупных сетевых, соглашаются выставлять на своих полках лишь по несколько наименований мясных продуктов одного производителя, а в собственных павильонах представлен сразу весь ассортимент.

При этом производитель действительно максимально приближает свои торговые точки к потребителю. Если покупателю нужны пельмени, колбаса и другие мясные продукты, их можно приобрести в павильонах, расположенных в удобных для него местах. Все больше покупателей открывают для себя магазинчики «шаговой доступности», где свежую и качественную продукцию можно купить по оптимальной цене из первых рук.

Кроме того, ограниченность доступа ритейлеров к кредитным ресурсам серьезно усложняет развитие сетей гипермаркетов. Большинство торговых операторов, которые развивают сети гипер- и супермаркетов, снизили темпы развития, поскольку открытие одного такого магазина требует больших инвестиций. Затратность, трудности в поиске соответствующей земли под строительство или готовых объектов в нынешних условиях ограниченных кредитных ресурсов и падения доходов сводят привлекательность гипермаркетов практически к нулю.

Торговые фургоны: дешево и мобильно

Большую популярность у производителей приобрели торговые фургоны. Участники рынка утверждают: развитие такого формата перспективнее, чем вложение в стационарные точки.

В ходе проведенного исследования маркетинговое агентство Step by Step выяснило, что на долю магазинов приходится 46% от числа установленных в стране автофургонов, пункты быстрого питания занимают 48%, услуг – 6%. Чаще всего в автолавках торгуют цветами – 20%, колбасной продукцией – 15%, хлебом и молоком – 10%.

Рост интереса к передвижным магазинам со стороны предпринимателей можно было наблюдать уже в начале 2009 года. С момента приказа губернатора упростить в городе торговлю «с колес», прозвучавшего в августе 2009 года, на улицах Санкт-Петербурга, по данным КЭРППиТ, появилось почти 230 автофургонов. Торговлю хлебобулочной, молочной, мясной и рыбной продукцией с таких торговых точек осуществляют 22 компании, в том числе «Балтийский хлеб», «Быстроежка», «Севзапмолоко», «Арнаут», «Петербурженка», «Буше». Как правило, компания имеет примерно по 20 фургонов, расположенных у станций метро в спальных районах города.

Популярность автолавок объясняется мобильностью (всегда можно поменять ее месторасположение и выбрать район или место, где сосредоточено большое количество потенциальных

Все создаваемые магазины должны образовать сеть: иметь один бренд, оформляться в едином стиле, предлагать примерно одинаковый ассортимент продуктов и цены.

потребителей), невысокой стоимостью фургона, выгодностью аренды участка по сравнению с арендой помещения, отсутствием коммунальных платежей, необходимости делать ремонт и держать отдельный автопарк, как в случае содержания собственного стационарного магазина. Кроме того, не требуется подключения к канализации и к электроэнергии.

По расчетам экспертов, помимо автолавки, стоимость которой составляла минимум 300–400 тыс. рублей на 2009 год, потребуется покупка генератора (около 40 тыс. рублей), оплата услуг водителя (от 20 тыс. рублей), ежемесячные расходы на топливо и т. д.

Максимальная экономия торговых издержек позволяет продавать продукцию с меньшей наценкой, нежели при ее реализации через сетевую розницу или магазины шаговой доступности. По мнению руководителя отдела инициативных исследований Step by Step Марии Маттис, в условиях посткризисной ситуации «магазины на колесах» получат преимущество именно потому, что смогут предлагать более привлекательные цены.

Все создаваемые магазины должны образовать сеть: иметь один бренд, оформляться в едином стиле, предлагать примерно одинаковый ассортимент продуктов и цены.

Удачными местами для расположения являются рынки, вокзалы, станции метрополитена, парки отдыха, пляжи, конечные узловые остановки. Важно отметить, что у владельца автолавки появляется возможность вести торговлю во время городских праздников и спортивно-массовых мероприятий. В принципе наличие автолавки в том или ином месте всегда увеличивает возможность совершения импульсной покупки.

Можно ли прожить без ритейла?

Участников рынка привлекает целый ряд преимуществ меньших форматов. Во-первых, для меньшего объекта потенциально существует гораздо больше возможностей найти подходящее месторасположение. Благодаря этому магазины формата «у дома» можно располагать в пределах пешей досягаемости от места жительства или работы покупателей, заполучая тех, кто не пользуется личным транспортом. Во-вторых, меньший формат требует меньшего количества начальных инвестиций для запуска и оборотных средств для функционирования. Стоимость открытия стандартного и относительно небольшого магазина, ориентированного на торговлю продуктами питания, будет зависеть от региона, расположения торговых точек, качества оборудования и ряда других факторов.

Одним из преимуществ собственных торговых точек является быстрый возврат денег за проданную продукцию.

Ряд экспертов отмечают, что в секторе специализированных продуктовых магазинов, особенно в сегменте скоропортящейся продукции, нет жесткой конкуренции, поскольку этот бизнес довольно сложный, а его рентабельность относительно невысока. Однако уровень конкуренции существенно отличается в зависимости от региона. В каждом городе существует своя специфика, поэтому общие оценки перспектив развития сети фирменных магазинов не подходят. Где-то есть сильные местные игроки, в какие-то регионы уже успели дойти федеральные сети, а в некоторых городах рынок продовольственных товаров до сих пор в стадии формирования.

***Уходить** из сетей, либо резко уменьшать свою представленность на полках с открытием собственных магазинов производители не намерены, ведь на супермаркеты приходится львиная доля реализации их продукции.*

Однако далеко не все согласны с тем, что открытие собственных точек продаж мясопроизводителей станет тенденцией, а фирменные магазины могут составить сколько-нибудь значимую конкуренцию ритейлу.

Уходить из сетей, либо резко уменьшать свою представленность на полках с открытием собственных магазинов производители не намерены, ведь на супермаркеты приходится львиная доля реализации их продукции. В их планах – продолжать сотрудничество с сетями, поскольку на рынке мясных изделий конкуренция между производителями достаточно большая.

Аналитики обращают внимание, что сегодня на рынке торговой недвижимости складывается ситуация, при которой в среднесрочной перспективе стоит ждать наступления дефицита новых площадей. На сегодняшний день цена квадратного метра в этом секторе недвижимости растет, а число предложений, напротив, снижается. За помещения площадью 30-50 м^2, которыми очень интересуются мелкие предприниматели, на рынке аренды разворачивается нешуточная борьба.

В свою очередь, крупные сетевые участники розничного рынка уверены, что появление специализированных розничных магазинов и, тем более, автолавок никак не отразится на их продажах. Представители ритейла подчеркивают, что не считают конкурентом сети специализированные магазины, которые сосредоточены на одном виде продукции, т. к. это совершенно другой формат. По их словам, люди редко идут в магазины только за мясом – гораздо удобнее в наше время отправиться туда, где кроме него можно купить множество других необходимых товаров.

Поставить фургон можно вблизи метро, обеспечив этим хороший товарооборот. Еще один плюс заключается в возможности сменить месторасположение и скорректировать время работы.

Есть мировой опыт, по которому выбрана наиболее эффективная модель, когда продажей занимаются именно профессионалы торговли. У производителей, которые не могут по-другому выйти на рынок, фирменная небольшая сеть с магазинами в качестве шоу-румов – это нормально и иногда даже необходимо. Но как бизнес-проект это вряд ли выгодно: подобные магазины в лучшем случае убыточны и являются просто витринами, в худшем – снижают финансовые показатели производителя. Участники рынка также отмечают, что, имея свою сеть, производитель снижает возможность попасть в другие торговые сети.

Для того чтобы стать успешной, фирменная розница должна быть самостоятельным эффективным и рентабельным бизнесом, а не только каналом увеличения продаж для производителей мясной продукции.

Для бизнеса существует несколько основных преимуществ магазинов «на колесах» по сравнению со стационарными точками. Автолавки привлекательны низким уровнем вложений – они обходятся дешевле строительства магазина. Автолавки быстро окупаются, дают возможность уйти от растущих арендных ставок на помещения. При этом поставить фургон можно вблизи метро, обеспечив этим хороший товарооборот. Еще один плюс заключается в возможности сменить месторасположение и скорректировать время работы. Если выбранное место оказалось не очень удачным для торговли, точку легко переместить, избежав инвестиций в переоборудование. Кроме того, компании не требуется дополнительный автопарк для развозки продукции по магазинам: каждая автолавка утром забирает свежий хлеб, молоко, мясную или рыбную продукцию с производства.

«Автолавки привлекательны низким уровнем вложений. Они быстро окупаются, дают возможность уйти от растущих арендных ставок на помещения».

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Александр Вихорев, генеральный директор компании «Петербурженка»:

Появление фирменных мясных магазинов – это реакция на сложную для производителей ситуацию, возникшую на рынке в период кризиса и связанную с резким снижением продаж. Желание диверсифицировать каналы сбыта закономерно – небольшим предприятиям собственная розничная сеть необходима для поддержания стабильных объемов производства, которые бы не зависели от отношений с торговлей различного формата.

Одним из преимуществ собственных торговых точек является быстрый возврат денег за проданную продукцию, в то время как при работе с крупными сетями средняя отсрочка за проданный товар в период кризиса составляла 30-45 дней. Фирменные магазины позволяют ликвидировать цепочку посредников, которая приводит к существенному завышению цен на продукцию, обеспечивая прямой сбыт в рознице для мясных компаний.

Производитель может предложить мясные изделия по более доступной цене, привлечь тех покупателей, которым ранее его продукция с накруткой была недоступна. Все это, в конечном счете, способствует увеличению потребления.

Войти в сети дорого, но открывать свои магазины для многих участников рынка также весьма накладно. Это приводит к росту популярности формата передвижной торговли и появлению все большего числа автолавок.

«Петербурженка» решила создавать собственную розничную сеть в кризисном 2009 году. Также к развитию собственного канала сбыта нас подтолкнуло снижение в Петербурге спроса на мясопродукты, которое доходило до 40%. По нашим расчетам, прямые продажи могут привлечь к продукции «Петербурженки» дополнительных покупателей за счет более выгодных цен, которые на 20-25% ниже, чем в крупных продовольственных сетях, близости к потребителю, широты ассортимента и популярности бренда.

Сегодня многие участники рынка оценивают такой формат торговли как перспективный и намерены наращивать автопарк. Так, изначально мы хотели ограничиться 15 передвижными точками, расположенными у станций метро, но проект превзошел все ожидания, и в результате было установлено 19 автофургонов. В ближайшее время мы планируем поставить в городе еще 8 автолавок. Стоимость каждой составляет около 800 тыс. рублей.

Конечно, у торговли «с колес» есть свои минусы. Например, рядом с участками, уже согласованными для размещения автолавки с городскими властями, сразу появляются конкуренты, которые подчас не получали никаких разрешений в КЭРППиТ. По нашим оценкам, в Петербурге количество несанкционированных объектов практически равняется официально разрешенным.

Но, несмотря на некоторые недостатки, в целом автолавки помогают продвигать продукцию, привлекая потенциальных потребителей за счет эффективного удовлетворения индивидуальных запросов, предложения мясных изделий высокого качества по оптимальной цене. Мобильность, удобное месторасположение, невысокая наценка, возможность

Наилучшим способом продвижения услуг автолавки является яркая и красочная реклама непосредственно на транспортном средстве и фургоне.

В стратегии группы компаний Atria, в которую входит «Атриа Россия», приоритетным направлением является производство мясных продуктов, а не создание собственной сети розничных магазинов.

быстрого реагирования на изменение спроса делают автолавку незаменимым помощником в условиях нестабильной ситуации на рынке и снижения покупательского спроса на готовые мясные изделия.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Людмила Кутергина, начальник департамента розничной торговли ОАО «Восточный»:

Торговля – отдельное направление работы, в котором многое зависит от стабильности и престижности выбранного помещения. Но порой торговля в стационарном магазине невозможна или невыгодна. Степень необходимости у разных групп продовольственных товаров различна. Во многие населенные пункты жизненно важно время от времени или регулярно поставлять какой-то товар. К тому же, существуют специальные площадки, выездные ярмарки и т. д., где вести речь о постоянном месте торговли не имеет смысла. Здесь автолавки играют решающую роль.

«Недостатки автолавки – это отсутствие складских помещений, узкий ассортимент, низкая температура в зимний период».

Выездная торговля – это особая сфера деятельности. Собственные передвижные магазины не требуют больших вложений, а также дополнительных затрат на аренду помещения и приобретение торгового оборудования. Они позволяют не потерять значительную долю прибыли, как при работе с ритейлом, и в то же время дают возможность предлагать покупателям качественную продукцию по ценам производителя.

К тому же, в этом случае намного легче организовать охрану имущества владельца, при работе автомагазина не требуется подключения к электроэнергии, водоснабжению, канализации. Одним из преимуществ автомагазина является мобильность, к работе привлекается минимальное количество обслуживающего персонала.

Наилучшим способом продвижения услуг автолавки является яркая и красочная реклама непосредственно на транспортном средстве и фургоне, которая информирует потребителей о деятельности компании и ее продуктовом ассортименте. Также важным рекламным каналом для выездной торговли служит форма «из уст в уста», когда покупатели рекомендуют магазин родственникам, друзьям и знакомым. Именно поэтому при организации выездной торговли особое внимание уделяется подбору продавцов, имеющих навыки работы с клиентами.

Недостатки автолавки – это отсутствие складских помещений, узкий ассортимент (до 300 кг продукции), низкая температура в зимний период (холодно работать).

В декабре 2009 года была организована продажа мясных и колбасных изделий производства ОАО «Восточный» (ООО «КОМОС ГРУПП», Удмуртия) в автомагазине. На сегодняшний день у нас работают две торговые точки, которые по определенному графику обслуживают население Завьяловского, Сарапульского, Киясовского районов республики, что составляет более пятидесяти населенных пунктов. Практически ни одно праздничное мероприятие в городе Ижевске не обходится без участия магазина «на колесах», потому что это удобная мобильная форма торговли мясными продуктами, которые так любят в Удмуртии.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Сергей Иванченко, генеральный директор компании «Пит-Продукт» и МПЗ «КампоМос», исполнительный директор «Атриа Россия»:

В Европе формат фирменной торговли мясными продуктами изжил себя. Опыт европейских стран показал, что со временем такие специализированные магазины проиграют супермаркетам, гипермаркетам и магазинам «у дома» общего плана...

«Опыт европейских стран показал, что со временем специализированные магазины проиграют супермаркетам и гипермаркетам».

В стратегии группы компаний Atria, в которую входит «Атриа Россия», приоритетным направлением является производство мясных продуктов, а не создание собственной сети розничных магазинов, поэтому, можно сказать, что развитие фирменной торговли в России противоречит стратегическим целям нашей компании. Мы стремимся специализироваться именно на производстве мясных продуктов и доводить это направление до совершенства.

Существует масса ограничений относительно того, где и как возможно открыть торговую точку. Однако по опы-

Сейчас найти помещение для магазина сложнее, чем место под фургон. Человек, который торопится по своим делам, может не зайти в магазин, но вполне способен совершить покупку в такой лавке.

ту некоторых наших конкурентов могу судить о том, что, если поставить фирменный магазин в правильном месте и грамотно его брендировать, то это направление может стать довольно прибыльным бизнесом. Такой формат торговли популярен, в основном, среди московских производителей мясных изделий в самой столице.

Если принять во внимание все сложности, связанные с открытием собственных магазинов, уверенность в том, что у данного формата торговли нет будущего, и в перспективе он себя изживет, а также расхождение с общей стратегией развития Atria, станет ясно, почему наша компания не планирует развивать направление фирменной торговли.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Анастасия Птуха, председатель совета директоров ГК Step by Step:

Популярность передвижной торговли среди продуктовых компаний связана, прежде всего, с относительно невысокими затратами на открытие: это фургон, который можно взять в аренду, холодильники, сопутствующее оборудование. Кроме того, сейчас найти помещение для магазина сложнее, чем место под фургон. Человек, который торопится по своим делам, может не зайти в магазин, но вполне способен совершить покупку в такой лавке. Тем не менее, есть и очевидные трудности: во-первых, повышенное внимание со стороны санэпиднадзора, регулярные и «внезапные» проверки. Во-вторых, возможность проблем с энергоснабжением: недобросовестные конкуренты способны перерезать кабель питания, что может привести к порче продукции, так как генераторов хватает только на несколько часов, в то время как обесточить магазин в жилом или административном здании достаточно проблемно. Но самая главная сложность состоит в получении «лота» на открытие передвижной торговой точки. По факту, в городе компания не может поставить автофургон в любом месте. Для этого существуют специально отведенные властями места, на которые каждый год организуется тендер (причем, количество мест ежегодно сокращается), существует ряд ограничений на установку автофургонов около станций метро и т. п.

Если говорить о возможном отказе от сотрудничества с ритейлом при развитии собственных торговых точек, то, на мой взгляд, такой шаг нельзя назвать разумным. Для эффективной деятельности и завоевания большей доли рынка производитель должен использовать все возможные каналы сбыта. Отказываться от одного из них – означает потерять долю рынка, автоматически происходит снижение узнаваемости марки, приходится повышать расходы на рекламу. Зачастую многие покупки мяса и деликатесов происходят спонтанно, и человек решается на них, когда уже стоит перед прилавком. Собственные торговые точки мясопереработчиков, конечно, имеют высокие шансы завоевать сердце потребителя, но лишь при правильном позиционировании: необходимо подчеркивать, что в фирменных магазинах предлагаются самые свежие и качественные продукты, а покупка некачественного или поддельного товара просто исключена. МС

«Для эффективной деятельности производитель должен использовать все возможные каналы сбыта. Отказаться от одного из них – значит потерять существенную долю рынка».

реклама

Знаете ли Вы рецепт успеха конкуренции?

Ведущие мировые предприятия мясной отрасли успешно сотрудничают с CSB-System.

Приглашаем Вас посетить наш семинар с посещением предприятий 23-24 марта в Мюнхене

IT-решение для всего Вашего предприятия

CSB-System
INTERNATIONAL

CSB-System в России:
115455, г. Москва, ул. Пятницкая, 73
тел.: +7 (495) 64-15-156
факс: +7 (495) 95-33-116

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

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

*✱ Справка:
Экспáт (англ. expat, происходит от лат. ex patria «вне родины») – термин для обозначения специалистов, работающих за рубежом.*

Гость:

Алла Шелль,
региональный директор по продажам в Восточной Европе компании «Kalle»

Беседовала:

Екатерина Сомова

***Алла Шелль** родилась в 1967 году в Таджикистане, в городе Душанбе, где получила филологическое образование. Живет и работает в городе Визбаден, занимая должность регионального директора по продажам в Восточной Европе компании **«Kalle»** – одного из ведущих мировых производителей искусственных колбасных оболочек.*

«…Еще важно не бояться хотеть. Как только появляется ощущение внутреннего напряжения, страха или сомнения в том, достаточно ли я хорош, – это шаг назад!»

Остаться в Германии не было в мыслях!

– Как получилось, что филолог из Душанбе работает директором по продажам в крупной немецкой фирме в Визбадене? Что за повороты судьбы?

– Наше переселение в Германию произошло в конце 1990-х гг. по семейным причинам. И, естественно, та профессия, которая была получена мною еще в Советские времена, в Германии не пригодилась. Почти сразу по приезду у нас с мужем родился ребенок, поэтому первые три года я посещала курсы немецкого языка и занималась семьей. Потом прижилась, поняла, что обратно не вернусь, и приняла решение развиваться в профессиональном плане. Можно было идти по тому направлению, которое я выбрала прежде – русский язык и литература, но тогда в Германии специалисты в этой области уже не были востребованы, так как многие выходцы Восточной Германии владели русским языком.

Я задалась вопросом: что делать дальше, как обеспечивать себя? Приоритетом в выборе профессии являлась экономическая составляющая, поэтому я решила быстро, в течение 2-3 лет, получить специальность и работать по ней дальше.

– Насколько я понимаю, Вы отправились в Германию, зная, что ждете ребенка. Но ехали в совершенно новое место, не имея там родных и друзей. Неужели это Вас не пугало?

– Конечно, многое пугало. Но тогда у меня и мыслей не было остаться в Германии навсегда! Во-первых, языка я не знала. Во-вторых, меня окружали люди с совершенно другим, чуждым менталитетом, которые иначе реагируют на окружающую действительность, относятся к происходящему вокруг и к тебе. Жизнь здесь течет в соответствии с четкими правилами. Немцы привыкли существовать в определенных рамках, за которые не принято выходить, мы же, наоборот, всегда учились обходить любые ограничения и запреты. А в Германии, если нарушаешь нормы поведения, значит, ты явно иностранец!

Меня мучил вопрос, смогу ли я ужиться и перенять такой радикально новый подход? Однако надо сказать, что процесс адаптации, интеграции в новую среду произошел очень быстро.

– Не скучаете по России?

– Первые 10 лет жизни в Германии я бывала в родной стране только во время отпуска. А с началом работы в Kalle я стала часто ездить в командировки в разные концы бывшего Советского Союза и в Россию. За долгие годы я как бы переработала в себе ностальгию и сейчас совершенно спокойно оцениваю свое местонахождение здесь и поездки в Россию по работе или просто в отпуск. Я живу на две стороны – западную и восточную – и очень комфортно себя чувствую.

– Сохранилось ли «чувство дома» при такой «кочевой» жизни? Куда Вам хочется возвращаться домой: в Россию или Германию?

– «Чувство дома» присутствует и постоянно трансформируется. Если я долгое время нахожусь в Германии, меня начинает тянуть на родину. Тогда я снова должна окунуться в непростую российскую действительность, зарядиться

«В Германии жизнь течет по определенным правилам, в строгих рамках, за которые не принято выходить. А если выходишь, то ты явно иностранец!»

«Меня окружали люди с совершенно другим, чуждым менталитетом, которые иначе реагируют на окружающую действительность. Меня мучил вопрос, смогу ли я с ними ужиться? Однако процесс адаптации и интеграции в новую среду произошел очень быстро».

всеми этими сложностями, устать до невозможности и потом захотеть вернуться назад. Приехав в Германию, я понимаю, как устала! Я сбрасываю груз российских проблем, но проходит время, и мне опять чего-то не хватает. Образуется вакуум, который надо заполнить.

Но само «чувство дома» связано больше с тем, где находится мой ребенок. Поскольку он живет в Германии, меня тянет именно туда. А России, конечно, принадлежит вторая половина души: отсюда мои корни, здесь живут родители…

– Опираясь на успешный профессиональный опыт работы за границей, дайте несколько советов тем, кто хотел бы строить свою карьеру в другой стране.

– Прежде всего, необходимо практически в совершенстве овладеть иностранным языком, потому что слабое знание языка создаст множество сложностей, это будет делать человека неуверенным, и ему труднее будет интегрироваться. За плечами должна быть определенная база профессиональных знаний, потому что на ее создание в незнакомой стране тратится огромное количество времени.

Еще важно не бояться хотеть. Как только появляется ощущение внутреннего напряжения, страха или сомнения в том, достаточно ли я хорош по своим профессиональным качествам или каким-то другим параметрам, – это шаг назад. Надо не бояться идти вперед!

Кроме того, постарайтесь не оказаться заключенным в рамки субъективных оценок, стереотипов, связанных с представлениями о национальных чертах характера жителей разных стран. Если человек продемонстрирует свою открытость, принимая мир и людей такими, как видит, его так же открыто будут принимать окружающие.

И последнее условие успеха – это, конечно, строгое соблюдение существующих в стране правовых, законодательных рамок, этических и нравственных норм поведения, как в работе, так и в частной жизни. Ничего отрицательного они с собой не несут, зато помогают жить и дают ощущение собственной защищенности. мс

Имя, Фамилия:
Алла Шелль

Дата рождения:
19.05.1967 г.

Место рождения:
г. Душанбе, Таджикистан

Место проживания:
г. Визбаден, Германия

Образование:
высшее филологическое (Таджикистан), среднее экономическое (Германия)

Место работы, должность:
региональный директор по продажам в Восточной Европе компании «Kalle», одного из ведущих мировых производителей искусственных колбасных оболочек

Опыт работы:
зкспедиция железной дороги Германии

Семейное положение:
замужем, имеет двадцатилетнего сына

Увлечения:
чтение, плавание, отдых на природе

*✱ Справка:
Экспáт (англ. expat, происходит от лат. ex patria «вне родины») – термин для обозначения специалистов, работающих за рубежом.*

Гость:

Роб ван Сон,
генеральный директор
ООО «МПС Рус»

Беседовала:

Екатерина Сомова

Роб ван Сон *родился в 1960 году в нидерландском городе Гаага. В настоящее время занимает пост генерального директора компании* ***«МПС Рус»****, лидера в производстве и установке систем убоя для мясоперерабатывающей промышленности, а также линий по разделке, обвалке и переработке мясопродуктов.*

«Русские долго раздумывают, прежде чем принять решение об инвестировании проекта. Но уж если решат, дело движется необычайно стремительно – только за ними успевай!»

Привыкнув к России, не захотел уезжать обратно!

– Почему Вы решили уехать работать за границу?

– По национальности я голландец. Наша страна очень маленькая, и мне всегда хотелось вырваться за ее пределы, работать за рубежом, изучать жизнь и культуру разных стран мира.

– А почему выбор пал именно на Россию? Как Вам живется и работается в нашей стране?

– Как такового выбора я не делал. Так случилось, что я получил предложение на работу именно в Россию и в 1997 году переехал сюда жить.

Могу сказать, что мне здесь очень комфортно! Я люблю риск, экстремальную деятельность, а в Голландии все очень ровное: климат мягкий, тихо, спокойно. По сравнению с ее ритмом жизни каждый день в России – это новый сюрприз.

Кстати, до того как перебраться сюда, я некоторое время работал в разных африканских странах. И в последней стране было намного опаснее, чем в России, где можно испытать острые ощущения, но при этом не чувствовать себя в опасности.

– Вы сказали, что часто сталкиваетесь с сюрпризами. Можете привести пример?

– Чаще всего удивительные вещи подстерегают на работе. Русские зачастую очень долго раздумывают о возможности инвестировать средства в какой-то проект. Но уж если решают, то дело движется необыкновенно стремительно – тут только успевай реагировать!

– Есть ли отличия в принципах ведения бизнеса в России и в Европе?

– Разница, конечно, есть. В Европе ситуация на рынке достаточно стабильная. В России он находится в постоянной динамике, события развиваются настолько стремительно, что невозможно уследить за чередой сменяющихся фирм и людей.

Бывает в России и так: достигнута некоторая договоренность с клиентом – по рукам! – а потом он может взять и изменить свое решение на 180 градусов! Мне это порой очень мешает.

– Устраивают ли Вас русские сотрудники?

– Устраивают абсолютно. Русские умеют работать свободно, самостоятельно, не боятся принимать ответственные решения и хорошо чувствуют, что следует делать дальше.

– Если вспомнить первое время Вашего пребывания в стране, что всплывает в памяти?

– Сначала мне было трудно адаптироваться к местному климату с его низкими температурами. Когда я приехал, стояла зима, комната в гостинице была очень холодной. Конечно, я не знал ни одного слова по-русски, поэтому испы-

«Бывает и так: достигнута договоренность с клиентом – по рукам! – а потом он может взять и изменить свое решение на прямо противоположное! Это очень мешает вести бизнес».

«Русские умеют работать свободно, самостоятельно, не боятся принимать ответственных решений и хорошо чувствуют, что следует делать дальше».

Имя, Фамилия:
Роб ван Сон

Дата рождения:
21.12.1960 г.

Место рождения:
г. Гаага, Королевство Нидерландов

Место проживания:
г. Москва, Россия

Образование:
высшее

Место работы, должность:
генеральный директор компании «МПС Рус», лидера в производстве и установке высокотехнологичных систем убоя для мясоперерабатывающей промышленности, а также линий по разделке, обвалке и переработке мясопродуктов

Опыт работы:
генеральный директор компании CFS Russia, специализирующейся на создании эффективных решений для разных отраслей пищевой промышленности

Семейное положение:
воспитывает трех дочерей

Увлечения:
спорт – беговые лыжи, бег, сквош

тывал сложности с коммуникацией. Но так было лишь в первые несколько месяцев. Затем я достаточно освоился в незнакомой стране и уже не хотел уезжать. Хотя сначала у меня был контракт только на два года!

– Что Вы можете сказать о качестве жизни в России?

– Все зависит от того, как жить. Хотя, конечно, большая часть россиян находится в очень сложных условиях. Хорошая квартира в России, скажем, стоит невероятных денег.

– То есть, чтобы хорошо жить в России, надо непременно иметь много денег?

– Да, именно так! Тогда никаких проблем не будет. И, возвращаясь к разговору о качестве, хочу сказать, что в России представлено множество качественных продуктов питания, но, к сожалению, не так много достойных, ответственных производителей.

– Вы считаете, что качество российских продуктов сравнимо с европейским? А если говорить о соотношении «цена – качество»?

– В принципе качество местных продуктов находится с европейским на одном уровне, но – не у каждого производителя. В мясной промышленности, например, есть «Микояновский» завод, уровень которого вполне соответствует европейскому.

Цены на традиционные продукты в России очень высоки, значительно выше, чем в Европе, где также можно найти качественные продукты с долгой историей и традициями, например, мортаделлу в Италии или хамон в Испании, однако они не стоят таких больших денег.

– И последний вопрос. Вы любите русскую кухню?

– Люблю, особенно – блины с икрой и сметаной, борщ, домашние пельмени и шашлык из нежной свиной шейки. МС

Эффективная защита потребителей

Управление Роспотребнадзора по г. Санкт-Петербургу официально поддержало предложения Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль» по внесению изменений в ФЗ №2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей» и направило их в адрес городского Законодательного Собрания для подготовки законопроекта.

Изменения в закон направлены на повышение эффективности деятельности общественных объединений потребителей в сфере защиты прав неопределенного круга лиц. В частности федеральный орган поддержал предложение по внесению изменений в ст. 17 Закона, согласно которому закрепляется право общественного объединения потребителей обращаться с исковым заявлением в суд по месту своего нахождения.

Сегодня ст. 17 Закона предоставляет такое право только потребителю – физическому лицу. Однако если общественная организация имеет намерение защитить петербуржцев, например, от фальсифицированных молочных консервов «Молоко цельное сгущенное с сахаром», изготовленных в Орловской области или Краснодарском крае, или рыбных консервов, изготовленных в Калининградской области или на Сахалине, она вынуждена обращаться с исковым заявлением по месту нахождения ответчика (ст.28 ГПК). И это несмотря на то что нарушаются права граждан, проживающих на территории Санкт-Петербурга. В результате общественные организации потребителей вынуждены сосредотачивать свои силы на местных изготовителях, в то время как иногородние компании-нарушители уходят от ответственности.

Также Управление Роспотребнадзора по г. Санкт-Петербургу поддержало предложение о закреплении в указанном законе нормы, согласно которой суд в случае удовлетворения иска общественной организации потребителей в защиту прав неопределенного круга лиц обязан наложить штраф

на нарушителя – физическое лицо – в размере от 30 тыс. до 50 тыс. рублей, юридическое лицо – в размере от пятисот тысяч до одного миллиона рублей, причем 50% от суммы наложенного штрафа на физическое лицо и 25% от суммы наложенного штрафа на юридическое лицо перечисляется общественной организации.

Указанная норма (о перечислении 50% штрафа) содержится в ст. 13 указанного закона, которая закрепляет обязанность суда взыскивать штраф в размере 50% от суммы иска в защиту интересов потребителя (физического лица), причем 50% от взысканного штрафа согласно ст. 13 перечисляется общественной организации.

По мнению Всеволода Вишневецкого, председателя СПБ ООП «Общественный контроль», законодательное закрепление этих норм позволило бы общественным организациям, с одной стороны, более эффективно отстаивать в судах интересы потребителей, получая за это заслуженное вознаграждение, с другой – повысило ответственность бизнеса.

Пресс-служба СПБ ООП «Общественный контроль»

Система квот меняться не будет

Первый вице-премьер РФ Виктор Зубков обещал, что система тарифных квот на импорт мяса в 2011 году менять ся не будет.

Об этом он сообщил после заседания совета при полномочном представителе президента РФ в Южном федеральном округе по вопросам развития агропромышленного комплекса.

В. Зубков подчеркнул, что предложения, в т. ч. о введении плавающей пошлины на импорт мяса в РФ, подобно используемой на рынке сахара, постоянно поступают. Между тем, в последние годы была выстроена прозрачная, понятная система импортозамещения через страновые квоты. За это время в РФ удалось нарастить объем собственного производства мяса и практически достичь самообеспечения по мясу птицы. «Ломать то, что создано, не стоит. Тем более, на 2011 год все квоты определены и доведены до импортеров. Нельзя создавать бизнесу такие условия, чтобы его лихорадило», – сказал первый вице-премьер.

По его мнению, если сейчас сломать действующую систему тарифных квот и пошлин на импорт мяса, то нет гарантий, что будет создано что-то более эффективное.

РБК

Австралия увеличила импорт говядины в РФ

Импорт говядины в Россию в 2010 году снизился на 2% и составил 625 830 тонн, что намного ниже, чем показатели 2008 года – 810 729 тонн.

Аналитики Австралийского рынка утверждают, что снижение объема импорта мяса в России связано, в основном, с общим сокращением объема импорта говядины из Аргентины, который снизился на 76% за прошедший год.

Снижение поставок говядины из Аргентины было связано с общим сокращением производства говядины в стране и повышенным спросом на говядину на внутреннем рынке Аргентины.

Экспорт мяса в Россию из Бразилии также снизился в прошлом году на 13% и составил всего 282 092 тонн, что было связано с увеличением спроса на бразильскую говядину в странах среднего востока. В выгодной ситуации оказались поставщики говядины из Австралии, поскольку поставки из Бразилии и Аргентины, двух основных конкурентов Австралии на экспортном рынке мяса, сократились. Импорт говядины из Австралии в Россию в 2010 году вырос на 154% в годовом исчислении и составил 41 164 тонн.

Следует добавить, что данные по импорту мяса, которые предоставляет Россия, несколько отличаются от данных, опубликованных Австралией, в виду транспортных задержек и различии в оформлении документации.

Экспорт мяса из США увеличился до немыслимых цифр – 613% в годовом исчислении, или 22 292 тонн, чему, бесспорно, способствовало падение курса американской валюты. Поставки говядины из Парагвайя выросли на 37% (64 089 тонн), поставки из Уругвайя увеличились до 19% (78 926 тонн).

meatinfo.ru

Петербург без свиней

Управление ветеринарии Петербурга и Ленинградской области отчиталось, что африканская чума свиней в Петербурге ликвидирована. В качестве профилактики жителям города предлагают отказаться от содержания свиней в подсобных хозяйствах в течение пяти лет.

В конце февраля состоялось заседание противозоотической комиссии, на котором чиновники подвели итоги двухмесячной борьбы со свиной чумой в Петербурге.

Ветеринары постановили, что очаг свиной чумы ликвидирован. Однако в течение полугода продавать свинину, произведенную на территории Колпинского, Красносельского, Петродворцового и Пушкинского районов, будет нельзя. В течение года будет запрещено пополнять поголовье свиней в хозяйствах этих районов. Кроме того, врачи рекомендуют жителям области отказаться от содержания свиней в течение пяти лет.

Эксперты считают меры правильными и не обременительными для жителей. «Ленинградская область не первая выступает с рекомендацией воздержаться от содержания свиней. Вместо свиней жители могут выращивать птицу или мелкорогатый скот. Несоблюдение рекомендаций навредит, прежде всего, самим фермерам: они рискуют лишиться всего поголовья свиней в случае новой вспышки болезни», – говорит **Сергей Юшин, председатель комитета Национальной мясной ассоциации**.

Частные подсобные хозяйства не могут обеспечить безопасность цикла производства свинины, считает эксперт. По его словам, фермеры сейчас не имеют права легально реализовать мясо на перерабатывающие заводы, продажи фактически незаконны. На уровне цен на свинину запрет никак не скажется. Частные хозяйства Ленинградской области – слишком

слабый и малозаметный игрок даже на внутреннем рынке Петербурга и Ленобласти. Скорее всего, закупки свинины в других регионах увеличатся.

Напомним, что АЧС обнаружена в Ленинградской области 29 декабря 2010 года. В течение трех недель было уничтожено 1,5 тыс. животных.

Деловой Петербург

АЧС: реальная угроза

Африканская чума свиней становится реальной угрозой для сельского хозяйства страны. Если решение проблемы оттягивать и дальше, то расходы на борьбу с этим заболеванием вырастут в разы, а будущее зерновой отрасли и свиноводства окажется под вопросом.

Перед началом нового сезона отечественная сельскохозяйственная отрасль столкнулась с очередным вызовом, который может свести на нет основные достижения сельского хозяйства прошлых лет. Эта угроза не новая, но ее уровень сегодня достиг того порога, за которым последствия становятся катастрофическими. Речь идет об африканской чуме свиней (АЧС) – инфекционном вирусном заболевании свиней, которое присутствует в России с 2008 года, распространяясь по югу страны в геометрической прогрессии. В январе вспышки заболевания добрались до Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Ситуацией с АЧС в России уже обеспокоились в Евросоюзе. Если мероприятия по борьбе с ней будут проводиться в существующем ныне режиме, то к концу года, собрав любой, даже самый рекордный урожай, мы можем столкнуться с отказом от импорта российских зерновых другими странами из-за опасности вывоза АЧС за пределы нашей зараженной территории.

Первый вице-премьер РФ Виктор Зубков в конце января дал срочное поручение подготовить поправки в Кодекс об административных правонарушениях в связи с распространением АЧС. В частности, на порядок планируется повысить штрафные санкции за неприятие мер по карантину и попытки скрыть заболевания животных.

Помимо этого, Минсельхоз подготовит ужесточающие ответственность ведомственные документы.

Кроме того, в связи со вспышками АЧС Виктор Зубков не исключает создания новой программы по поддержке овцеводства взамен свиноводства. Он отметил, что, по всей видимости, в южных регионах РФ, где особенно участились случаи возникновения этого заболевания придется переходить к стимулированию выращивания овец, отказавшись от подобной поддержки при выращивании свиней.

Зубков выразил надежду, что для южных и особенно северокавказских регионов такое перепрофилирование некоторых хозяйств не станет тяжелой задачей.

agronews.ru
РИА Новости

Диспартитет в торговле: летняя миссия

Основными темами встречи представителей Россельхознадзора, Европейского союза по торговле мясом и живым скотом, Датской мясной ассоциации, Северо-западной мясной ассоциации, Ветеринарной ассоциации стало обсуждение итогов инспекции Еврокомиссии двух крупных российских предприятий по производству мяса птицы «Моссельпром» и «Приосколье», а также создание условий для поставок продукции российского птицеводства на рынок стран Евросоюза.

По итогам инспекции, проведенной в октябре минувшего года, компаниям «Моссельпром» и «Приосколье» было отказано в праве экспорта продукции в Евросоюз, несмотря на то что на обоих предприятиях используются европейские технологии, оборудование и кроссы птицы. Из представленного отчета неясно, по каким причинам каждое из них не было рекомендовано для поставок в страны Евросоюза.

Проблема диспартитета в торговле продукцией животного происхождения в двусторонней торговле между Россией и ЕС обсуждалась в январе на встрече, организованной в рамках мероприятий «Зеленая неделя», руководителем Россельхознадзора Сергеем Данквертом и руководителем генерального директората Европейской комиссии по здравоохранению и защите потребителя Паолой Тестори Коджи.

При обсуждении сложившегося положения с аттестацией российских предприятий на право экспорта продукции в европейские страны директор Датской мясной ассоциации Кнуд Буль от имени ЕС по торговле мясом и живым скотом выразил готовность оказать всемерное содействие российским производителям мясной продукции, в частности, мяса птицы, в обеспечении доступа на европейский рынок. Для этого ЕС по торговле мясом и живым скотом готов вступить в прямой диалог с соответствующими службами Комиссии Европейских содружеств, а также помочь российским предприятиям подготовиться к проведению последующих инспекционных проверок.

Следующая инспекционная миссия экспертов Комиссии Европейских содружеств для обследования российских предприятий состоится 13-24 июня 2011 года. В этой связи, эксперты ЕС по торговле мясом и живым скотом готовы посетить Россию в марте или апреле.

Северо-Западная Мясная Ассоциация

Спрос на говядину растет, поставки снижаются

Как заявил в феврале на конференции производителей мяса в Денвере **аналитик Бретт Стюарт**, спрос на говядину на мировом рынке растет пропорционально сокращению поставок мясной продукции.

«Этот год станет кризисным для мясного производства во всем мире, – сообщил он. – Производство будет снижаться, и изменить ситуацию к лучшему удастся не сразу».

Одним из основных факторов повышения спроса на мясную продукцию является, по мнению Бретта Стюарта, то, что мировой рынок растет очень быстро, и рост его связан с улучшением и развитием в сфере инфраструктуры и логистики. Экспорт говядины постоянно растет, при этом 75% экспортируемой говядины отправляется в Мексику, Канаду, Южную Корею, Японию и Вьетнам.

«Южная Корея является сегодня одним из основных покупателей американской говядины, – сообщил он. – Внутреннее производство мяса в самой Южной Корее неуклонно снижается. Еженедельно мы экспортируем в Южную Корею около 24 тыс. тонн говядины, тогда как всего год назад мы продавали не более 9 тыс. тонн в неделю».

Эксперт предсказывает, что спрос на американскую говядину на внешнем рынке будет расти. В 2011 году экспорт говядины увеличится на 8-10% по сравнению с прошлым годом. «Я не утверждаю, что экспорт увеличится на 18% по сравнению с 2010 годом, но и не утверждаю, что такого не может быть, поэтому вполне возможно, что производителям придется пустить под нож молодняк, чтобы удовлетворить растущий спрос», – говорит Б. Стюарт.

По мнению другого рыночного аналитика Кевина Гуда, год будет примечателен снижением поставок говядины на мировой рынок. Однако, рынок будет довольно стабильным, и хотя в первой половине текущего года будет наблюдаться активное снижение поставок, во втором полугодии ситуация наладится, и между спросом и предложением вновь установится равновесие. Истребление молодняка, в погоне за удовлетворением спроса, по мнению Гуда, может оказаться «палкой о двух концах».

«Спрос на говядину на мировом рынке в этом году будет довольно высок, – говорит он, –однако, спрос на внутренних рынках будет ниже по сравнению с прошлым годом. Именно за счет разницы в спросе на мировом и внутреннем рынках можно компенсировать недостаток продукции».

agronews.ru

Федеральные субсидии для АПК

Общий объем финансового обеспечения мероприятий Госпрограммы федеральных субсидий на поддержку сельхозпроизводителей в 2011 году составит 125 млрд рублей.

Об этом заявила министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник в ходе подписания соглашений с губернаторами Ульяновской области Сергеем Морозовым и Алтайского края Александром Карлиным.

В частности, объем субсидирования процентных ставок по кредитам (краткосрочным и инвестиционным) сохранится на уровне прошлого года и составит 80,3 млрд рублей. На реализацию ФЦП по социальному развитию села до 2012 года выделено 7 млрд 720 млн рублей, ФЦП по сохранению и восстановлению плодородия почв земель сельхозназначения – 10 млрд 45 млн рублей.

Министр также заявила, что в этом году в рамках соглашений повышается ответственность руководителей субъектов за несвоевременное предоставление средств государственной поддержки сельхозпроизводителям. Отныне субъекты несут ответственность не только за достоверность представляемых в министерство сведений, но и за их полноту и своевременность.

В соглашениях оговорен график доведения средств господдержки до получателей, утверждаемый руководством субъектов, и предусмотрено еженедельное предоставление регионами информации о ходе доведения средств, а также ведение журналов учета и обработки обращений получателей средств господдержки.

agronews.ru

В Европе растут цены на свинину

Количество годных для забоя взрослых свиней, предлагаемых на европейском рынке, не покрывает высокий спрос скотобоен. Цены стабилизируются после резких скачков, которые наблюдались в течение нескольких недель.

Несмотря на это свиное животноводство по всем признакам не способно покрыть расходы на производство. Германия и Австрия, где рост цен составил 9%, показали самые большие результаты, заняв, таким образом, более высокие места в рейтинге Евросоюза. Германия опережает Данию, которая занимала третью позицию в рейтинге самых стабильных в отношении цен на свинину стран.

Умеренный рост цен наблюдался в Испании, Франции, Дании, Бельгии и Великобритании. Испания занимает лидирующую позицию в рейтинге европейской структуры цен, показав цены в 1,556 евро за кг убойной массы. Ситуация на рынке может стать очень благоприятной в ценовом отношении в виду увеличения импорта свинины. Как сообщает Американский институт мясной промышленности (AMI), экспорт мяса в Европу уже превысил показатель 2010 года в 2,6 млн тонн за аналогичный период.

Однако из Великобритании поступают плохие новости: британские фермеры заявили о сокращении доходов за 2010 год практически на треть. По сравнению с другими странами, уровни продаж в Великобритании были очень низкими. Там стартовала рекламная кампания, призывающая потребителей поддержать отечественного производителя.

meatinfo.ru

Белгородчина бьет рекорды

По данным производственных результатов, в 2010 году АПК Белгородской области произвел более 1 млн тонн мяса, в том числе мяса птицы – 624,9 тыс. тонн, свинины – 387,5 тыс. тонн. Регион в настоящее время является крупнейшим в стране производителем мяса птицы и свинины.

В течение 6 лет – за рекордно короткие сроки – производство мяса птицы в области увеличилось почти в 15 раз, свинины в живой массе – в 3,2 раза. Производительность труда в отрасли животноводства возросла в 5,3 раза, сообщили в пресс-службе областного правительства.

Из федерального бюджета были выделены дополнительные средства на субсидирование процентных ставок по кредитам, полученным на модернизацию и строительство новых животноводческих комплексов, значительные средства направлены на покупку по лизингу племенного поголовья, техники и оборудования. Это позволило значительно повысить инвестиционную привлекательность отрасли, а животноводческим предприятиям области воспользоваться кредитами в сумме 119 млрд рублей.

Сегодня в птицеводстве и свиноводстве действуют крупные инвестиционные компании с полным производственным циклом: от выращивания кормовых культур и производства комбикормов – до реализации готовой продукции и утилизации отходов, образовавших мясной кластер области.

Сегодня в Белгородской области производится больше мяса птицы и свинины, чем в любом отдельно взятом федеральном округе. Ее доля в общероссийском производстве мя-

са составляет более 11% (свинины – 14%, мяса птицы – 16,5%), а в Центральном федеральном округе – 38%. В области в расчете на душу населения производится мяса в 9,4 раза больше, чем в среднем по стране. По объему потребления на душу населения, которое составляет 89 кг на человека, она занимает первое место среди регионов России.

agronews.ru

Поголовье КРС сократилось на 3%

Тенденция по сокращению производственных показателей для сектора КРС давно является «нормой». Однако в прошлом году положение усугубили последствия аномально жаркого лета, в частности, высокие цены на корма.

Скотоводческие предприятия начали активно отправлять скот на убой. В этой связи мы видим сокращение импорта поголовья КРС по итогам 11 месяцев 2010 года на уровне 35%. Если нет возможности прокормить своих, то чужих и подавно. За это время отечественное поголовье сократилось на 3%. Численность КРС в хозяйствах всех категорий в ноябре 2010 года составила 20,5 млн голов. За месяц показатель упал на 1,2%. Средний показатель за 11 месяцев 2010 года составил 21,2 млн голов, тогда как аналогичный показатель 2009 года был выше на 3%, а относительно 2008 года – на 6%. То есть в среднем ежегодно чис-

ленность голов скота в России сокращается на 3%.

Порядка 49% от общей численности голов свиней в РФ приходится на сельскохозяйственные организации. В ноябре 2010 года лидирующие позиции среди округов занимают: Приволжский ФО – доля составляет 35%, Центральный ФО (22%) и Сибирский ФО (18%). Рост поголовья КРС относительно ноября 2009 года зафиксирован всего в 24 регионах, при этом сократился показатель в 59.

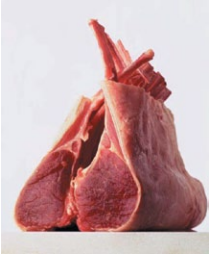
Несмотря на то, что последние месяцы производство говядины демонстрировало хорошие результаты на фоне роста КРС на убой, однако относительно показателя 2009 года мы все равно фиксируем сокращение на уровне 1%. Из-за активного роста цен, спрос на говядину несколько ослаб. Поэтому по итогам 11 месяцев 2010 года объем импорта говядины на 5% ниже показателя 2009 года.

Meatinfo.Ru

Производство мяса в РФ

Производство мяса и субпродуктов (убойных животных) в РФ за 2010 год выросло на 15,6% до 1,1 млн тонн по сравнению с предыдущим годом. Об этом свидетельствуют данные Росстата.

В декабре по сравнению с ноябрем 2010 года производство выросло на 9,8%, по сравнению с декабрем 2009 года – на 12,3%. Производство мяса и субпродуктов (домашней птицы) в прошлом году увеличилось на 14,7% – до 2,7 млн тонн. В декабре 2010 года по сравнению с ноябрем этот показатель вырос на 9,1%, а по сравнению с декабрем 2009 года – на 9,2%.



Производство колбасных изделий (в том числе фаршированных) за 2010 год по сравнению с 2009 годом увеличилось на 5,4% до 1,6 млн тонн. В декабре по сравнению с ноябрем – на 7,9%, по сравнению с декабрем 2009 года – на 5,3%.

Производство колбасных изделий из термически обработанных ингредиентов выросло в 2010 году на 16% – до 101 тыс. тонн, в декабре по сравнению с ноябрем – на 6,1%, по сравнению с декабрем 2009 года – на 21,2%.

Производство мясных консервов в прошлом году сократилось на 2,6% – до 552 млн банок, в декабре по сравнению с ноябрем – на 17,1%, по сравнению с декабрем 2009 года – на 19,9%.

agronews.ru

Колбасы и деликатесы в ожидании

Отечественное производство колбасных изделий и деликатесов медленно сокращается. По данным исследования компании Intesco Research Group, в 2009 году в России предложение отечественных колбасных изделий и деликатесов сократилось на 8,8%. Всего на российских предприятиях было выпущено 2,24 млн тонн этого вида продукции.

Во всех федеральных округах в 2009 году наблюдался спад объемов производства колбасных изделий. Для предприятий, расположенных в Центральном федеральном округе, этот показатель составил 4,9%, для производителей в Приволжском ФО – 14%. Сокращение выпуска в Сибирском ФО за год составило 6,8%, для Северо-Западного ФО – 13,2%. Производители в Южном ФО в 2009 году уменьшили объемы предложения на 8,4%.

Более 40% всего российского производства колбасных изделий и деликатесов обеспечивается за счет производителей в Центральном федеральном округе. На предприятиях в Приволжском ФО выпускается 18%

всего отечественного продукта. Доли Северо-Западного и Сибирского федеральных округов в структуре российского производства составляют соответственно порядка 12% и 11%.

В региональной структуре данного производства в 2009 году произошли изменения. Доля Москвы в структуре российского производства колбасных изделий и деликатесов сократилась на 0,3%, доля Саратовской области уменьшилась на 0,4%, Псковской области – на 0,3% и республики Башкирия на 0,7%. В то же время усилилось влияние на формирование отечественного предложения колбасных изделий Московской и Владимирской областей. За год доли этих субъектов РФ выросли соответственно на 0,6% и 0,8%. Краснодарский край в течение трех последних лет сохраняет долю в 4,3%. В 2011 году для увеличения объемов производства колбасных изделий и деликатесов необходим рост платежеспособного спроса населения.

РБК.Исследования рынков

Событие: **Всероссийский Торговый Форум «Поставщик-2011. Стратегии работы с розничными сетями»**

Как лебедь, рак и щука...

В рамках международной выставки «Продэкспо» 7 и 8 февраля в Экспоцентре прошла крупнейшая деловая встреча продовольственного бизнеса – VI Всероссийский Торговый Форум «Поставщик-2011. Стратегии работы с розничными сетями». Организатором выступила компания «Империя».

Производители и дистрибуторы провели индивидуальные переговоры с 265 закупщиками из 116 розничных сетей.

Более семисот делегатов собрались, чтобы установить «повестку дня» стратегического сегмента потребительского рынка России. Участниками форума стали собственники и топ-менеджеры компаний-поставщиков продуктов питания, руководители и закупщики международных, федеральных и региональных розничных сетей, первые лица федеральных профильных министерств, контролирующих органов, ТПП РФ и профессиональных ассоциаций.

Крупнейший Центр Закупок Сетей™ стал для поставщиков главным событием деловой программы. Производители и дистрибуторы провели индивидуальные переговоры с 265 закупщиками из 116 розничных сетей. В Центре Закупок работали представители X5 Retail Group, Ашан, Дикси, Лента, О'Кей, Spar, Billa, РегионМарт и другие.

В его рамках состоялась Биржа Собственных Торговых Марок. Производителей товаров private label отобрали руководители отделов СТМ из 43 розничных сетей. Договоры поставок в сети общим объемом около 6 млрд рублей – практический результат работы Центра Закупок Сетей™ на «Продэкспо».

Во время пленарной части форума поставщики получили информацию о планируемых изменениях в закупочных стратегиях розничных сетей и об ожидаемых в 2011 году дополнениях к нормативно-правовой базе со стороны власти. По словам начальника Управления по контролю социальной сферы и торговли Федеральной антимонопольной службы России Тимофея Нижегородцева, ФАС использует мероприятие как площадку для первого представления и обсуждения поправок в ФЗ о Торговле. Главная заявленная поправка от ФАС – запрет слияния и поглощения торговых сетей не только в случае, если доля ритейлера уже превышает 25%, но и если его доля составит 25% по результатам сделки. В таком случае регулятор может разрешить приобрести только часть магазинов, а остальные покупатель будет должен продать другим участникам рынка. Однако в тех случаях, когда речь идет о работе сетей в городах с населением до 100 тысяч человек, правительство может пересмотреть порог доминирования с 25% до 35%, заявил директор департамента госрегулирования внутренней торговли Минпромторга Олег Сазанов.

> Главная поправка от ФАС – запрет слияния и поглощения торговых сетей не только в случае, если доля ритейлера уже превышает 25%, но и если она составит 25% по результатам сделки.

В ассортименте сетей останутся только мировые бренды и товары СТМ, прогнозирует Илья Белоновский, исполнительный директор АКОРТ. Этот этап уже прошла продовольственная розничная торговля на Западе, и поставщикам следует планировать стратегии бизнеса уже в 2011 году. Тем не менее, крупнейшая в России розничная компания X5 Retail Group планирует увеличение закупок товаров «локального потребления», произведенных в регионах. По словам директора по корпоративным отношениям X5 Retail Group Михаила Сусова, это одно из приоритетных направлений в ассортиментной политике компании в этом году.

Участники Форума сошлись во мнении, что поставщики, розничная торговля и профильные министерства должны превратиться из «лебедя, рака и щуки» в «трех китов», на которых держится и растет продовольственный сектор экономики России. МС

Событие: **Конференция «Экспорт продовольствия: проблемы и перспективы»**

Экспорт продовольствия: проблемы и перспективы

Конференция «Экспорт продовольствия: проблемы и перспективы» состоялась в феврале в Московской торгово-промышленной палате. Организаторами выступили МТПП и Национальный союз экспортеров продовольствия при поддержке Банка ВТБ, Банка Расчетов и Сбережений и компании «Проксима Консалтинг».

Экспорт продовольственной продукции является стратегической задачей страны. Российский сельскохозяйственный потенциал, составляющий 9% мировой пашни, 52% черноземных почв, 20% пресной воды, позволит не только вывести страну на продовольственное самообеспечение, но и превратить в ведущего мирового экспортера. Для этого требуется эффективное решение ряда проблем: вывод продовольственных отраслей на новый высокий технический и технологический уровень, создание экспортной инфраструктуры, механизмов финансовой помощи производителям. Вместе с тем экспортный потенциал российского АПК не только не реализован, но и по-настоящему не оценен.

Генеральный директор МТПП Юрий Азаров и председатель Правления палаты Юрий Котов, открывая конференцию, отметили, что страна очень скудно представляет свою продукцию за рубежом. Нам нужны системный подход, государственная поддержка и регулирование экспорта.

Руководитель аграрного центра ЕврАзЭС, заведующий отделом внешнеэкономической деятельности ВНИИ экономики сельского хозяйства Владимир Тарасов рассказал, что сейчас ситуация для экспортеров продовольствия крайне неблагоприятная в связи с высоким темпом роста цен. В течение семи месяцев происходит регулярное увеличение цен на продовольствие. За январь текущего года оно составило 3,4%, а в целом за этот период мировой продовольственный рынок подорожал на 25%. Причем для товаров массового потребления темп роста цен еще выше: самые доступные в России продукты – сахар, картофель, гречка – демонстрируют 4-5 кратный рост цен в течение полугода.

Сложившаяся ситуация в некоторой степени стала причиной народных волнений в бедных странах, где

MATIMEX

www.matimex.at

PREMIUM PACK

part of Matimex Group

PREMIUMPACK –
австрийская компания, специализирующаяся на производстве 9-ти слойных высоко-барьерных термоусадочных пленок и пакетов на базе EVOH, а так же классических высоко-барьерных пленок и пакетов.

Упаковочные материалы от PREMIUMPACK сохраняют качество конечного продукта и продлевают срок его хранения. Широкая палитра наших продуктов включает в себя упаковочные пленки и пакеты для упаковки свежего и охлажденного мяса, мяса на кости, мясной продукции и полуфабрикатов, сыра, рыбы и морепродуктов.

PREMIUMmax

PREMIUMflex

UMfresh

EMIUMcheese

www.premiumpack.at

реклама

AUSTRIA

MATIMEX

Группа компаний «MATIMEX» является эксклюзивным представителем фирмы «AUTOTHERM» в странах СНГ.

Многообразие качества

AUTOTHERM Klima- und Räuchertechnik

Программа оборудования

- камеры парового копчения
- универсальные коптильные камеры
- камеры холодного копчения и созревания
- камеры для варки, запекания и интенсивного охлаждения
- камеры для копчения рыбы

Преимущества

- увеличение выходов
- сокращение времени копчения
- повышение производительности
- высокая надежность и долговечность оборудования
- простое обслуживание
- стабильный цвет выпускаемых продуктов

MATIMEX

Техника и Технология Мясной Промышленности

Технологии	Almi
Оборудование для убоя и разделки	RENNER, MPS meat processing systems, EFA, BAUMANN, KT
Подготовка сырья	LASKA, inotec, MeatMaster, MAJA
Производство мясных и колбасных изделий, полуфабрикатов	handtmann, poly-clip SYSTEM, TREIF, alco food-machines, KNECHT
Коптильное оборудование, камеры варки, созревания, интенсивного охлаждения	AUTOTHERM
Упаковочные машины, этикетировщики	HAJEK, TAVIL, Reepack, FUJI PACKAGING, AUDON ELEKTRO
Логистика, гигиена	MPS meat processing systems, KITTNER, ELIONA INDUSTRIAL

MATIMEX AG
Großbauerstraße 8,
1210 Wien, Austria
Tel. +43 1 2905173
Fax: +43 1 2905198
matimex@matimex.at

ЗАО «МАТИМЭКС»
121357, Россия, Москва
ул. Верейская 29, стр. 134
Tel. +7 495 7877797
Fax: +7 495 7877798
matimex@mtmx.ru

ЗАТ «МАТІМЕКС Україна»
01001, Київ, Україна
вул. Софіївська 4, кв. 26
Tel. +38 044 2790409
Fax: +38 044 2790409
matimex@matimex.ua

pdv.at/ua

основная масса людей живет на один доллар в день. В принципе, происходящее довольно симптоматично и говорит о том, что в мире вполне может случиться продовольственный кризис. Было бы неправильно не воспользоваться положением вещей и не приступить к реализации экспортного потенциала России.

Для того чтобы в мире покупали американское продовольствие, в прошлом году было истрачено 78 миллиардов долларов США. В то же время в действующей программе развития сельского хозяйства России нет ни раздела поддержки экспорта, ни мероприятий по защите внутреннего рынка.

Заместитель начальника отдела ВТО Департамента торговых переговоров Министерства экономического развития России Анна Сидорук отметила, что при вступлении России в ВТО нашим производителям не стоит рассчитывать на помощь организации. «Соглашение ВТО по сельскому хозяйству предусматривает два вида поддержки, которые актуальны для российских производителей – экспортные субсидии и внутренняя поддержка, – рассказала она. – Первые сокращаются год от года и к 2013 году должны быть полностью устранены. В принципе, ни одна из развивающихся стран, вступивших в ВТО после 1995 года, не получила право на экспортные субсидии в области сельского хозяйства, поэтому мы так же вряд ли его получим. Остаются меры внутренней поддержки, в которых предусмотрено три категории – по степени искажения торговли. Наиболее искажающие торговлю субсидии будут ежегодно уменьшаться».

В этой связи России необходимо создавать условия для развития сельского хозяйства, стимулирования производства, повышения его эффективности, что, в принципе, должно делаться независимо от вступления в ВТО.

Представитель Департамента развития регулирования внешнеэкономической деятельности Минэкономразвития РФ Виталий Рыбаков рассказал о том, что по просьбе «Росптицесоюза» Департамент изучал интерес экспортеров к продукции российского птицеводства. Было проведено множество консультаций с российскими посольствами и торгпредствами, и почти в 50 странах выразили желание покупать нашу продукцию. Однако до конкретных поставок за исключением Казахстана дело не дошло. Причиной тому стала пассивность российских компаний.

«Экспортный потенциал российского АПК не только не реализован, но и по-настоящему не оценен».

В выступлениях других участников довелось услышать об экспансии американских окороков, в то время как своих кур и цыплят российские компании перемалывают в муку, вместо того, чтобы импортировать. Перспективными рынками сбыта эксперты считают Казахстан и другие страны СНГ, страны Ближнего и Среднего Востока, а также Юго-Восточной Азии. В азиатских странах потребляют в основном целые тушки курицы, как раз то, что российские предприятия могут предлагать в большом объеме. К куриным ножкам проявляют интерес африканские страны, в том числе Египет.

В страны СНГ отечественные предприятия уже поставляют свою продукцию в небольших объемах. В частности, речь идет о «Черкизово», «Приосколье» и «Оптифуд».

Последние две компании пытаются получить доступ на рынки Евросоюза, но пока безуспешно. По оценке Росптицесоюза, в 2010 году отечественные предприятия экспортировали порядка 15 тыс. тонн птицеводческой продукции. По прогнозу союза, в 2011 году поставки в другие страны могут вырасти в 3-4 раза.

Российский экспорт продовольствия растет, и все большее число производителей начинают работу в этом направлении. «Экспорт российской агропродовольственной продукции за последние десять лет увеличился в 10 раз, – рассказал **президент Национального союза экспортеров продовольствия Дмитрий Булатов**. – Даже в 2009 году поставки на внешний рынок по сравнению с предыдущим годом выросли почти на 1 миллиард долларов. В экспорте продукции с высокой степенью переработки на долю продовольствия приходится поряд-

ка 10%. Казалось бы, этих данных достаточно для того, чтобы оценить перспективность производства в расчете на экспорт и оказать ему соответствующую поддержку. В последние годы на нее расходуются немалые бюджетные средства, однако наша система поддержки изначально ориентирована, прежде всего, на поставщиков машино-технической продукции, которые сотрудничают с зарубежными партнерами на долгосрочной основе. Участники пищевой промышленности при распределении бюджетных средств оказываются обойденными. Об экспортерах сельскохозяйственной продукции и говорить нечего».

«В 50 странах выразили желание покупать продукцию отечественного птицеводства. Однако до поставок дело не дошло. Причина – пассивность российских компаний».

Внешняя торговля продовольствием имеет свою специфику, поэтому политикой в этой области в странах-экспортерах ведают профильные министерства. «Очевидно, что здесь нам не следует идти «своим путем», а лучше взять на вооружение опыт других стран. Иначе потенциал российского АПК так и не будет реализован, а импорт продолжит в разы превышать экспорт», – подчеркнул Дмитрий Булатов.

МТПП не осталась в стороне от проблем производителей. Для помощи им в 2006 году было создано дочернее предприятие Палаты – Московское агентство экспорта и инвестиций. Заместитель генерального директора Московской ТПП Сергей Кузьмин напомнил, что Национальный союз экспортеров продовольствия совместно с МТПП и выставочной компанией «Мега Экспо» ведет работу по организации выставки экспортеров российского продовольствия «РОСПРОДЭКСПОРТ», которая пройдет 28-30 июня в Центре международной торговли. В рамках выставки запланирована Международная конференция «Роль и место России в мировой продовольственной системе» с участием представителей крупнейшей специализированной организации ООН – ФАО. Кроме того, состоится церемония награждения победителей конкурса «Лучший экспортер продовольствия».

«России не следует идти “своим путем”, а лучше взять на вооружение опыт других стран. Иначе импорт продолжит в разы превышать экспорт».

Вице-президент банка «Расчетов и Сбережений» Василий Корчинский признал, что российское сельское хозяйство является инвестиционно-привлекательной отраслью, которая позволяет производить конкурентоспособную и экспортоориентированную продукцию с высокой добавленной стоимостью. «Биоклиматический потенциал страны дает возможность увеличивать объемы производства и не только обеспечивать качественной продукцией Россию, но и экспортировать ее, – уверен он. – Показателем роста инвестиционной привлекательности отрасли являются эффективно работающие крупные российские и транснациональные компании: «Данон», «Каргил», «Нестле», «Юнилевер» и др. Они наращивают объемы производства и создают новые рабочие места».

Стратегической целью развития отрасли, по мнению Василия Корчинского, является повышение конкурентоспособности отечественной продукции, сохранение приемлемого уровня рентабельности производства сельхозорганизаций. Это приобретает особое значение в условиях ухудшения ценовой конъюнктуры на мировом рынке по основным видам сельскохозяйственной продукции.

По итогам конференции «Экспорт продовольствия: проблемы и перспективы» была принята резолюция, которая направлена в Совет Федерации, Государственную Думу, профильные Министерства и ведомства. мс

Юбилейный

X Международный форум

МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ

www.meat-industry.ru

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

Оборудование и технологии разведения, выращивания и содержания мясного скота
Оборудование и технологии убоя, первичной переработки скота, переработки продуктов убоя
Оборудование и технологии переработки мясного сырья, производства мясных изделий и полуфабрикатов
Оборудование и технологии упаковки
Пищевые ингредиенты, добавки и специи
Охлаждающие и нагревающие технологии и оборудование
Готовая продукция, полуфабрикаты / продукты удобного и быстрого приготовления
Оборудование и технологии для производства безопасной продукции. Контроль качества
Инжиниринг
Оборудование для торговли и HoReCa
Отраслевые союзы и Ассоциации

ПАНЕЛЬНЫЕ ДИСКУССИИ
СЕМИНАРЫ
КОНКУРСЫ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ
ШОУ-КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА

15-18 марта 2011

Москва, Всероссийский Выставочный Центр, павильон №75

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ ИНДУСТРИЯ ПТИЦЕВОДСТВА

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

Оборудование и технологии разведения, выращивания и содержания птицы
Оборудование и технологии убоя, первичной переработки птицы, переработки продуктов убоя
Оборудование и технологии переработки птицы
Готовая продукция, полуфабрикаты /продукты удобного и быстрого приготовления
Инжиниринг
Научные разработки
Отраслевые союзы и Ассоциации

ОРГАНИЗАТОРЫ:

ITE

Мясной союз России

Росптицесоюз

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА

Министерство Сельского Хозяйства

ТПП РФ

Правительство Москвы

Тел.: +7 (495) 935-73-50, 935 81 40; Факс: +7 (495) 935-73-51
E-mail: md@ite-expo.ru, www.ite-expo.ru, www.dairy-industry.ru

реклама

Гость:
Дамир Имамович,
вице-президент компании
«Продукты Питания»

Беседовала:
Виктория Загоровская

Компания «Продукты Питания» – ведущий эксперт рынка замороженных полуфабрикатов, который развивает бизнес на основе передовых технологий производства и инновационных продуктовых решений в соответствии с основными потребительскими трендами. Вице-президент «Продуктов Питания» Дамир Имамович рассказал об итогах рынка ЗПФ за 2010 год и представил ключевые тенденции 2011 года.

Рынок ЗПФ: итоги и прогнозы

– Скажите, каковы предварительные итоги рынка ЗПФ в 2010 году и перспективы его развития в 2011-2012 гг.?

– В целом, прошлый год выдался положительным для производителей замороженных продуктов питания. По оценке аналитиков, рынок по итогам года продемонстрировал рост около 7-9% в натуральном выражении по большинству товарных категорий. Он мог быть существенно больше, если бы не экстремально жаркое лето, которое, конечно, не способствовало повышенному спросу на ЗПФ. Рост рынка был очень неоднородным. Лучшую динамику в годовом исчислении показал сегмент замороженных овощей, но тут сказался эффект «низкого старта».

Что касается перспектив на период 2011-2012 гг., то они выглядят неоднозначно. Основная проблема – опережающий рост цен на продукты питания, который, согласно оценке Росстата, в 2010 году увеличился на 12,9%. В этом году он может составить порядка 18-20%, чему будет способствовать резкий скачек цен на энергоносители и увеличение прочих издержек производителей. При этом рост пенсий и средней заработной платы вряд ли превысит 9-10% в годовом исчислении.

Очевидно, что потребители вновь будут настроены скорее экономить на покупке продуктов питания, чем увеличивать потребление относительно дорогих позиций. К этой категории относится и продукция, изготовленная из животного мяса, которая в прошлом году выросла в цене (розничные цены) почти на треть. Вместе с тем, люди не перестанут есть мясные изделия, замещая дорогое животное мясо более доступными продуктами из мяса птицы.

– Какова Ваша оценка объемов российского рынка ЗПФ за прошлый год?

– К сожалению, единого устоявшегося классификатора для рынка замороженной продукции пока никто не предложил, поэтому оценки его объе-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Дамир Имамович,

вице-президент компании «Продукты Питания»:

«Постоянное удорожание мясного сырья приводит к тому, что производители ЗПФ больше внимания уделяют сложным блюдам: пицце, лазанье, выпечке с мясной начинкой, полуфабрикатам».

Емкость российского рынка ЗПФ.
Оценка компании «Продукты Питания».

ПОКАЗАТЕЛИ	ГОД				
	2008	2009	2010 (предв.)	2011 (прогноз)	2012 (прогноз)
Емкость рынка, $ млрд	3,13-3,39	3,26-3,53	3,5-3,9	3,8-4,05	4,05-4,4
Рост рынка в год, %	10,60%	3-5%	7-10,5%	4-8,5%	5-6,5%
Среднегодовой курс $	25,4	31,91	30,2-30,4	30-31	32-33
Емкость рынка, тыс. тонн	1 730-1 735	1 755-1 760	1 800-1 825	1 830-1 875	1 875-1 950
Рост рынка в год, %	1,88%	1,45 %	2,6-3,7%	1,7-2,7%	2,5-4%

мов в натуральном и денежном выражениях, приводимые участниками и аналитиками, могут заметно различаться.

В среднем, в денежном выражении, по нашим данным, объем рынка составляет 3-3,8 млрд. долларов, а его емкость в натуральном выражении, по разным источникам, – 1,6-1,8 млн. тонн в год (в зависимости от включаемых товарных категорий).

В натуральном выражении рост рынка ЗПФ в 2010 году составил порядка 3%. В 2011 году ожидается замедление темпов роста рынка в натуральном выражении, что связано, в первую очередь, с динамикой покупательской способности населения. При этом увеличение его объемов в денежном выражении, вероятно, превысит 5%.

Объем производства пельменей в 2010 году увеличился на 4%, что позволило показать хорошие темпы развития рынку ЗПФ в целом

– Возрастут ли объемы продаж в отдельных сегментах?

– Рынок демонстрировал положительную динамику в сложный период финансового кризиса, когда доходы населения существенно сократились. В 2010 году ситуация с доходами заметно улучшилась, что дало дополнительный импульс для развития. У нас нет оснований полагать, что 2011 год окажется негативным для производителей ЗПФ, хотя возможно произойдет некоторое замедление темпов роста.

Стабильность рынку ЗПФ по-прежнему во многом придает наиболее емкий сегмент – мясные полуфабрикаты (включая фарш), а также пельменная продукция. В совокупности он составляет более 60% рынка в натуральном выражении. По предварительным данным РБК, объем производства пельменной продукции в 2010 году увеличился на 4%, что позволило показать хорошие темпы развития рынка ЗПФ в це-

реклама

МЫ предлагаем ВАМ...
МЕНЬШЕ
МЕНЬШЕ ЗАТРАТ,
МЕНЬШЕ ОТХОДОВ УПАКОВКИ
&
БОЛЬШЕ
БОЛЬШЕ ЭКОНОМИИ,
БОЛЬШЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ,
БОЛЬШЕ ЗАБОТЫ ОБ ЭКОЛОГИИ

Cryovac®, бизнес-подразделение компании Силд Эйр, является мировым лидером в области пищевой упаковки, упаковочных систем и сервиса. Наши упаковочные решения сокращают ваши затраты, экономят ваше время, повышают эффективность и сохраняют экологию.
Для любого вашего продукта: свежего, замороженного, готового, варёного или копченого, у нас есть инновационное упаковочное решение в соответствии с вашими нуждами и предпочтениями.

www.sealedair-emea.com

Sealed Air
CRYOVAC®
Food Packaging Systems

лом. Рост рынка ЗПФ из мяса птицы в 2010 году оценивается на уровне 5-7%.

Я уже говорил о том, что 2011 год будет более сложным для производителей из-за роста цен на сырье, энергоносители и прочих издержек. Дальнейшую динамику развития определят действия правительства, которые могут в значительной степени изменить ситуацию , вводя запреты на импорт мяса и субпродуктов или, наоборот, принимая меры по стимулированию импорта.

Постоянное удорожание мясного сырья приводит к тому, что производители ЗПФ все больше внимания уделяют сложным блюдам, например, пицце, лазанье, готовой продукции с гарнирами, макаронной продукции с мясной начинкой. Это позволяет снизить прямую зависимость отпускной цены на ЗПФ от роста цен на мясное сырье и предложить потребителю более широкий ассортимент.

– Какая из ценовых ниш является сегодня наиболее привлекательной?

– Учитывая непростую ситуацию с доходами потребителей, можно попрежнему ожидать роста спроса в среднем и более низком ценовом сегменте. Вместе с тем, нельзя не отметить тенденцию расширения предложения в высоком ценовом сегменте, проявившуюся в середине и конце прошлого года. Производители вновь стремятся занять нишу высокомаржинальной продукции, освободившейся в 2009 году. Акцент прежний – продукция позиционируется как изготовленная ручным способом (домашнего приготовления). Многие компании стали активнее использовать тему отсутствия в составе ГМО-компонентов и растительного белка.

О восстановлении спроса в премиальном сегменте говорить пока рано, но определенное оживление здесь, безусловно, наблюдается.

– Можно ли ожидать появления продуктовых новинок?

– Думаю, что появления инновационных продуктов в первой половине 2011 года ждать не стоит. На рынке пока еще недостаточно свободных денежных средств для выпуска новинок. Розница тоже не готова брать на себя риски по их продвижению, делая акцент на низкой цене и высокой норме прибыли. Отсюда – рост предложения небрендированной весовой продукции. У потребителей доля расходов на покупку продуктов питания продолжает заметно расти, что также не способствует экспериментам с незнакомыми блюдами.

«Доля ЗПФ, произведенных из мяса птицы, продолжит расти. С ростом качества и изменением покупательского поведения продукция из мяса птицы уже не воспринимается населением как нечто второсортное».

Этот год будет во многом похож на первую половину прошлого, с той разницей, что производители больше внимания станут уделять качеству продукции и тратить больше средств на ее продвижение. Спрос останется неплохим в сегменте традиционных ЗПФ, полуфабрикатов из мяса птицы, рыбы и морепродуктов.

В перспективе, лучшую динамику, скорее всего, продемонстрируют тестовые полуфабрикаты (пирожки, роллы, блюда национальной кухни) и полуфабрикаты готовых блюд.

– Как изменились запросы потребителей за последнее время?

– В условиях экономического кризиса потребители переориентировались на форматы розничной торговли с более низким уровнем наценки. По данным аналитиков, в 2009 году крупнейшими ритейлерами России были открыты более 1100 магазинов формата «у дома», причем основной прирост характерен для III и IV кварталов. В результате посещаемость супермаркетов и гипермаркетов снизилась, а магазинов «у дома» и дискаунтеров – выросла. При этом как спрос, так и предложение ЗПФ сместилось в сторону позиций, традиционных для российского рынка.

От кризиса наиболее пострадал сегмент сложных (премиальных) ЗПФ с высокой добавленной стоимостью, которые практически не востребованы динамично развивавшимися в этот период форматами розничной торговли.

В настоящее время ситуация начинает меняться в лучшую сторону. Во-первых, происходит рост покупа-

Емкость российского рынка ЗПФ по сегментам. Оценка компании «Продукты Питания».

Сегмент рынка	2008	2009	2010 (предв.)	Доля в нат. выражении, 2009 г ,%
Морепродукты	190-195	180-184	195-200	10,1-10,4%
Овощи и фрукты	182,23	164,98	185-190	9,2%
Картофель	63,4	57,63	60-62	3,22%
Пельмени	475-480	490-495	505-507	27,5-27,7%
Мясные полуфабрикаты (в т.ч. фарш)	770-780	782-787	795-810	43,8-44%
Мясо птицы	325-349	357,5-390,1	380-400	20-22%
Pizza	15-17	14,5	16-18	0,80%
Other	87-93	87-90	83-85	4,9-5%

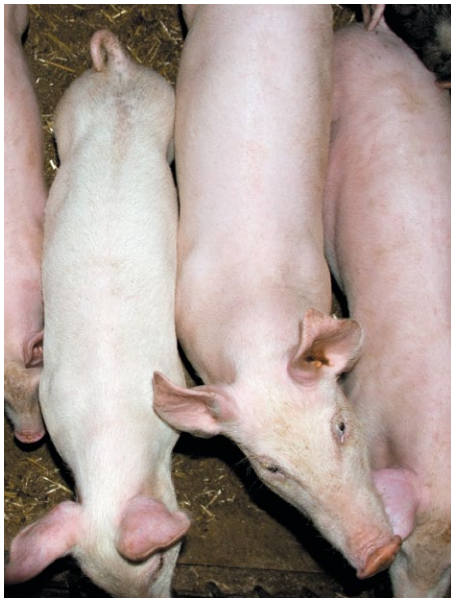
тельского потока в супермаркетах и гипермаркетах, где традиционно представлена более широкая линейка ЗПФ высокого ценового уровня. Во-вторых, производители увеличивают предложение ЗПФ в высоком и премиальном ценовом сегменте. Пока это наиболее заметно на примере пельменей, блинчиков, пиццы, котлетной продукции и готовых вторых блюд. В-третьих, в СМИ появилась реклама ЗПФ, подчеркивающая натуральность сырья, из которого изготовлена продукция, и ее высокие потребительские свойства. Компании стремятся сообщить, что они контролируют всю технологическую цепочку от производства сырья до выпуска готовой продукции. Очевидно, что упор на натуральность (отсутствие вредных добавок) и высокие потребительские свойства будут одним из основных трендов в 2011-2012 гг.

Постоянное удорожание мясного сырья приводит к тому, что производители ЗПФ больше внимания уделяют сложным блюдам: пицце, лазанье, выпечке с мясной начинкой.

Доля замороженных полуфабрикатов из мяса птицы продолжит расти. С ростом качества они уже не воспринимаются населением как нечто второсортное, за исключением, пожалуй, фаршевой продукции. В 2011-2012 гг. возможности по производству мяса птицы в России должны будут полностью покрыть текущий объем потребления, поэтому следует ожидать от производителей наращивания усилий по стимулированию потребления этого вида мяса и изготовленных из него продуктов.

В интервью использованы аналитические данные компании «АМИ ВЕТРА-маркетинг». мс

реклама



Author:

Elena Tyurina,
Director General of Agricultural Marketing Institute

Pork Market Potential

Russian pork market continues to develop dynamically. The increase in domestic production indicates both the growth of pork consumption and the restored people's purchasing power. Russian pig-breeding moves onto an industrial basis. During the past five years, there has been a steady production growth in agricultural enterprises, which include pig-breeding complexes, and a fall in rates of peasant farm enterprises and private subsistence farms of the population.

According to the preliminary data from the Institute of Agricultural Marketing (hereinafter, "the IAM"), in 2010, Russia produced 2.37 million tons of pork and imported 1.25 million tons while consuming about 3.6 million tons. Having said that, we can indicate the changing structure of the market: over the past years, the number of livestock in pig farms has been increasing (in 2009, an increase accounted for 1,350 thousand heads, in 2010 – 190 thousand heads). Meanwhile in private subsistence farms, this indicator is rapidly dropping (in October 2010, the livestock declined by 262 thousand heads). In peasant farm enterprises as well, the number of livestock has reduced by 6%.

In the 4th quarter of last year, slaughter was carried out more extensively than in the previous period, resulting in a lower annual growth of population than expected – 2.5% versus 5% a year earlier. Also, acute African Swine Fe-

Автор: **Елена Тюрина,**
генеральный директор Института Аграрного Маркетинга

Потенциал рынка свинины

Российский рынок свинины продолжает динамично развиваться. Увеличение отечественного производства происходит на фоне незначительного роста потребления свинины и восстановления покупательной способности населения. Российское свиноводство переходит на промышленную основу. В течение последних пяти лет происходит устойчивый рост производства в сельхозорганизациях, к которым относятся свинокомплексы, а показатели крестьянско-фермерских хозяйств и личных подсобных хозяйств населения падают.

По предварительным данным Института Аграрного Маркетинга, Россия в 2010 году произвела 2,3 млн тонн мяса свинины и импортировала 0,6 млн тонн при потреблении около 2,9 млн тонн. При этом можно говорить об изменении структуры рынка: в течение последних лет численность поголовья свинины в свинокомплексах растет (в 2009 году прирост поголовья составил 1350 тыс. голов, в 2010 году – 190 тыс. голов), а в личных подсобных хозяйствах – активно снижается (в 2010 году поголовье сократилось на 262 тыс. голов). В крестьянско-фермерских хозяйствах также отмечается сокращение численности скота на 6%.

В IV квартале прошлого года забой скота велся более активно, нежели в предыдущий период, в результате чего прирост поголовья за год оказался ниже ожидаемого – 2,5% против 5% годом ранее. Активность вспышек АЧС также способствовала снижению численности свиней в южной части страны.

Переломным моментом, послужившим отправной точкой развития данной тенденции, стал период 2009-2010 гг., когда современные свинокомплексы, построенные в рамках национального проекта, вышли на плановые мощности и начали увеличивать объемы производства. По прогнозам ИАМ, в ближайшем будущем они продолжат наращивать показатели. Так, недавно Группа «Русагро» и администрация Челябинской области подписали соглашение о реализации проекта по строительству свиноводческого комплекса мощностью более 90 тыс. тонн мяса в год. Срок реализации проекта – 2011-2018 гг. К 2018 году комплекс должен выйти на проектную мощность. За последние полгода это второй новый свиноводческий проект «Русагро»: в августе 2010 года компания объявила о строительстве комплекса в Тамбовской области проектной мощностью около 90 тыс. тонн свинины в живом весе в год. Первую очередь планируется запустить в 2012 году.

Конкуренты «Русагро» также продолжают наращивать мощности. Например, «Мираторг» построил 10 свинокомплек-

INTERMIK

Все виды оборудования для мясокомбинатов

- Убой
- Обвалка
- Подготовка мяса
- Полуфабрикаты
- Колбасное производство
- Копчености
- МИМ
- Термообработка
- Упаковка
- Склады готовой продукции
- Гигиена
- Сопутствующие материалы
- Промышленные двери
- Проектное бюро
- Сервис и склады запчастей

KLIMATHERM Novotherm NOWICKI RISCO GMN TECHMET

INTERMIK Sp. z o.o.
01-747 Warszawa, ul. Elbląska 15/17
tel. +48 22 633 42 85
fax +48 22 633 42 96
e-mail: intermik@intermik.eu
www.intermik.eu

Москва
(7 495) 231 19 00
intermik@intermik.ru

Киев
(380 44) 230 26 91
intermik@intermik.kiev.ua

Брест
(375 162) 25 91 91
intermik@brest.by

Рига
(371) 739 59 606
metalbud@balticum.lv

Алматы
(3272) 55 61 72
kazakhstan@intermik.eu

Ташкент
(998) 71 117 45 10
uzbekistan@intermik.eu

Ашгабат
(99312) 362 421
turkmenistan@intermik.eu

Ереван
(374 1) 550 141
caucasus@intermik.eu

pxkibma

www.intermik.pl

Ключ к успеху

RS 301

Предназначается для заводов со средним и высоким ассортиментом продукции. Гарантирует высокое качество и повторяемость продукции при каждой степени размельчения фаршей.

RS 405

Предназначается для шприцевания плотных и вязких фаршей. Гарантирует высокую точность дозировки, удаление воздуха и сохранение структуры фарша.

RS 503

Особенно рекомендуется заводам большей производственной мощности. Имеет современную систему одновременного шприцевания и размельчения.

Модели из серии RS 300, RS 400, RS 500 - это динамизм, прогресс, надежность, и много, много другого ....

Каждый шприц из этой серии имеет систему Risco ling life, отвечающую за контроль всех выполняемых технологических и технических операций. Новый микропроцессорный контроллер машины позволяет непосредственно следить за работой оборудования. Это позволяет ускорять и оптимизировать производственные процессы.

Все оборудование фирмы имеет возможность в совершенстве совместно работать с периферийным оборудованием, что гарантирует достижение самых высоких технологических и экономических результатов.

Risco: Partner in Your Success

RISCO

INTERMIK

INTERMIK SP. Z O.O.
UL. Elblaska 15/17 | 01747 Warszawa - Poland | Tel. + 48 22 6334285 | Fax + 48 22 6334296 | intermik@intermik.pl

Москва:
тел. 7 495 231 19 00
e-mail: intermik@intermik.ru

Брест:
тел. 375 162 259 221
e-mail: intermik@brest.by

Калининград
тел. 7 4012 791 672
e-mail: pks@kanet.ru

Алматы:
тел. 327 255 61 72
e-mail: kazakhstan@intermik.eu

Ашгабат:
тел. 993 12 362 421
e-mail: turkmenistan@intermik.eu

Киев:
тел. 380 44 230 26 91
e-mail: intermik@intermik.kiev.ua

Рига:
тел. 371 739 59 60
e-mail: metalbud@balticum.lv

Рустави:
тел. 995 34 17 99 44
e-mail: intermik_georgia@mail.ru

Ереван:
тел. 374 1 550 141
e-mail: caucasus@intermik.eu

реклама

ver (hereinafter, "ASF") outbreaks dramatized the reduction in the number of pigs in the southern part of the country.

The critical time, which proved to be a starting point for this trend, was the period 2009-2010, when the modern pig-breeding farms, built as a part of a national project, implemented the planned capacity and started to increase the production volume. According to the IAM forecasts, the rates will keep on growing in the near future. For instance, the Rusagro Group and the authorities of the Chelyabinsk region have recently signed an agreement on the construction of a pig-breeding complex with a capacity of 90 thousand tons of meat per year. The project timeline is 2011-2018. By 2018, the complex should reach full capacity. Over the past six months, it is the second new pig-breeding project of the Rusagro Group. In August 2010, the company announced the construction of the complex in the Tambov region with the planned capacity of approximately 90 thousand tons of pork in live weight per year. The first stage of construction is expected to be started in 2012.

The Rusagro Group's competitors keep on building capacity just as much. For instance, the Miratorg Company has built 10 pig-breeding complexes in the Belgorod region with a capacity of 130 thousand tons of pork meat in live weight, and, by 2012, the company plans to introduce 13 additional complexes, increasing the production capacity up to 300 thousand tons. The Cherkizovo Company has seven major pig-breeding complexes with the total capacity of 115 thousand tons and three more projects are currently underway. Thus, by 2012, the total capacity should reach 153 thousand tons. By 2012, the Agro-Belogorye Group of Companies plans to increase production of pork by a half – up to 155 thousand tons of meat in live weight due to five new pig-breeding complexes. Four of them will emerge in the western part of the Belgorod region and the other one – in the east. Each complex will produce 11-12 thousand tons of pork annually.

As the share of imports in the domestic market accounts for 21%, even if all the announced projects are implemented, there is still room for growth on the condition of import curtailment.

The Russian market is characterized by a low supply of processed products. In the structure of supply, the largest share belongs to the live cattle in the private sector: it accounts for about 60%. The supply of live cattle from the pig-breeding complexes amounts to 780 thousand tons. The share of half-carcass is merely 8%, while the share of the split products is 11%. At the same time, a new trend has emerged in the market – the increase in supply of the split products. Meanwhile in 2009, its volume amounted to 183 thousand tons, in 2010, this rate reached 257 thousand tons. In five years time, i.e. by 2015, we expect a reduction in supply from the private subsistence farms to about 1 million tons, due to the lack of slaughterhouses. At the same time, we will experience the increased supply of live cattle from the pig-breeding complexes up to 1.2 million tons versus the current 780 thousand tons.

> Last year, the share of imported pork accounted for almost 28%. By 2015, it will fall to 9%.

An important factor in the development of the trend is the increasing supply of the pig half-carcass on the part of pig-breeding complexes, which will occur as the large companies implement the plans for construction of slaughterhouses and processing plants. According to the IAM estimates, by 2015, pig-breeding complexes will increase the production of half-carcass and split products 2-fold and 2.5-fold respectively. Thus, we expect significant structural changes in pork production, which are largely associated with the development plans of Russian companies, as well as with the increased competition in the segments of split products and half-carcass.

According to the IAM, the large share of live cattle remains one of the main problems in the Russian market. Despite

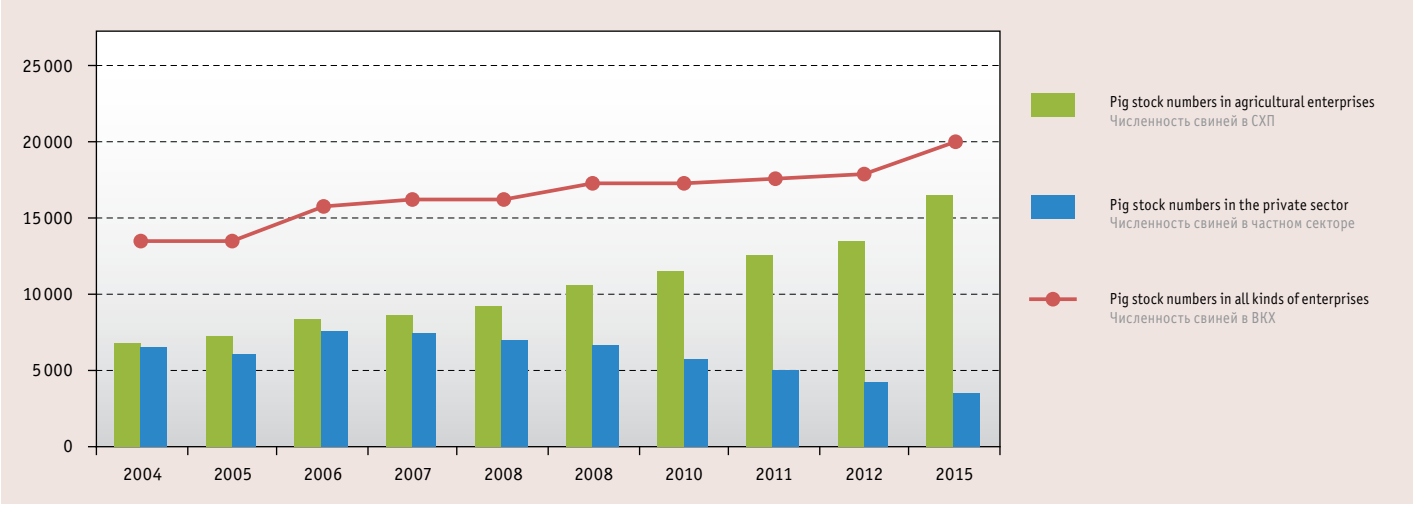
сов в Белгородской области мощностью 130 тыс. тонн свинины в живом весе, а к 2012 году компания планирует ввести еще 13 комплексов, доведя производственные мощности до 300 тыс. тонн. «Черкизово» располагает семью крупными свинокомплексами совокупной мощностью 115 тыс. тонн, еще три проекта находятся в стадии реализации. Таким образом, суммарная мощность к 2012 году должна составить 153 тыс. тонн. Группа компаний «Агро-Белогорье» к 2013 году планирует увеличить объемы производства свинины в полтора раза – до 155 тыс. тонн мяса в живом весе, за счет пяти новых свинокомплексов. Четыре из них появятся в западной части Белгородской области, еще один – в восточной. Каждый комплекс будет производить 11-12 тыс. тонн свинины ежегодно.

Поскольку доля импорта на рынке страны в настоящее время составляет 21%, даже если все заявленные компаниями проекты будут реализованы, потенциал роста при условии сокращения импорта останется.

> В прошлом году доля импортной свинины составляла почти 21%. К 2015 году она снизится до 9%.

Российский рынок характеризуется низким предложением переработанной продукции. В структуре предложения лидирует живой скот, произведенный в частном секторе: на его долю приходится порядка 60%. Предложение живого скота со стороны свинокомплексов составляет 780 тыс. тонн. Доля полутуш занимает лишь 8%, а доля разделанной продукции – 11%. Вместе с тем, на рынке наметился новый тренд – увеличение предложения разделанной продукции. Через 5 лет, то есть к 2015 году, мы ожидаем снижения предложений со стороны личных подсобных хозяйств примерно до 1 млн тонн, что связано с отсутствием убойных цехов, при одновременном увеличении предложения живого скота со стороны свинокомплексов до 1,2 млн тонн против сегодняшних 780 тыс. тонн.

Важным фактором развития тренда является увеличение предложения полутуш со стороны свинокомплексов, которое будет происходить по мере реализации планов крупных компаний по строительству убойных цехов и перерабатывающих предприятий. По оценке ИАМ, к 2015 го-



Pig Stock Change 2004-2015 (thousand heads). | Изменение поголовья свиней в 2004-2015 гг, тыс. голов.

the increase in production of split products and half-carcass, 70% of pork will continue to be sold on a live weight basis. At the same time, the supply will increase on the part of pig-breeding complexes and decrease on the part of private subsistence farms. This points to the fact that the market expects growth of competition in this segment. As the Russian pig-breeding moves onto an industrial basis and the competition in the domestic market increases, in the medium term, even if the domestic producers' prices for live pigs and pork do not come close to the world ones, they will at least substantially fall.

Let us see to what extent the pork market demand is met. Today, the consumption of pork accounts for 23 kg per person per year and, if taking into account only the meat produced in Russia – 16.5 kg per capita. Thus, about 6 kg falls within imported goods. According to the IAM forecasts, by 2015, the consumption of domestic pork will increase substantially and reach 22.8 kg per person annually with 25 kg per year being the upper limit for a Russian. A further increase in production can lead to excesses in the market. In this case, the question of the products export will arise. This issue is hard enough to solve, since it is difficult for Russia to compete with European manufacturers in the global pork market. Besides, foreign buyers do not have complete confidence in the quality of Russian meat, particularly because of the ASF propagation on the country's territory.

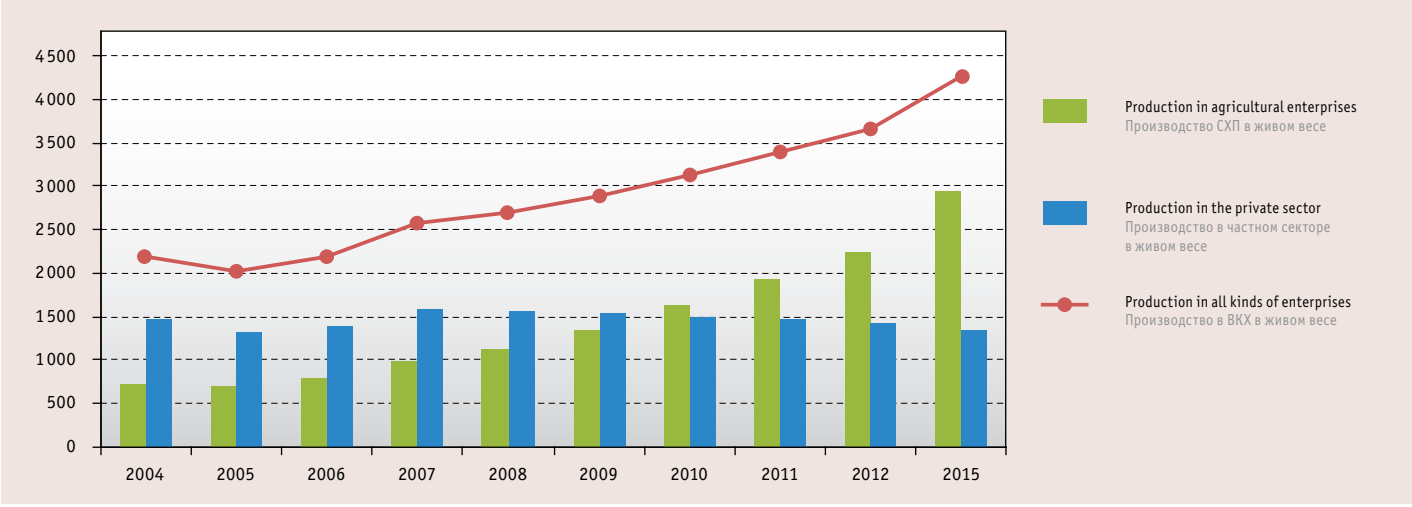
According to a preliminary estimate, the volume of imported pork in 2010 remained at the level of the previous year – 906 thousand tons, including suet (in 2009 this figure was 916 thousand tons). The leader in the import structure proves to be bacon with the import volume of 256 thou-

ду производство полутуш и разделанной продукции свинокомплексами увеличится в 2,5 раза и 2 раза соответственно. Таким образом, нас ожидают серьезные структурные изменения в производстве свинины, которые во многом связаны с планами развития российских компаний, а также обострение конкуренции в сегментах разделанной продукции и полутуш.

По мнению ИАМ, большая доля живого скота остается одной из основных проблем российского рынка. Несмотря на рост производства разделанной продукции и полутуш, 70% свинины попрежнему будет продаваться в живом весе, при этом предложение со стороны свинокомплексов увеличится, а со стороны личных подсобных хозяйств – сократится. Это говорит о том, что рынок ожидает рост конкуренции в этом сегменте. По мере перехода российского свиноводства на промышленную основу и роста внутренней конкуренции в среднесрочной перспективе цены отечественных производителей на живых свиней и свинину если не приблизятся к мировым, то, как минимум, существенно снизятся.

Давайте посмотрим, насколько обеспечены потребности рынка свинины. Сегодня потребление свинины составляет 20,5 кг на человека в год, если брать в расчет только мясо российского производства – 16,2 кг на человека. Таким образом, порядка 6 кг приходится на импортную продукцию. По прогнозам ИАМ, к 2015 году потребление отечественной свинины значительно вырастет и составит 21 кг на человека ежегодно. При этом 25 кг в год – «потолок» для россиянина. Дальнейшее увеличение производства может привести к появлению излишков на рынке. В этом случае встанет вопрос экспорта продукции, решить который достаточно тяжело, так как России сложно конкурировать на мировом рынке свинины с европейскими производителями. К тому же у зарубежных покупателей нет полного доверия к качеству российского мяса, в том числе из-за распространения на территории страны африканской чумы свиней.

По предварительной оценке, объем импортной свинины в 2010 году остался на уровне предыдущего года – 906 тыс. тонн, включая шпиг (в 2009 году этот показатель был равен 916 тыс. тонн). Лидирующее место в структуре импорта занимает шпиг, которого было ввезено 256 тыс. тонн, далее следует окорок с долей импорта 21% (214 тыс. тонн), затем лопатка – 13,4%



Pork Production in Live Weight 2004-2015 (thousand tons). | Производство свинины в живом весе в 2004-2015 гг, тыс. тонн.

sand tons, followed by ham with the 21% share of imports (214 thousand tons), then shoulder blade – 13,4% (135 thousand tons), and half-carcass having a 13.8% share (100 thousand tons).

In general, the share of imports in the Russian pork market amounts to 27.9% including bacon and about 19% discounting it. The top three importing countries are Brazil, Germany, and Denmark. In 2010, there was a substantial increase in the supplies of pork from the EU countries and Canada. At the same time, a significant reduction was experienced by the export of this type of meat from the United States.

Today, one of the most complex issues appears to be restrictions on imports and cutting down quotas for imports of pork. In 2011, the quota is maintained at last year's level – 472.1 thousand tons, among which the European Union accounts for 225 thousand tons, the USA – 57.5 thousand tons, and all the others – 189.6 thousand tons. In 2012, it is planned to be cut down to 425 thousand tons. According to the IAM estimates, the volume of imports should reach not more than marketable 300 thousand tons by 2015. Exceeding this rate would lead to increased competition.

Thus, plans of domestic companies to increase production should be based on understanding what they will be doing in five years, when the market becomes overly surplus.

Both a major issue and growth potential at the same time are represented by a high level of dependence on imported natural pork half-finished products. A large share of imported products belongs to shoulder blade, the domestic production of which has a total of merely 14 thousand tons. The consumption share of shoulder blade in Russia today amounts to 90%, that of neck – 85%, rib – 60%, and ham – 80%.

(135 тыс. тонн) и полутуши, на долю которых приходится 13,8% (100 тыс. тонн).

В целом, доля импорта на российском рынке свинины составляет 27,9% с учетом шпига и около 21% без него. В первую тройку стран-импортеров входят Бразилия, Германия и Дания. В 2010 году существенно возросли поставки свинины из стран ЕС и Канады. В то же время значительно снизился экспорт данного вида мяса из США.

Сегодня один из самых сложных вопросов – ограничение импорта и снижение квоты на ввоз свинины. В 2011 году квота сохранена на прошлогоднем уровне – 472,1 тыс. тонн, в том числе на Европейский союз приходится 225 тыс. тонн, США – 57,5 тыс. тонн, а на все прочие – 189,6 тыс. тонн. В 2012 году ее планируется сократить до 425 тыс. тонн.

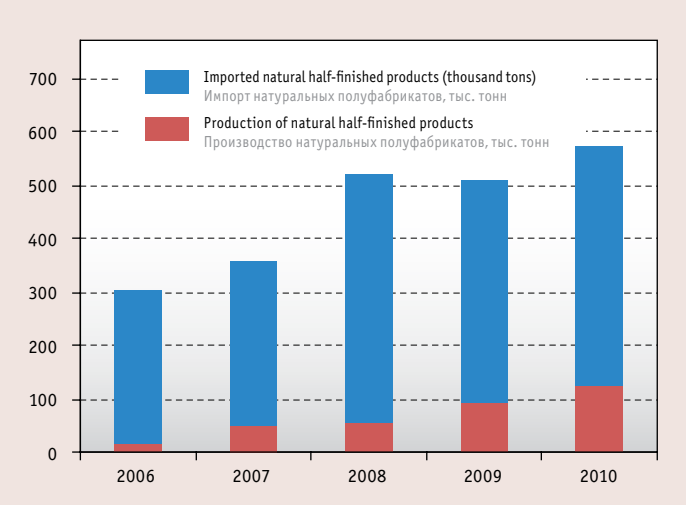
Согласно оценке ИАМ, объем импортной продукции к 2015 году должен достигать не более 300 тыс. тонн, которые будут востребованы рынком. Превышение данного показателя приведет к обострению конкуренции.

Надо отметить, что к 2015 году на рынке страны сложится очень непростая ситуация, характеризующаяся профицитом предложений, причем, если не ограничить импорт, профицит будет касаться именно российского продукта. Таким образом, планы отечественных компаний по увеличению производства должны строиться на понимании того, что они будут делать через пять лет, когда рынок станет излишне профицитен.

Важной проблемой и одновременно потенциалом роста является высокий уровень зависимости от импорта натуральных полуфабрикатов из свинины. Большая доля импортной продукции приходится на лопатку, Доля потребления лопатки в России сегодня составляет 90%, шейной части – 85%, грудинки – 60%, тазобедренной части – 80%.

Производимые отечественными компаниями свиные полуфабрикаты ориентированы, прежде всего, на розничную торговлю, в то время как сегмент продукции для промышленной переработки остается свободным. Поскольку, по прогнозам, к 2015 году объемы производства в свинокомплексах вырастут почти в 2 раза (прирост производства в убойном весе – примерно 1 млн тонн), необходимо уже сейчас решать, куда пойдет 1 млн тонн. Кроме того, надо учесть свинину, поступающую с убойных цехов и предприятий по

Pork half-finished products manufactured by the domestic companies are primarily oriented toward retail sales, meanwhile the segment of products for industrial processing remains vacant. Since, according to forecasts, by 2015, the production volume of pig-breeding complexes will amount to about 2.2 million tons versus the current 1.2 million tons (an increase of production in slaughter weight – approximately 1 million tons), it is high time to define the allocation of the 1 million tons in question. Pig-breeding complexes alone will supply the retail market with 550 thousand tons of the product. In addition, it is essential to take into account the pork coming from slaughterhouses and processing plants. Today, the competition in the retail market is quite high, and there is still more to come. In the light of the situation, that will be prevailing in the market in three or four years, its players should consider how to present a product demanded by the industry.



Dependence on Imported Natural Half-Finished Pork Products.

Зависимость от импорта рынка натуральных полуфабрикатов из свинины.

Market participants should know who their competitors are, where the imported pork comes from, where it can be supplied, and which sales channels to use. For example, a promising sales market appears to be the Kaluga region, as well as the regions of Siberian Federal District, expecting increased consumption of the final product in the near future. Growth potential is presented by the Perm Territory, Nizhny Novgorod region, and Krasnoyarsk Territory. The main deficiency is observed in the Volga Federal District, the Urals and the Far East. However, the Central Federal District, which accounts for about one third of domestically produced pork, experiences oversupply. Leader in the production of this type of meat per capita remains the Southern Federal District. By 2015, the number of surplus regions, which are concentrated in the center and in the south of the country, will grow. A troubling sign is presented by the increasing number of companies planning to build facilities in the areas, where there are already quite a lot of them. This only leads to exacerbating competition among them. Making the choice, they go by such factors as proximity to Moscow and the major sales markets, seeking to minimize transportation costs and logistics costs. However, as I see it, when choosing a place for the implementation of a new project, you need to focus on the development potential of the pig market in the region.

According to the IAM forecasts, 2011 will be largely similar to the past year. The main threat to domestic pig-breeding could be a further rise in the feed prices, as well as renewed outbreaks of ASF in the Southern Federal District and the danger of the spread of epizootic diseases in other regions of the country.

Due to the introduction of new capacities, this year's pork production will increase by approximately 15%. Russian manufacturers will be able to maintain the positive trends of last year and, thus, weaken the country›s dependence on imports even more. ms

переработке. Конкуренция в розничном сегменте сегодня достаточно высока, а будет еще выше. Учитывая ситуацию, которая сложится на рынке через три-четыре года, его игрокам стоит задуматься о том, чтобы предлагать продукт, востребованный промышленными предприятиями.

Участники рынка должны понимать, с кем они конкурируют, откуда импортируется свинина, куда ее можно поставлять и какие каналы продаж использовать. Например, перспективным рынком сбыта представляется Калужская область, а также регионы Сибирского федерального округа, где в ближайшее время ожидается увеличение потребления конечной продукции. Потенциал роста присутствует у Пермского края, Нижегородской области, Красноярского края. Основной дефицит наблюдается в Поволжье, на Урале и Дальнем Востоке. Вместе с тем, в Центральном федеральном округе, на который приходится около трети произведенной в стране свинины, отмечается избыток предложения. Лидером по производству данного вида мяса на душу населения остается Южный федеральный округ. К 2015 году количество профицитных регионов, которые сконцентрированы в центре и на юге страны, увеличится. Настораживает тот факт, что все больше предприятий планируют построить комплексы в регионах, где их и так достаточно много, обостряя конкуренцию между собой. Делая выбор, они руководствуются такими факторами, как близость Москвы и основных рынков сбыта, задаваясь целью минимизировать транспортные издержки и затраты на логистику. Я же считаю, что, выбирая место реализации нового проекта, необходимо ориентироваться на потенциал развития свиного рынка региона.

По прогнозам ИАМ, 2011 год будет во многом похож на прошедший. Основной угрозой для отечественного свиноводства может стать дальнейшее удорожание кормов, а также возобновление вспышек африканской чумы свиней в Южном федеральном округе и возможность распространения эпизоотии в другие регионы страны.

За счет введения в строй новых мощностей производство свинины в этом году увеличится примерно на 10%. Российские производители сумеют сохранить положительные тенденции минувшего года и тем самым еще больше ослабить зависимость страны от импорта. мс

КРИОТЕК

СОВРЕМЕННОЕ ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ КОМПАНИИ ООО «Производственно-Техническая Фирма «КРИОТЕК»

Комплексы убоя свиней и КРС

- охлаждение парного мяса
- заморозка мяса
- мясожировое производство

Колбасные заводы

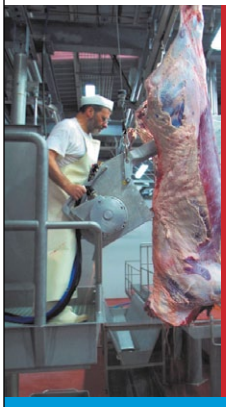
- посол мяса
- машинно-шприцевые помещения
- осадка колбас
- интенсивное охлаждение
- вентиляция и кондиционирование

(495) 580-61-71; 580-61-51
www.kriotek.ru

Приглашаем Вас посетить наш стенд на выставке:
Мясная, Молочная индустрия
15–18 марта, ВВЦ, пав. №75, стенд F 31

реклама

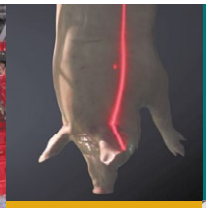
MPS
meat processing systems



3200 проектов в 92 странах

Производитель комплексных линий

Butina®
Anitec®



Сервис 24/7

Инновации

Штаб-квартира:
MPS Meat Processing Systems
P.O. Box 160
7130 AD Lichtenvoorde
The Netherlands
Тел: +31 (0)544 390 500
Факс: +31 (0)544 375 255

ООО «МПС Рус»
115093, г.Москва, ул. Павловская, д. 27/29, стр. 6
тел./факс: +7 495 775 1531

www.mps-group.nl

Компания MPS мировой лидер в разработке дизайне и производстве современных систем для мясоперерабатывающей и пищевой промышленности.

- Линии убоя свиней, КРС и овец
- Линии разделки & обвалки
- Автоматизированные склады
- Промышленная очистка сточных вод
- Техническая поддержка и снабжение запчастями

реклама

«Черкизово» купит бизнес Лисовского

Группа «Черкизово» ведет переговоры о покупке компании «Моссельпром» сенатора Сергея Лисовского.

Он пытается продать свой куриный бизнес с 2008 года, и «Черкизово» год назад уже пробовало договориться о покупке. Тогда стороны не сошлись в цене. Сейчас стоимость «Моссельпрома» эксперты оценивают в 70-100 млн долларов. В случае если сделка состоится, «Черкизово» сможет существенно усилить свои позиции в столичном регионе.

О переговорах «Черкизово» и «Моссельпрома» рассказали сразу несколько участников рынка. Речь идет только о птицеводческом бизнесе компании, и сделка не включает другие направления деятельности – свиноводство и растениеводство, говорит один из них. Источники в «Моссельпроме» и люди, близкие к основным собственникам «Черкизово», подтвердили факт переговоров. Но подписи под ним еще не поставлены.

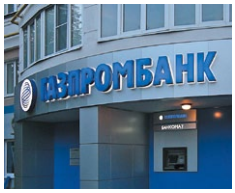
Ранее гендиректор «Черкизово» Сергей Михайлов заявлял, что группа планирует дальнейшее агрессивное развитие и постоянно ведет переговоры о покупке активов.

У «Черкизово» есть серьезные намерения все-таки купить этот актив, рассказывают источники, знакомые с ходом переговоров. Видимо, цена стала более адекватной

для компании, предполагает один из собеседников. По различным оценкам, сейчас стоимость сделки может составить от 70 до 100 млн долларов. В начале 2008 года «Моссельпром» оценивал свой птицеводческий бизнес в 200 млн долларов.

В ближайшее время сделки слияния и поглощения на птицеводческом рынке будут происходить активнее, уверен президент Мясного союза РФ Мушег Мамиконян. По его словам, рынок практически сформирован по объему, и его дальнейшее развитие за счет вытеснения импорта становится невозможным по разным причинам. Поэтому усиливается и внутриотраслевая конкуренция. Основные игроки видят, что следующим источником эффективности становится масштаб бизнеса, а не развитие рынка. По мнению эксперта, информация о сделках на рынке появится уже в первой половине 2011 года, максимального усиления процесс M&A достигнет в конце года и в следующем году.

РБК daily



На средства Газпромбанка

ООО «Знаменский СГЦ» – совместный проект группы «Эксима» и Микояновского мясокомбината – привлекает кредитную линию Газпромбанка с лимитом 1 млрд рублей.

Об этом говорится в официальных документах ЗАО «Микояновский мясокомбинат», которое выступает поручителем по кредиту. Средства привлекаются под процентную ставку 10,75% на восемь лет. Кроме того, заемщик уплачивает банку комиссию за открытие и ведение ссудных счетов по кредитному договору в размере 0,5% от общей суммы лимита. Договором предусмотрена возможность досрочного взыскания суммы кредита и процентов за его использование. Банк имеет право в одностороннем порядке увеличить процентную ставку на 1% в случае невыполнения компанией своих обязательств.

РБК

«Талина» получила патент

«Талина» получила патент на способ переработки бесподстилочного навоза свиноводческих комплексов.

Изобретение может быть использовано для обеззараживания навозных стоков и дезодорации помещений свинокомплексов. Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам присвоила изобретению номер 2406714.

Инновация уже действует на всех животноводческих комплексах «Талины». Ее суть заключается в том, что в корпусах персонал добавляет микробиологические и ферментные препараты в ванны-навозоудаления, расположенные под решетчатым полом. Биопрепараты ускоряют биохимические процессы разложения органических веществ навоза, вызывающих образование токсичных газов при гниении. Это предотвращает выделение неприятного запаха. Следующий этап – разделение животноводческих стоков на фракции: жидкую и твердую. Отсепарированная твердая фракция представляет собой сухую, рассыпчатую биомассу. Сейчас в «Талине» ее используют для удобрения полей, в планах – сделать источником альтернативной энергии. Жидкую фракцию при помощи мобильной шланговой системы вносят на поля для удобрения почвы. Новая технология обеспечивает экологическую безопасность и позволяет получить высокий урожай без добавления химикатов.

По информации компании

«Черкизово»: производство колбасы

Группа «Черкизово» намерена этим летом запустить первую очередь производства копченостей, ветчины, вареных колбасных изделий в Правдинском районе, сообщили в пресс-службе регионального министерства экономики.

Мощность производства составит 300 тонн колбасных изделий в месяц. Производство будет организовано на базе мясокомбината «Отечественный продукт», выкупленного Группой «Черкизово» осенью прошлого года, и позволит создать 150 новых рабочих мест.

В случае удачного старта проекта «Черкизово» может в течение года запустить вторую очередь производства.

«Общая численность занятых на производстве может возрасти до 500 человек, а его мощность увеличится до 450 тонн в месяц», – добавили в министерстве экономики.

Объем инвестиций в проект составит около 315 млн рублей, что дает компании возможность претендовать на получение статуса резидента Особой экономической зоны.

Клопс.Ru

X5 может продать бренд «Копейка»

X5 Retail Group может компенсировать часть затрат на покупку сети дискаунтеров «Копейка», продав хорошо известный потребителю бренд. Ритейлеры оценивают его в 20-50 млн долларов.

X5, закрывшая сделку с «Копейкой» в конце прошлого года, уже успела получить два предложения о покупке бренда от крупных участников рынка. Эксперты не исключают, что среди претендентов на «Копейку» могут быть «Дикси» и «Виктория», недавно решившие объединиться.

Сделка по покупке X5 «Копейки» стала самой дорогой за всю историю отечественного ритейла – 1,64 млрд долларов. В первую очередь, X5 интересовали площади конкурента. Сохранять на магазинах вывески «Копейка» не планировалось, однако и хоронить популярный бренд X5 не намерена.

О том, что компания получила два предложения о покупке бренда «Копейка», рассказал директор по корпоративным отношениям X5 Михаил Сусов. По его оценке, «Копейка» стоит десятки миллионов долларов. Ритейлеры считают, что стоимость бренда составляет от 20 млн до 50 млн долларов.

Сейчас X5 занимается интеграцией сети дискаунтеров «Копейка» в свой бизнес. Магазины переводятся под бренды «Пятерочка» и «Перекресток». «Пока под брендом «Копейка» будут работать какие-то из наших собственных магазинов, а также франчайзинговые партнеры до окончания сроков договоров», – уточнил **Михаил Сусов**.

У компании до сделки с X5 было 12 франчайзи. После сделки X5 заключила один договор на использование имени «Копейка». По данным Роспатента, он был зарегистрирован 24 декабря 2010 года, возможность использовать товарный знак «Копейка» получила производственно-коммерческая фирма «Виконт» из Башкирии, действие лицензии – до августа 2017 года. До этого срока будут действовать еще пять лицензий на использование аналогичного товарного знака, которые были получены в 2010 году.

«Если кто-то захочет купить бренд по хорошим расценкам, то решение мы можем принять оперативно», – заявил Михаил Сусов. Однако компании стоит помнить, что, продав раскрученный бренд, она своими руками может создать себе нового конкурента, предупреждают эксперты.

РБК daily

реклама

Holdijk Haamberg®
Edelstahl Maschinenbau

holdijkhaamberg.com
+7 - 812 - 420 - 57 - 59
+7 - 911 - 766 - 64 - 32
holdijk-ru@mail.ru

Российско-немецкое «Мясо из Сибири»

Муниципальное предприятие «Ямальские олени» и немецкая компания Geti Wilba GmbH & Co.KG планируют создать совместный бренд «Мясо из Сибири» для продвижения оленины на европейском рынке.

Об этом сообщает пресс-служба губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа. **Представитель немецкой компании Петер Кевер**, приехавший в округ для обучения работников «Ямальских оленей» технологиям упаковки продукции, отвечающей мировым стандартам, отметил, что в настоящее время Geti Wilba GmbH & Co.KG получает лишь сырье. «Моя цель – получать уже готовую продукцию для поставок сразу на прилавки немецких магазинов, но это длительный процесс. Об этом сейчас и идут переговоры», – отметил господин Кевер, слова которого приводятся в пресс-релизе. Первый заместитель директора департамента международных и внешнеэкономических связей ЯНАО Сергей Урамаев уточнил, что пока ямальская оленина поступает на прилавки европейских магазинов в немецкой упаковке, на которой указан производитель – МП «Ямальские олени».

Коммерсант

МК «Лысьвенский» банкрот

Арбитражный суд Пермского края открыл в отношении ОАО «Мясокомбинат "Лысьвенский"» конкурсное производство.

Конкурсным управляющим была назначена Татьяна Падукова. По мнению временного управляющего Ольги Бычиной, восстановление платежеспособности должника не представляется возможным. Так, общая сумма кредиторской задолженности по данным бухгалтерского баланса составляет 107 млн рублей. В реестр требований кредиторов внесены требования на общую сумму 102 млн рублей. Согласно бухгалтерскому балансу на 30 сентября 2010 года, балансовая стоимость внеоборотных активов составляет 34,3 млн рублей, стоимость оборотных активов – 45,5 млн рублей.

«Мясокомбинат «Лысьвенский» занимается переработкой мяса и выпуском мясных продуктов. Рынок сбыта – территория Пермского края. Компания контролируется бывшим совладельцем «Пермгазтехнологии» Владимиром Шестаковым и ООО «Уралхимтехнология», близким к пермскому предпринимателю Владимиру Нелюбину. Согласно бухгалтерскому балансу за первый квартал 2010 года, объем выручки – 859 тыс. рублей, чистый убыток – 4,7 млн рублей.

КОММЕРСАНТЪ

Управляющий Абрамовича продал долю в «Продо»

Давид Давидович, управляющий инвестфондом «Миллхаус» Романа Абрамовича, вышел из мясного бизнеса. Он продал принадлежащие ему 50% группы «Продо», входящей в пятерку крупнейших производителей мяса птицы и свинины в России.

Сумма сделки могла составить более $380 млн Покупателями стали другие совладельцы группы – Валерий Ойф, Андрей Городилов и Ирина Панченко.

О продаже Давидом Давидовичем своей доли в ООО «Продо» (головная компания группы) сообщили два инвестбанкира и один из производителей мяса. «Сделка прошла во второй половине 2010 года», – уточнил источник, близкий к компании. Представитель «Миллхауса» Джон Манн не стал комментировать этот факт, посоветовав обратиться в «Продо». Гендиректор группы Сергей Поляков на запрос не ответил.

По данным ЕГРЮЛ, 95% ООО «Продо» принадлежит Ramosa Holdings Ltd, владельцем которого является другой офшор – Nevern Overseas Ltd. Еще 5% у Chatterset Ltd. Именно эту долю в декабре 2009 года получил Альфа-банк в ходе реструктуризации долга «Продо» на 3,5 млрд рублей. В апреле 2009 года долги «Продо» достигали 10 млрд рублей. Кроме Альфа-банка, группа должна была Газпромбанку и Сбербанку. Кредиторы пытались обанкротить группу, но через год ее долг сократился почти в три раза. Оборот в 2009 году – около 30 млрд рублей.

«Продо» никогда не раскрывала конечных бенефициаров Nevern Overseas Ltd. В 2008 году сообщалось, что частные лица во главе с господином Давидовичем приобрели «Продо» у принадлежащего Роману Абрамовичу инвестфонда «Миллхаус». До этого «Продо» входила в компанию «Планета», созданную в 2000 году Романом Абрамовичем для работы на продовольственном рынке.

Господину Давидовичу принадлежало более 50% «Продо», говорит один из инвестбанкиров. Остальной бизнес был поделен между структурами, контролируемыми гендиректором Highland Gold Mining (среди акционеров – Millhouse) и экс-сенатором Валерием Ойфом, спикером думы Чукотского автономного округа Андреем Городиловым и бывшим депутатом Госдумы Ириной Панченко.

Аналитик ИФК «Метрополь» Татьяна Бобровская оценивает бизнес «Продо» в $816 млн, исходя из мультипликатора 0,8 выручки, которая соизмерима с «Черкизово» (в 2009 году составила $1,02 млрд). Таким образом, Давид Давидович за свою долю в «Продо» мог выручить $384-448 млн.

КОММЕРСАНТЪ

«Телец» выиграл торги

На состоявшемся 9 февраля аукционе по продаже 100% акций ОАО «Агрокомплекс "Кунгурский"» победителем был признан мясоперерабатывающий комбинат «Телец», сообщили в пресс-службе федерального агентства по управлению государственным имуществом.

Известно, что «Телец» предложил за актив 202,6 млн рублей, что соответствует его первоначальной стоимости. В ведомстве сообщили, что аукцион состоялся при участии двух претендентов. Имя второго не раскрывается.

«Агрокомплекс «Кунгурский» – одно из трех крупнейших в Кунгурском районе сельскохозяйственных предприятий, помимо ОАО «Птицефабрика «Комсомольская» и ООО «Агрофирма «Труд». Занимается производством и реализацией молока, мяса КРС и свиней, производством продукции растениеводства на кормовые цели. Выручка от продажи по итогам 2009 года, по данным «СПАРК-Интерфакс», составила 232,7 млн рублей, чистая прибыль – 22,6 млн рублей. Поголовье КРС составляет 8 тыс.

КОММЕРСАНТЪ

«Мираторг» ищет миллиарды под руинами

Агропромышленный холдинг «Мираторг» требует с немецкой проектной компании Assmann Beraten Planen, которая в России известна проектом терминала «Шереметьево-2», более 2 млрд рублей убытков.

Претензии связаны с обрушением в феврале 2008 года складского комплекса «Мираторга» в Подмосковье. Агрохолдинг считает, что инцидент произошел из-за недостатков проектной документации. Эксперты отмечают, что подобные дела обычно затягиваются на годы, и проектировщикам, как правило, удается избежать ответственности.

В понедельник арбитражный суд Москвы зарегистрировал иск от ООО «Трио-Инвест» (структура «Мираторга») к ООО «Ассманн Бератен Планен» (российское подразделение немецкой проектной фирмы Assmann Beraten Planen) о взыскании 2,08 млрд рублей убытков (копия иска имеется в распоряжении "Ъ"). 14 октября 2005 года ООО «Трио-Инвест» (заказчик) и ООО «Ассманн Бератен Планен» (подрядчик) заключили договор подряда на разработку проектной документации для строительства дистрибуторского центра в Домодедовском районе Подмосковья. Разработанный проект прошел государственную экспертизу. Строительство центра осуществляла компания «Энка Иншаат ве Санайи А.Ш.» (структура турецкого строительного холдинга Enka). Но 17 февраля 2008 года произошло обрушение высотных стеллажей центра, предназначенных для хранения продукции. Из эксплуатации было выведено около 3,6 тыс. из 33 тыс. м^2 общей площади комплекса (11%). Складской центр до сих пор не восстановлен.

Для установления причин обрушения «Мираторг» заказал две строительные экспертизы, которые выявили недостатки в проектной документации. В частности, по мнению экспертов, проектировщик не выполнил расчет устойчивости стальной конструкции каркаса в целом. В связи с этим «Трио-Ин-

www.unitym.ru

UNITY
FOOD MACHINERY

Вспомогательное оборудование

Гигиена предприятия

Оборудование для мясопереработки

г. Ярославль, ул. Пожарского 66А,
тел.: 8-800-100-73-01, (4852) 58-30-56, 94-74-00, 94-74-99
e-mail: trade@unitym.ru

реклама

вест» просит взыскать с «Ассманн Бератен Планен» 1,274 млрд рублей реального ущерба и 808,2 млн рублей упущенной выгоды.

Управляющий партнер Blackwood Константин Ковалев не припомнил ни одного случая, когда удавалось бы взыскать убытки с проектировщика. По его словам, доказать в таком случае вину достаточно сложно, так как проектировщик может сослаться, например, на то, что были неправильно выполнены изыскательские работы, которые проводит не он.

КОММЕРСАНТЪ

Лужков без Лужков

Одно из любимых детищ экс-мэра Москвы Юрия Лужкова – агрохолдинг «Мосмедыньагропром» может быть выставлен на продажу.

О планах Москвы выставить на продажу акции агрохолдинга «Мосмедыньагропром» (городу принадлежит 99,99%) рассказал источник в правительстве Калужской области. По его словам, рассматривается вариант, по которому акции агрохолдинга будут проданы на открытом конкурсе, к моменту продажи в состав холдинга войдет завод школьного питания, а социальная инфраструктура может быть передана в собственность Медыни. Источник в правительстве Москвы подтвердил планы продажи. Представитель правительства Москвы не смог ответить на запрос «Ведомостей», отправленный на прошлой неделе.

«Мосмедыньагропром» – один из любимых проектов бывшего мэра Москвы Юрия Лужкова. Он создан в 2000 году путем объединения компании «Медынская сельхозтехника» с сельхозпредприятиями «Петровский», «Труд», «Корнеевский», «Заря», «Романово». Холдингу принадлежат сельхозземли (12 100 га), пекарня, стадо племенного скота на 6 467 голов, а также коттеджный поселок для работников холдинга «Новые Лужки». В апреле 2010 года экс-мэр Москвы рассказывал о планах «Мосмедыньагропрома» начать производство мраморного мяса. Сейчас строятся мясоперерабатывающий и убойный цеха холдинга, говорил в ноябре 2010 года губернатор Калужской области Анатолий Артамонов.

С 2000 года Москва, владеющая 99,99% агрохолдинга, вложила

в предприятие 4,5 млрд рублей. По данным администрации области, в 2009 году выручка «Мосмедыньагропром» увеличилась по сравнению с 2008 году в 4 раза до 573 млн рублей (в том числе от реализации продукции завода школьного питания, формально не входящего в состав холдинга, – 552,9 млн рублей). Чистая прибыль холдинга составила 940 тыс. рублей, а рентабельность – 0,1%.

Найти покупателя на этот актив непросто, считает директор департамента продаж элитной недвижимости компании Penny Lane Realty Александр Зиминский: заявленная за 2009 году чистая прибыль ничтожно мала для крупного многопрофильного холдинга, а рентабельность почти нулевая. При более высоком уровне рентабельности «Мосмедыньагропром» мог бы заинтересовать крупные агрохолдинги вроде «Черкизово» и «Мираторга».

Ведомости

Одобрен проект «Куриного царства»

Наблюдательный совет особых экономических зон регионального уровня (ОЭЗ РУ) Липецкой области одобрил проект компании «Куриное царство», принадлежащей группе «Черкизово», по строительству комплекса по производству птицы и свинины с общим объемом инвестиций 18 млрд рублей в ОЭЗ «Елецпром».

В управлении сельского хозяйства Липецкой области уточнили, что в настоящее время проводится подбор земельных площадок. Как рассказал представитель группы «Черкизово» Максим Климов, проект, рассчитанный на восемь лет, включает в себя завод по убою и переработке птицы, комбикормовый завод, инкубаторий, 128 птичников для содержания молодняка и родительского стада, 336 птичников для выращивания бройлеров, а также предприятие по утилизации и переработке отходов, автотранспортное предприятие, жилье для специалистов. Его реализация позволит «Куриному царству» увеличить производство мяса птицы до 230 тыс. тонн в год. Общий объем инвестиций составит 18 млрд рублей, при этом почти 80% – заемные средства. О предметной договоренности с банками в группе пока не сообщают.

Коммерсант

Площадка для немецкого инвестора

Немецкая птицеводческая фирма Lohmann Tierzucht GMBH снова подыскивает себе площадки под строительство племенного репродуктора.

Среди основных площадок, предложенных краевым правительством, – Сылвенская и Григорьевская ПТФ. Также чиновники рекомендуют немцам купить последнюю в Прикамье, не входящую в птицеводческие холдинги фабрику «Чайковская». Владелец фабрики Петр Бельков готов сам предложить Lomann проект совместного предприятия.

Как сообщил министр сельского хозяйства Пермского края Александр Логачев, на данный момент ведется работа с немецкой компанией Lomann Tierzucht GMBH (LT) по подбору инвестиционных площадок. «Для первой компании мы подобрали возможные инвестиционные площадки, сейчас ожидаем решения президента немецкого агрохолдинга», – поясняет министр.

Источник в правительстве утверждает: LT вновь хочет построить в Прикамье племенной репродуктор и ищет для него площадки. В частности, минсельхоз предложил рассмотреть ряд площадок, где производство птицы либо уже закрыто, либо испытывает сложности –Сылвенская и Григорьевская ПТФ. Также по информации источника, немцам было предложено вступить в переговоры с владельцами ЗАО «Птицефабрика «Чайковская» на предмет покупки бизнеса.

Представитель немецкой LT Анатолий Зубарев подтвердил проведение переговоров с правительством края. «Это три площадки. Если я назову их вам, то на следующий день они станут золотыми», – уверен господин Зубарев. По его словам, стратегическое преимущество Пермского края состоит в выгодном географическом положении. Раскрывать сумму планируемых инвестиций Анатолий Зубарев не стал: «Сначала надо сделать, а потом уже подсчитывать, во сколько нам это обошлось».

Lomann с 2001 года поставляет в Прикамье племенную птицу. Компания не раз заявляла о своем намерении создать в крае современное образцовое птицеводческое хозяйство, не имеющее аналогов в России. Lomann имела серьезные планы на покупку Менделеевской ПТФ, однако осенью 2010 года в торгах победителем был признан удмуртский холдинг «Комос групп».

Коммерсант

В «Сибирские колбасы» добавят свинины

Одно из крупнейших мясоперерабатывающих предприятий Сибири «РУСКОМ» (торговая марка «Сибирские колбасы») намерено построить в Омской области свиноводческий комплекс.

Объем инвестиций в проект – более 2 млрд рублей. Средства в виде кредита предоставит омское отделение Сбербанка. Строительство нового комплекса производственной мощностью 110 тыс. голов в год в компании рассчитывают начать в апреле. Участники рынка подчеркивают, что проект может стать успешным, если «РУСКОМ» создаст вертикально интегрированный холдинг.

О планах компании построить в регионе свиноводческий комплекс сообщила пресс-служба омского отделения Сбербанка РФ. «Сбербанком принято предварительное решение о предоставлении компании заемных средств для строительства свиноводческого комплекса в Кормиловском районе Омской области. Предполагаемый объем инвестиций – более 2 млрд рублей на срок не менее восьми лет», – пояснили в банке. Решение было принято топ-менеджерами Сбербанка РФ во время посещения производственной площадки «РУСКОМа».

Как рассказал Темури Латария, производственная мощность свиноводческого комплекса площадью 88 тыс. м^2 составит 110 тыс. голов в год. Он будет построен на участке в 100 га в 2,5 км от населенного пункта Сосновское (удаленность от райцентра Кормиловка 11 км). Кроме свиноводческого комплекса, на этой же территории к октябрю 2012 года компания рассчитывает построить комбикормовый завод и площадку для забоя. Это уже следующий этап, на который предполагается отдельное финансирование.

Строительство начнется в апреле. Запуск комплекса в эксплуатацию намечен на ноябрь 2011 года.

Коммерсант

Гость:
Сергей Копылов,
генеральный директор компании «Копылов»

Беседовала:
Виктория Загоровская

Мода на традиции

Колбаски «Копылов» – это опыт и традиции зарубежных кухонь, слегка адаптированные под вкусы россиян. При их производстве соблюдается принцип «домашней кулинарии» – разумное сочетание современных технологий и ручного труда.

Под «домашним» подразумевается также немассовое производство и степень качества продукции, сделанной «как для себя». Колбаски «Копылов» выпускаются по формуле – мясо + специи + вдохновение автора – и не содержат ничего, что искусственно сделает их «красивее» и дешевле или увеличит срок годности.

Не случайно, торговая марка названа по имени Сергея Копылова – одного из основателей компании, с которым состоялась наша сегодняшняя беседа.

– Сергей Анатольевич, расскажите историю создания компании «Копылов»: от зарождения идеи, выбора концепции до воплощения.

– До создания собственного бизнеса я больше десяти лет проработал на мясоперерабатывающих предприятиях в разных должностях, набираясь практических знаний и опыта. В моем послужном списке – работа на производстве мясных деликатесов «ДС» обвальщиком, затем мастером и позже – заместителем начальника производства. Здесь моим учителем стала технолог, начальник производства Надежда Давыдова, которая не делала секретов из своих знаний, делилась новостями, прислушивалась к мнению сотрудников и всегда добивалась наилучшего результата. Сегодня она работает главным технологом в компании «Копылов».

Кроме «ДС», работал начальником цеха в «Пит-продукте», а затем в течение года в сфере ритейла – занимал должность начальника производства в «Ленте», благодаря чему мне удалось изнутри наблюдать за увеличением или падением спроса на тот или иной продукт.

Надо сказать, что за свою жизнь я побывал в разных странах – Германии, Голландии, Бельгии, Финляндии, путешествовал по США, и, как многие из нас, везде видел изобилие продуктов, почти не представленных в России. Больше всего меня как потребителя заинтересовали колбаски для жарки – братвюрсты. Они разнообразны, просты в приготовлении, вкусны и оригинальны. После поездки в США я принял окончательное решение открыть свое дело. И именно братвюрсты стали основой для создания компании и бренда. Я решил, что создавать – именно создавать, а не импортировать! – такой продукт в России будет интересно и востребовано, нужно только разъяснить потребителю, что братвюрсты из себя представляют. В свою очередь, колбаски, как локомотив, должны были помочь остальным продуктам, произведенным компанией «Копылов», стать известными покупателям благодаря бренду.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Сергей Копылов,

генеральный директор компании «Копылов»:

«Использование собственного имени в названии компании – дополнительная личная ответственность за качество продукта и возможность обращения к потребителю напрямую».

*** ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ:**

Компания «Копылов» организована 17 июля 2009 года в Петербурге.

В октябре 2009 года она выиграла Грант от Правительства Санкт-Петербурга за Проект создания предприятия по производству колбасок для жарки. На международной продовольственной выставке «Петерфуд-2010» компания «Копылов» стала победителем конкурса «Инновационный продукт» в номинации «Удобство в употреблении» (convenient food). Золотые медали завоевали колбаски для жарки «Французские» (с мясом птицы) и «Канадские» (с бараниной).

Также руководство компании считает достижением сотрудничество с такими предприятиями, как ГУП Смольнинский, ГАЗПРОМ, большинством ведущих супермаркетов и универсамов города, более 200 ресторанами и пивными барами Петербурга.

В создание компании было инвестировано 6 млн рублей. Сегодня она выпускает 300-350 кг продукции в день. Предприятие оснащено новым дорогостоящим оборудованием и, вместе с тем, некоторые операции выполняются исключительно вручную.

Численность персонала – 10 человек. Оборот составляет 1,5 млн руб. в месяц.

– С чем связано использование имени собственного в названии компании? Насколько распространена в мясной отрасли такая практика?

– Использование своего имени – дополнительная личная ответственность за качество товара и возможность обращения к потребителю напрямую. Я не анализировал распространенность такой практики в мясной отрасли, единственный, кто находится на слуху у большинства, – это г-н Дымов. Думаю, редкие случаи использования своего имени в названии компании связаны со слишком высокой ответственностью, которую в таком случае берет на себя производитель.

– К какому ценовому сегменту относится Ваша продукция и с чем был связан выбор?

– Наша компания начала свою работу в 2009 году, когда мировой финансовый кризис был в разгаре и в расчетах я, конечно же, предполагал, что продукция должна быть адресована наиболее широкому кругу покупателей. На практике продукция находится в среднем ценовом сегменте. Мой идеал – это класс «премиум» по качеству с доступной ценой продукции среднего сегмента.

«Наша цель – познакомить потребителя с лучшими образцами кухонь мира и дать возможность сделать свой выбор».

– На Вашем сайте можно прочитать такую фразу: «Мы производим колбаски по традиционным рецептам стран, где они особенно популярны, слегка адаптировав под вкусы россиян». Можно ли сказать, что у колбасы есть национальность? И чем отличается российская колбаса от финской, итальянской или немецкой?

– У любого продукта есть национальность, в том числе и у колбасы. Колбаски «Копылов» названы по имени стран, в соответствии с традиционными рецептами которых они выпускаются (за исключением «Чемпионских» – это собственная разработка компании).

Так, основа ирландской кулинарии – обыкновенная крестьянская еда. В отличие, например, от французской или итальянской кухни в Ирландии нет особых изысков. Именно поэтому классические ирландские колбаски – это колбаски из свинины и говядины в сочетании с острым вкусом и ароматом чеснока. Они отлично сочетаются с темными сортами пива, которыми знаменита Ирландия.

Финны – приверженцы натуральной и неострой кухни. Они любят устраивать пикники для друзей и готовить мясные блюда в шаровом гриле. Потому финские колбаски, приготовленные из свинины и говядины, имеют легкий аромат копчения.

Сочные колбаски «Итальянские» из свиного и говяжьего мяса, в сочетании с томатами и луком порей, дополнены пряным ароматом столь любимого в Италии базилика, который как нельзя лучше гармонирует с томатами, придавая колбаскам по-настоящему изысканный вкус.

В Германии очень развито сельское хозяйство, в частности, животноводство, поэтому не удивительно, что свинина, говядина, птица – основа рациона немцев. При этом особой популярностью в Германии пользуется свинина. В основном, мясо употребляется в виде колбас, которых в Германии огромный ассортимент – известно более 1500 различных видов. Свиные колбаски «Немецкие» из нашего ассортимента приготовлены по традиционному немецкому рецепту с добавлением петрушки и мускатного ореха и идеально подходят к светлым сортам пива.

Наша цель – познакомить потребителя с лучшими образцами кухонь мира и дать возможность сделать свой выбор. Каким он будет, я не знаю. Просто хочу, чтобы у наших граждан он был, как в рамках марки «Копылов», так и вне ее.

– Не могли бы Вы сформулировать суть Вашего бренда в нескольких словах?

– Суть бренда «Копылов» в приближенности к каждому: мужчина это или женщина, представитель молодежи или человек зрелых лет – неважно, мы разговариваем с ним на одном языке. Мы хотим вкусно поесть сами и вкусно накормить своих друзей.

– «Колбаски «Копылов» – это модно», говорится на сайте компании. Что подразумевает под собой колбасная мода и кого можно считать ее законодателями?

–Мы, конечно, претендуем на законодательство в колбасной моде! Наши колбаски дадут возможность каждому поучаствовать в процессе создания нового блюда – жареных на сковородке, в духовом шкафу или на гриле братвюрстов. Каждый может внести свою нотку в произведение, что-то добавив, изменив режимы приготовления. К тому же на всеми любимых пикниках колбаски «Копылов» будут успешно

конкурировать с шашлыками и стейками по причине удобства в приготовлении, разнообразия выбора и новизны.

– Какие упаковочные решения использует компания? Расскажите, как создавался ее дизайн?

– Мы используем термоусадочную упаковку для своих колбасок, так как она дает возможность наиболее выгодно, рельефно представить продукт. Дизайн упаковки и бренда создавался в сотрудничестве с компанией «Метрополия» и представлял собой длительный, сложный, но увлекательный процесс. Мы с соучредителем компании «Копылов» Александром Кива лично участвовали в нем, никому не перепоручая эту миссию.

– Каковы шансы на успех мясопроизводителя при отказе от сотрудничества с ритейлом и развитии собственных точек продаж?

– Без ритейла, особенно в самом сетевом городе Санкт-Петербурге, где сетям принадлежит 80% рынка, трудно рассчитывать на успешные продажи. Правда, наша компания в качестве рынка сбыта успешно использует сегмент HoReCa, который даже является более прибыльным, однако почти не работает на продвижение бренда.

Развитие собственной торговой сети «Копылов» в ближайшем будущем маловероятно ввиду небольшого количества наименований выпускаемой продукции.

– Как Вы оцениваете объем инвестиций, сделанных в развитие бизнеса, и предполагаемый срок их окупаемости? На что делает ставку «Копылов» в 2011 году?

– В создание компании «Копылов» было инвестировано 6 млн рублей. На сегодня она выпускает 300-350 кг колбасок в день. Но производственный резерв на этом не исчерпан. На мощностях, которыми мы располагаем, можно ежедневно выпускать 1 тыс. кг продукции.

> «Преимущества небольших предприятий – мобильность, скорость принятия решений первыми лицами, несравнимо меньшие основные затраты, упор на “домашние” технологии».

Численность персонала компании – 10 человек. Оборот составляет 1,5 млн руб. в месяц.

Надо отметить, что первые 11 месяцев работы были убыточным. Но мы предполагаем, что вложенные в бизнес средства окупятся через 1,5 года.

В этом году компания «Копылов» должна занять свое устойчивое место на петербургском мясном рынке. Кроме того, 2011 год – время экспансии на рынок Москвы, в Северный и Центральный регионы России.

– Каковы нынешние риски ведения бизнеса в России?

– Риски мясного бизнеса – попытки госрегулирования рынка, эпидемиологические вспышки, как реальные, так и мнимые, экспансия ритейла.

– За последние пять лет в результате консолидации на рынке укрепились мясоперерабатывающие корпорации с известными продуктовыми брендами. С Вашей точки зрения, могут ли они полностью задавить малый и средний бизнес?

– Не думаю, что цель у корпораций может быть таковой или это должно произойти само-собой. Уверен, место на рынке для небольших компаний, «заточенных» под свой «нишевой» продукт, будет всегда. Их преимущества – мобильность, скорость принятия решений первыми лицами, несравнимо меньшие основные затраты, упор на «домашние» технологии – дает возможность эффективно работать и получать прибыль. Я – за здоровую конкуренцию и разнообразие выбора для потребителя. МС

ИСТОРИЯ КОЛБАСОК ДЛЯ ЖАРКИ BRATWURST

Братвурст (как вариант Братвюрст, нем. Bratwurst, Rostbratwurst, Roster) – немецкое название колбасок для обжарки на сковороде или на гриле.

Название Bratwurst появилось в средние века из сочетания двух немецких слов «brät» (жаренный) и «wurst» (колбаса). Традиционно они производились из свинины, говядины или телятины в исключительно натуральной оболочке.

Появилось блюдо, вероятнее всего, в немецком регионе Тюрингия, где оно традиционно известно как Thüringer Rostbratwurst. Его самый старый известный рецепт ведет свою историю с 1410 года.

Позднее продукт начали производить и в других немецких регионах. И в каждом со своими особенностями. Например, в Нюрнберге жареная колбаса Nürnberger Bratwürste значительно меньше – длиной и толщиной примерно с большой палец взрослого человека, а во Франконии жареная колбаса делается длинной и тонкой. Всего же сегодня насчитывается более 40 видов братвурстов.

Сегодня Bratwurst это не только кулинарное, но и культурное явление, признанное в Европе. В одной только Германии несколько музеев Bratwurst, и самый большой из них – «Deutsches Bratwurstmuseum» в городе

Holzhausen – отмечен гигантской статуей братвюрста. А десятки старых ресторанчиков, специализирующихся на жаренной колбасе, таких как «Wurstkuchl» в Регенсбурге (Германия), основанный в 1146 году, являются главными достопримечательностями своих городов.

ufi Approved Event

14 - я Московская международная выставка
Пищевые ингредиенты, добавки и пряности

ingredients RUSSIA

Совместно с:

MEAT INDUSTRY

DAIRY INDUSTRY

15 - 18 марта 2011

ВВЦ, Павильон 75, Зал Б
Москва, Россия

Важный ингредиент для вашего бизнеса

Организатор

ITE

www.ingred.ru

реклама

Sealed Air
CRYOVAC®
Food Packaging Systems

Новое предложение «Силд Эйр»

Корпорация «Силд Эйр» объявила о приобретении контрольного пакета акций ProAseptic Technologies, зарегистрированной в Барселоне и специализирующейся на производстве оборудования для асептического розлива и упаковки сверхчистых пищевых продуктов и напитков.

SAC предлагает широкий ассортимент решений для закачки жидкости в горячем и холодном виде в емкости от 100 мл до 10 литров, а также до 1 тыс. литров, со встроенным дозирующим устройством или без него. Одним из последних новаторских продуктов компании стала гибкая упаковка для стерильного и асептического использования с высоко- и низкокислотными жидкостями на предприятиях общественного питания.

Системы, разработанные ProAseptic Technologies, выпускают асептические/сверхчистые паучи/пакеты из ламината с встроенным дозатором в различных форматах, допускающие вертикальную устойчивую расстановку благодаря специальной форме нижней части. Особой популярностью пользуется розничный формат от 100 мл до 1 л.

Благодаря сочетанию опыта «Силд Эйр» в области гибкой упаковки и знаний ProAseptic-Technologies в области асептической упаковки рынки розничной торговли и общественного питания получат новое продуктовое предложение: полный ассортимент форматов, как для охлажденных продуктов, так и для продуктов, хранящихся при комнатной температуре. Клиентам предлагается полный комплект оборудования и пленочные материалы для асептической упаковки, поставляемые из единого источника по всем регионам мира благодаря глобальной сети продаж и высокопрофессиональной техподдержке «Силд Эйр Cryovac». P

ЗАО «Силд Эйр»
Россия, 125445, Москва,
ул. Смольная, д. 24 Д, 8-й этаж
тел.: +7 (495) 795-01-01,
факс: +7 (495) 795-01-00
cryovac.cismkt@sealedair.com
www.sealedair-emea.com

«Умные» этикетки для заморозки

Немецкая компания BASF представляет новую маркировочную систему для охлажденной и замороженной продукции, в основе которой – использование «умных» термочувствительных чернил, отражающих эффективность условий хранения и транспортировки продукта.

В компании заявляют, что этикетка OnVu ICE способна «запоминать температуру» и отображать результаты. Она меняет цвет в зависимости от температуры, чем темнее ее цвет, тем лучше выполнялись условия доставки. Система более эффективна, когда основывается на дате срока годности.

«Производители, ритейлеры и покупатели вскоре смогут с первого взгляда определить, правильно ли хранились пицца, мороженое, рыба и другая замороженная продукция, или ее пора выбросить из-за нарушений температурного режима», – говорит **Мартин Ангейн, руководитель проектов отдела Future Business.**

Термочувствительные чернила наносятся в виде градусника на этикетку, либо непосредственно на упаковку. Индикатор в центре «градусника» активируется при помощи ультрафиолета и становится синим. Если цвет индикатора не побледнел, значит, температурный режим не нарушался. Индикатор, нанесенный на замороженную продукцию, не бледнеет, если температура хранения не ниже -18° С. Он также начинает терять цвет в случае истечения срока годности.

Unipack.Ru

Мясо сохраняет молодость

Если женщина не реже трех раз в неделю включает в свой рацион мясные блюда, это продлит ей жизнь и поможет сохранить молодость. При этом речь идет именно о мясе, а не о мясных продуктах вроде колбасы, сосисок или гамбургеров. К такому выводу пришли ученые из Оксфордского университета.

Специалисты провели исследование, в ходе которого было проанализировано состояние здоровья женщин, которые соблюдали различные диеты. Оказалось, что в тех случаях, когда в диете присутствовало небольшое количество мяса и молочных продуктов, число смертей от сердечно-сосудистых заболеваний сокращалось примерно на 31 тыс., от рака на 9 тыс. и от инсульта на 5 тыс. в год.

По словам руководителя исследовательской группы профессора Майка Рейнера, недостаток в рационе мяса может привести к недостатку в организме определенных витаминов и микроэлементов, которые в растительной пище отсутствуют. В то же время чрезмерное увлечение мясными блюдами – особенно приготовленными из технологически обработанного мяса – приведет к дисбалансу и нарушению обменных процессов.

Помимо мяса, необходимо включать в рацион такие источники белка, как яйца и рыбу.

rosinvest.com

Колбасный Fashion

Неординарную упаковку для CD-диска, также как и дизайн самого диска, придумали в Mother Eleganza для нового альбома литовского певца SHIDLAS. Альбом под названием «SALIAMI POSTMODERN» по раскраске напоминает колбасу салями в разрезе.

Упаковка полностью соответствует: пластиковый пакет с этикеткой, которую можно спутать с упаковкой из мясного магазина. При этом упаковка – вакуумная!

По словам Арама Мирзоянца, арт-директора брендингового агентства Depot WPF, это старо как мир. За последние 15 лет были десятки компакт дисков с изображением колбасы или мяса. «И вот результат: на вечеринках периодически играет мясо, а люди в этот момент колбасятся!», – смеется он.

«Несколько лет назад колбасные компании России нарушили, наконец, традиции и начали воплощать идеи модной колбасы. Вспоминается фотосессия ТМ "Дымов", когда на улицах Парижа модели прижимались к длинным батонам колбас. Затем "Талина" предложила рынку так называемую "Fashion колбасу" – модный продукт, – рассказывает **Елена Макарова, руководитель отдела PR Группы компаний "Талина".** – Сегодня зарубежные звезды активно инсталлируют мясные продукты. Леди Гага нарядилась в эпатажное говяжье платье, Брюс Уиллис – в парик из фарша. Теперь настала очередь дизайнеров креативить на мясные темы!»

Unipack.Ru

Вегетарианцы поневоле

Специалисты в области питания считают, что стоимость продуктов питания будет существенно расти.

Об этом, в частности, говорит футуролог Стив Коннор. По его мнению, в ближайшие десятилетия продукты питания очень подорожают. Ученый прогнозирует, что уже в ближайшие десятилетия на питание придется тратить минимум на 50% больше. Самыми дорогими

продуктами станут мясо, молоко, рыба, шоколад, кофе. Таким образом, многим придется от них отказаться и стать «вегетарианцами поневоле».

Эксперты полагают, что к нехватке базовых продуктов во многих регионах планеты приведут рост численности населения, изменение климата и истощение почв. Спасти человечество от го-

лода могут только новые технологии в сельском хозяйстве, генетически модифицированные растения и клонированные животные.

rosinvest.com

Новый биоразлагаемый материал

Биоразлагаемый и компостируемый материал Ecomann PHA от Bioresins получил разрешение на применение в изделиях, контактирующих с пищевой продукцией.

Одобрение ЕС было получено после проведения независимых тестов в соответствии с директивой Европейской Комиссии 2002/72/ЕС (и поправкой 2007/19/ЕС). Официальное разрешение позволит британской компании поставлять свой материал европейским производителям пищевых продуктов и напитков.

Универсальный полигидроксиалканоат (PHA) получается из генетически неизмененного непищевого кукурузного крахмала, производимого в Китае, и является одним из самых лучших на сегодняшний день материалов, позволяющих крупным производителям упаковки выпускать полностью экологичную продукцию, способную разлагаться в бытовых условиях, заявляют в компании.

Unipack.Ru

Упаковка, разогревающая еду

Компания Fulton Innovation (Мичиган, США) разработала упаковку для супа, которая способна разогреть содержимое самостоятельно, без помощи духовки или микроволновой печи.

В Fulton Innovation создали беспроводную систему eCoupled, спектр применения которой весьма разнообразен, в том числе упаковка, разогревающая еду.

Контейнер необходимо поставить на определенную поверхность, нажать кнопку на упаковке, и содержимое разогреется до необходимой температуры. Есть три варианта разогрева: низкий, средний, высокий.

В компании заявили, что добавочная стоимость на упаковку с такой функцией будет незначительная. Кроме того, система более надежная чем RFID, уверяют разработчики. При помощи системы eCoupled, в Fulton Innovation также разработали коробку для сухих завтраков. Теперь при помощи компьютера или мобильного телефона можно узнать всю информацию о продукте. Используя eCoupled можно заряжать электроавтомобили или контролировать парковку машин в гараже.

Unipack.Ru

Готовые сосиски в пластиковом контейнере

С середины октября немецкий производитель Rügenwalder Mühle продает готовые к употреблению сосиски «Mühlen Würstchen» в легких, прозрачных, повторно закрывающихся пластиковых контейнерах, изготовленных компанией Weidenhammer Packaging Group (WPG).

Произведенные филиалом пластиковой упаковки WPG, с использованием технологии нанесения IML-этикеток, контейнеры являются хорошей альтернативой стеклянной или жестяной упаковке. Полипропиленовые контейнеры прозрачны, прочны, привлекательны. «Пластиковый, повторно закрывающийся контейнер – новое слово в упаковке готовых сосисок», – говорит **Андреас Ротшинк, руководитель отдела продаж Weidenhammer Packaging Group**.

Каждый полукруглый контейнер рассчитан на шесть готовых к употреблению сосисок. На упаковку нанесена только небольшая круговая этикетка. Таким образом,

содержимое хорошо просматривается. Для контроля вскрытия, контейнеры дополнительно запаяны фольгой.

«Интересная идея, в особенности для таких быстрорастущих городов, как Москва, Питер, Краснодар, где достаточно много людей ориентированы на что-то новое, – считает **Александр Зайцев, заместитель генерального директора по маркетингу «ТД «Талина». –** Поэтому вид и форма упаковки своего потребителя найдет, но вызывает сомнения практичность решения: сосиски будут находиться в газовой сфере или нет, каков у них срок годности и цена? Просто отличия в упаковке недостаточно, чтобы го-

реклама

Чистота, безопасность, качество.

Эффективная поддержка Вашего предприятия в деле разработки современных технологий мойки и дезинфекции, соответствующих санитарно-гигиеническим требованиям.

Услуги по осуществлению на предприятиях мясо-молочной промышленности комплекса современных санитарно-гигиенических мероприятий, призванных:

- обеспечить возможность производства безопасной, качественной и конкурентоспособной продукции;
- увеличить производительность и срок службы оборудования;
- снизить себестоимость продукции.

С помощью современных и высокоэффективных моющих и дезинфицирующих средств производства HWR-Chemie (Германия) и оборудования HydroNova (Великобритания) Вы устраните любую проблему по очистке и дезинфекции и создадите дополнительный мощный стимул Вашему предприятию для повышения конкурентоспособности и перспектив на расширение выпуска продукции.

Справимся вместе, если у Вас потребность в:

- промывке оборудования пищевых производств и помещений мясо-молочной, рыбо-перерабатывающей промышленности, инкубаторий птицефабрик;
- очистке коптильных и комбинированных камер мясо-рыбоперерабатывающих предприятий;
- промывке любого вида емкостей от жировых, белковых и масляных загрязнений, копоти, пригара, технологических видов смазки;
- очистке полов, кафельной плитки, стен, рабочих столов, и других поверхностей требующих дезинфекции, в том числе современной технологией дезинфекции высокодисперсными аэрозолями с помощью генераторов холодного, горячего тумана производства Igeba (Германия).

Группа Компаний «ФЛОРАНТ»:
www.hydronova.ru www.hwr-chemie.ru www.igeba.ru
г.Москва, БП Румянцево, т/ф: (495) 580-70-50/33.

FLORANT

реклама

ГОСТЕСТ

ЦЕНТР СЕРТИФИКАЦИИ
ГОСТЕСТ

Предлагает широкий спектр услуг по сертификации оборудования, сырья и готовой продукции! А также:

- Декларации и сертификаты соответствия, в т. ч. на требования Технических Регламентов
- Разработка и регистраци ТУ
- Экспертные заключения Роспотребнадзора (ранее СЭЗ)
- Письма для таможни МИНПРОМТРОГа
- Сертификаты ISO

Доставка курьером по Москве БЕСПЛАТНО

г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 3, оф. 624
Тел.: 8 (495) 781-34-34 info@gostest.com
Тел.: 8 (495) 771-00-56 www.gostest.com

ворить о коммерческой выгоде такой идеи».

«Упаковка сосисок в стеклянные или жестяные банки широко распространена во многих европейских странах, особенно в Германии и Австрии. Она имеет привлекательный внешний вид и удобна в использовании для потребителей, – отмечает **Евгений Кузнецов, национальный менеджер категории продуктов для приготовления «Атриа Россия». –** В целом, контейнер – это интересное решение для упаковки сосисок, но, на мой взгляд, есть одно существенное ограничение: массовое производство подразумевает автоматизацию процесса укладки продукции в такие контейнеры, что влечет за собой большие затраты на полное переоснащение предприятия. Так, мы продолжим совершенствовать привычную жесткую упаковку с мягким верхом и возможностью повторного закрытия».

Unipack.Ru

Инновационные ценники от японцев

To-Genkyo – небольшая фирма в Японии, специализирующаяся на дизайне упаковки – разработала инновационный ценник для продуктов, который сам подскажет покупателю, насколько он свежий.

Специальная технология заставляет наклейку постепенно менять свой цвет, тем самым указывая, что продукт уже залежался на полке. Для удобства восприятия дизайнеры предлагают делать эти наклейки-ценники в виде песочных часов, в которых «песок» насыпается поверх штрих-кода. Причем, когда продукт уже не пригоден к продаже, изменение цвета наклейки не дает считывать штрих-код для оплаты товара, так что купить что-то несвежее по ошибке уже не удастся.

Unipack.Ru

Еду будем вдыхать!

Ученые Гарварда разработали футуристический способ питания, который совсем скоро позволит пищу просто вдыхать.

Агрегат под названием представляет собой чашу, наподобие небольшого аквариума. Внутри нее культивируется съедобный дым. Его можно налить в стакан и поглощать через специальную трубочку. Вкусовые ощущения при этом ничуть не менее яркие, чем при приеме пищи обычным способом, а число калорий минимально.

Внутри Le Whaf тысячи пьезоэлектрических кристаллов, рассказывает tainamira. При включении агрегата они вибрируют и создают ультразвуковые волны, которые, в свою очередь, воздействуют на жидкость под разным давлением, превращая ее в пар. Впрочем, обычным людям вникать во все эти тонкости не придется. Нужно будет всего лишь приобрести специальный пакетик, в котором содержится сущность того или иного блюда. В пар можно превратить и напитки. Стоит только залить их в Le Whaf и включить аппарат.

Изобретателя устройства, профессора Гарвардского университета Дэвида Эдвардса чаще сравнивают с Вилли Вонкой (герой сказки «Чарли и шоколадная фабрика»), чем с Эйнштейном. «Представьте себе ресторан, где вместо того чтобы сидеть за столом, вы ходите по разным залам. В одном можно подышать сельдереем, в другом – стейком», –фантазирует ученый.

Пока машин Le Whaf только две. Но эксперты уверены, что вафинг (whafing) вскоре завоюет популярность во всем мире и станет новым востребованным способом позавтракать, пообедать или поужинать. Агрегат, воспроизводящий съедобный дым, поступит в продажу во Франции уже осенью этого года и будет стоить 85 фунтов стерлингов (около $135).

Кстати, запахи и вкусы синтезируют и в лаборатории швейцарского парфюмерного гиганта Givaudan. Не так давно, оказав содействие в создании свыше 20 тысяч искусственных ароматов (300 только для одной клубники), биологи многонациональной компании организовали экспедиции в леса Мадагаскара в поисках молекулы, из которой можно извлечь новые запахи. Эти ароматы на молекулярном уровне будут идентичны натуральным, как утверждают ученые, только будут получены благодаря химическим процессам.

rosinvest.com

Charleston engineered meat

Мясо клонированных коров не просто стало новым звеном нашей пищевой цепочки. Сегодня ученые проводят исследования по выращиванию мяса в лабораторных условиях –в пробирках.

Биолог Владимир Миронов, глава исследовательской группы Медицинского Университета Южной Калифорнии, на протяжении 10 лет проводит исследования по выращиванию «культивированного» мяса, и сегодня он как никогда близок к достижению своей цели.

По его мнению, выращивание мяса искусственным путем поможет решить проблему мирового пищевого кризиса, в основе которого лежит все большее сокращение сельскохозяйственных угодий для разведения скота. В своих исследованиях он стремится к тому, чтобы «мясо из пробирки» в ближайшем будущем могло полностью заменить мясо «натурального происхождения». Т. е., по мнению ученого, человечество должно вообще отказаться от разведения скота.

В своем интервью **Владимир Миронов** заявил: «Для производства 1 кг мяса требуется от полутора до четырех кг корма для каждого животного. Не говоря уже о времени, потраченном на выращивание. Очевидно, что ни о какой экономии и экономичности речь в этом случае не идет. Животные потребляют корм и производят огромное количество отходов. У искусственно выращенного мяса нет пищеварительной системы. Мы избавляемся от огромного количества проблем, выращивая мясо в лабораториях».

В будущем, как предсказывает ученый, повсюду будут выстроены огромные лаборатории, заполненные биореакторами для производства «шарлема» – этот термин он использует для обозначения искусственно выращенного мяса, от англ. «charlem», т. е. «Charleston engineered meat».

meatinfo.ru

CO2RE уменьшит вес упаковки

Компания Styron, производитель полимерных упаковочных материалов, сообщила о внедрении новой технологии CO2RE™, которая позволит уменьшить потребление сырья при производстве упаковки.

По словам представителя компании, благодаря новой технологии плотность листа полистирола сократится на 20%. Внедрение технологии позволит предприятиям не только уменьшить вес упаковки, но и сократить объем потребляемого сырья и сэкономить энергию. Стоит отметить, что для применения на производстве CO2RE™ предприятиям не придется нести какие-либо дополнительные расходы, новая технология отлично подходит к существующим производственным линиям и не требует модернизации.

Unipack.Ru

Доклад PSA об антибиотиках

Ассоциация Научного исследования птицеводства (PSA), которую поддержали члены Федерации научного исследования животноводства (FASS), выступила с докладом по вопросу контроля за использованием антибиотиков в птицеводстве и животноводстве.

«Сегодня в мировом сообществе чувствуется серьезное напряжение в связи с тем, что все больше заболеваний вызваны бактериями, которые выработали иммунитет к известным лекарствам. Одним из самых противоречивых остается вопрос о том, каким образом использование антибиотиков в животноводстве и птицеводстве влияет на возникновение большого количества человеческих вирусов, обладающих иммунитетом к известным вакцинам», – говорится в докладе.

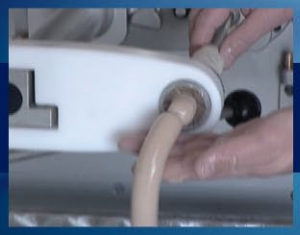
Есть теоретическая возможность того, что некоторые виды бактерий, существующие в пищеварительном тракте птицы, могут попасть в желудок человека и вы-

www.schalleraustria.com

НАБИВКА БЕЗ ПРОБЛЕМ

REX TECHNOLOGIE ©

Приглашаем Вас посетить наш стенд на выставке "МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ 2011" с 15 по 18 марта Москва, ВВЦ, пав. 75, стенд G01 Мы будем рады видеть Вас!



SOFTGLIDE – новое средство для реальной экономии времени

SCHALLER TECHNOLOGY® представляет новую технологию SOFTGLIDE (мягкое скольжение), для обработки оболочек с целью улучшения их свойств:

- при наполнении оболочка не рвется и не трескается, что экономит производственное время;
- оболочка становится очень эластичной, за счет чего процесс набивки проходит плавно;
- продукт имеет презентабельный внешний вид и хорошую текстуру;
- оболочка более стабильна (в микробиологическом плане);
- более длительное сохранение цвета.

SCHALLER® LEBENSMITTELTECHNIK

Превратим идею в Ваш успех!

SCHALLER TECHNOLOGY® | WIBERG® | STAR MIX® | PEBÖCK ITEC® | VORAN® | FREUND | HOLAC® | LASKA | SEPAMATIC® | KNECHT INJECT STAR® | FOMACO | REX® | TIPPER TIE TECHNOPACK® TIPPER TIE ALPINA® | SCHALLER THERMOSTAR® | DOLESCHAL WEBER® | MAREL | HEINEN FREEZING SEALPAC® | KOMET | BIZERBA | HAAS

SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®

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

реклама

звать появление новых, болезнетворных бактерий. Хотя многие исследователи считают вероятность подобного развития событий очень низкой. Большую озабоченность вызывает у ученых использование антибиотиков, предназначенных исключительно для человека, в качестве кормовых добавок в птицеводстве.

Президент PSA д-р Майк Либерн добавляет: «Важность антибиотиков для современного сельского хозяйства давно доказана и ежегодно подтверждается новейшими исследованиями. Однако их использование в птицеводстве и животноводстве должно быть строго сбалансированным, в виду опасности возникновения мутировавших бактерий, невосприимчивость которых к лекарствам может нести в себе серьезную опасность для здоровья людей».

meatinfo.ru

США: Попытки администрации действующего президента США Б. Обамы пересмотреть стандарты мясоперерабатывающей промышленности и ввести ужесточения встретили резкий отпор со стороны республиканской партии. Последний раз изменения в регулировании деятельности подобных предприятий были проведены 90 лет назад и нашли свое отражение в Акте о деятельности упаковочных, перерабатывающих и складских предприятий.

Администрация президента уже давно задалась целью провести ряд реформ, которые бы регулировали распределение сил между мясоперерабатывающими предприятиями и частными фермерскими хозяйствами, что помогло бы снизить рост влияния корпораций на сельское хозяйство. Новые реформы натолкнулись на ряд возражений еще в июне прошлого года, когда проект был предложен на рассмотрение. Ситуация усугубилась в ноябре 2010 года, когда представители республиканской партии заняли большинство мест в Палате общин. Критики новых реформ получили мощную поддержку, в том числе и в лице председателя Агропромышленного Комитета США.

Предстоящие реформы могут фундаментально изменить отношения между крупнейшими мясоперерабатывающими предприятиями страны и фермерами, которые обеспечивают эти компании скотом. В частности, благодаря нововведениям фермерам станет проще предъявлять судебные иски мясоперерабатывающим концернам на тех или иных основаниях.

Многие частные предприниматели, занимающиеся фермерской деятельностью, жалуются на недостаток прав и власти в вопросах противостояния крупным мясоперерабатывающим холдингам. Владельцам птицеводческих ферм, например, приходится инвестировать миллионы долларов в строительство промышленных амбаров, иначе мясоперерабатывающие холдинги грозят им прекращением контрактов. По утверждениям фермеров, такие траты им не по карману. Животноводы жалуются на то, что очень мало перерабатывающих предприятий покупают скот, поэтому сегодня они превратились в настоящие монополии, которые диктуют фермерам свои условия и запросто могут отказать в контракте тем, кто им неугоден.

Meatinfo

Великобритания: Национальный Союз Фермеров (НСФ) призвал правительство вмешаться в планы Агентства по пищевым стандартам (АПС, Food Standards Agency (FSA)) ввести дополнительную оплату за проведение инспекций и государственной сертификации мясной продукции на заводах. НСФ заявил о несогласии с подобной политикой и призвал к повсеместному пересмотру стандартов инспекционной проверки мясной продукции, используемых АПС.

Введение тарифов на государственную сертификацию мяса может привести к тому, что многие фермеры будут вынуждены отказаться от участия в его производстве.

Алистер Макинтош, председатель биржевого правления НСФ, заявил, что проведение государственной стандартизации мясной продукции является необходимостью и не может проводиться на коммерческом основании, становясь определенного рода бизнесом. АПС выступает с подобной инициативой в самый неподходящий момент, когда сельское хозяйство, как и многие другие отрасли производства, сталкивается с повышением цен на корма, топливо и т. д. Согласно ежегодному обзору компании The Eblex, большинство производителей мясной продукции уже сегодня несут колоссальные потери, а некоторые работают в убыток. Согласно прогнозу Департамента окружающей среды и развития сельского хозяйства, доход сельхозпроизводителей снизится еще больше уже к осени этого года.

meatinfo.ru

Весы Marel - INNOVAционное взвешивание!

Для достижения максимальной экономической эффективности производственного процесса предлагаем использовать систему автоматического контроля производства с весами Марел

Аргументы в пользу выбора весов Марел:

- Быстрое и точное взвешивание, многофункциональность;
- Простое и эффективное использование при упаковке и этикетировании продукции;
- Прочная конструкция высочайшего качества для работы в тяжелых промышленных условиях;
- Конструкция отвечает санитарно-гигиеническим требованиям;
- Влагозащитное исполнение (в соответствии со стандартами IP67 и IP69K);

Марел предлагает большой ассортимент платформенных, напольных и бункерных весов, отвечающих потребностям клиента. Однако весы от Марел – это больше чем просто приспособление для взвешивания! Подключение к весам Марел программного обеспечения Марел INNOVA модуля Упаковка (INNOVA Packing) позволит производить контроль производства и вести учет данных для работы с заказами в режиме реального времени.

Типы предлагаемых весов:
Платформенные весы с грузоподъемностью от 1,5 кг до 300 кг и напольные весы с грузоподъемностью от 600 кг до 3000 кг.

Подробную информацию можно найти на сайте www.marel.com/russia или связаться с нашим офисом в Москве по телефону: + 7(495) 228 07 00

Compatible with Innova
– Intelligent production control system

marel

реклама

The High Tech Company

Компания: **Вебер Рус о.о.о.**
127287, г. Москва,
4-ый Вятский переулок, д. 18, к. 2
тел.: +7 (985) 363-77-88
ru@weberweb.com
www.weberweb.com

Качественная нарезка

Ведущая компания по производству оборудования для нарезки сыров и мясных изделий всегда готова оказать профессиональную поддержку и помощь клиентам на местах.

Спустя 30 лет после основания Weber Maschinenbau GmbH в Брайденбахе (Германия, Гессен) компания с нарастающим размахом продолжает завоевывать все новые рынки сбыта. Благодаря открытию отделений в Чехии, Польше и Румынии в 2009-2010 гг. предприятие четко обозначило свое присутствии на рынках Восточной Европы.

Создание филиала в России является очередным значимым пунктом стратегии, заключающейся в ведении деятельности в восточноевропейской отрасли нарезки мясных изделий и сыров в непосредственном клиентском окружении. Филиал начал работу в январе 2011 г. Новая компания действует под названием ООО «Weber Russia».

Но почему Россия?.. «Открытие офиса в Москве является частью стратегии, в соответствии с которой мы хотим присутствовать на основных восточных рынках», – поясняет **Дитмар Болен (Dietmar Bohlen), директор по международной деятельности Weber Maschinenbau**. Причина хорошей конъюнктуры состоит в изменении подхода к продукту и покупательском поведении конечных потребителей в странах Восточной Европы и на постсоветском пространстве.

До недавнего времени люди, как правило, покупали колбасные изделия и сыры в куске. С учетом постоянного расширения сети супермаркетов, экономического развития и растущего благосостояния, порционные и нарезанные ломтиками товары становятся все более популярными. Чтобы покрыть этот спрос, необходимы производительные системы высокого качества. Поэтому нет ничего странного, что слайсеры и машины для обработки продуктов из мяса фирмы Weber быстро получили широкую популярность.

С появлением компании Weber Russia ее руководители – Йозеф Михайлов (Josef Michailov) и Юрген Майзак (Juergen Maysack) вместе с коллективом компетентных сотрудников по продажам и сервисному обслуживанию оборудования могут непосредственно контролировать ситуацию на рынке.

Кроме России группа занимается клиентами из Таможенного союза – Беларуси и Казахстана, а также других русскоговорящих стран, граничащих с Россией. Благодаря специализированному ноу-хау, разработанному в течение последних нескольких десятков лет, Weber является партнером, которого ценят в Восточной Европе и странах бывшего СССР. «Нам хотелось бы поблагодарить клиентов за доверие, предлагая им всеобъемлющее обслуживание на местах, глубокую вовлеченность, а также непосредственное и профессиональное консультирование, – сказал **Йозеф Михайлов** по назначению на должность Генерального директора. – Ожидания наших клиентов в России и соседних странах постоянно растут, и мы должны им соответствовать благодаря работникам с высокой квалификацией». Р

* ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ

Благодаря трем заводам на территории Германии и дочерним компаниям во Франции, Голландии, Польше, Чехии, Румынии, России и Соединенных Штатах, группа Weber входит в число основных международных игроков в отрасли нарезки мясных изделий. Клиенты со всего мира делают ставку на производимые в Брайденбахе высокопроизводительные и высокотехнологичные слайсеры Weber.

Портфолио продукции фирмы включает комплексные производственные линии по нарезке мясных изделий.

Слайсеры, мясорубки и шкуросъемные машины, айсер® (льдогенератор) и многие другие изделия марки Weber – это выгодный выбор, гарантирующий более высокую производительность и лучший результат.

Гость: **Ольга Ильичева,** менеджер компании UNITY

Беседовала: **Виктория Загоровская**

Компания: **UNITY,** г. Ярославль, ул. Пожарского, д. 66А, тел.: 8-800-100-73-01, +7 (4852) 58-30-57, +7 (4852) 94-74-00, +7 (4852) 94-74-99

email: trade@unitym.ru
www.unitym.ru

UNITY:

ни в чем не уступать европейцам!

В наступившем году UNITY активно развивается, наращивает объемы и устанавливает надежные партнерские отношения с ведущими мясоперерабатывающими предприятиями России. В ближайшем будущем компания планирует расширить ассортимент выпускаемой продукции и выйти на рынок ближнего зарубежья.

Наша цель – работать эффективно несмотря ни на какие преграды и предоставлять клиентам современное высокотехнологичное оборудование, отвечающее требованиям рынка, говорит **Ольга Ильичева, менеджер компании UNITY**.

– Мировой кризис перевернул представление о стратегии и тактике ведения дел многих крупных компаний. Как изменились подходы UNITY к управлению бизнесом?

– Нет ни одной компании, которой бы не коснулся кризис. Изменившаяся экономическая ситуация поставила перед нами новые задачи, в первую очередь, по оптимизации всех бизнес-процессов компании, которые требовали незамедлительных и энергичных решений. Так, несмотря на кризисные явления, нам удалось запустить машиностроительное производство UNITY.

– Чем было вызвано решение о его организации?

– В основе такого решения – собственный опыт эксплуатации мясоперерабатывающего оборудования зарубежных и отечественных производителей, который показывает, что нельзя сделать качественный продукт без соответствующего оборудования. Кроме того, обязательно должна работать сервисная служба производителя, гарантирующая приемлемые сроки поставки оборудования, способная оперативно осуществлять монтаж, ремонт и обслуживание техники. Учитывая тот фактор, что на рынке ключевые позиции заняты зарубежными игроками, было сложно находить оптимальные решения по оснащению производства. И в 2008 году началась организация машиностроительного подразделения компании. Основной акцент был сделан на выпуск качественного оборудования, не уступающего лучшим мировым образцам и максимально учитывающего требования заказчиков.

– Насколько высока конкуренция на российском рынке оборудования? Назовите преимущества Вашего предприятия в сравнении с конкурентами.

– С каждым годом конкурентная борьба возрастает, что требует от нас основательно продуманных решений, когда речь идет о дальнейшем развитии. Руководители предприятий пищевой промышленности при оснащении производства, в первую очередь, руководствуются техническими характеристиками и надежностью оборудования, а также соотношением цены и производительности. Сегодня рынок представлен преимущественно зарубежными компаниями. Тем не менее, появилась продукция отечественного производства, не уступающая по качественным характеристикам иностранной. Такое оборудование мы выпускаем в Ярославской области под торговой маркой UNITY FOOD MACHINERY. Каждая машина проходит во время производственного процесса путь от конструкторских расчетов до цикла комплексных испытаний готовой продукции. Все комплектующие поступают от лучших мировых производителей. Наша политика по отношению к партнерам – это индивидуальный подход и взаимное доверие, выстраивание долгосрочных отношений, неукоснительное выполнение взятых на себя обязательств. Помогает в этом собственная выездная сервисная служба по пуско-наладке, гарантийному и постгарантийному обслуживанию.

«Основной акцент был сделан на выпуск качественного оборудования, не уступающего лучшим мировым образцам и максимально учитывающего требования заказчиков».

В настоящее время завод выпускает три линейки оборудования: основное технологическое для переработки мяса (фаршемешалки от 150 л до 1000 л, в том числе вакуумные, волчки угловые автоматические, загрузочные устройства), оборудование для обеспечения надлежащей производственной гигиены (гигиенические модули, различные типы моек и сушилок, шкафы для сушки), а также вспомогательное (колбасные рамы, емкости технологические, тележки, столы, шкафы, и многое другое).

– Какое событие прошлого года оказалось самым значимым для компании?

– Ярким событием 2010 года для нас стала выставка «Агропродмаш» в Москве. Участие в ней дало возможность UNITY заявить о себе как об отечественном производителе оборудования для пищевой промышленности, не уступающего европейским аналогам. В ходе мероприятия к нам проявили огромный интерес как российские, так и иностранные производители мясной индустрии. Помимо этого представилась возможность пообщаться с коллегами из разных стран, завязать деловые контакты, почерпнуть новые идеи для своего бизнеса.

Компания: **ГК «Холод Экспресс»**
г. Санкт-Петербург,
тел./факс: +7 (812) 320-94-37
e-mail: Holod@expressholod.ru
www.expressholod.ru

«Холод Экспресс»: новые производственные возможности

Более десяти лет группа компаний «Холод Экспресс» работает в области холодоснабжения пищевых и торговых предприятий, складских объектов. С увеличением производственных возможностей группа расширила линейку выпускаемой продукции на новой сертифицированной производственной площадке.

В современный производственно-складской комплекс, разместившийся на площади 5 тыс. м² в пос. Металлострой, входят: станочный и слесарно-сборочный участки, участок сборки электрощитов, покрасочная камера, склад готовой продукции, склад хранения материалов, оборудования и комплектующих, а также погрузочно-разгрузочная зона, оснащенная современными подъемными устройствами более 10 тонн каждое.

«Холод Экспресс» обладает сертификатами на сборку низко-, средне- и высокотемпературных агрегатов холодопроизводительностью до 8 МВт, установок по охлаждению жидкости, льдоаккумуляторов, льдогенераторов, циркуляционно-насосных станций, щитов управления мощностью до 800 кВт.

Помимо сборки холодильных агрегатов малой и средней производительности на базе полугерметичных компрессоров Bitzer, BOCK, Copeland, Frascold, на новой площадке собирают промышленные холодильные агрегаты на базе надежных винтовых компрессоров Howden XRV и WRV холодопроизводительностью от 150 кВт до 8 Мвт, объемной производительностью от 300 до 14 тыс. м³/ч. Ресурс подобных агрегатов достигает более 100 тыс. ч. или 20 лет непрерывной работы.

Эти агрегаты способны работать на всех известных типах хладагентов и газов в различных отраслях пищевой промышленности (мясо-, птице- и рыбоперерабатывающей, молочной, кондитерской, пивоваренной и др.), а также в системах кондиционирования воздуха. По сравнению с полугерметичными винтовые сальниковые компрессоры обеспечивают наибольшую эффективность благодаря следующим преимуществам:

- высокая степень надежности и долговечность в связи с отсутствием деталей с возвратно-поступательным движением, трущихся деталей в блоке цилиндров, всасывающих и нагнетательных клапанов;
- меньшие габаритные размеры;
- полная уравновешенность вращающихся деталей, что позволяет обойтись без массивного фундамента;
- плавная регулировка производительности и разгруженный пуск компрессора, что позволяет избежать больших пусковых токов, механических нагрузок на валы;
- высокая степень отделения масла в двухступенчатом маслоотделителе;
- низкая вибрация и шум при работе;
- гарантированная защита от «сухого хода»;
- возможность установить двигатель различного исполнения и класса защиты; электромотор с воздушным охлаждением; возможность выбирать различные классы IP, а также степень взрывозащищенности мотора;
- отсутствие контакта обмоток электродвигателя с парами хладагента;
- исключение риска сгорания двигателя из-за температуры всасываемых паров хладагента;
- меньшее электропотребление;
- высокая степень автоматизации; промышленный контроллер, позволяющий интегрировать агрегат в промышленную сеть предприятия и позволяющий, в частности, контролировать работу компрессора через Интернет;
- большой межремонтный интервал;
- увеличенный эксплуатационный ресурс (более 20 лет).

Производство «Холод Экспресс» предназначено для сборки агрегатов «под заказчика». Оптимизация технического решения достигается подбором и проектированием холодильного оборудования и систем автоматизации установок с максимальным учетом технологических требований проекта. Абсолютное знание компонентов агрегатов позволяет компании гарантировать максимально квалифицированную техническую поддержку всех реализованных проектов. Р

ХОЛОД ЭКСПРЕСС

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ХОЛОДИЛЬНЫХ УСТАНОВОК

СОБСТВЕННОЕ СБОРОЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПРОМЫШЛЕННЫХ ХОЛОДИЛЬНЫХ АГРЕГАТОВ

МОНТАЖ И СЕРВИС НА ВСЕЙ ТЕРРИТОРИИ РОССИИ

Express Cool

КОМПЛЕКСНОЕ ХОЛОДОСНАБЖЕНИЕ ОБЪЕКТОВ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
мясо- и рыбоперерабатывающая, молочная, кондитерская и др. отрасли

Санкт-Петербург | www.expressholod.ru | (812) 320 94 37

MATIMEX

Контакты

ООО «МАТИМЭКС»
121357, Россия, Москва
ул. Верейская 29, стр. 134
тел.: +7 495 7877797,
факс: +7 495 7877798
e-mail: matimex@mtmx.ru

MATIMEX GmbH
Grossbauerstrasse 8, 1210 Wien, Austria
тел.: +43 1 2905173,
факс: +43 1 2905198
e-mail: matimex@matimex.at
www.matimex.at

Воплощение 60-летнего опыта

Вот уже более 60 лет немецкая компания AUTOTHERM занимается разработкой и производством оборудования для пищевой промышленности. Это традиционно семейное предприятие. В 1949 году Людвиг Брюммендорф основал фирму для производства автоматических и термических аппаратов, которая и получила название AUTOTHERM.

Торстен Брюммендорф, представитель третьего поколения семьи и нынешний глава компании, придает большое значение развитию бизнеса. В 2008 году было закончено строительство отдела предварительной сборки оборудования, что позволило увеличить производственные площади сразу на 1000 м^2. Изменения коснулись также ассортиментного ряда продукции и перечня предлагаемых опций в дополнение к уже выпускаемым установкам. Единственное, что осталось неизменным, – это высокое качество и надежность оборудования AUTOTHERM.

В качестве новинки компания представляет установки для дефростации блочного сырья глубокой заморозки. Правильная дефростация сырья – залог его качественной переработки. Новое энергосберегающее оборудование AUTOTHERM предназначено для оптимизации этого процесса. Как и прочие виды оборудования, камеры дефростации оснащены микропроцессорным управлением, контролирующим весь ход процесса. Данное оборудование помогает не только значительно ускорить процесс дефростации, но и уменьшить весовые потери сырья.

Огромное значение для AUTOTHERM имеют технологии энергосбережения. По желанию клиента оборудование может дополнительно оснащаться специально разработанными программами AUTOTHERM, позволяющими снижать расход энергии, поддерживая качество продукта на стабильно высоком уровне.

Система P-F-E разработана для камер горячего копчения и позволяет экономить до 20% энергии. Она основана на предварительной подготовке воздуха, поступающего в камеру во время процесса сушки. Вся подготовка происходит автоматически, в специальном теплообменнике, где тепло отработанного воздуха используется для нагрева свежего.

Для климатического оборудования AUTOTHERM предлагает систему C-E-S, позволяющую экономить до 35% энергии. Система C-E-S – это анализ входящего воздуха на соответствие по важнейшим параметрам: температуре и влажности. Воздух допускается в камеру только в том случае, если его температура и влажность будут способствовать достижению заданных программой параметров. Если же состояние воздуха отрицательно скажется на климате в камере, то он не допускается, а заданные параметры достигаются обогревом, охлаждением или увлажнением. Таким образом, экономится энергия, которая тратится на обработку свежего воздуха.

> Система P-F-E разработана для камер горячего копчения и позволяет экономить до 20% энергии.

На крупнейшей международной выставке IFFA-2010 компания AUTOTHERM представила свою последнюю разработку – систему обеззараживания воздуха U-V-C для климатизированных сушилок. Это максимально действенный способ профилактики развития вредных микроорганизмов.

Ультрафиолетовые облучатели размещаются непосредственно перед испарителем, что позволяет, с одной стороны, гарантировать максимальную интенсивность излучения, а с другой – обеспечивать безопасность обслуживающего персонала при работе с оборудованием.

Благодаря воздействию интенсивного УФ-излучения на ребрах испарителя больше не образуется биопленка. Жизнедеятельность бактерий, дрожжевых и плесневелых грибов постепенно деактивируется. Благодаря этому холодопроизводительность остается на постоянно высоком уровне, а интервалы между чистками и техническими осмотрами оборудования увеличиваются.

> Последняя разработка AUTOTHERM – система обеззараживания воздуха U-V-C для климатизированных сушилок.

Проходящий через испаритель воздух также обеззараживается УФ-излучением. Это предотвращает заражение находящейся в камере продукции. Работа УФ-облучателя контролируется электронным управлением, которое незамедлительно оповестит персонал в случае возникновения ошибки.

AUTOTHERM – это надежное и современное оборудование, воплощающее 60-летний опыт работы компании.

С 1996 года партнером AUTOTHERM и обладателем эксклюзивных прав на продажу оборудования на территории России и стран СНГ является компания «Матимэкс». Р

АГРО-3

MAUTING
VAKONA
roser
Seydelmann
KNECHT
MAGURIT
fatosa s.a.
BANSS
FREUND
AM2C
FREY
TIPPER TIE technopack
TIPPER TIE ALPINA
GRASSELLI
FOODLOGISTIK
FORMCOOK
RHEON
DEIGHTON
WEBOMATIC
aew delford systems
G. MONDINI S.p.A.
wugkainz GmbH

Лучшие комплексные решения: от убоя скота до упаковки готовой продукции

Полный комплекс услуг по вводу в эксплуатацию предприятий:

- проектирование, комплектация, поставка
- все виды монтажных и пуско-наладочных работ
- технологическая поддержка, внедрение новых технологий
- обучение персонала, гарантийное и сервисное обслуживание

МОСКВА:	(495) 721-20-77
Краснодар:	(861) 275-70-88
Саратов:	(8452) 48-61-77
Красноярск:	(391) 264-01-82
Новосибирск:	(383) 362-02-52
Екатеринбург:	(343) 375-72-39
Ростов:	(863) 295-40-54
С.-Петербург:	(812) 320-15-08

panorama

Авторы: **Роман Кононенко,**
заместитель руководителя департамента
мясоперерабатывающего оборудования

Компания: **«АГРО-3»**
тел.: +7 (495) 721-20-77
www.agro3.ru

Учимся вместе

Отраслевые научно-практические семинары – это не только новые знания и свежие идеи, это также обмен мнениями и опытом между коллегами по цеху. Общение руководителей и специалистов разных регионов и предприятий всегда взаимно обогащает их, помогает вместе решать непростые задачи развития мясоперерабатывающей отрасли в целом.

В последнее десятилетие мясная индустрия развивается особенно динамично. Значительно расширился ассортимент продукции, на рынке появились совершенно новые виды изделий, существенно усложнились производственные технологии. Вырос общий профессионализм специалистов отрасли. Сегодня руководители в своих планах создания или модернизации производства ставят конкретные задачи по ассортименту, рынкам сбыта, производительности, качеству. На такой запрос требуется и соответствующий ответ со стороны поставщиков: досконально зная характеристики и возможности техники, они должны подобрать наиболее оптимальный комплект машин и установок для достижения поставленной заказчиком цели. Можно сказать, что сегодня рынок требует не просто машины, а инженерные решения для комплексных бизнес-проектов. А чтобы оценить правильность и экономическую целесообразность предлагаемых инженерных решений, специалистам-производственникам, в свою очередь, необходимо обладать достаточно глубокими знаниями в области техники, технологии и экономики производства тех или иных продуктов.

Удовлетворению взаимной потребности в новых знаниях способствуют научно-практические семинары, регулярно организуемые компанией АГРО-3 для руководителей, главных инженеров и технологов мясоперерабатывающих предприятий. Тематика таких семинаров разнообразна и включает наиболее актуальные аспекты производства различных видов мясной продукции. В роли соорганизаторов и докладчиков выступают как специалисты компании, так и представители ведущих мировых производителей оборудования, главных российских научно-исследовательских институтов, крупных финансовых и лизинговых организаций и т. д.

Так, уже третий год подряд компания АГРО-3, совместно с учебным центром Всероссийского научно-исследовательского института мясной промышленности (ВНИИМП), проводит семинары по такой важной теме, как: «Инновационные промышленные технологии производства полуфабрикатов и продуктов высокой степени готовности». Мероприятие включает два этапа. Первый проходит в Москве, во ВНИИМПе, с привлечением научных сотрудников института, представителей шведской фирмы Formcook (разработчика инноваций в области термообработки полуфабрикатов), а также технологов компаний-производителей ингредиентов, специй и другого. Участники семинара обсуждают вопросы общего состояния и тенденций развития рынка полуфабрикатов и готовых блюд; изучают зарубежный опыт разработки новых изделий; знакомятся с экономическими аспектами производства и продвижения данных продуктов и особенностями маркетинговой стратегии.

Второй этап проходит в Швеции, где участники семинара посещают завод Formcook, в лаборатории которого проводят выработку интересующей их номенклатуры продуктов, добиваются требуемых вкусовых и органолептических показателей, контролируют уровни выхода изделий на различном оборудовании. Все это позволяет участникам семинара определиться с выбором необходимой им техники и выстроить свою индивидуальную технологическую цепочку.

Российские специалисты посещают также крупные шведские предприятия по производству полуфабрикатов и готовых блюд, где подробно знакомятся с ассортиментом и особенностями его приготовления и проводят допол-

нительные консультации. Завершает программу расширенная дегустация изделий, изготовленных в лаборатории завода и на производстве, с обсуждением важных для каждого участника семинара вопросов.

В прошлом году компания АГРО-3 открыла серию семинаров по наиболее актуальной на сегодняшний день теме убоя и первичной переработки. Летом состоялся первый международный практический семинар для руководителей и специалистов мясной промышленности и АПК «Комплексные решения для предприятий по убою и переработке. Проект «Белгранкорм»: теория и практика». Он был организован на базе Агрокомплекса «БЭЗРК-Белгранкорм» при участии постоянных партнеров АГРО-3 – ведущих европейских фирм Banns (Австрия), Kainz (Германия), CSB-System (Германия).

Фирма Banss Mashinnfabrik уже на протяжении 25 лет занимается производством оборудования для убоя свиней, крупного рогатого скота и овец, а также охлаждающими транспортными системами, которые могут быть выполнены, в зависимости от потребностей клиентов, в виде полуавтоматических и автоматических линеек.

Компания WVG Kainz более 30 лет является поставщиком обвалочных линий, автоматизированных систем складирования, транспортирования и гигиенической обработки ящиков и другой тары, используемой в пищевой промышленности, а также предлагает технические решения по автоматизации внутризаводской логистики.

CSB-System разрабатывает и реализует инновационные специализированные отраслевые IT-решения в сфере пищевого бизнеса для всего оперативного и стратегического управления предприятием.

В Белгород приехали более 100 представителей мясной отрасли из России, Украины и Казахстана. Теоретической части был посвящен первый день семинара, а второй день участники провели на предприятии «БЭЗРК-Белгранкорм». Это один из наиболее успешных комплексных проектов в России, где внедрены самые прогрессивные технические решения по убою, переработке, логистике и управлению производственными процессами.

В 2008 году на этом белгородском предприятии была реализована современная комплексная технология переработки на базе оборудования фирмы Banns, включая оглушение углекислым газом (для свиней) и пневмооглушение для КРС, конденсационную ошпарку, шоковое охлаждение свиных полутуш, автоматическую систему сбора, транспортировку, ультразвуковую мойку и последующую подачу крюков в рабочие зоны.

Здесь же функционирует система внутризаводской логистики. Специалисты АГРО-3, совместно с коллегами из фирмы Kainz, установили на предприятии автоматическую линию транспортировки, гигиенической обработки и сушки пластмассовых ящиков, а также конвейерную систему разделки свиных полутуш и говяжьих четвертин. Агрокомплекс укомплектован интегрированной IT-системой компании CSB-System для рационализации планирования и управления всеми производственными процессами, начиная от приемки скота и заканчивая упаковкой продукции.

Со всеми техническими, технологическими и управленческими новинками участники семинара подробно ознакомились во время экскурсии по предприятию.

В январе 2011 года прошел семинар по той же проблематике в Ростове-на-Дону, куда приехали представители мясной отрасли юга России. Программа выступлений была дополнена темой глубокой переработки, производства готовых блюд, упаковки и гигиены. Это вызвало огромный интерес участников в связи с ростом количества предприятий полного цикла, как в мясной промышленности, так и в аграрно-промышленном секторе, а также благодаря массовой диверсификации мясоперерабатывающих производств в перспективную область изготовления полуфабрикатов высокой степени готовности для сети общепита и организации социального питания больших коллективов.

Большое внимание было уделено гигиеническим аспектам организации производственного процесса на животноводческих и мясоперерабатывающих предприятиях. Сегодня на российском рынке имеется достаточный выбор производителей гигиенического оборудования. Наиболее широкий перечень устройств, машин и линий для санитарии и гигиены предоставляет испанская компания Roser. Более 49 лет она работает на европейском рынке и более 10 лет – на рынках России и СНГ. Отличительными особенностями оборудования Roser являются надежность, удобство и безопасность эксплуатации, а также существенная экономия воды и моющих средств.

Наибольший интерес слушателей вызвала тема инновационных технических решений в области производства натуральных и рубленых полуфабрикатов, а также полуфабрикатов высокой степени готовности. Комплексные предложения включают большой спектр нового оборудования для разделки, нарезки, измельчения, перемешивания, массирования, а также термической обработки и замораживания полуфабрикатов.

Проведенные компанией АГРО-3 региональные семинары вызвали большой резонанс у производственников на местах благодаря актуальности проблематики и территориальной близости. Руководителям и главным специалистам региональных предприятий зачастую сложно на несколько дней оставить производство, а в данном случае они пополняют багаж знаний, не затрачивая много времени и средств на дальние путешествия. Поэтому серия выездных семинаров АГРО-3 продолжится в течение всего года – будут охвачены Сибирь, Урал, Северо-Западный Округ и другие регионы страны. Р

Компания: **ООО «ГЕА Грассо Рефрижерейшн»**

Новиков Илья,
менеджер по продукции и маркетингу

Москва
105094, Семеновский вал, 6А
тел.: (495) 787-20-11, факс: (495) 787-20-12

Екатеринбург
620014, ул. Радищева, 12/23, офис 405
тел.: (343) 356-03-11, факс: (343) 356-03-13

Санкт-Петербург
190031, ул. Гороховая, 53, офис 6 Н
тел.: (812) 310-38-49, факс: (812) 570-26-07

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

www.grasso.ru
e-mail: moscow.grasso@geagroup.ru

Повышение эффективности технологической цепи замораживания

На этапе проектирования технологии системы холодоснабжения необходимо не только знать особенности технологического процесса, для которого используется холод, но также представлять возможные пути повышения эффективности работы холодильной установки.

Залог эффективной эксплуатации, как то сочетание современной инновационной материально-технической базы с успешным управлением, должен закладываться на стадиях проектирования и строительства, а не как принято зачастую на практике – «потом», во время эксплуатации. Порой уже и не первым собственником, а в подавляющем большинстве случаев – никем и никогда. Как результат – деньги на ветер и пополнение списка заведомо убыточных объектов.

Для начала необходимо определить метод термообработки и стадийность процесса, так как потеря веса продукта все же является более важным фактором, чем заботы об эффективности установленного оборудования, а при замораживании продуктов особое внимание уделить точности определения времени термообработки, так как эти данные могут сильно повлиять на итоговый суммарный теплоприток. Знание реального времени охлаждения необходимо для контроля процесса термообработки продукта, а также для определения реальной тепловой нагрузки на холодильное оборудование. Если при подборе оборудования ориентироваться на удельные величины теплопритока и не учитывать реальных процессов температурной обработки продукта, можно получить более мощную и заведомо менее эффективную для заданного объекта систему, которая будет работать с большим запасом по холодопроизводительности, а соответственно, при подобной разнице говорить о снижении эксплуатационных расходов все равно, что бежать за уходящим поездом. То же самое и с хладагентом, который применяется в холодильной системе, – при использовании природного азонобезопасного R717 (аммиак), мы можем заранее заложить будущую экономию электроэнергии в сравнении с фреоновой системой.

Если предварительно сравнивать варианты холодильной установки для процесса замораживания на бойне 150 голов/час, то картина по усушке продукта и потреблению электроэнергии окажется очень неоднозначной (таблица). Стадии обработки отличаются как по температуре, так и по времени. В частности, энергопотребление в Датском процессе выше, потому что больше тепловыделений в низкотемпературной камере. Поэтому и стоимость оборудования по этому процессу выше.

Эффективно решить проблему экономии энергии при постоянно меняющихся условиях довольно трудно. В этом случае проектировщики должны принимать во внимание большое количество рабочих параметров. Есть много путей сделать систему более эффективной, но часть из них неприемлемы из-за их высокой стоимости. Специалисты концерна GEA Group AG, имея огромный опыт в производстве, проектировании, поставке и установке холодильных систем для мясоперерабатывающих комплексов по всему миру, помогут заказчику найти баланс между желанием сократить потерю веса продукта при замораживании и экономии электроэнергии в результате эксплуатации холодильной установки, оценив при этом стоимость владения самого оборудования. Р

Сравнение методов замораживания свиных полутуш.

Процесс	[–]	Классический	Голландский	Датский
Стадия – 1	[кВт]	600	320	525
Стадия – 2	[кВт]	–	180	200
Стадия – 3	[кВт]	–	150	–
Энергопотреб.	[кВт ч/год]	394000	676000	815000
@ e0.08/кВт	[EUR/год]	31,520.–	54,080.–	65,200.–
Потеря веса	[%]	1.825	1.095	1.145
@ e2.50/кг	[EUR/год]	1,095,000.–	657,000.–	687,000.–
Обслуживание	[EUR/год]	22,000.–	40,000.–	54,000.–
Всего/год	[EUR/год]	1,148,520.–	751,080.–	806,200.–
Инвестиции	[EUR/год]	740,000.–	1,350,000.–	1,800,000.–
Окупаемость	лет	–	1.53	3.10

реклама

SOLUTIONS FOR QUALITY AND QUANTITY

PSS
PROCESSING SYSTEM SOLUTIONS

PSS SG 200 | Speed Grinder

Преимущества:
- Быстрая резка любого вида свежего мяса, блоков замороженного мяса и других пищевых продуктов;
- Эффективное и практическое использование;
- Превосходное качество конечного продукта;
- Высокая производительность и надежность работы оборудования;
- Качественное PSS режущее устройство обеспечивает плавный режим резки, минимальный износ и получение продукта высшего качества;
- Простое управление;
- Защитный кожух режущей головки;
- Тележка для размещения рабочих органов;
- Поворотный кран для лёгкой манипуляции;
- Электронные и движущие устройства оборудования безопасно закрыты;
- Полированные поверхности;
- Простая и быстрая дезинфекция;
- PSS BES система устранения кости.

PSS SG 200 является высокоскоростным универсальным оборудованием, предназначенным для быстрого измельчения любого вида свежего, замороженного мяса и других продуктов питания.

PSS SVIDNÍK, a.s.
Sovietskych hrdinov 460/114
08901 Svidník, Slovakia
tel.: +421/54/786 21 11
fax: +421/54/752 09 04
predaj@pss-svidnik.sk
www.pss-svidnik.sk

реклама

Распродажа оборудования со склада в Москве:

Lima, Espera, ITEC, Hilutec, Handtmann, Maja.

Специальные цены и условия платежей!

ALLTEX
ВСЕ ИЗ ОДНИХ РУК

Проектирование пищевых предприятий
Оборудование для мясо–, птице– и рыбопереработки
Упаковочное и взвешивающее оборудование
Запасные части и расходные материалы
Специи и добавки
Сервис

ЗАО «АЛЛЬТЕКС»
Тел.: (495) 585 0035
(495) 676 9648
www.alltex.ru

HITEC CO.,LTD.

Гость:
Евгений Гузиков,
генеральный директор

Компания:
ООО «Хайтэк-Рус»
тел.: +7 (495) 774-94-97
e-mail: info@hitec-rus.ru

Беседовала:
Виктория Загоровская

Ничего лишнего в сосисочном автомате

На современном мясоперерабатывающем предприятии остается все меньше места для универсального оборудования, на смену которому приходят специализированные сосисочные автоматы.

Я убежден, что процесс перехода с универсальной на специализированную технику в России будет нарастать, повторяя американскую тенденцию, – говорит **Евгений Гузиков, генеральный директор компании Hitec.**

– Компания Hitec впервые выходит на российский рынок, ее продукция никому в стране не известна, и поэтому возникает вопрос, может ли техника Hitec на равных конкурировать с известными немецкими марками, такими как Handtmann и Vemag?

– Вопрос поставлен не совсем корректно, поскольку ни та, ни другая компания не производят специализированных сосисочных автоматов. Их оборудование – это, по сути, приставки к универсальному шприцу. Бесспорно, хорошие приставки, но когда мы говорим об универсальной технике, нужно помнить, что покупая такую машину, клиент всегда переплачивает за те потенциально возможные функции, которые заложены в конструкцию, но никогда не будут использованы. Я хочу сказать, что при равной производительности сосисочный автомат стоит существенно меньших денег, что ведет к повышению эффективности капиталовложений, а каждый рубль, вложенный в сосисочный автомат Hitec, работает на результат – ничего лишнего. Недаром практичные американцы уже давно строят целые заводы для производства только одного вида продукции, будь то ветчина, пепперони или сосиски, но в огромных количествах – порой до 200-300 тонн/сутки. Оснащены они исключительно специализированной техникой, и на многих можно встретить оборудование Hitec.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Евгений Гузиков,

генеральный директор компании «Хайтэк-Рус»:

«Покупая универсальную машину, клиент всегда переплачивает за функции, которые заложены в конструкцию, но никогда не будут использованы».

В России давно прошли времена дефицита на колбасу, рынок созрел, и на нем вовсю идет процесс консолидации и укрупнения, когда вместо десятка кое-как оснащенных цехов появляется одно, укомплектованное по последнему слову техники, современное предприятие. На таком предприятии все меньше места остается для универсального оборудования, которое вынуждены были приобретать мелкие производители, и все большую долю занимают специализированные машины. Эту тенденцию подтверждает тот факт, что на российских заводах появляются линии для производства сосисок и колбас без использования, пожалуй, самой универсальной и при этом самой

дорогой машины – куттера. Его место занимает комбинация волчок + мешалка + эмульситатор, имеющая гораздо более высокую производительность при существенно меньшей цене. Безусловно, такую замену можно производить только на больших предприятиях при достаточных объемах производства.

– Где находится та граница, когда специальная техника может заменить универсальную?

– Если говорить конкретно о сосисочных автоматах Hitec, то этот порог составляет примерно 5-6 тонн сосисок в смену, и при этом останется огромный потенциал роста: и пиковые всплески спроса, и плановое увеличение производства будут обеспечены на длительный период. Я убежден, что процесс перехода с универсальной на специализированную технику будет нарастать, и те предприятия, которые уже имеют немецкую линию, в дополнение к ней будут покупать не вторую такую же, а специальный сосисочный автомат типа «franc-o-matic».

– Поскольку Вы упомянули «franc-o-matic», логичен следующий вопрос: всем известно, что родоначальником этого типа машин был автомат RT7 фирмы Townsend. Чем похожа и чем отличается техника Hitec от Townsend?

– Наши автоматы используют тот же принцип дозирования и перекручивания, что и техника Townsend, но при этом их конструкция доработана и насыщена know-how, которые защищены несколькими патентами США: это и безлуперная система навешивания сосисочной гирлянды на крюки, и оригинальная система подачи куклы, и сервопривод дозирующего насоса.

Я хотел бы более подробно остановиться на одном из отличий. Сосисочный автомат всегда работает в паре с подающим насосом, чья задача – подать достаточное количество фарша на вход дозирующего насоса при постоянном давлении, поскольку от этого напрямую зависит точность порционирования. Но при совместной работе двух насосов в трубопроводе неизбежно возникают колебания давления. Чтобы справиться с проблемой, в магистрали обычно устанавливают обратный клапан, сбрасывающий излишки фарша обратно в бункер при превышении допустимого давления. Это решает проблему только наполовину, поскольку такая схема никак не корректирует участки с пониженным относительно номинала давлением. Можно конечно увеличить расход подающего насоса, чтобы гарантированно сместить проблемные участки кривой в область выше номинала, но в этом случае сильно растет объем перепуска, и фарш гоняется по кругу, что негативно сказывается на качестве готового продукта.

Инженеры Hitec разработали специальное устройство – объемный эквалайзер, который, будучи включен в подающую магистраль, отбирает из нее излишки фарша при превышении номинального давления и отдает их обратно в магистраль, когда это необходимо, восполняя провалы по давлению. Таким образом, на входе в дозирующий насос мы имеем абсолютно ровную характеристику давления и никакого перепуска. Эквалайзеры EQ6 и EQ12 выпускаются как встроенными в подающие насосы Hitec, так и в виде отдельных устройств, что позволяет применять их в уже существующих системах перекачки фарша, снимая тем самым проблемы скачков давления.

– Как ясно из Ваших слов, сосисочные автоматы – это техника для средних и крупных производств. А что есть в линейке Hitec для небольших компаний?

– Я много езжу по стране и посетил сотни предприятий отрасли, где часто видел одну проблему, с которой сталкиваются как крупные, так и небольшие предприятия. Особенно четко она прослеживается в регионах, где доля сетевой розницы еще не так велика и сосиски продаются в основном на вес или завод только начинает плотную работу с торговыми сетями. Я имею в виду необходимость разрезать сосисочную цепочку на отдельные сосиски перед упаковкой под вакуумом, когда заказ на этот вид упаковки еще не слишком велик. И вот 1-2, а иногда и 5 тонн продукции в смену режут вручную, что означает лишние трудозатраты и высокий процент брака. Приобретать немецкую технику для автоматизации этой операции менеджмент обычно не спешит – уж очень она дорога. Мы предлагаем отличную альтернативу за умеренную цену – Hitec SC. Это небольшая машина с большими возможностями, которая оснащена фотодатчиками и режет сосисочную цепь со скоростью 35 м/мин. Невысокая цена быстро окупится даже на небольшом предприятии, а высокая производительность позволит иметь запас «на вырост» или удовлетворит потребности большого завода. Машина отлично режет все типы оболочки: от натуральной до полиамида. ■

«Место куттера занимает комбинация волчок + мешалка + эмульситатор, имеющая более высокую производительность при меньшей цене».

Эквалайзер Hitec

Hitec Sausage cutter

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

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

Инъектирование и массирование красного мяса

Более 40 лет компания Inject Star® является признанным мировым лидером на рынке инъекторов и установок для массирования. В некоторых странах название компании является синонимом слова «инъектор», настолько специалисты мясо- и птицеперерабатывающих предприятий привыкли к технике австрийского производителя.

Делая ставку на качество, которое проходит красной нитью по всему ассортименту ее продукции, Injest Star® внимательно изучает и учитывает потребности заказчиков. Помимо высоких технологических стандартов и оптимальной рентабельности, важную роль при разработке и производстве своего оборудования компания отводит удобству в обслуживании, учету ежедневных потребностей и эргономических привычек, а также долгому сроку службы машин. Линейка продукции компании включает в себя как отдельные установки для небольших предприятий, так и комплексные решения для крупных комбинатов.

Технология инъектирования эмульсией от Inject Star® – это новая веха в переработке мяса. В отличие от традиционного посола эмульсия состоит не только из воды, соли и специй, в нее дополнительно вводится животный белок в форме мелких мясных обрезков.

В ассортименте компании есть системы для приготовления рассола, адаптированные под определенный тип инъектора с охлаждением или без. Посолочный процесс – важнейший способ облагораживания мяса. При этом основным является не столько консервирование, сколько вкусовые качества продукта. Технология инъектирования эмульсией от Inject Star® – это новая веха в переработке мяса. В отличие от традиционного посола эмульсия состоит не только из воды, соли и специй, в нее дополнительно вводится животный белок в форме мелких мясных обрезков. Соответственно, в отличие от рассольного посола в эмульсии выше содержания белка, а значит, можно инъектировать большие дозы без ущерба качеству. На выходе продукт выигрывает во вкусе и сокращении производственных расходов.

В промышленный инъектор серии BI183 C Cool MM интегрирована специальная запатентованная система инъектирования «мясо в мясо», за счет которой достигается гомогенное соединение мяса и эмульсии. Благодаря линейному управлению приводом существует возможность регулировать глубину прокола инъектируемого продукта, что обеспечивает высокоточное инъектирование и стабильное качество продукции. Дополнительные преимущества предлагает насадка со стейкерными ножами, за счет которой увеличивается структура верхней поверхности мяса и ускоряется освобождение белка. Для того чтобы соответствовать высоким запросам в области гигиены, была разработана автоматическая система очистки для всей конструкции инъектора и для модуля быстрой смены игл, позволяющая производить их быструю замену и безупречную мойку.

Массажер серии Magnum II – новая звезда среди промышленных массажеров. Объем бака установки варьируется от 1500 до 10 000 литров. Оборудование спроектировано для массирования как обваленного мяса, так и мяса на кости. Для более эффективной активации белка машины серии Magnum II спроектированы по принципу нескольких прямых лопастей. Интегрированная функция опрокидывания дает возможность опрокидывать бак на угол +35/-10 градусов, как во время массирования, так и при выгрузке/загрузке. Таким образом, с одной стороны, достигается более полное заполнение бака, а с другой, увеличивается интенсивность массирования. Разгрузка осуществляется за счет опрокидывания или поворота бака вправо. Вращение массажера осуществляется с помощью прямого привода контейнера, который обеспечивает высокую свободно программируемую скорость. Пульт управления ISC-E40 служит для ввода данных и отображения актуального состояния. В качестве опции к массажеру серии Magnum II предлагается программа «Defro Option». Данная опция позволяет использовать массажер в качестве дефростера, вручную или в автоматическом режиме до конечной заданной температуры, что помогает бережно, экономя время и средства, разморозить мясо. При этом можно размораживать мясо вроссыпь, в пластиковой упаковке или в блоках без потери веса, и в результате получать продукцию высокого качества. Для ускорения процесса разморозки можно примешивать дополнительный рассол, который впитывается в мясо и увеличивает выход продукции. Серийные массажеры класса MAG II 4600 и выше оснащены специальным устройством для открывания крышки Jumbo, разгрузка осуществляется вручную, с помощью лифта или по транспортеру. Следующим опциональным предложением выступает изоляция контейнерной рубашки, за счет которой происходит снижение потребления энергии до 30-60%.

Оборудование компании Inject Star®, а также многих других ведущих европейских производителей эксклюзивно представляют на российском рынке SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®. Специалисты компании охотно проконсультируют по всем вопросам, связанным с проектированием и комплексным оснащением предприятий по мясо- и птицепереработке. ■

ДВАДЦАТЬ ПЯТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА (КОНКУРС)

«ВСЕРОССИЙСКАЯ МАРКА (III ТЫСЯЧЕЛЕТИЕ). ЗНАК КАЧЕСТВА XXI ВЕКА»

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ЛУЧШИХ РОССИЙСКИХ ТОВАРОВ, УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ

17 – 20 мая 2011 г.
Москва, ВВЦ, павильон № 69

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ПОСТАВЩИКОВ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ

Организаторы:

- ФГУ «РОСТЕСТ-Москва»
- ООО «АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ»
- Фонд социально-экономических и интеллектуальных программ
- Фонд «Национальная Слава»

Исполнительная дирекция:

ООО «АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ»
129223, Москва, Проспект Мира, ВВЦ, павильон № 69
Тел.: (499) 760-33-86, (495) 234-50-42
Тел./факс: (499) 760-33-56, 760-36-57, 760-33-82
E-mail: kataeva@amscort.ru, ustinova@amscort.ru, bmv@amscort.ru

AMSCORT INTERNATIONAL

www.rosmarka.ru

реклама

Автор:

Андрей Саянов,
начальник репроцентра ПКФ «Атлантис-Пак»

Сложный на первый взгляд процесс создания и вывода на рынок новой продуктовой упаковки – не более чем технология. За всеми креативными таинствами кроется четкая последовательность действий, выполнение которых приводит к положительному результату без особых хлопот.

Упаковка – синтез дизайна и технологий

В отношениях «клиент – производитель упаковки» до сих пор наиболее остра проблема взаимопонимания в вопросах реализации клиентских «хотелок» в области дизайна и печати. Что реально, а что нет? Когда лучше пересмотреть дизайн-концепцию? Как говорить с дизайнерами упаковочных компаний на одном языке и понимать друг друга? Как понять, что тебя отговаривают от выбранного варианта обоснованно?

Мало иметь красивую идею, подтвержденную красочной принтерной распечаткой. Надо четко понимать, насколько удачно эта идея будет выражена с помощью реальных материалов и технологий, на реальном оборудовании. Грамотная упаковка – это всегда синтез дизайна и технологий производства, в том числе печатных. Этого не происходит в том случае, когда работающий над заказом дизайнер находится в «творческом вакууме», не имея информационной связи со своими коллегами из компании, производителя упаковки. Когда окончательные решения принимаются только в связке «заказчик – дизайнер», а результат оценивается исключительно с точки зрения эстетической и маркетинговой ценности, без учета технологической составляющей. Данный материал, по убеждению авторов, может реально помочь клиентам – мясоперерабатывающим предприятиям – делать заказы на упаковку грамотно, получать качественные и предсказуемые результаты.

- Что реально, а что нет?
- Когда надо пересмотреть дизайн-концепцию?
- Как понять, что тебя отговаривают от выбранного варианта обоснованно?

Печатные технологии

Суть процесса печати – промышленное изготовление заданного количества копий с некоего оригинала. Изначально оригинал может быть любого вида, но для выполнения печати он должен быть преобразован в формат электронного файла, т. е. на его основе должен быть изготовлен «оригинал-макет».

Принцип действия любой печатной технологии – перенос изображения из оригинал-макета на запечатываемую поверхность на специальном оборудовании – печатных машинах. Непосредственный перенос изображения происходит благодаря печатным формам (клише) с изготовленными на них в виде рельефа (возвышенности и впадины) печатными элементами, которые затем должны быть перенесены на поверхность (т. е. отпечатаны). Механизм переноса предельно прост – на все элементы клише, которые должны быть отображены при печати, наносится слой краски, который и остается на запечатываемой поверхности.

Если изображение в «оригинал-макете» состоит из нескольких цветов, печатается оно несколькими красками, которые наносятся на запечатываемую поверхность последовательно, одна за другой. Как правило, очередность нанесения красок зависит от их цвета (первой наносится самая светлая, последней – самая темная).

Для каждой из участвующих в процессе печати красок изготавливается индивидуальное клише, на котором присутствуют все элементы данного цвета. Клише делается один раз и исправлениям не подлежит. Это значит, что при повторном заказе, в случае необходимости замены даже незначительной части информации в оригинал-макете (изменился адрес производителя или цифровой код знака сертификации), необходимо изготавливать новое клише. Чаще всего (особенно при полноцветной печати) приходится менять весь комплект клише.

Что важно знать о печатном производстве

К настоящему времени в мире сформировалось четыре основных вида аналоговой печати: глубокая, высокая, офсетная, трафаретная. Каждый вид отличается способом нанесения изображения на запечатываемый материал и видом используемых печатных форм.

Для печати на упаковочной продукции наиболее приемлемой является высокая печать. Остальные виды являются или более затратными, или используемая для печати краска

не подходит для пищевой промышленности, или конструктивные особенности оборудования не позволяют наносить печать на рулонную продукцию...

В традиционной технологии высокой печати используются жесткие металлические печатные формы, а для переноса краски с печатных элементов на запечатываемую поверхность необходимо давление (натиск). Эти два факта ограничивают выбор запечатываемых материалов. При печати таким способом для качественного нанесения изображения поверхность должна быть приближена к идеально ровной – иначе жесткость печатной формы не даст повторить рельеф материала. Решение данной проблемы – флексография (разновидность высокой печати). Одно из основных отличий флексографии – использование мягких, гибких печатных форм. Для нанесения печати уже можно использовать неоднородные поверхности, вплоть до ткани и гофрокартона.

Для нанесения каждого печатного цвета требуется отдельный красочный аппарат или, как принято называть, секция. Современные печатные машины позволяют в среднем наносить от 6 до 8 цветов печати. При этом в печатной машине находится до 50 метров материала. Основная проблема проявляется в тот момент, когда мы используем материал, поддающийся растяжению. Например, оболочку. Обеспечить постоянное натяжение большого участка материала трудно, а неоднородность натяжения приводит к несовмещению цветов при печати. Здесь на помощь приходит особенность флексографичесих печатных машин. Помимо традиционного, последовательно-секционного построения, во флексографии есть тип машин, называемый планетарным: для всех печатных секций используется один общий печатный барабан, вдоль которого и проходит печатное полотно. Материала в печатной машине меньше, постоянное натяжение установить проще.

Основные требования при подготовке макета

При подготовке оригинал-макета для флексографии необходимо учитывать ряд технологических особенностей. Их можно логически разбить на два типа. Первый – общие ограничения для флексографии, присущие любому печатному производству. Второй – ограничения, связанные с технологическими особенностями конкретного производства (конструктивные особенности печатных машин, специфические составы используемых красок и запечатываемых материалов и т. п.).

«Важная рекомендация: до создания оригинал-макета уточнить будущий раппорт печати и допуски по ширине материала у печатного производства».

Остановимся на общих требованиях к оригинал-макетам для флексографической печати.

Несмотря на то что флексографии присуще использование гибкой печатной формы, она все-таки имеет понятие жесткости и толщины. По своей структуре печатная форма близка к каучуку. Этого достаточно, чтобы бороться с препятствием в виде рельефности запечатываемого материала. Однако достоинство порождает и ряд недостатков. Самый главный из них – это «растискивание». В момент, когда печатная форма соприкасается с материалом, на поверхность переносится не та версия объекта, которая находится на печатной форме, а слегка искаженный под действием давления рисунок. Это расширенный во все стороны вид основного изображения. Прежде всего, страдают наименьшие объекты. В первую очередь, текст. Информация, переданная в оригинал-макете слишком мелким кеглем, приобретет вид вытянутой полосы с угадываемыми кое-где очертаниями букв. Формулируем первое требование к оригинал-макету: **недопустимо использование текстовых объектов менее определенной величины**.

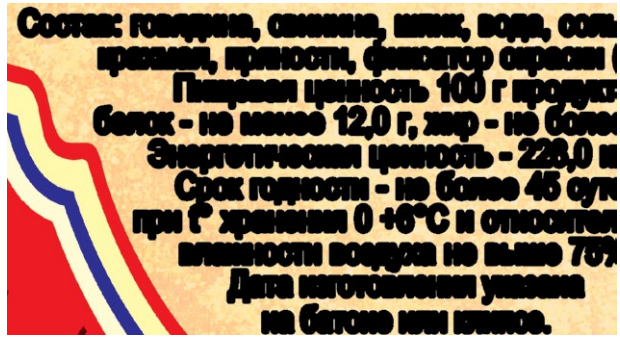


Рис. 1. Растискивание.

В момент, когда печатная форма соприкасается с материалом, на поверхность переносится не та версия объекта, которая находится на печатной форме, а слегка искаженный под действием давления рисунок.

Для получения качественного оттиска необходимо передать на печатную форму определенное количество краски. Особенно актуально это при нанесении белого цвета. В качестве упаковки может использоваться полотно любого цвета и, прежде чем наносить на него рисунок, необходимо создать белую непрозрачную основу, которая будет гарантом правильности нанесения последующих цветов. Чтобы при нанесении белого цвета основа была видна как можно меньше, краски на форму нужно передать как можно больше. Конструктивно проблемы нет, количество передаваемой краски может легко регулироваться на печатной машине. Однако в какой-то момент краска начинает затекать между печатными элементами, и тогда в места, где должен быть виден материал, переносится краска. Этот эффект во флексографии называется «затекание». Естественно, никаких сложностей нет, если в качестве белой основы мы используем большой объект – эффекту затекания просто негде проявиться. Однако стоит добавить в оригинал-макет тонкие, близко стоящие друг к другу линии или небольшие шрифты, дефект появится на них. Поэтому во флексографии принято разделять крупные и маленькие элементы белого цвета на две печатные формы. Крупные элементы в таком случае называют – «плашечные», а маленькие – «штриховые». На плашечные элементы будет подаваться большое количество краски, на штриховые гораздо меньше. Этот момент нужно учитывать при определении количества цветов в будущем макете. Данный пункт не является обязательным к исполнению при подготовке оригинал-макета, и если цель – напечатать дешево, то объекты можно не разделять и сэкономить на одном цвете печати, но на вид это получается уж очень сердито.

Один из законов Мерфи гласит – «под давлением все ухудшается», так же и с печатной формой. Натиск производит определенное давление на печатные элементы и опять, в первую очередь, страдают наименьшие из них. В какой-то момент они просто отрываются от печатной формы. Иначе как браком получаемые оттиски назвать нельзя. Отсюда очередное требование к оригинал-макету: **недопустимо использование объектов менее определенной величины** (обычно говорится о толщине объекта).

Рис. 2. Неприводка.

Уменьшить влияние неприводки на оригинал-макет – одна из основных задач специалиста допечатной подготовки.

Чуть выше мы говорили, что планетарный тип флексографических машин помогает бороться с несовмещением цветов при печати на растяжимых материалах. Однако нет ничего совершенного, и для аналогового способа нанесения печати такое несовмещение цветов все равно остается. В полиграфии такой эффект получил название – «неприводка». Можно говорить о величине неприводки для каждой отдельной печатной машины, однако, в большей или меньшей степени, она будет проявляться на любой готовой продукции. Уменьшить влияние неприводки на оригинал-макет – одна из основных задач специалиста допечатной подготовки. Но есть случаи, когда бороться с неприводкой не представляется возможным. Такие моменты необходимо предусмотреть на этапе создания оригинал-макета. И снова это касается мелких объектов, но теперь уже печатаемых в несколько красок. То есть тех объектов, цвета которых получаются наложением одной краски на другую. Очередное требование: **недопустимо использование объектов менее определенной величины, печатаемого двумя и более красками**.

До настоящего момента мы оперировали только понятиями плашечный и штриховой элементы. Оба типа переносили на материал сплошные изображения (основной цвет). Что же делать, если мы хотим получить какой-то оттенок основного цвета (к примеру, розовый)? В оригинал-макете можно предусмотреть еще один цвет. Однако это изменение количества цветов, что ведет к удорожанию продукции, лишней неприводке цветов и прочему. В большинстве случаев можно обойтись тем же основным цветом.

Плашечное или штриховое изображение выглядит на печатной форме как гладкая поверхность. Изображение оттенка выглядит как набор маленьких точек, расположенных близко друг к другу. Чем ближе оттенок к основному цвету, тем крупнее точки. При приближении оттенка к основному точки стремятся слиться в сплошную поверхность. Чем бледнее оттенок (дальше от основного), тем меньше становятся точки. Элементы, которые выглядят на печатной форме в виде точек, называются – «растровые». В полиграфии растровые объекты принято выражать в процентах относительно основного цвета. Чем меньше процент растрового объекта, тем меньше точка на печатной форме. Этот процент имеет ограничение так же, как ограничение толщины объекта. Требование по **ограничению процентов растровых объектов** – одно из важнейших требований флексографии!

Рис. 3. Использование растровых элементов.

Элементы, которые выглядят на печатной форме в виде точек, называются – «растровые».

При печати на рулонном материале используется понятие «раппорт печати» – это частота повторения оригинал-макета. Так, если мы говорим о раппорте печати 400 мм, это значит, что через каждые 400 мм изображение в рулоне будет повторяться. Величина раппорта накладывает ограничение на длину оригинал-макета – длина не должна превышать раппорта печати. Ширина печати регламентируется шириной материала, на который мы наносим изображение. Зачастую рулонный материал имеет допуск по ширине. Поэтому важная рекомендация: **до создания оригинал-макета уточнить будущий раппорт печати и допуски по ширине** материала у печатного производства.

В качестве итога

Вы заметили, что все перечисленные требования к оригинал-макету лишены какого-либо цифрового выражения? Это неспроста. Предоставить конкретные значения – значит, ввести читателя в заблуждение. Эти данные не являются универсальными для флексографической печати. Каждое производство определяет свои значения в зависимости от технологичности допечатного и печатного оборудования. Вот, как раз, выяснение всех этих параметров и является первым шагом в установлении моста между дизайнером и специалистом в области допечатной подготовки. И чем быстрее этот мост будет построен, тем быстрее, целенаправленнее и продуктивнее будет ваша работа! мс

АМИТЕКС Экспресс
Двойное преимущество

АТЛАНТИС-ПАК

АМИТЕКС ЭКСПРЕСС
ОБОЛОЧКА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ!

Экономит время и деньги
Минимизирует пространство
Практически стерильна
Уменьшает нагрузку на оборудование
Оптимально подходит для печати

Не требует предварительног замачивания

Не требует переполнения

Тел.: 8-800-500-85-85, факс: (863) 261-85-79
e-mail: sales@atlantis-pak.ru
Всегда свежая информация о наших продуктах и услугах:
www.atlantis-pak.ru, www.atlantis-pak.com

реклама

ИНГРЕДИЕНТЫ | ЭТИКЕТКА | УПАКОВКА

СОЮЗСНАБ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРУППА КОМПАНИЙ

Группа компаний «Союзснаб»
Департамент продаж
мясного направления

Контакты: 143405, МО, г. Красногорск, Ильинский туп., д. 6
тел.: +7 (495) 937-87-37 (многоканальный),
+7 (495) 937-87-44 (отдел продаж)
e-mail: mail@ssnab.ru
www.ssnab.ru

Стабилизатор Гелеон 180 М-М – эффективное решение для производства конкурентоспособного мясного продукта

В настоящее время в отечественном аграрном секторе сложилась сложная ситуация, при которой российские производители животноводческой продукции не могут обеспечить необходимый рост поголовья крупного рогатого скота и свиней. В связи с этим увеличивается зависимость отечественной мясоперерабатывающей отрасли от импортных поставок.

Нехватка собственного сырья, его дороговизна и низкая покупательская способность населения не оставляют мясоперерабатывающим предприятиям альтернативы – они вынуждены снижать содержание мяса (говядины и свинины) во многих продуктах, пользующихся спросом среди потребителей, таких, например, как вареные колбасы. При этом необходимым условием производства является сохранение на высоком уровне органолептических показателей, которые в значительной степени влияют на конкурентоспособность и объемы продаж.

Специалисты ГК «Союзснаб» предлагают эффективное решение задачи по созданию мясного продукта, в котором уменьшено содержание основного мясного сырья, но сохранены вкусовые и питательные свойства. Технологами компании разработана рецептура вареной колбасы «Докторская традиционная» с применением Стабилизатора Гелеон 180 М-М. Данная рецептура была отработана и успешно внедрена в производство на ряде мясоперерабатывающих предприятий. Стабилизатор Гелеон 180 М-М представляет собой смесь специально подобранных белков животного происхождения, обладающих высокой эмульгирующей и водоудерживающей способностью. Животные белки, содержащиеся в стабилизаторе, и белки мяса идентичны по составу аминокислот, в том числе и незаменимых, для организма человека. Содержание белка в стабилизаторе составляет не менее 87,5%. Одна часть Стабилизатора Гелеон 180 М-М способна заменять до пяти частей мясного сырья и связывать до десяти частей воды.

Одна часть Стабилизатора Гелеон 180 М-М способна заменять до пяти частей мясного сырья и связывать до десяти частей воды.

Рассмотрим предлагаемую рецептуру колбасы «Докторской традиционной» в сравнении с рецептурой «Докторской», вырабатываемой в соответствии с ГОСТ Р 52196-2003.

Физико-химические показатели вареной колбасы «Докторской» строго регламентируются требованиями ГОСТ. Изменения рецептуры, связан-

Изменим мир к лучшему

Гелеон

ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРУППА КОМПАНИЙ
СОЮЗСНАБ

Подробная информация и актуальный ассортимент на тематическом сайте:
+7 (495) 937 87 44 (департамент продаж) • +7 (495) 937 87 37 (многоканальный)

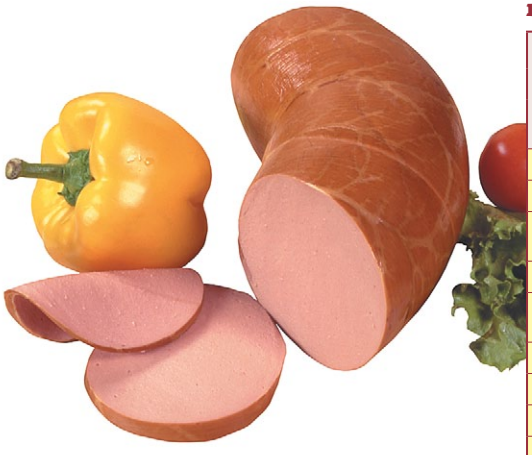
www.geleon-ssnab.ru
e-mail: mail@ssnab.ru

Гелеон

ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРУППА КОМПАНИЙ
СОЮЗСНАБ

Подробная информация и актуальный ассортимент на тематическом сайте:
+7 (495) 937 87 44 (департамент продаж) • +7 (495) 937 87 37 (многоканальный)

www.geleon-ssnab.ru
e-mail: mail@ssnab.ru



ные с уменьшением мясного сырья, ведут к нарушению этих требований. Однако использование Стабилизатора Гелеон 180 М-М позволяет сделать физико-химические показатели вареной колбасы практически идентичными требованиям ГОСТ Р 52196-2003.

В рецептуре №1 используется мясное сырье высокого качества: говядина жилованная высшего сорта и свинина жилованная нежирная. Данные виды мясного сырья имеют высокую стоимость, и предприятию наиболее выгодно использовать его в производстве деликатесной продукции. В рецептуре №2 уменьшено содержание мясного сырья, в том числе:

- говядины жилованной в.с. (5 кг);
- свинины жилованной нежирной (5 кг);
- свинины жилованной полужирной 50/50 (5 кг).

Внесение Стабилизатора Гелеон 180 М-М дает возможность снизить сырьевую себестоимость продукта более чем на 20%, не ухудшая его органолептических свойств, сохранить пищевую ценность продукта и выполнить требования ГОСТ по физико-химическим показателям для колбасы «Докторской».

Результаты сравнительной органолептической оценки вареных колбас «Докторской», вырабатываемой в соответствии с ГОСТ Р 52196-2003, и «Докторской традиционной», вырабатываемой по рецептуре ГК «Союзснаб», показали, что благодаря внесению Стабилизатора Гелеон 180 М-М колбаса с заменами мясного сырья не только сохраняет требуемые цвет, запах и вкус, но и имеет улучшенную консистенцию. Р

Рецептура №1. Колбаса «Докторская», выработанная в соответствии с ГОСТ Р 52196-2003.

Наименование сырья, пряностей и материалов	Масса, кг	Содержание					
		Белок		Жир		Влага	
		% к массе ингредиента	кг	% к массе ингредиента	кг	% к массе ингредиента	кг
Говядина жилованная в. с.	25,0	20,8	5,2	2,7	0,675	75,50	18,875
Свинина жилованная нежирная	25,0	15,2	3,8	13,3	3,325	68,3	17,075
Свинина жилованная полужирная 50/50	45,0	11,70	5,27	38,70	17,42	43,70	19,67
Яйца куриные	3,00	12,70	0,381	11,50	0,345	74,00	2,22
Молоко сухое (цельное или обезжиренное)	2,0	38,4	0,768	1,00	0,02	4,00	0,08
Соль поваренная пищевая	2,0					7,00	0,14
Нитрит натрия	0,007					7,00	0,00049
Госаром ФС Докторская	0,9					7,00	0,063
Вода технологическая, в допуске	15					100	15
Масса фарша	117,9						
Потери влаги при технологической обработке, %	1,5						
Выход готового продукта, кг	116,1		15,4		21,8		73,1
Химический состав готового продукта, %		13,3		18,8		63,0	

Рецептура №2. Колбаса «Докторская традиционная», выработанная со Стабилизатором Гелеон 180 М-М.

Наименование сырья, пряностей и материалов	Норма, кг	Содержание					
		Белок		Жир		Влага	
		% к массе ингредиента	кг	% к массе ингредиента	кг	% к массе ингредиента	кг
Говядина жилованная в. с.	20,0	20,80	4,16	20,70	4,14	74,00	14,80
Свинина жилованная нежирная	20,0	15,20	3,04	13,30	2,66	68,30	13,66
Свинина жилованная полужирная 50/50	40,0	11,70	4,68	38,70	15,48	43,70	17,48
Яйца куриные	3,0	12,70	0,38	11,50	0,35	72,40	2,17
Молоко сухое (цельное или обезжиренное)	2,0	38,40	0,77	1,00	0,02	4,00	0,08
Гелеон 180 ММ	3,0	87,5	2,63	10,00	0,30	5,00	0,15
Вода на гидратацию Гелеон 180 ММ	15,0					100,00	15,00
Соль поваренная пищевая	2,0					7,00	0,14
Нитрит натрия	0,007					7,00	0,0005
Госаром ФС Докторская	0,9					7,00	0,06
Вода технологическая, в допуске	12,0					100,00	12,00
Масса фарша	117,9						
Потери влаги при технологической обработке,%	1,5						
Выход готового продукта, кг	116,1		15,729		22,9		75,5
Содержание в составе готового продукта, %		13,5		19,8		65,0	

Сравнение физико-химических показателей колбас, выработанных по рецептурам №1 и №2

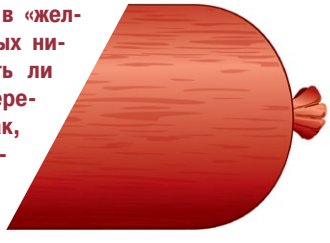
Показатели	Требования ГОСТ Р 52196-2003	Рецептура №1 Колбаса «Докторская», выработанная по ГОСТ Р 52196-2003	Рецептура №2 «Докторская традиционная», выработанная со Стабилизатором Гелеон 180 М-М
Массовая доля белка	не менее 13%	13,3%	13,5%
Массовая доля жира	не более 22%	18,8%	19,8%
Массовая доля влаги	не более 65%	63%	65%

Автор:

Владимир Романов,
автор независимого портала для специалистов мясной индустрии «Мясной Эксперт»
www.meat-expert.ru

Фосфаты в мясопродуктах: настоящее и будущее

В свете выхода множества передач на телевидении и статей в «желтой» прессе, рассказывающих о «вредных добавках» и «злых нитритах» в составе колбас, меня многие спрашивают, есть ли будущее у фосфатов, если потребители массово начнут переходить на «здоровое питание»? Если ставить вопрос именно так, то скорее, при таком количестве околонаучной критики, нет будущего у самой колбасы. А ведь колбаса – это наша национальная идея, мерило достатка. Она была, есть, и ее будут есть.



Давайте рассмотрим, в каких случаях применение фосфатов необходимо и чем обосновано, какие ошибки возможны при производстве мясных изделий, и как получить безопасный продукт.

На классическом примере

Целесообразность применения фосфатов при производстве разных групп мясопродуктов подтверждена десятилетиями их использования, как в России, так и в странах ЕС. Фосфаты и смеси фосфатов включают в рецептуры колбасных изделий, посолочных рассолов.

Фосфаты в мясных системах выполняют следующие функции:

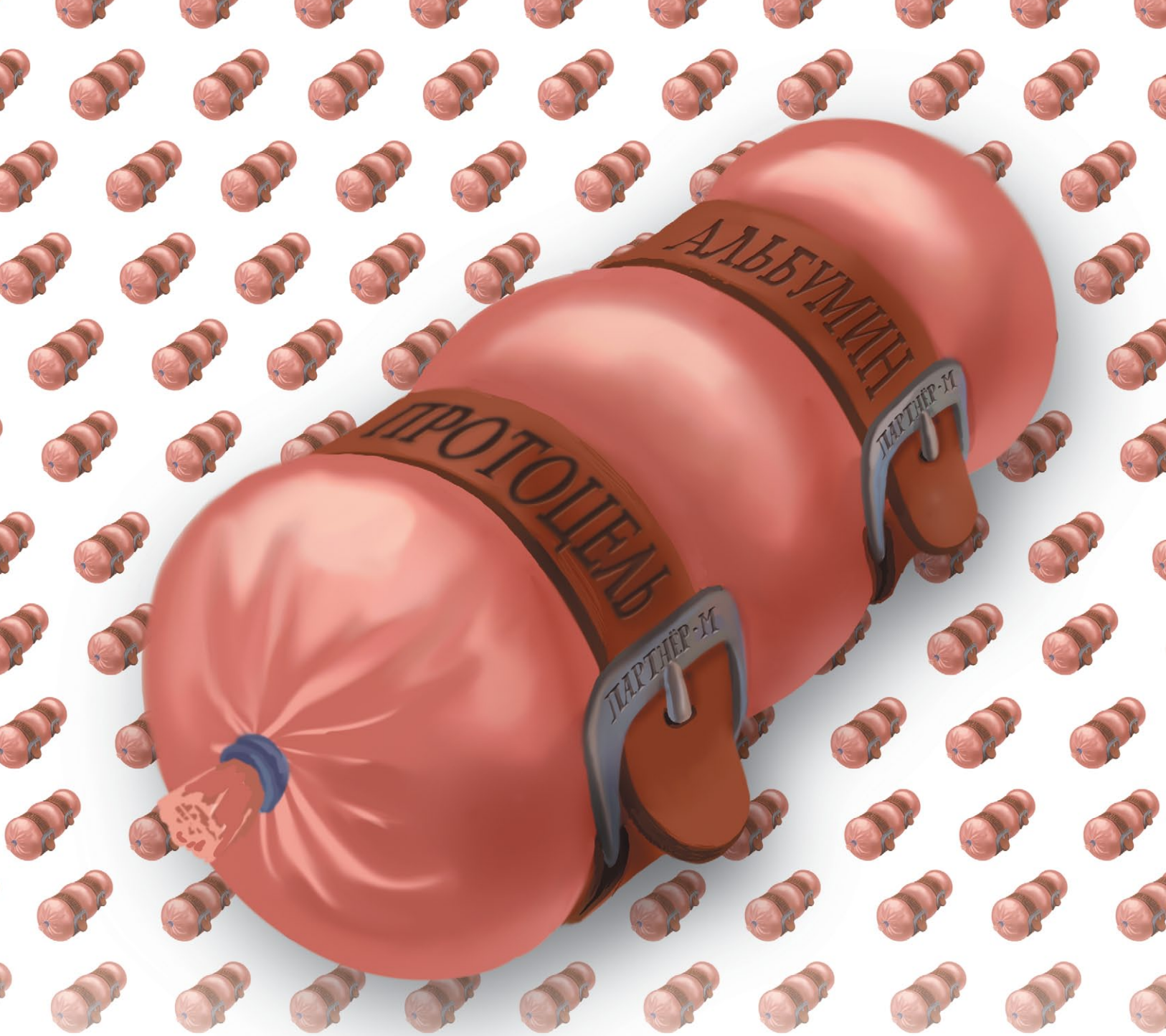
- увеличивают водосвязывающую и эмульгирующую способность белков мышечной ткани;
- снижают скорость окислительных процессов в мясе и мясных продуктах;
- принимают участие в цветообразовании мясных продуктов;
- обладают некоторым консервирующим действием;
- являются хорошими антиокислителями и обладают слабым антимикробным действием.

Давайте рассмотрим применение фосфатов на классическом примере вареной колбасы «Докторской» по ГОСТ Р 52196-2003. При фаршесоставлении в колбасу «Докторскую» добавляется 20-25 литров воды, для обеспечения необходимой консистенции. Информацию про количество вносимой влаги можно найти только в технологической инструкции (ТИ) к ГОСТу, в самой рецептуре оно не указано – вот так и рождаются слухи о «колбасе из чистого мяса» и о том, что «фосфат берет воду», среди обывателей.

Сама по себе мышечная ткань хорошо связывает воду. Используя нормальное (NOR) мясо свинины с pH 5,6-6,3, можно обойтись без фосфата. Но если при изготовлении фарша «Докторской» будет использоваться мясо с низкой водосвязывающей способностью (порок PSE), велика вероятность того, что заложенная по рецептуре влага не вся свяжется в фаршевой системе, и на стадии термообработки произойдет бульонно-жировой отек (брак). Используя фосфатные добавки с проблемным мясом, можно повысить pH фарша до оптимальных значений (6,0-6,4), при которых увеличивается влагоудерживающая способность белков мышечной ткани и исключается появление бульонно-жировых отеков. Проще говоря – фосфат помогает присоединить молекулы воды к полярным группам белка, вытесняя и связывая ионы кальция (расщепление актино-миозинового комплекса). В случае использования мяса (PSE) выход готовой продукции увеличивается на 1-2%. В идеальных условиях можно получить прибавку на выходе 2-4% при использовании нормального мяса (NOR). Для сравнения, при помощи гидрокол-

СПРАВКА:

Все виды мясного сырья и птицы содержат мышечный белок актомиозин, который отвечает за связывание и удержание влаги в мясопродуктах. В мышцах живых животных природный фосфат АТФ (Аденозин Три Фосфат) контролирует открытую структуру актомиозина с естественно связанной водой. Однако, в процессе автолиза, после убоя животного, АТФ используется для различных биохимических реакций, и уровень pH снижается.



Плазма крови высокой очистки **ALBUMEN** компании SONAC, высокофункциональный животный белок **ПРОТОМАКС**, животный краситель из гемоглобина крови **HARIMIX**, белково-соевый концентрат нового поколения **ГЕЛЕКОН**, высокофункциональная растительная клетчатка «премиум» класса **ПРОТОЦЕЛЬ**.

www.partnermk.ru

ПАРТНЕР-М

109316, г. Москва,
ул. Талалихина, д. 26, стр. 4,

тел./факс: **+7 (495) 676-62-61**

249096, Калужская обл.,
г. Малоярославец,
пер. Калинина, д. 11

тел.: **+7 (48431) 313-82**
моб. тел.: **+7 (901) 995-35-65**
e-mail: **partnermk@mail.ru**

реклама

лоидов (в том числе коллагеновых белков) можно увеличить выход на 15-20% при сохранении консистенции. Сравнивая цифры, становится понятным, что фосфаты изначально используются для стабилизации фаршевой системы, а не для увеличения выхода готовой продукции.

Фосфаты позволяют работать с водой с повышенным содержанием солей кальция и магния (смягчение воды – актуально для многих регионов РФ), улучшить консистенцию мяса, работать с замороженным блочным мясом, исключить процесс предпосола, работать с мясом в стадии посмертного окоченения, а также дают возможность куттерования фаршей вареных колбас до 16° С (актуально для тех, у кого не получается точить ножи).

Защита «от дурака»

Среди ошибок, которые я наиболее часто встречал у мясопереработчиков со слабой подготовкой (часто вообще не имеющих профильного образования) или специалистов «в халате» с халатным отношением к работе: безрезультатная попытка увеличения выхода за счет увеличения дозировки фосфатов, применение фосфатных препаратов без видимых причин («на всякий случай»), применение фосфатосодержащей вкусоароматической смеси в комбинации с чистым фосфатом (двойная дозировка), а также оценка качества фосфата «на глаз», без инструментального метода анализа. Часто приходится сталкиваться с применением фосфатов, рассчитанных на 100% всей массы фарша, без перерасчета на мышечную ткань в мясорастительных рецептурах, а также рецептурах включающих соединительно-тканные компоненты (белки или эмульсии). Кроме того, распространенными являются ошибки при расчете дозировки фосфата в рассолах, когда не учитывают процент инъецирования и последующих потерь.

Передозировка фосфатов может обернуться снижением сроков хранения продукции, мыльным срезом, металлическим привкусом или вяжущим ощущением во рту.

Защищены ли потребители от ошибки производителя? Изначально в соответствии с требованиями стандарта – да! Ведь создателями стандарта все предусмотрено: в ГОСТе на вареные колбасы оговаривается дозировка применения фосфата (до 500 г на 100 кг мясного сырья). Также в документе оговаривается, что фосфат рассчитывается только на мясное сырье (мышечную ткань). В ТИ к ГОСТ Р 52196-2003 сказано, что «при составлении рецептуры рекомендуется учитывать сортировку мясного сырья по группам свойств в шкале PSE-NOR-DFD. При наличии мясного сырья со свойствами PSE его переработку разрешают проводить с применением пищевых фосфатов».

Оговаривается необходимость контроля кислотности: «допускается проводить оценку и сортировку мясного сырья по свойствам в шкале PSE, NOR, DFD только на основании данных измерения pH» и «результаты оценки мясного сырья в шкале PSE, NOR, DFD производственная лаборатория должна сообщить технологической службе».

Мы знаем, что фосфаты содержатся изначально в самом мясе, а также могут быть внесены недобросовестными производителями для увеличения веса, особенно в случае замороженного мяса. Но и тут все продумано. В ГОСТе говорится, что при входном контроле и приемке блочного мясного сырья контролируется качество жиловки (содержание жира и соединительной ткани), а также содержание фосфора. По результатам контроля принимается решение о дожиловке мяса и корректировании вносимых пищевых фосфатов (при их использовании).

Фосфаты, обоснованно примененные, не таят в себе опасности. Присутствие в ГОСТе на протяжении десятилетий – тому доказательство.

Например, фосфат может быть использован в рецептуре вареной колбасы «Докторской». Выбор за технологом – применять простую вкусо-ароматическую смесь или смесь с фосфатом, т. е. функциональную. Целесообразность применения фосфата и расчет его дозировки – очень важный момент, где технолог принимает решение, основываясь на анализе полученных данных о параметрах сырья.

А что делать, если нет данных о свойстве мяса? Или нет лаборатории? У всех ли есть pH-метр на производстве, да еще и правильно откалиброванный? Указывает ли отсутствие pH-метра на заводе на несоблюдение стандарта? Например, правила приемки пищевых фосфатов в ТИ, регламентируют в обязательном порядке исследовать pH 1% раствора фосфата, уровень которого не должен превышать 9. Вопрос к производственникам – контролируются ли у вас входящие на завод фосфаты в соответствии с требованиями? Какой уровень pH используемых вами фосфатов?

Очень жаль, но некоторые специалисты мясоперабатывающей промышленности дальше страниц с рецептурами ГОСТы не читают. Производство колбасы по ГОСТ подразумевает не только соблюдение рецептуры закладки сырья, но и выполнение всех требований документа. Именно тогда получается настоящий, качественный и безопасный продукт.

Естественно, технологи могут мне возразить, рассказав про реальность

*** СПРАВКА:**

Экссудативное мясо PSE (pale, soft, exudative – бледное, мягкое, водянистое) характеризуется светлой окраской, мягкой рыхлой консистенцией, выделением мясного сока вследствие пониженной водосвязывающей способности, кислым привкусом. Признаки PSE чаще всего имеет свинина, полученная от убоя животных с интенсивным откормом и ограниченной подвижностью при содержании, а также при низком содержании жиров и белков в кормовом рационе животных. Появление признаков PSE может быть обусловлено также генетическими последствиями, воздействием кратковременных стрессов, чрезмерной возбудимостью животных.

Мясо с признаками PSE из-за низких pH (5,0-5,5) и водосвязывающей способности является непригодным для производства эмульгированных (вареных) колбас, вареных и сырокопченых окороков, так как при этом ухудшаются органолептические характеристики готовых изделий (светлая окраска, кисловатый привкус, жесткая консистенция, пониженная сочность), снижается выход.

производства, про отсутствие лабораторий, про большие объемы входящего мяса, про колебание pH мяса в замороженных блоках от куска к куску, про огромное количество рецептур, про экономику, про интенсивность производства, про колебания качества сырья, нехватку финансирования, времени и людей. Но я был на предприятиях, где это выполняется. Значит, такое возможно. Значит, нужно к этому стремиться! Особенно сейчас, когда имидж колбасы подорван как передачами, так и некоторыми производителями.

Мое мнение таково: фосфаты, обоснованно примененные, не таят в себе опасности. Присутствие в ГОСТе на протяжении десятилетий – тому доказательство.

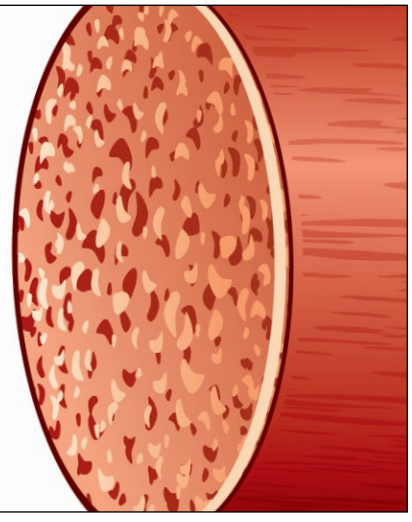
Я считаю, что требования и условия применения фосфата при изготовлении колбас должно регламентироваться не только в ГОСТ, но и абсолютно во всех коммерческих технических условиях. А самое главное – контролироваться.

Кстати, о контроле! Технологам и специалистам на заметку: на сайте ВНИИМПа уже давно доступна к ознакомлению окончательная редакция ГОСТ Р (ИСО 5553:1980) «Мясо и Мясные продукты. Обнаружение полифосфатов». Стандарт был переведен и доработан. Объектом стандартизации является метод качественного обнаружения естественно содержащихся и вносимых фосфатов во всех видах мяса и мясной продукции.

Колбаса – здоровая пища?

Авторитетно заявлю, что ни один диетолог или эндокринолог не назовет колбасные изделия здоровой пищей, как бы нам, работникам мясной промышленности, этого не хотелось. Их так учат. И несмотря на то что ученые ВНИИМП разрабатывают нормативы и технологии, о лечебно-профилактических и специализированных продуктах диетологи еще не скоро расскажут пациентам. А такая продукция, как «колбасные изделия для пожилых людей, снижающие риск заболеваний опорно-двигательного аппарата» или «колбасные изделия для диетического питания детей, страдающих инсулинозависимым сахарным диабетом», остается пока пределом мечтаний пациентов и «страшным сном» маркетологов.

На данный момент фосфатные технологии наиболее отработанные и надежные, продукты стабильные и на срезе выгодно отличаются от безфосфатных продуктов.



Да и у покупателей мясопродукты уже давно не ассоциируются со здоровой пищей, что вдобавок постоянно подогревается антирекламой в СМИ. А любые попытки выпускать мясопродукты с пониженным содержанием животных жиров, с добавлением компонентов функционального питания при сохранении традиционного вкуса не получили популярности и остались в прошлом как пройденный этап. Давно вы видели на прилавках колбасу с витаминами или приставкой «фитнес» в названии? А кто сможет перечислить хотя бы пять заводов, выпускающих «Диабетическую» по ГОСТ, не подглядывая в интернете?

А те, кто заботится о своем здоровье, для кого диета и спорт – образ жизни, едят только натуральное мясо (чаще вареное). Все заболевания, связанные с нарушением обмена веществ, лечатся еще и жесткой диетой (часто пожизненной). Я думаю, в будущем производители опять вернутся к функциональному питанию, если изменится лояльность покупателей к мясопродуктам и благосостояние россиян.

Фосфаты, потребляемые с колбасными изделиями, не являются первоначальной причиной возникновения ряда болезней, как любят говорить. Изначально нарушение обмена веществ идет от нарушения выработки гормонов. Естественно, постоянное потребление мясопродуктов с завышенным количеством фосфата может провоцировать развитие болезни. Но я не смог найти материалы, где прописывалось бы количество мясопродуктов, которое нужно потреблять в день, чтобы нанести организму вред с необратимыми последствиями.

«Целесообразность применения фосфата и расчет его дозировки – очень важный момент, где технолог принимает решение, основываясь на анализе полученных данных о параметрах сырья».

Отдельно необходимо сказать про зарубежных производителей. На данный момент большая часть пищевых фосфатов завозится из-за рубежа, несмотря на это у нас выпускаются хорошие и качественные смеси. К сожалению, у многих специалистов мясной отрасли сложилось устойчиво (навязанное) мнение, что российские фосфаты имеют низкое качество – плохо очищены от вредных примесей и, соответственно, плохо работают с белком мяса. В середине 1990-ых гг. потеряв рынки внутреннего сбыта в Европе в связи с запретом применения фосфатов в моющих средствах, производящие компании очень активно продвигали свою продукцию на экспорт, в частности, в Россию.

СПРАВКА:

Первые случаи появления некачественной свинины зафиксированы еще в 1883 году. Массовое появление такой свинины (PSE) отмечено в Дании в 1953 году, в СССР – в 1970 году.

Есть ли альтернатива?

Альтернатива фосфатам – натриевая соль лимонной кислоты, цитрат натрия (Е331). Главный минус (опять на примере «Докторской») – они не упоминаются в ГОСТ. Цитрат натрия можно применять в колбасном производстве вместо фосфатов (согласно ТУ), но его действие слабее. Он не содержит P_2O_5 и поэтому является предпочтительным. Имеет хорошую растворимость, не влияет на вкус при дозировках до 100-200 г на 100 кг сырья, повышает набухаемость белков, увеличивает водосвязывающую способность. Но в отличие от фосфатов не влияет на актомиозиновый комплекс; влияет на цвет фаршей – при использовании фосфатов фарш мягкий блестящий и эластичный, при использовании цитрата матовый и более плотный. Сама добавка существует и уже давно успешно применяется в колбасном производстве. Недостаток – своеобразный привкус. Кстати, цитрат натрия добавляют во все популярные энергетические напитки как консервант и вкусообразователь.

Причем в детское питание (например, ГОСТ Р 52479-2005 Изделия колбасные вареные мясные для детского питания) разрешены цитраты кальция, а не натрия, так задумано, чтобы обогатить детское питание кальцием. Соответственно, фосфаты в детском питании не используются, чтобы не мешать детскому организму в фазе активного роста.

Добавлю, что не так опасны мясопродукты, как сладкие газированные напитки типа «кола», которые особенно любят дети. Ортофосфорная кислота, которая входит в состав напитков, ухудшает всасывание кальция и вымывает его из организма, что приводит к отрицательному действию на скелет, особенно у детей, подростков и женщин.

Неоднократно я сталкивался с информацией, что в Европе запретили использовать фосфаты, и они используют цитраты. Для прояснения ситуации я связался с технологами из Германии, которые сообщили, что на сегодняшний день в Германии, Италии, Австрии и многих других странах ЕС действует законодательство, запрещающее использование фосфатов в стиральных порошках. В мясопереработке разрешены к применению следующие фосфаты: Е 338-Е341, Е450-Е452. Использование цитратов имеет место быть, основания для использования как технологические (мех. напрягаемость фарша, его реологические характеристики), так и маркетинговые (реклама продукта «без фосфатов»). Пока фосфат разрешен к применению, его будут однозначно использовать. На данный момент фосфатные технологии наиболее отработанные и надежные, продукты стабильные и на срезе выгодно отличаются от безфосфатных продуктов. Специалисты отметили, что и в Германии у фосфатов есть противники: из рядов околонаучной публики и продавцы «безфосфатных» и «зеленых» технологий.

> Фосфаты изначально используют для стабилизации фаршевой системы, а не для увеличения выхода готовой продукции.

Таким образом, среди факторов, стимулирующих использование фосфатов мясоперерабатывающей промышленностью, можно назвать отсутствие альтернативы, традиционность использования и отработанные технологии, возможность применения в ГОСТ и ТУ, потребность для решения технологических задач, а также доступность и широкий ассортимент предлагаемых фосфатов и фосфатных смесей. мс

реклама

Авторы: **В. В. Сучков,** канд. хим. наук
И. А. Попелло, канд. хим. наук

Компания: **ЗАО «Компания "МИЛОРД"»**
129085, г. Москва, ул. Годовикова, д. 9

По вопросам, связанным с приобретением и использованием фосфатов «Мифос», обращайтесь по телефону: +7 (495) 232-20-01

e-mail: main@milord.ru
www.milord.ru

Теория и практика применения фосфатов ТМ «Мифос»

Можно с полной уверенностью утверждать, что без применения фосфатов невозможно приготовить высококачественные мясные продукты, к которым привык современный потребитель. Никакие другие соли или комплексные смеси не могут заменить фосфаты в технологии мясопродуктов. Исключение составляют продукты для детского и лечебно-профилактического питания, для которых запрещено или ограничено применение фосфатов. В таких случаях текстура продукта принесена в жертву здоровью потребителя.

Необходимо отметить, что мясо (мышечная и костная ткань) является одним из основных источников поступления усвояемого фосфора в организм человека. Мышечная ткань содержит 0,3-0,5% фосфора в пересчете на P_2O_5.

Фосфаты, вносимые в рецептуры мясных продуктов в качестве компонента, обеспечивающего необходимую нам, как потребителям, текстуру, представляют собой незаменимый пищевой компонент, без которого невозможно нормальное функционирование организма человека.

Но сейчас мы основное внимание сконцентрируем на технологических свойствах фосфатов, наиболее важных для производства мясных продуктов.

Под термином фосфаты в технологии мясопродуктов рассматривают группу неорганических солей пятивалентного фосфора, разрешенных к применению в пищевых продуктах органами санитарного надзора и отвечающих определенным требованиям по токсикологической безопасности. К этой группе соединений относятся ортофосфаты, ди-, три- и полифосфаты калия, натрия, кальция и магния.

Функции этих солей в технологии мясопродуктов хорошо изучены и описаны в многочисленных публикациях. Перечислим основные из них.

Фосфаты расщепляют актомиозиновый комплекс; регулируют pH мясного сырья; связывают катионы кальция и магния – это приводит к растворению мышечных белков и увеличению их водосвязывающей способности; связывают катионы поливалентных металлов, что стабилизирует естественную окраску мясного сырья и предотвращает окисление жиров; эффективно эмульгируют жиры и стабилизируют полученные эмульсии за счет увеличения растворимости мышечных белков.

Таблица 1. Состав и свойства индивидуальных фосфатов.

Наименование фосфата	Формула	Мол. масса	Содержание P2O5	pH 1%-ного раствора	Раст-ть, г/100мл
Ортофосфат натрия 1-замещенный	NaH_2PO_4	119,98	59,15	4,5	85,2
Ортофосфат натрия 2-замещенный	Na_2HPO_4	141,96	50,00	9,1	9,3
Ортофосфат натрия 3-замещенный	Na_3PO_4	163,94	43,94	11,9	11
Ортофосфат калия 1-замещенный	KH_2PO_4	136,09	52,15	4,5	22,7
Ортофосфат калия 2-замещенный	K_2HPO_4	174,18	40,75	8,9	159,7
Ортофосфат калия 3-замещенный	K_3PO_4	212,27	33,43	11,8	98,8
Дигидропирофосфат натрия	$Na_2H_2P_2O_7$	221,94	63,95	4,1	13
Пирофосфат натрия	$Na_4P_2O_7$	265,90	53,38	10,2	6,2
Дигидропирофосфат калия	$K_2H_2P_2O_7$	254,16	55,85		
Пирофосфат калия	$K_4P_2O_7$	330,34	42,97	10,3	184,8
Триполифосфат натрия	$Na_5P_3O_{10}$	367,86	57,88	9,7	14,6
Триполифосфат калия	$K_5P_3O_{10}$	448,41	47,48	9,9	200
Полифосфат натрия	$(NaPO_3)_4$	n*101,96	69,61	6,6	157
Полифосфат калия	$(KPO_3)_4$	n*118,01	60,11	5,5	< 0,1

Таблица 2. Концентрация фосфатов в рассолах.

Конечное содержание фосфата в продукте,%	Степень инъецирования,%						
	10	20	30	40	50	70	100
0,3	3,30	1,80	1,30	1,05	0,90	0,73	0,60
0,4	4,40	2,40	1,73	1,40	1,20	0,97	0,80
0,5	5,40	3,00	2,17	1,75	1,50	1,22	1,00

Индивидуальные фосфаты не могут одновременно эффективно выполнять все перечисленные функции, поэтому на практике всегда используются комбинации различных фосфатов. Из всех перечисленных фосфатов только триполифосфат натрия используется как самостоятельный препарат.

Обратим внимание на некоторые свойства фосфатов. В первую очередь, это растворимость, которая особенно важна при приготовлении рассолов. Из таблицы 1 видно, что натриевые формы солей фосфорных кислот значительно уступают калиевым солям по растворимости. Соответственно калиевые формы фосфатов быстрее растворяются по сравнению с натриевыми солями. Учитывая тот факт, что оптимальный эффект можно достичь только при использовании нескольких солей одновременно, наиболее прогрессивной является технология сушки растворов смеси калиевых и натриевых солей различных фосфорных кислот. Такие фосфатные смеси обладают высокой растворимостью в солевых растворах при низких температурах. Однако следует учитывать ряд особенностей этих фосфатов. Калиевые фосфаты дороже своих натриевых аналогов. Из-за большей молекулярной массы калиевых фосфатов требуется на 10-20% больше, чем аналогичных натриевых фосфатов для достижения одинаковой концентрации фосфат-ионов, которые отвечают за функциональность фосфата. Дороже и технология химически комбинированных фосфатов. С другой стороны, в технологиях эмульгированных или рубленых мясопродуктов растворимость фосфата не является ограничивающим фактором. В таблице 2 приведены составы инъекционных рассолов для производства деликатесных продуктов с различным содержанием фосфатов в инъецированном продукте. Дозировки фосфатов во всех приведенных рецептурах рассолов ниже, чем предел растворимости любых натриевых фосфатов, перечисленных в таблице 1. Целесообразность использования калиевых фосфатов в таких случаях не очевидна. Калиевые или смешанные калий-натриевые фосфаты незаменимы при приготовлении заливочных рассолов (тузлуков) и посолочных смесей с высоким содержанием поваренной соли. В остальных случаях комбинации натриевых солей фосфорных кислот не уступают калиевым солям, а стоимость их применения ниже.

Рис. 1. Кривые титрования 1%-ных растворов фосфатов 0,2Н раствором соляной кислоты.

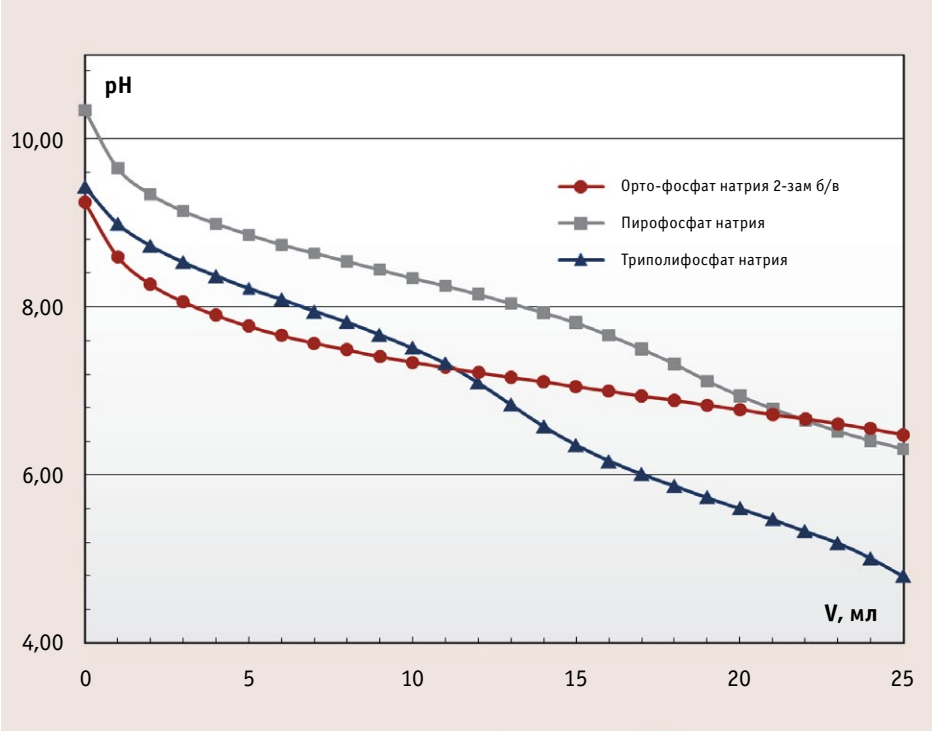
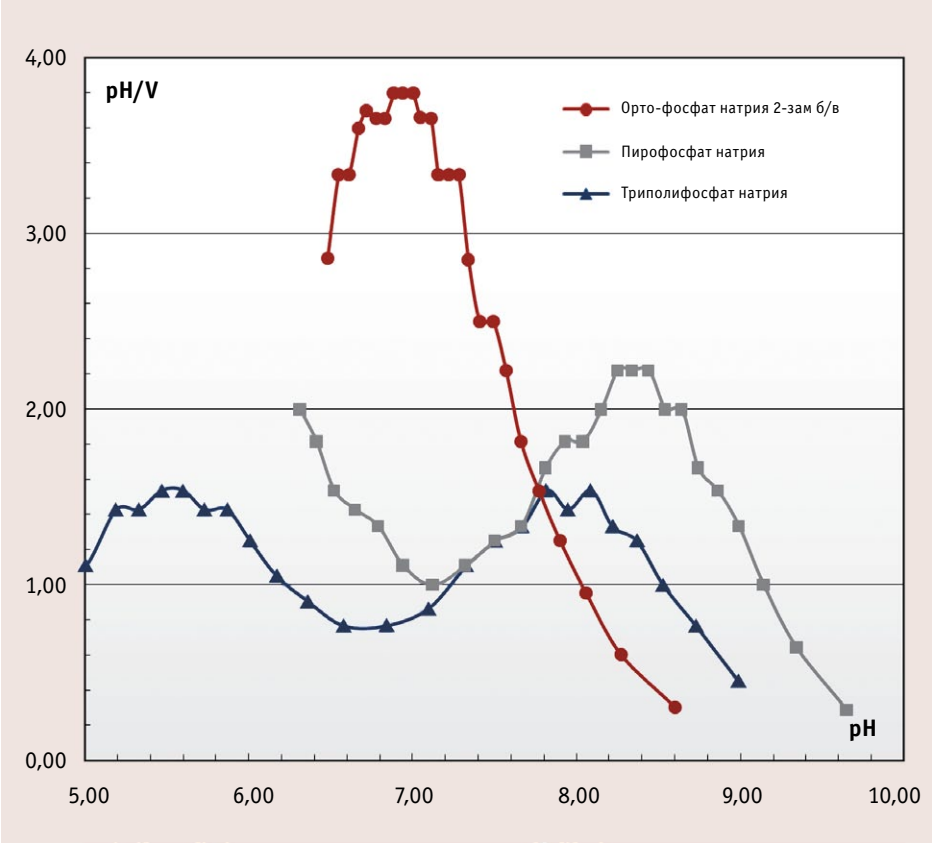


Рис. 2. Буферная емкость 1%-ных растворов фосфатов при титровании 0,2Н раствором соляной кислоты.



В публикациях, посвященных применению фосфатов в различных отраслях пищевой промышленности, часто используется термин «буферная емкость». В физической химии растворов электролитов под буферной емкостью понимают количество грамм-эквивалентов сильной кислоты (или сильного основания), необходимых для изменения pH на одну единицу в растворе, содержащем 1% испытуемого вещества. Это величина не постоянна, она зависит от pH раствора. Применительно к фосфатам чем больше буферная сила раствора фосфатной соли или комбинации солей, тем меньшее количество этого фосфата требуется для достижения необходимой величины pH в продукте – обычно pH 6,2-6,4. Величина буферной емкости определяется из кривых титрования 1%-ных растворов фосфатов раствором соляной кислоты. На рис. 1 приведены кривые титрования двухзамещенного ортофосфата натрия, пирофосфата натрия и триполифосфата натрия раствором соляной кислоты и рассчитанные величины буферной емкости. Ортофосфат натрия обладает наибольшей буферной емкостью, но не используется при производстве мясопродуктов из-за характерного неприятного вкуса, а наименьшую буферную емкость имеет триполифосфат натрия. Практически нулевой буферной емкостью обладают гексаметафосфаты и ультрафосфаты с большой молекулярной массой.

Выбор состава фосфатной композиции определяется набором требований, предъявляемых к условиям функционирования данной смеси.

Специалисты ЗАО «Компания "МИЛОРД"» давно и успешно разрабатывают комплексные пищевые добавки для переработки мясопродуктов, в том числе и фосфатные смеси различного назначения. Свыше 8 лет на российском рынке представлены фосфатные смеси торговой марки «Мифос». Обобщая опыт предшественников и развивая собственные исследования влияния сложных комллексов фосфатных солей на функционально-технологические свойства мясопродуктов, были разработаны и успешно применяются фосфаты «Мифос», «Мифос 66», «Мифос 80» и «Мифос 41». Последнее время разработаны новые, специализированные фосфаты «Мифос 2018», «Мифос 822», «Мифос 452» и «Мифос К7».

Таблица 3. Основной состав фосфаных смесей ТМ «Мифос».

Товар	pH 1%-ного раствора	Содержание P_2O_5, %	Состав
Мифос	9,50	56-57	фосфаты пищевые (E450i, E451i)
Мифос 2018	10,10	54-55	фосфаты пищевые (E450iii, E451i)
Мифос 41	7,40	57-58	фосфаты пищевые (E450i, E450iii, E451i)
Мифос 452	6,00	67-68	фосфаты пищевые (E451i, E452i)
Мифос 66	8,60	51,5-51,5	фосфаты пищевые (E450i, E450iii, E451i)
Мифос 80	8,70	58-59	фосфаты пищевые (E450i, E450iii, E451i, E452i)
Мифос 822	9,50	56-57	фосфаты пищевые (E450iii, E451i)
Мифос К7	9,00	55-56	фосфаты пищевые (E450i, E450iii, E451i, E452i)

Фосфат марки «Мифос» представляет собой триполифосфат натрия, стандартизованный по гранулометрическому составу с добавление дифосфатов натрия. Это универсальный, недорогой фосфат, предназначен для использования в эмульгированных мясопродуктах и консервах.

«Мифос 66» обладает высокой буферной емкостью и предназначен для использования в рецептурах эмульгированных и рубленых мясопродуктов, содержащих мясное сырье с дефектом PSE.

«Мифос 41» представляет собой смесь дифосфатов натрия, обладает высокой эмульгирующей способностью и чрезвычайно эффективен при расщеплении актомиозинового комплекса в мясном сырье, подвергшемся длительной заморозке. Нейтральная величина pH растворов «Мифос 41» позволяет использовать его в составе фосфатсодержащих вкусо-ароматических добавок широкого спектра применения.

«Мифос 80» – смесь гранулированных форм дифосфатов натрия и триполифосфата натрия, предназначенная для приготовления инъекционных рассолов, используемых при производстве деликатесных продуктов, ветчин, продуктов из мяса птицы и др. «Мифос 80» хорошо диспергируется и растворяется в холодной воде.

«Мифос 2018» – смесь дифосфатов натрия и триполифосфата натрия, обладает высокой буферной емкостью и высоким собственным значением pH. Этот фосфат наиболее эффективен в рецептурах рубленых мясопродуктов, содержащих мясное сырье с дефектом PSE.

«Мифос 822» – рассольный фосфат с высокой буферной емкостью и высоким собственным значением pH на основе смесей дифосфатов натрия и триполифосфата натрия. Предназначен для инъецирования мясного сырья с дефектом PSE.

«Мифос 452» – специализированный фосфат, предназначен для снижения жесткости воды, используемой на мясоперерабатывающих предприятиях при приготовлении рассолов, предотвращая выпадение в осадок фосфатов кальция и магния и улучшая растворение белков, и для стабилизации цветообразования в производстве колбасных фаршей.

«Мифос К7» – это новая фосфатная смесь на основе ультрафосфатов натрия и дифосфатов натрия и предназначена для фаршевых мясных систем. Помимо высокой способности расщеплять актомиозиновый комплекс мышечной ткани, «Мифос К7» обладает загущающим эффектом без применения гидроколлоидов.

Фосфаты ТМ «Мифос» реализуются не только как самостоятельные продукты, но и входят в состав комплексных пищевых добавок ТМ «ЛАКСА», что во многих случаях является гарантией высокой эффективности их применения и качества готовой мясной продукции.

Все перечисленные фосфаты ТМ «Мифос» прошли регистрацию в органах санитарного надзора и отвечают требованиям СанПиН 2.3.2.1293-03. Р

«Фосфат марки "Мифос" – это универсальный, недорогой фосфат, предназначен для использования в эмульгированных мясопродуктах и консервах».

16-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

АГРОПРОДМАШ

ufi Approved Event

ТПП РФ

АГРО ПРОД МАШ

10-14 октября 2011

www.agroprodmash-expo.ru

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»
Москва, Россия

реклама

ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕЕ

Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»
При содействии:
Министерства сельского хозяйства РФ
Под патронатом:
ТПП РФ
Правительства Москвы

Генеральный информационный спонсор:
ПРОДИНДУСТРИЯ

Информационный спонсор:
ПИЩЕПРОМИЗДАТ

Официальная интернет-поддержка:
oborud.info
ПОРТАЛ ОБОРУДОВАНИЯ

Бизнес-кейс представляет детализированное инвестиционное предложение, сделанное на основе анализа заданных параметров производства и условий реализации проекта. Кейсы базируются на фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

ИНФОПОВОД

РУСКОМ построит в Омской области свинокомплекс

Одно из крупнейших мясоперерабатывающих предприятий Сибири ООО «РУСКОМ» (торговая марка «Сибирские колбасы») намерено построить в Омской области свиноводческий комплекс. Объем инвестиций в проект – более 2 млрд руб., 20% из которых собственные средства, остальное – проектное финансирование Сбербанка. Средства в виде кредита предоставит омское отделение Сбербанка на срок не менее восьми лет.

Строительство нового комплекса площадью 88 тыс. м^2 и производственной мощностью 110 тыс. голов в год компания рассчитывает начать в апреле. Он будет возведен на участке в 100 га в 2,5 км от населенного пункта Сосновское. Кроме свиноводческого комплекса, на этой территории к октябрю 2012 года планируется построить комбикормовый завод и площадку для забоя. «Это уже следующий этап, на который предполагается отдельное финансирование», – пояснил совладелец РУСКОМа.

Участники рынка АПК основными конкурентами нового комплекса называют старейшее предприятие в регионе ОАО «Омский бекон» (входит в московскую группу «Продо»). Кроме того, в этом году крупный свиноводческий комплекс на 100 тыс. голов, состоящий из шести ферм и блока вспомогательных служб, намерена ввести в эксплуатацию омская группа компаний «Титан». «Свинокомплекс «Омского бекона» был построен в конце 1960-х – начале 1970-х годов, и его технологии устарели. У нас будет более модернизированное и эффективное производство», – считает представитель компании.

Другие участники рынка сомневаются в успешности проекта. Классическая колбаса состоит из свинины и говядины, и в доминирующих сортах говядины больше. Заявленная мощность комплекса в 110 тыс. свиней – это примерно 8 тыс. тонн мяса. Чтобы произвести колбасу, надо будет вложить около 20 тыс. тонн говядины и других ингредиентов. На выходе получится 28 тыс. тонн продукции. Это очень серьезный объем, и его надо будет куда-то продать. «Есть и еще одно но – где взять такое количество говядины в нашем регионе? – отмечает **гендиректор ООО «Агрокомплекс "Ударный"» Сергей Головачев**. – Для воплощения этого проекта РУСКОМу необходимо создавать вертикально интегрированный холдинг».

КОММЕРСАНТЪ

ООО ПКФ «Нижегородский Хлеб»
Департамент мясоперерабатывающего оборудования. Руководитель департамента – Рунов Владимир Викторович.

603003, г. Нижний Новгород, ул. Свободы, д. 63
Тел./факс: +7 (831) 248-19-48, 248-18-48
http://meat.nizhhleb.ru/

НИЖЕГОРОДСКИЙ ХЛЕБ
ДЕПАРТАМЕНТ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ОБОРУДОВАНИЯ

В рамках проекта компании «РУСКОМ» по строительству нового свиноводческого комплекса с дальнейшей переработкой компания «НИЖЕГОРОДСКИЙ ХЛЕБ» готова предложить следующие услуги:

1. Разработка проекта убойного цеха:
- подбор технологического оборудования согласно запланированной производительности;
- определение технологических схем производства, размеров основных и вспомогательных помещений.

2. Комплектация и поставка мясоперерабатывающего и упаковочного оборудования.

3. Пусконаладочные работы оборудования и обучение персонала в технологическом цикле.

4. Постановка технологических процессов выбранного ассортимента, рекомендации технологов.

5. Поставка пищевых ингредиентов для мясной продукции.

6. Сервисное обслуживание оборудования.

7. Поставка расходных материалов (скрепки и петли т. д.).

8. Поставка запасных частей для оборудования.

Зачем же тебе обдумывать обдуманное? Бери готовое и иди дальше! В этом сила человечества.
Л. Н. Толстой

НИЖЕГОРОДСКИЙ ХЛЕБ
ДЕПАРТАМЕНТ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ОБОРУДОВАНИЯ

Для решения задачи – построить современное и эффективное производство – компания «НИЖЕГОРОДСКИЙ ХЛЕБ» готова поставить оборудование, отвечающее всем требованиям современного производства:

Исходные данные:

28 000 т/месяц;
26 рабочих дней;
7 ч./день – машинное отделение;
22 ч./день – термическое отделение.

Ассортимент (планируемый):

- Сосиски, сардельки – 10 т/день;
- варёная и варено-копченая группа – 15 т/день;
- Деликатесная группа – 3 т/день.

Сырье:

мясо говядины	30%
мясо свинины	50%
мясо птицы	10%
иные заменители	10%

(вода, соевый белок, специи и т. д.)

Мясное сырье:

может быть как в охлажденном виде, так и в замороженных блоках. Соответственно потребуются камеры для хранения сырья: камера до -18° С (хранение блоков на паллетах); камера +4° С (хранение на поддонах в четвертях и полутушах, либо на подвесных путях).

Технологическое оборудование:

Основное:

1. Подготовка сырья
Линия обвалки и жиловки Pek-Mont из расчета 900-1000 кг нормы на человека, соответственно 20 рабочих мест.
Блокорезка КОМПО ИБ-4, производительностью до 2 т/час.

2. Волчки
2.1. Волчок PSS RM 160P для охлажденного сырья.
2.2. Волчок PSS RMM 160P для замороженного сырья.
Производительность на решетке 5 мм – 900 – 1200 кг/час – замороженного сырья; 5 мм – 2500 – 3000 кг/час – охлажденного сырья.

3. Мешалка вакуумная для ветчинных колбас Nadratowski MIX – 300V объем 300 л.
Мешалка Nadratowski MIX – 450V на 450 л для полукопченной или варено-копченной колбасы.

4. Шприц Frey F Line F266 – 2 шт., Frey F Line F200 – 1 шт.
для производства структурных колбас, порционных колбас, сосисок.

5. Клипсатор Poly-Clip FCA 3430-18 – 2шт. PDC 700-F – 1шт.
Куттер Cut Master V500HP (CFS) – 2 шт., Cut Master V325HP (CFS) – 1 шт.

6. Деликатесное отделение
6.1. Инъектор IR – 56 (Ruhle);
6.2. Массажер MGR - 900 (Ruhle);
6.3. Массажер MKR - 300 (Ruhle);
6.4. Шпигорезка SR-2Turbo (Ruhle).

7. Термическое отделение
7.1. Ориентировочно в зависимости от вида продукта 1 рама от 800 до 2000 кг/день. Около 35 рам, соответственно около 8 четырехрамных термодымовых камер, 1 двухрамная для мелкого ассортимента, жарочная печь – Fessmann.
7.2. Отделение ливерное – 2 котла по 400 л – Fessmann.

8. Отделение интенсивного охлаждения
2*4рамные камеры Fessmann.

Дополнительное:

1. Шкуросъемные машины Nock.
2. Рамы, палки.
3. Тележки 200 л.
4. Упаковочное оборудование.

Компания: **Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль»**

Пельменные короли: кто сколько стоит?

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.

В петербургских магазинах разных форматов можно найти пельмени не менее двадцати производителей. Все они имеют на удивление схожую красочную упаковку и совершенно разную стоимость.

Является ли высокая цена пельменей гарантией высокого качества и насколько строго изготовители продукции следуют собственным техническим условиям?

В поисках ответа Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль» решила закупить в розничной торговой сети восемь образцов пельменей.

Суть в начинке

На исследования образцы были отправлены в одну из самых авторитетных испытательных лабораторий – ФГУ «Тест – С.-Петербург». Здесь они оценивались по таким показателям, как «массовая доля белка», «массовая доля жира в фарше», «массовая доля фарша», состав фарша, внешний вид, запах и вкус.

Результаты экспертизы пельменей

Наименование продукта	Пельмени «Сам Самыч» с телятиной	Пельмени классические «Государь»	Пельмени «Равиолло» классические	Пельмени классические «Цезарь»
Производитель	ООО «Талосто-Продукт», СПб	ЗАО ПК «Корона», г. Боровичи	ООО «Равиоли», СПб	ООО «Морозко», СПб
Место закупки	«Квартал», ул. Марш. Говорова, 10	«Квартал», ул. Марш. Говорова, 10	«Агроторг», ул. Марш. Говорова, 16	«Семья», ул. Марш. Говорова, 14
Цена	68-90	114-90	86-00	252-00
Масса, г	450	750	450	1 кг
Дата изготовления	11.09.2010	17.09.2010	14.09.2010	15.09.2010
Нормативный документ (НД)	ТУ 9214-006-44361383-98	ТУ 9214-006-45259283-04	ТУ 9214-001-4436056-98	ТУ 9214-004-47955901-98
Внешний вид	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая
Вкус и запах	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха
Масс. доля белка (%) • по НД • фактически	не указано 17,2±0,9	не < 11,0 18,4±0,9	не нормируется 18,3±0,9	– 14,7±0,9
Масс. доля жира в фарше (%) • по НД • фактически	не > 18,0 10,3±0,7	не > 22,0 20,7±0,7	не > 26,0 13,5±0,7	не > 35,0 28,9±0,7
Масс. доля фарша (%) • по НД • фактически	не < 30,0 41,9±4,2	не < 33,0 42,4±4,2	не < 33,0 48,2±4,8	не < 35,0 42,7±4,2
Гистология (состав) по НД	Состав: мука пшеничная хлебопекарная в/с, телятина, растительный белок, сердце свиное, лук репчатый, соль, сухари панировочные, пищевые растительные волокна, молочно-белковая смесь, пряности, масло растительное, влагоудерживающий агент (Е451, Е450, Е452), усилитель вкуса и аромата (Е621)	Состав: мука в/с, говядина, растительный белок, лук, соль, специи	Состав: говядина, мука пшеничная, мука из твердой пшеницы, растительный белок, лук репчатый, специи, соль, влагоудерживающий агент Е450 и Е451, глутамат натрия, аскорбиновая кислота	Состав: мука пшеничная в/с, говядина, яйцо куриное, лук репчатый, соль поваренная пищевая, перец черный
Гистология фактически	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке
Соответствие НД	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует

Данные результаты экспертизы касаются исключительно конкретных образцов, представленных на экспертизу, а не всей аналогичной продукции данных предприятий-изготовителей.

По словам председателя СПБ ООП «Общественный контроль» Всеволода Вишневецкого, результаты экспертизы порадовали. Если в ходе лабораторных проверок прошлых лет специалисты выявляли нарушения по микробиологии и органолептике (вкус, запах, внешний вид), то на этот раз все образцы замороженных полуфабрикатов достойно прошли подобные испытания.

Но проверку по истинно пельменным показателям выдержали не все. Оказалось, что продукция разных производителей существенно отличается как по массовой доле фарша, так и по содержанию в нем жира и белка. Рекордсменом по содержанию начинки стали пельмени «Сибирские премиум» от компании «Сибирский деликатес» – 56,5% фарша. Практически наполовину состояли из фарша образцы продукции «Равиоли» и «Пищевого комбината «Русский продукт». Меньше всего начинки – около 28% выявлено в пельменях «Вкуснецкие» от компании «Петрохолод – пищевые технологии».

Мясо заменили жиром

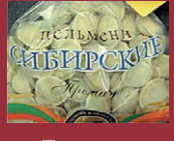
Несмотря на приличное содержание фарша, немного превышающее 48%, в пельменях «Колпинские» от компании «Русский продукт», в них оказалось мало белка – 8,9%. Впрочем, примерно столько же белка оказалось и в пельменях «Монастырские традиции» от «МПТК «Традиции».

В пельменях «Сибирские Премиум» компании «Сибирский деликатес» белок тоже оказался низким – 10,2%. В то же время, например, в пельменях «Равиолло», выпускаемых предприятием «Равиоли», содержание белка в начинке составило 18%.

Почему такая разница? Низкий белок говорит, в первую очередь, об использовании дешевого мяса. Также причиной может быть добавленная в фарш соя или сухари. У некоторых образцов низкий белок компенсирован более высокой массовой долей жира. Самой жирной оказалась начинка у пельменей «Вкуснецкие» – 30,3% жира и «Монастырские Традиции» – 23,1%. Самыми постными признаны пельмени «Сам Самыч» от компании «Талосто-Продукт» – всего 10,3% жира в фарше.

Вызывает удивление соотношение цена/качество пельменей «Цезарь» от «Морозко». При цене за 1 кг более 250 руб. массовая доля фарша составляет 42,7%, белка – 14,7%, при количестве жира 28,9%. За такие деньги потребитель вправе рассчитывать на более питательный продукт, не правда ли?.. МС

Результаты экспертизы пельменей

Наименование продукта	Пельмени «Монастырские Традиции»	 Пельмени «Сибирские Премиум»	Пельмени «Колпинские» классические	Пельмени «Вкуснецкие» классические
Производитель	ООО «МПК «Традиции», СПб	ООО «Сибирский деликатес»	ООО Пищевой комбинат «Русский продукт», СПб	ООО «Петрохолод – пищевые технологии», СПб
Место закупки	«Квартал», ул. Марш. Говорова, 10	«Семья», ул. Марш. Говорова, 14	«Квартал», ул. Марш. Говорова, 10	«Семья», ул. Марш. Говорова, 14
Цена	65-90	213-30	99-90	134-40
Масса, г	450	900	1 КГ	1кг
Дата изготовления	14.09.2010	16.09.2010	21.09.2010	29.09.2010
Нормативный документ (НД)	ТУ 9214-002-61064273-2009	ТУ 9214-001-5416013-04	ТУ 9214-001-77690618-2010	ТУ 9214-014-52159856-2010
Внешний вид	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая	Пельмени неслипшиеся, недеформированные, края хорошо заделаны, фарш не выступает, поверхность сухая
Вкус и запах	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха	Вареные пельмени имеют вкус и аромат, свойственные данному виду продукта. Фарш в меру сочный, с ароматом пряностей, без посторонних привкуса и запаха
Масс. доля белка (%) • по НД • фактически	– 8,9±0,9	– 10,2±0,9	– 8,9±0,9	не < 13,0 16,4±0,9
Масс. доля жира в фарше (%) • по НД • фактически	– 23,1±0,7	не > 13,5 **20,9±0,7**	не > 26,0 12,7±0,7	не > 15,0 **30,3±0,7**
Масс. доля фарша (%) • по НД • фактически	– 40,4±4,2	не < 50,0 56,5±5,6	не < 40,0 48,3±4,8	не < 30,0 **28,8±2,9**
Гистология (состав) по НД	Состав: мука пшеничная в/с, говядина, свинина, лук репчатый, соль, масло растительное, перец черный молотый	Состав: говядина, свинина, лук репчатый, молоко питьевое, соль поваренная, перец черный, чеснок. Тесто: мука пшеничная в/с, яйцо куриное, соль, масло растительное	Состав: мука пшеничная в/с, говядина, сердце говяжье, свинина, лук репчатый, молочный белок, сухари пшеничные, соль, вкусоароматические смеси на основе натуральных специй, яичный порошок, улучшители для теста, перец черный, пшеничная клейковина, ароматизатор «говядина», влагоудерживающий агент (Е450), усилитель вкуса (Е621), масло растительное	Состав: свинина, мука пшеничная хлебопекарная в/с, белок растительный немодифицированный, говядина, лук репчатый свежий, соль, специи. Пищевые добавки: усилитель вкуса – глутамат
Гистология фактически	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке	Состав фарша соответствует составу, заявленному на этикетке
Соответствие НД	НД не предоставл.	**Не соответствует** по масс, доле жира	**Не соответствует**	**Не соответствует**

Данные результаты экспертизы касаются исключительно конкретных образцов, представленных на экспертизу, а не всей аналогичной продукции данных предприятий-изготовителей.

Авторы:

Игорь Демин,
директор «ЦСБ-Систем» в России

Герман Шальк,
член правления акционерного общества «CSB-System AG»

Компания: **CSB-System в России**

127434 г. Москва
ул. Пятницкая, 73
тел: +7 (495) 64-15-156,
факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская, 22, офис 423
тел.: +7 (812) 44-94-263,
факс: +7 (812) 44-94-264

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

Предприятие Veviba на успешном курсе

Veviba – это успешное и самое известное мясоперерабатывающее предприятие на территории Бельгии, которое производит продукцию наивысшего качества и достигло ежегодного оборота в размере 150 млн евро. На производстве занято около 300 сотрудников, работающих на двух предприятиях в разных местах Бельгии. Каждый день Veviba выпускает более 30 тыс. упаковок полуфабрикатов из говядины, которые пользуются большой популярностью у потребителей.

Принадлежащее к бельгийской группе (Verbist-Gruppe) предприятие является единственным в своем роде в странах Бенилюкса, так как здесь все реализуется в одной фирме – выращивание скота, убой, обвалка и жиловка, включая упаковку. Кроме предприятия Veviba, к группе фирм Verbist принадлежат предприятие по переработке диких животных – «Wildverarbeitungsberieb Giber d´ardenne», а также предприятие по переработке птицы – «Pouler d´ardenne».

Выбор в пользу CSB-System

Стремительно растущее и развивающееся предприятие восемь лет назад начало поиск ERP-решения, так как быстрый рост требовал сквозной автоматизации и оптимизации процессов. Предприятие «Veviba» искало программное обеспечение для управления процессами на предприятии, которое бы детально учитывало логистическую цепь мясоперерабатывающего предприятия. Кроме того, руководство ставило задачей полностью интегрировать все этапы производства и объединить в единую систему все предприятия, входящие в концерн.

После тщательного сравнения и посещения референтных предприятий «Veviba» приняло решение на установку Бизнес-IT-решения, представленное фирмой CSB-System. Основанием послужило то, что CSB-System предлагает решение, которое полностью соответствует всем требованиям для мясоперерабатывающей промышленности.

«Во всем мире ведущие предприятия мясной отрасли используют систему CSB. Это и было решающим показателем для принятия нашего решения», – рассказывает **IT-руководитель Кевин Тернест**.

Комплексное решение

Процесс внедрения программного обеспечения, в первую очередь, начался с установки системы для управления процессами продаж. Следующими этапами внедрения системы стали такие модули, как убой, снабжение, прослеживаемость, управление качеством, склад, разделка, производство, бухгалтерия, учет рабочего времени и логистика готовой продукции. В кротчайшие сроки комплексное решение было введено в эксплуатацию: «Внедрение проходило великолепно, и поддержка со стороны CSB-System была абсолютно безукоризненной», – сообщает Кевин Тернест. В начале 2010 года на участке комплектации заказов была реализована система логистики, вследствие чего производительность комплектации заказов увеличилась втрое при неизменившемся количестве персонала, а также значительно сократилось время комплектации заказов.

Индивидуальные пользовательские интерфейсы и визуализация процессов с интеграцией оборудования – дополнительные преимущества системы CSB.

«Наши инвестиции, как раз, в области комплектации заказов окупилась в самые короткие сроки», – рассказывает с гордостью Кевин Тернест.

Полная интеграция и управление конвейерной и роботизированной техникой в едином программном решении.

Модуль M-ERP позволяет использовать всю функциональность системы на мобильных устройствах.

При поддержке CSB-System IT-решение используется в совокупности на 95-ти рабочих местах. Предприятие «Veviba» оптимизировало все процессы: разведение животных – 8 тыс. животных, выращиваемых в собственных 16-ти хозяйствах по разведению крупного рогатого скота, где телята непосредственно при рождении идентифицируются ушной биркой, убой, переработку и упаковку, склад и отгрузку продукции, менеджмент и администрацию.

«Система CSB помогает нам организовать нашу работу гораздо эффективнее. С повышением степени автоматизации мы смогли значительно сократить издержки, особенно за счет быстрого доступа к актуальным производственным данным и возможности их анализа в режиме онлайн», – объясняет IT-руководитель Кевин Тернест. Также два дочерних производства – «Giber d´ardenne» и «Pouler d´ardenne» –объеденены в систему CSB так, что вся группа предприятий работает на одном Бизнес-IT-решении.

Бельгийское мясное предприятие управляет всеми процессами при помощи CSB-System.

Эффективное планирование производства

Именно на производственных участках предприятия мясной отрасли сталкиваются со сложными задачами. Производственные процессы должны быть в любое время прозрачны и эффективны. Поэтому на предприятии «Veviba» было внедрено производственное планирование, которое обеспечивает своевременные, надежные и ориентированные на потребности покупателя производственные процессы. Руководитель производства имеет возможность сегодня в любое время быстро и в деталях посмотреть все производственные показатели. У предприятия Veviba таким образом в любое время имеется обзор по производимым объемам, времени обработки заданий и загруженности оборудования. Вследствие этого возможно непрерывное улучшение процессов и повышение конкурентоспособности.

«В ближайшее время мы хотим получать еще более детальный обзор по процессам разделки и производства и, прежде всего, параметры контроля качества. Мы осуществим это с помощью системы CSB», – поделился Кевин Тернест планами на будущее.

Оптимальная и эффективная прослеживаемость

Одно из самых важных преимуществ, которые дает применение системы CSB, – это полная прослеживаемость партий продукции предприятия Veviba: от выращивания до расфасованного мяса на прилавке в магазине. Предприятие Veviba, за счет использования системы CSB, имеет доказательство сквозного пути продукта, который он прошел, начиная от производителя, через различные этапы торговли и переработки до поступления его к конечному потребителю. При этом рациональный, полный учет возможен только при помощи интеграции всех процессов материально-технического снабжения и товарного хозяйства. Колоссальный эффект, который достигается в области прослеживаемости с интегрированным комплексным ERP-решением фирмы CSB-System, очевиден. Таким образом, возможно, например, снижение рисков за счет данных, какие партии каким клиентам были доставлены. К этому добавляется прозрачное управление производственными партиями для еще большей надежности процессов и безопасности продукта, а также интегрированное отображение всей цепи товаропроизводства от поступления сырья через складское хозяйство, производство, упаковку, комплектацию заказов и до отгрузки товара.

Разносторонняя польза системы

Предприятие «Veviba» выигрывает в высшей степени от применения интегрированного ERP – отраслевого программного обеспечения фирмы CSB-System. В области аппаратной периферии было достигнуто сокращение субсистем за счет использования интегрированного Control-and Configuration-Manager (CCM) во всех областях проекта. Это дало возможность бельгийскому мясопроизводителю значительно сократить административные и производственные расходы. На всех имеющих соответствующие права рабочих местах ERP имеется доступ в любое время к детальным производственным и складским данным. Таким образом, возможна простая и касающаяся нескольких направлений системная коммуникация. Дополнительное значимое преимущество дает эффективная обработка заказов клиентов – маркировка и комплектация заказа – за один рабочий шаг.

Результатом этого является меньшая потребность в персонале и снижение производственных издержек на предприятии Veviba: «Также на будущее у нас есть еще планы постоянного повышения степени автоматизации нашего предприятия при помощи информационных технологий. Для осуществления этого мы будем и в дальнейшем сотрудничать с уже хорошо себя зарекомендовавшим и надежным нашим IT-партнером – CSB-System», – подвел итог Кевин Тернест, IT руководитель предприятия Veviba. Р

Автор:

Денис Пилипенко,
коммерческий директор
компании «Клин Тим»,
www.cleanteam.ru

Особенности национального клининга

За границей первые полировочные машины, а точнее агрегаты, появились в 1950-е годы и представляли собой практически неподъемную стальную конструкцию, с рукоятками огромных размеров, основанием из ткани и, если повезет, воском для полировки. В нашей стране до 1990-х годов с уборкой все обстояло гораздо проще: тряпка, цинковое ведро, хлор. Остальное - непозволительная буржуазная роскошь.

«Прощай немытая Россия…»

Специалисты выделяют три причины появления клининговых услуг в России. Первая связана со строительством новых зданий, отделанных современными материалами, уход за которыми можно было доверить только профессионалам.

Вторая причина – в обиход вошло понятие имидж, на который не в последнюю очередь влияет уровень содержания здания и оборудования, принадлежащих предприятию.

Третьей причиной стало появление в России иностранных компаний, которые уже привыкли к услугам клининговых фирм у себя на родине.

На новый спрос ответили частные предприниматели, которые начинали свой бизнес практически с нуля, а также иностранные клининговые компании. Конечно, не сразу все шло гладко. Для многих клининг до сих пор в диковинку, но рынок развивается быстрыми темпами, и его рост на сегодняшний день составляет примерно 30-40%. Так, в 2010 году в Петербурге, по данным ряда исследований, насчитывалось около 350 компаний, которые занимаются профессиональной уборкой, тогда как в 2007 году их было в 1,5-2 раза меньше. В основном к ним относятся представители малого и среднего бизнеса.

Рынок чистоты

Клининговые компании, как правило, представляют широкий ассортимент услуг, куда входят:

• Ежедневная комплексная уборка.

Преимуществом данной услуги, оказываемой профессионалами, является высокое качество выполняемых работ, что в немалой степени обуславливается применением специализированных химических моющих средств, постоянное присутствие на объекте квалифицированного персонала, быстрая реакция клининговой компании на изменение обстановки.

• Генеральная уборка.

Обычно проводится 1-2 раза в год и включает в себя комплексную уборку и уборку труднодоступных мест.

• Комплексная уборка после строительства или ремонта.

В процессе уборки происходит удаление строительной пыли с любых поверхностей, включая стены, мытье окон, подоконников, мытье и дезинфекция санузлов, душевых комнат, а также чистка твердых полов всех видов.

- Мойка окон и фасадов зданий.

На окнах и фасадах постоянно накапливаются уличная пыль, копоть, грязь. Страдает не только внешний вид здания, но и работающие здесь люди, так как снижается светопропускаемость окон, которая, согласно технике безопасности, должна находиться на определенном уровне. Поэтому специалисты рекомендуют мыть окна как минимум два раза в год.

- Уборка во время и после проведения торжественных мероприятий.
- Химическая чистка текстильной обивки мебели.
- Работы по чистке ковровых покрытий.

Чистка может выполняться различными методами. При выборе метода необходимо учитывать тип коврового покрытия, пол, на котором он лежит, длину ворса и многое другое. Профессионалы могут использовать сухую чистку пылесосом, глубокую химическую чистку машинным способом, удаление трудно выводимых пятен и жевательной резинки, а также пенную чистку покрытия.

- Обработка и уход за различными типами полов.

При выполнении работ по уходу за полами учитывается тип поверхности, степень загрязненности, проходимость места, допустимый вид защитного покрытия для данного пола. При надлежащем уходе за материалом срок его использования продлевается. Для того чтобы полы служили как можно дольше, рекомендуется применять следующие технологии: интенсивная чистка пола и удаление пятен, нанесение защитного полимерного покрытия, полировка высокоскоростной машиной, кристаллизация.

- Работы по чистке светильников и люстр.
- Уборка внешней территории.

При уборке внешней территории определяющее значение имеет сезон, во время которого выполняются работы. В этот вид уборки входит подметание/посыпание скользких участков антигололедным реагентом, уборка листвы/снега, очистка урн.

- Уход за газонами и зелеными насаждениями.
- Высотные работы любой сложности, включая метод промышленного альпинизма.

Сотрудники, которые работают методом промышленного альпинизма, обязательно должны иметь необходимые допуски и сертификаты.

Перспективы роста

На сегодняшний день к услугам клининговых компаний в мясоперерабатывающей промышленности обращаются как предприятия с иностранным капиталом, так и отечественные производители. Ведь для предприятий пищевой промышленности важнейшей задачей является выпуск продукции, безукоризненной с точки зрения органов санитарно-эпидемиологического контроля.

В спецификацию клининговых услуг мясоперерабатывающего предприятия входят: ежедневная уборка производства, мойка оборудования и помещений, а также обработка поверхностей и оборудования дезинфицирующими средствами.

Пищевая среда – идеальное место для распространения вредных бактерий, поэтому на предприятиях пищевой промышленности востребованы специализированные виды работ, такие как дезинфекция – уничтожение различных грибков, дезинсекция – обработка зданий, помещений и территорий от вредных насекомых, дератизация – обработка от вредных грызунов.

«Для многих клининг до сих пор в диковинку, но рынок развивается быстрыми темпами, и его рост на сегодняшний день составляет 30-40%».

Вообще надо сказать, русский клининговый бизнес за 15-18 лет своего существования достиг многомиллионных оборотов. Дальнейший рост, как и прежде, будет зависеть от объемов строительства и степени доверия к клининговым компаниям. И если первый фактор впечатляет своими масштабами, то второй зависит от роста доверия в российском обществе и на рынке страны в целом.

Каждому руководителю предстоит выбрать – думать о клининге, как о банальной уборке, или превратить его в инструмент повышения качества производства и эффективности бизнеса. МС

реклама

АНТЕС
www.antes.ru
ЗАЩИТНАЯ ОДЕЖДА
для мясной промышленности
EUROFLEX®
Германия
Кольчужные перчатки
WAVE comfort
Полностью металлическая перчатка, в т.ч. ремешок
Соответствие высоким гигиеническим стандартам
Возможность обработки в стерилизаторе
Хорошая эргономика
Прочность и эластичность
Универсальность для левой и правой руки
Индивидуальный серийный номер у каждого изделия
Гарантия 24 месяца

Без манжеты

Манжета 8 см
NEW!

Манжета 15 см

Манжета 19 см
141080, Московская обл., г. Королев, проспект Космонавтов, д. 43 б
Телефон: (495) 500-4-500, 500-4-100,
Факс: (495) 500 -4-195,mail@antes.ru
г.Санкт-Петербург +7(812) 332-27-53
г.Воронеж +7(4732) 39-95-73
г.Казань +7(917) 272-53-26
г.Волгоград +7(917) 339-27-93
г.Ростов-на-Дону +7(863) 230-43-85
г.Екатеринбург +7(343) 345-02-67
г.Новосибирск +7(383) 211-96-99
г.Иркутск +7(3952) 47-26-85

Автор: **Алексей Сапелов,** специалист отдела гигиены перерабатывающей промышленности

Компания: **«РАБОС Интернешнл»** тел.: (495) 785-71-21 e-mail: inter.clean@rabos.ru www.RABOS.ru

Эффективный уход за инъекционным оборудованием

Обрести преимущество в конкурентной борьбе невозможно без выпуска качественной продукции. Для этого необходимо хорошее сырье, внедрение инновационных технологий, использование герметичной упаковки. Однако все эти факторы играют свою роль лишь при соблюдении санитарии и гигиены на производстве.

Особенно высокие санитарные требования предъявляются к оборудованию и поверхностям, имеющим непосредственный контакт с продуктом в процессе производства. В пищевой промышленности широко распространена технология инъецирования продукции многокомпонентными рассолами. Соответственно, оборудование, используемое в данном процессе (инъектор), нуждается в правильном уходе.

Довольно часто производитель пренебрегает качественной очисткой инъектора. В результате, в иглах и системе подачи рассола образуются твердые пористые отложения – известковый налет или «водный камень». Минеральные отложения, постепенно скапливаясь на внутренних стенках полой иглы, закупоривают ее и препятствуют свободному прохождению рассола по системе. Это приводит к повышению давления в свободных иглах и неравномерному распределению рассола в продукте, что может привести к разрывам мышечной ткани в процессе инъецирования. Помимо этого, при закупоривании игл и повышении давления в системе, происходит нагрев рассола, что напрямую способствует увеличению микробиологической обсемененности. В результате возникает брак продукции.

Образовавшийся минеральный налет, задерживает и накапливает в своей пористой структуре органические загрязнения – компоненты рассолов, частицы сырья. Эти загрязнения являются питательной средой для развития опасных галофильных и галотолерантных (устойчивых к высоким концентрациям солей) микроорганизмов. Попадая в толщу продукта вместе с рассолом, эти микроорганизмы продолжают развиваться и проявляют устойчивость в процессе термической обработки, снижая при этом органолептические показатели и сроки хранения продукции.

Если производитель пренебрегает качественной очисткой инъектора, в иглах и системе подачи рассола образуется известковый налет или «водный камень».

Традиционно для промывки системы инъектора производители используют горячую воду или бытовые моющие средства. Данные средства очистки не могут качественно удалить белковые и жировые загрязнения, а тем более минеральные отложения. Как правило, производитель вынужден проводить очистку игл инъектора от минеральных отложений, демонтируя блок игл с последующим замачиванием их в кислотном растворе. А это долгий и весьма трудоемкий процесс, который можно предотвратить, используя современные, высококачественные средства.

Иглы инъектора требуют эффективной очистки.

Компания «РАБОС Интернешнл» предлагает эффективную программу по уходу за инъекционным оборудованием с использованием профессиональных моющих и дезинфицирующих средств компании «CID LINES». Эта программа успешно применяется на предприятиях разных отраслей, использующих технологию инъецирования.

Очистка проходит в два этапа. Первый этап – удаление органических загрязнений щелочным средством ДМ СИД. Это дезинфицирующее средство с моющим эффектом, включающее в себя комплексообразующие, диспергирующие, связывающие присадки, стабилизаторы и ингибиторы коррозии. Средство ДМ СИД удаляет стойкие белковые и жировые загрязнения, предотвращает образование минеральных отложений, обеспечивает низкую бактериальную обсемененность. Используется в низких концентрациях (0,5-1%) и низких температурных режимах (30-60° С), легко и быстро смывается, экономично в использовании.

Второй этап очистки – это удаление минеральных отложений «водного камня» кислотным средством ФО СИД. В составе препарата – комбинация кислот, а также диспергирующие, суспензирующие и связывающие присадки, которые в условиях применения рабочего раствора не повреждают качественную сталь оборудования, резиновые сочленения и могут быть использованы для обработки деталей из алюминия и пластмасс.

Средство ФО СИД удаляет стойкие минеральные и железистые отложения с внутренних поверхностей технологического оборудования, используется в низких концентрациях (0,5-1%) и температурных режимах (30-60° С).

Таким образом, очистка оборудования препаратами CID LINES, позволит мясоперерабатывающему предприятию сохранить оборудование в хорошем состоянии, увеличить срок его эксплуатации, а также сократить энергозатраты, экономично используя финансовые ресурсы. МС

ДМ СИД

DM CID

ДЛЯ АВТОМАТИЧЕСКОЙ МОЙКИ В ЗАКРЫТЫХ СИСТЕМАХ (CIP)

- комбинированное беспенное моющее средство с дезинфицирующим эффектом,
- применяется для внутренней очистки оборудования,
- удаляет стойкие белковые и жировые загрязнения,
- предотвращается отложение минеральных солей,
- бережное отношение к поверхностям, не повреждает сталь, пластик, резину.

inter clean

ООО «РАБОС Интл.»
142784, Московская область, Ленинский р-н,
пос. Московский, а/я 14
Тел. (495) 785-71-21, факс (495) 785-71-25
www.RABOS.ru

реклама

Компания: **ООО «НПФ “Геникс”»**
424006, РМЭ, г. Йошкар-Ола,
ул. Крылова, д. 26
тел.: +7 (8362) 64-00-38
e-mail: sbit@geniks.ru
www.geniks.ru

Чистота – залог успеха

При неграмотном осуществлении санитарно-гигиенических мероприятий на пищевом производстве происходит интенсивное микробное обсеменение продукции, ее быстрая порча, что может нанести вред здоровью населения, привести к экономическому ущербу и, как следствие, потере имиджа предприятия.

Безупречные санитарные условия могут быть обеспечены правильным выбором эффективных моющих и дезинфицирующих средств с учетом характера и степени загрязнений, типа оборудования и условий проведения процесса пищевого производства.

Научно-производственная фирма «Геникс» с 1992 года успешно работает в области обеспечения чистоты и дезинфекции, специализируясь на разработке и производстве моющих и моюще-дезинфицирующих средств серии «Ника».

Для нужд мясоперерабатывающей промышленности НПФ «Геникс» предлагает спектр моющих и дезинфицирующих средств, эффективно решающих проблемы предприятий данной отрасли.

За последние 11 лет хорошо зарекомендовало себя дезинфицирующее моющее средство «Ника-2». Оно предназначено для комплексной мойки и дезинфекции технологического оборудования, транспортеров, куттеров, лотков, трубопроводов, противней, разделочных столов и т. д., а также стен, полов, санитарно-технического оборудования. Применяются рабочие растворы 2% концентрации при температуре 50° С, время обработки – 20 минут. Методы: протирание, погружение, орошение.

Новинка НПФ «Геникс» – щелочное пенное моющее средство с дезинфицирующим эффектом «Ника-2П (пенное)» используется для комплексной санитарной мойки и дезинфекции различных поверхностей: нержавеющая сталь, керамика, стеклоэмаль, пластмассы. Удаляет загрязнения, в том числе застарелые, масло-жирового, белкового, органического происхождения, сажу, копоть, пыль, грязь. Уничтожает бактерии, плесень, дрожжевые грибы и предотвращает их рост. Наличие пенных добавок в составе средства позволяет с помощью специального оборудования – пеногенератора – создавать стабильную пену, способную долго удерживаться на вертикальных поверхностях. Пенная технология обеспечивает качественную и эргономичную очистку и дезинфекцию поверхностей даже в труднодоступных местах. Рекомендуемая концентрация рабочего раствора 1-2% в зависимости от объекта и вида санитарной обработки, pH (1%) – 12,0.

С 2008 года арсенал моющих средств для пищевой промышленности пополнился еще двумя продуктами – высокощелочными моющими средствами «Ника-КМ»(пенное) и «Ника-КМ» (беспенное).

Пенный вариант рекомендуется использовать для очистки большинства видов термокамер, дымогенераторов, котлов для варки, жаровочных шкафов, фритюрниц, грилей, калориферов, рам, тележек на предприятиях мясоперерабатывающей промышленности. Средство эффективно справляется с особо стойкими отложениями дымовой смолы, копоти, нагара, жира и белка с любых твердых поверхностей из щелочностойких материалов (нержавеющая сталь, керамика, пластмасса). «Ника-КМ» (пенное) содержит в своем составе натриевую щелочь, комплекс ПАВ, комплексообразователь и обладает высоким смачивающим, эмульгирующим и обезжиривающим действием даже при отсутствии горячей воды. Работает в воде любой жесткости. Эффективно при низких концентрациях (3-5%).

Новинка НПФ «Геникс» – щелочное пенное моющее средство с дезинфицирующим эффектом «Ника-2П (пенное)».

«Ника-КМ» (беспенное) предназначено для мойки некоторых видов термокамер, техническая документация которых предполагает автоматическую беспенную технологию мойки. Средство по назначению и химическому составу схоже с пенным аналогом, но содержит пеногаситель.

Требования, предъявляемые к дезинфицирующим средствам в мясоперерабатывающей промышленности, диктуются особенностью отрасли: широкий спектр микробиологического действия, экологическая и токсикологическая безопасность, хорошая смываемость с обрабатываемой поверхности, эргономичность и быстродействие, щадящее действие на обрабатываемые материалы.

Вся продукция фирмы «Геникс» изготовлена из высококачественного и экологически безопасного сырья. «НПФ «Геникс» заботится о качестве своей продукции и постоянно стремится к ее улучшению. Система менеджмента качества сертифицирована по стандартам ГОСТ Р ИСО 9001-2008. Все средства, производимые «Геникс», имеют инструкции по применению, разработанные в отраслевых институтах пищевой отрасли, санитарно-гигиенические заключения. Дезинфицирующие средства имеют сертификаты соответствия и регистрационные удостоверения. Р

выставки **MVK** www.mvk.ru

ufi Approved Event · FEFCO · PAC · ulade · WORLD PACKAGING ORGANISATION

РОСУПАК

16 МЕЖДУНАРОДНАЯ специализированная выставка

14–18 июня 2011

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо», павильон 1

Главная упаковочная выставка России и Восточной Европы

Контакты дирекции:
Тел. +7 (495) 925-34-81, E-mail: knv@mvk.ru

www.rosupak.ru

Организатор:
ЗАО «Международная Выставочная Компания»
MVK® Международные выставки

Под патронатом:
Правительства Москвы
Торгово-промышленной палаты РФ

При поддержке:
Московской торгово - промышленной палаты
МТПП

Генеральные информационные спонсоры:
TARA I UPAKOVKA · UNIPACK.RU

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЗАО «МВК»: **МВК УРАЛ:** (343) 371-24-76, **МВК ВОЛГА:** (843) 291-75-89

на правах рекламы

Автор: **Александр Кирасиров,**
руководитель департамента аудита
компании «САФИ Консалтинг»

Льготы для бизнеса: жить стало веселей

Глава Минфина РФ Алексей Кудрин: *«Не весь малый бизнес, а только тот, который связан с производством и социальным направлением, получит дополнительный переходный период и пониженные страховые платежи»*

Чиновники где-то тоже предприниматели: их постоянно гложет мысль, что бы еще предпринять в отношении малого бизнеса?.. Представляем обзор наиболее значимых изменений, произошедших в законодательстве для малого и среднего бизнеса, в течение прошлого года.

Уже с самого начала 2010 год грозил предпринимателям многочисленными законодательными нововведениями, способными существенно изменить их правовое положение, причем далеко не в лучшую сторону. Надо отдать должное законодателям: реализоваться удалось лишь некоторым планам по ухудшению финансового положения налогоплательщиков. Из не вышедших в тираж инициатив – введение прогрессивной шкалы НДФЛ, повышение пенсионного возраста, увеличение количества рабочих часов и принятие закона о налоге на так называемую «роскошь». Между тем, сидеть сложа руки отечественные законотворцы не привыкли, и перечень правовых поправок, затрагивающих малый и средний бизнес, оказался достаточно объемным. Не осталось в стороне и Правительство РФ.

В первую очередь, коснемся вопроса повышения тарифов страховых взносов, который волновал предпринимателей в течение всего года. В 2010 году размеры для увеличения пенсий и модернизации системы здравоохранения обязательные страховые взносы с предпринимателей были увеличены. Выступая с Посланием к Федеральному Собранию 30 ноября 2010 года, президент России Дмитрий Медведев говорил о необходимости смягчить отрицательные послед-

ствия этой меры для малого и среднего бизнеса и установить двухлетний переходный период, в течение которого ставка обязательных страховых взносов не будет превышать 26%. **Глава Минфина РФ Алексей Кудрин** пояснил: «В выступлении, которое прозвучало, указано, что не весь малый бизнес, а только тот, который связан с производством и социальным направлением, получит дополнительный переходный период и пониженные страховые платежи». При этом, по словам Кудрина, государство компенсирует страховым фондам выпадающие доходы от льгот малому бизнесу.

Дмитрий Медведев 28 декабря подписал **закон «О внесении изменений в статью 58 ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» и статью 33 ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»**.

Документ внес дополнение, предусматривающее возможность применения льготных тарифов организациями и индивидуальными предпринимателями, применяющими УСН, основным видом деятельности которых является производство пищевых продуктов, машин и оборудования, текстильное и швейное производство, образование, строительство и т. д. (всего перечень содержит 36 позиций).

Для указанных лиц на 2011 год устанавливается пониженный тариф страховых взносов в ПФР – 18% (общий тариф – 26%). В остальные фонды размеры страховых взносов не изменятся и составят: в ФСС РФ – 2,9%, ФФОМС – 3,1%, ТФОМС – 2,0%. В 2012 году размеры тарифов сохранятся. При этом взносы в Фонд обязательного медицинского страхования с 2012 года будут уплачиваться только в ФФОМС.

Для признания соответствующего вида экономической деятельности основным доля доходов от реализации продукции (оказания услуг) должна составлять не менее 70% общего объема. Подтверждать соответствие основного вида экономической деятельности установленному критерию необходимо в порядке, определенном федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социального страхования.

В тот же день Дмитрий Медведев подписал **Федеральный закон «О внесении изменения в статью 5 ФЗ «Об аудиторской деятельности»**, которым с 1 января 2011 года существенно повышаются финансовые показатели деятельности организаций, при которых проводится обязательный аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности. Изменения, внесенные в закон «Об аудиторской деятельности» применяются к отношениям, которые возникнут при проведении аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций, начиная с документов за 2010 год.

Теперь обязательный аудит должен проводиться, если объем выручки от продажи продукции (оказания услуг) предприятия за предшествующий отчетному год превышает 400 млн руб. (ранее – 50 млн руб.) или сумма активов бухгалтерского баланса по состоянию на конец предшествовавшего отчетному году превышает 60 млн руб. (ранее - 20 млн руб.).

«Из не вышедших в тираж инициатив – введение прогрессивной шкалы НДФЛ, повышение пенсионного возраста, увеличение количества рабочих часов, налог на “роскошь”».

СПРАВКА:

В зависимости от средней численности работников за предшествующий календарный год субъекты малого и среднего предпринимательства подразделяются на три категории:

- микропредприятия (как вид малых предприятий) – до 15 человек включительно;
- малые предприятия – до 100 человек включительно;
- средние предприятия – от 100 до 200 человек включительно.

Одним из условий отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства является величина выручки от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС за предшествующий календарный год, которая не должна превышать предельные значения, установленные Правительством РФ для каждой категории указанных субъектов. В настоящее время действует Постановление Правительства РФ от 22.07.2008 г. № 556, предусматривающее следующие предельные значения:

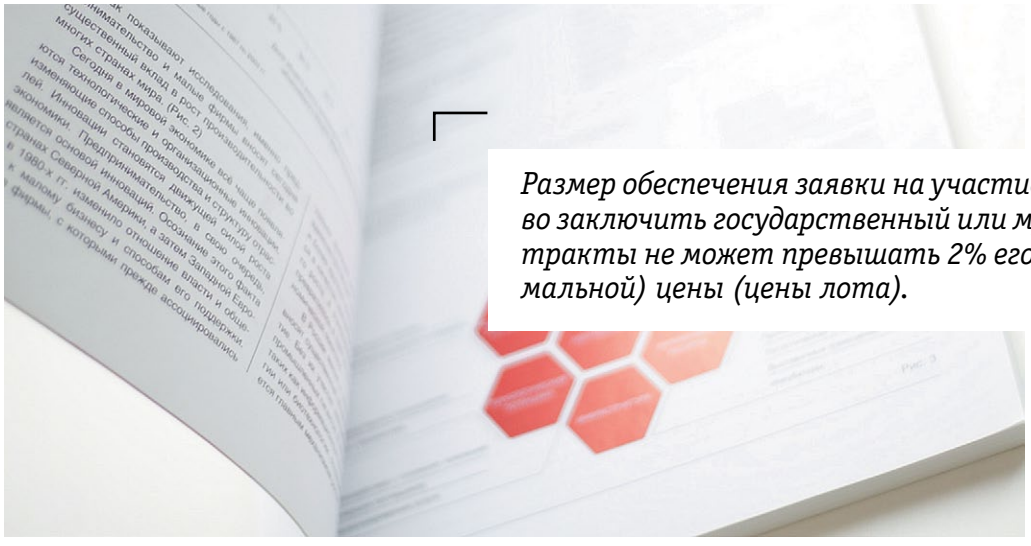
- для микропредприятий – 60 млн руб.;
- малых предприятий – 400 млн руб.;
- средних предприятий – 1000 млн руб.

Под нововведение не подпадают органы государственной власти и местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения и унитарные предприятия, сельскохозяйственные кооперативы и их союзы.

Комментируя принятие закона об изменении критериев обязательного аудита, **заместитель председателя комитета Госдумы по финансовому рынку Лиана Пепеляева** пояснила: «... безусловно, его принятие позволит сократить расходы малого предпринимательства на проведение аудита, а ведь это существенные суммы. И это не единственная мера, направленная на развитие малого предпринимательства. Так, Госдумой был принят закон о льготных тарифах страховых взносов, который на последующие два года (2011-2012 гг.) устанавливает для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, страховые взносы в размере 26%, тогда как для всех остальных организаций с 2011 года эта ставка будет повышена до 34%».

В ноябре вступил в силу **Федеральный закон «О внесении изменений в ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»**.

В соответствии с поправками при размещении заказов у субъектов малого предпринимательства размер обеспечения заявки на участие в конкурсе (аукционе или открытом аукционе в электронной форме) на право заключить государственный или муниципальный контракты не может превышать 2% его начальной (максимальной) цены (цены лота). Для других хозяйствующих субъектов размер обеспечения



Размер обеспечения заявки на участие в конкурсе на право заключить государственный или муниципальный контракты не может превышать 2% его начальной (максимальной) цены (цены лота).

заявки на участие в конкурсе или аукционе не изменился – не более 5% начальной цены контракта.

По мнению законодателя, это будет способствовать более активному участию субъектов малого предпринимательства в государственных и муниципальных закупках через упрощение доступа к процедурам размещения заказов.

По оценкам Росстата, если бы данное снижение процента обеспечения заявки произошло ранее, оно бы, например, позволило в первом полугодии 2009 года, сохранить в обороте малых предпринимателей более 1,5 млрд руб.

Кроме этого, закон внес уточнения, устраняющие неоднозначное толкование законодательных положений в части применения способов размещения заказа малым бизнесом – установлено, что субъекты малого предпринимательства могут участвовать в размещении заказа как в просто открытых аукционах, так и в открытых аукционах в электронной форме.

Федеральный закон от 02.06.2010 г. «О внесении изменения в статью 10 ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» продлил действие льготного порядка приватизации малым и средним бизнесом арендуемой недвижимости, находящейся в собственности субъектов РФ или муниципалитетов, на три года – до 1 июля 2013 года.

«Этот год не сулит ничего хорошего: налоговое бремя на малый и средний бизнес не уменьшится».

Сам закон о льготной приватизации вступил в силу в августе 2008 года и действовал до 1 июля 2010 года, т. е. прежний срок его действия пришелся на период финансово-экономического кризиса, что не позволило предпринимателям в полной мере им воспользоваться. Один из авторов документа – глава думского комитета по собственности Виктор Плескачевский – отмечал, что за время действия закона о льготах по выкупу арендуемого имущества малые и средние предприниматели выкупили лишь 8,5 тыс. помещений, что составляет меньшую часть от общего количества.

Постановлением Правительства от 23.10.2010 г. «О внесении изменений в Правила представления уведомлений о начале осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности и учета указанных уведомлений» с 1 января 2011 года упрощен порядок представления уведомлений о начале предпринимательской деятельности.

В соответствии с Федеральным законом «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» отдельные виды предпринимательской деятельности (в частности, розничная торговля, производство хлебобулочных и кондитерских изделий) могут осуществляться без предварительного разрешения соответствующих органов исполнительной власти – при условии их уведомления о начале предпринимательской деятельности.

В правила представления таких уведомлений, утвержденные Правительством в.2009 году, внесены изменения, в соответствии с которыми с 1 января 2011 года отменяется обязанность прилагать к уведомлению копию выписки из Единого государственного реестра юридических лиц или из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей, а также копию свидетельства о постановке юридического лица или индивидуального предпринимателя на учет в налоговых органах.

Кроме этого установлено, что уведомление можно будет представлять в виде электронного документа, подписанного электронной цифровой подписью заявителя. При его направлении в виде электронного документа днем подачи будет считаться день регистрации в системе электронного документооборота уполномоченного органа. В виде электронного документа в уполномоченный орган можно будет также представлять сведения об изменении места нахождения юридического лица, места фактического осуществления его деятельности, его реорганизации, об изменении места жительства индивидуального предпринимателя или места осуществления им предпринимательской деятельности.

Правительство России 21.08.2010 г. приняло **Постановление «Об имущественной поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства при предоставлении федерального имущества»,** которое впервые позволит сформировать перечень федерального имущества, предназначенного для предоставления в аренду малому и среднему бизнесу.

Закон о развитии малого и среднего предпринимательства предусматривает, что органы власти вправе утверждать перечни государственного и муниципального имущества, свободного от прав третьих лиц (кроме имущественных прав субъектов малого и среднего бизнеса). Объекты, включенные в перечни, нельзя отчуждать в частную собственность. Они должны предоставляться указанным субъектам и организациям, образующим инфраструктуру их поддержки, в долгосрочную аренду.

В связи с этим Росимущество уполномочено формировать, утверждать, вести и публиковать перечни федеральной недвижимости (кроме земельных участков), свободной от прав третьих лиц. Агентство предоставляет ее МСБ в долгосрочную аренду.

Утвержденные Росимуществом перечни, содержащие информацию о продаже государственного или муниципального имущества (срок – 10 дней со дня утверждения), публикуются в СМИ, а также размещаются в Интернете (срок – три дня).

Приказом Минфина РФ от 08.11.2010 г. № 144н «О внесении изменений в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету» упрощен порядок ведения бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства.

Внесены дополнения в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету, в том числе: ПБУ 9/99 «Доходы организации», ПБУ 10/99 «Расходы организации», ПБУ 16/02 «Информация по прекращаемой деятельности», ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений», ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации», ПБУ 15/2008 «Учет расходов по займам и кредитам», ПБУ 2/2008 «Учет договоров строительного подряда», ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности».

В частности, малому бизнесу, за исключением эмитентов публично размещаемых ценных бумаг, предоставлено право признавать выручку по мере поступления денежных средств от покупателей, даже если право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию не перешло от организации к покупателю или работа не принята заказчиком. Ранее при несоблюдении данного условия в учете организации признавалась кредиторская задолженность, а не выручка. Все расходы по займам малые компании вправе признавать «прочими расходами» (по общему правилу часть таких расходов подлежит включению в стоимость инвестиционного актива).

Кроме того, разрешено не применять ПБУ 16/02 «Информация по прекращаемой деятельности» и ПБУ 2/2008 «Учет договоров строительного подряда».

Установлено, что новые правила подлежат применению при составлении годовой бухгалтерской отчетности за 2010 год.

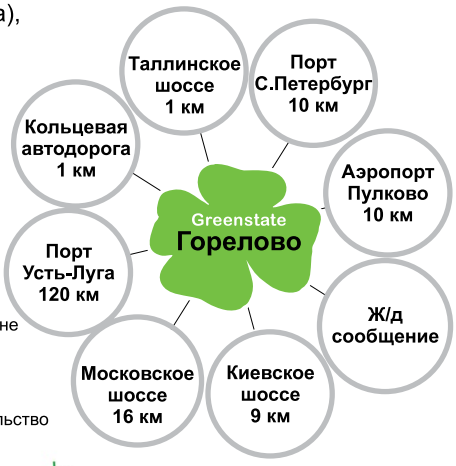
В заключение хотелось бы отметить, что наступивший 2011 год не сулит ничего хорошего: налоговое бремя на малый и средний бизнес не уменьшится, меры по упрощению и либерализации налогового администрирования государством вряд ли будут предприняты. МС

Saint Petersburg, Gorelovo
Greenstate

YIT Lentek – Gorelovo
INDUSTRIAL PARK

Участки для размещения производств и логистических комплексов. Коммуникации подведены к участкам. Получены лимиты инженерного обеспечения.

- Отличная транспортная доступность
- Инженерная готовность участков обеспечит быстрый запуск проектов
- Гарантии международного концерна YIT при реализации проектов
- Возможность реализации масштабных проектов с площадью застройки до 58 Га
- Уже работают мясоперерабатывающий завод Пит Продукт (Atria), логистический центр Gorigo, предприятия Dermosil и Viking Life-Saving Equipment



ЗАО «ЮИТ Лентек» — крупный девелопер в Северо-Западном регионе

- жилая недвижимость
- офисная недвижимость
- торговая недвижимость
- промышленное строительство
- логистические центры

Бабичева Анна
т.: +7 812 336 37 57 доб. 2046
моб.т.: +7 921 656 58 75
e-mail: Anna.Babicheva@yit.ru

yit.ru

Together we can do it. YIT

рекламо

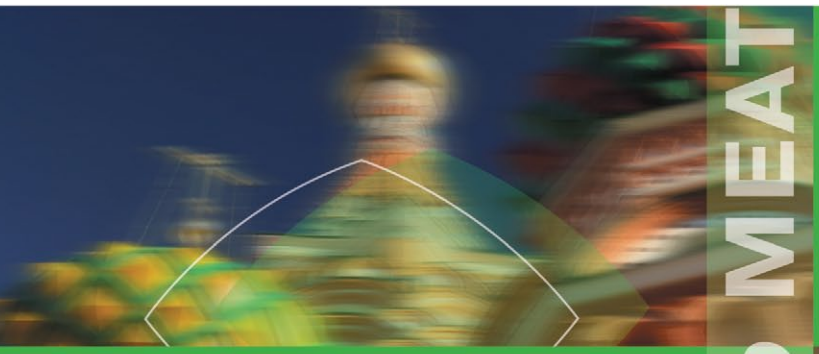
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

Международная выставка
VIV RUSSIA

Международная выставка
КУРИНЫЙ КОРОЛЬ

Международная выставка
МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Международная выставка
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА



FEED to MEAT

Международный форум инновационных технологий и перспективных разработок «ОТ ПОЛЯ ДО ПРИЛАВКА» для мясной и молочной индустрии

17-19 мая 2011 года

Москва, Крокус Экспо

- **VIV Азия 2011**
  9-11 марта 2011, Бангкок, Таиланд
- **VIV Россия 2011**
  17-19 мая 2011, Москва, Россия
- **VIV Турция 2011**
  9-11 июня 2011, Стамбул, Турция
- **VIV Китай 2011**
  22-24 сентября 2011, Пекин, Китай
- **VIV Индия 2012**
  22-24 февраля, Бангалор, Индия
- **VIV Латинская Америка 2012**
  18-20 октября, 2012, Гвадалахара, Мексика

реклама

Организатор:

Асти Групп
выставочная компания

Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915
E-mail: info@meatindustry.ru
www.meatindustry.ru • www.viv.net

Organized by:

vnu exhibitions europe

KILiA

www.kilia.com

Новая эра куттерной техники

Куттер SUPREME●CUT
- новый конструкционный материал
- рекордная скорость 180 м/сек (до 6000 об/мин)
- несравненно тихий

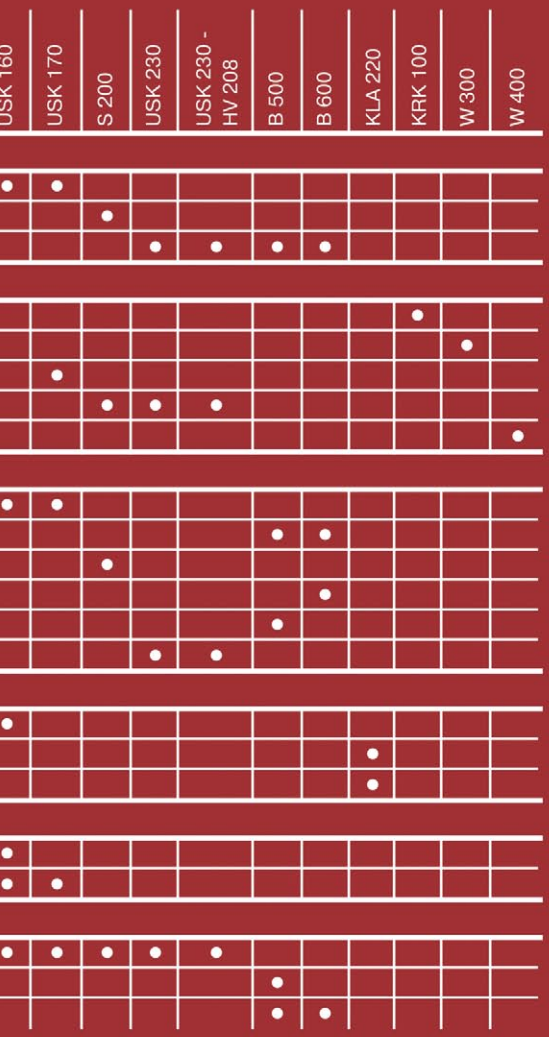
Наше оборудование:
- скоростные вакуумные и вакуумно-варочные куттеры
- мясорубки и волчки
- мешалки и вакуумные мешалки
- дробилки и эмульситаторы

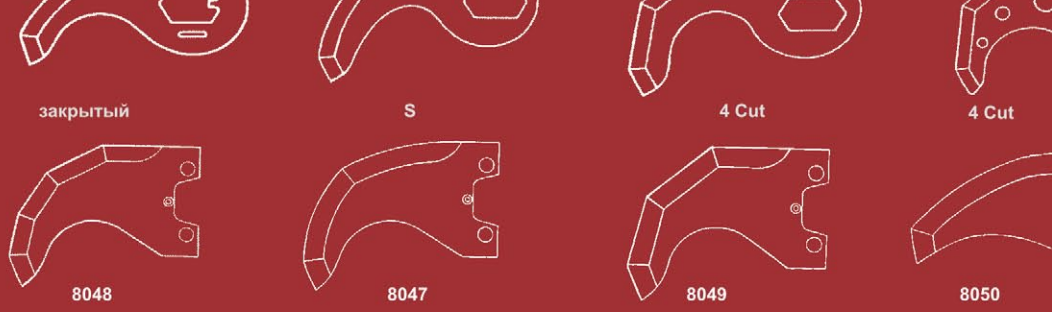
KILiA Fleischerei- und Spezial-Maschinen Fabrik GmbH
Christianstr. 160-164
24536 Neumünster/Germany
Tel. +49 - 4321 - 30 92 00
E-mail: kilia@kilia.com

Представительство в России:
ООО «КИЛИЯ ТРЕЙД»
Тел./Факс: (499) 146 - 52 - 24
E-mail: ooo.kilia@mail.ru
Skype: kilia.moscow

pkvk6M6

АНТЕС
www.antes.ru





ТЕХНОЛОГИИ ВАШЕГО УСПЕХА

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

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

РЕЖУЩИЙ ИНСТРУМЕНТ

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНВЕНТАРЬ

МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ

СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

ВОРОТА ДВЕРИ ЗАВЕСЫ

Санкт-Петербург +7 (812) 332-27-53
Воронеж +7 (4732) 39-95-73
Казань +7 (917) 272-53-26
Волгоград +7 (917) 339-27-93
Ростов-на-Дону +7 (863) 230-43-85
Екатеринбург +7 (343) 345-02-67
Новосибирск +7 (383) 211-96-99
Иркутск +7 (3952) 47-56-23

+7 (495) 500-4-500 МНОГОКАНАЛЬНЫЙ

реклама