

БУДУЩЕЕ СЫРОДЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ – В НАШИХ РУКАХ!

Андрей Соллогуб, глава представительства компании «Альпма Альпенланд Maschinenbau GmbH» в странах СНГ

Внастоящий момент молочная отрасль России переживает поистине исторический момент. Стартует первая с начала экономической реформы в России попытка развития основных сегментов молочного рынка – программа «Развитие маслоделия и сыроделия в России на 2011–2013 годы». Реализация такой программы своевременна, поскольку ситуация в сыродельной отрасли страны очень сложная. Уровень цен на молоко-сырье, снижение объемов молока, поступающего на сыродельные предприятия, нестабильность его качества, недостаточный уровень автоматизации и механизации производства, узкий ассортимент вырабатываемых сыров являются факторами, предопределяющими неконкурентоспособность отечественной продукции, и ставят на грань выживания сами сыродельные предприятия. Назрела необходимость переломить ситуацию.

Реализация программы призвана создавать экономические предпосылки для формирования дополнительных объемов молочного сырья в целях увеличения выпуска продукции, осуществить строительство новых сыродельных заводов, провести реконструкцию и техническое перевооружение на действующих предприятиях.

Главная задача сейчас – правильная реализация комплекса мер государственной поддержки, направленных на достижение наибольшего эффекта для отрасли. Проблемы отрасли нужно рассматривать в комплексе, в этой связи хочется выделить несколько существенных моментов.

Во-первых, заводы, конечно, будут построены, а сыр произведен, но насколько эффективно строительство даже современных сыродельных заводов, производящих ассортимент сыров уже широко представленный на рынке? Я полагаю, такой подход не самый эффективный. Этот путь



может оказаться даже тупиковым, что демонстрирует, к примеру, сыродельная отрасль Белоруссии, где построены новые заводы, производятся сыры неплохого качества, но практически все заводы вырабатывают продукцию одного и того же ассортимента, создавая конкуренцию друг другу. Ситуация относительно благоприятна, пока открыт рынок России. На европейский рынок белорусские сыры если и смогут пробиться, то уже в значительно более низком ценовом сегменте.

На наш взгляд, осуществляя строительство новых сыродельных заводов, предусмотренное программой, необходимо с самого начала четко понимать, как производимый сыр будет реализовываться. Например, увеличение потребления сыра может быть достигнуто за счет брендинга уже широко потребляемых сыров или продвижения новых типов сыров и культуры их потребления. Так, в Германии наращиваются объемы производства мягких сыров за счет популяризации сыров типа Фета, ранее отсутствовавших на рынке. Если говорить о российском рынке, то это могут быть те же мягкие сыры, полутвердые сыры, выработанные из смеси молока (коровьего и козьего), а

также другие уникальные сыры. Разнообразие сыров безгранично, ведь сам процесс сыроделия способствует рождению новых видов сыров. Франция со своим великим множеством сыродельных предприятий, производящих свой эксклюзивный сыр, яркое тому подтверждение.

Осуществляя строительство новых производств или проводя реконструкцию и техническое перевооружение на действующих предприятиях, необходимо **предусмотреть возможность использования новых технологий, выпуск новых нетрадиционных видов сыров**. Программа, на наш взгляд, должна поддерживать, тех, кто уходит от биржевых типов сыров и внедряет новые виды, создавая достойную конкуренцию импортной продукции, расширяя границы отечественного рынка сыра. **Поддержка таких производителей, например в виде дотаций**, стала бы существенным аргументом в пользу производства такой продукции. Это напрямую касается и приобретения нового оборудования. Заказчику уже на стадии проектирования нужно четко представлять, что он планирует производить, в какой упаковке и т. д. В этом случае поставщики оборудования легко найдут оптимальное решение для аппаратурного оформления процессов. Они помогут в реализации поставленных целей, предоставят оборудование, которое обеспечит переход на новые, прибыльные виды сыров, даст возможность пережить сложное время и развиваться дальше.

Производитель сыра должен располагать достоверной информацией, **как долго оборудование прослужит, насколько оно гибкое и насколько легко перенастраивается на другие технологические операции, каков уровень его санитарно-гигиенического исполнения**. Ведь на практике нередки случаи, когда уже через 1–2 года оборудование, в силу

неверной конструкции или плохого качества материалов начинает хуже промываться или, например, деформируются сырные формы и т. д., что сразу сказывается на качестве продукции. Как в этом случае можно обеспечить стабильное качество выпускаемой продукции? Поэтому приобретать оборудование нужно только у проверенных поставщиков. В рамках реализации **программы важна принципиальность организаторов тендеров на поставку оборудования.**

Во-вторых, одной из основных проблем сыроделия наряду с сырьевой остается низкий уровень потребления сыра, которое в РФ на сегодняшний день в несколько раз ниже уровня любой из стран Евросоюза, где на одного человека приходится не менее 7 кг сыра в год. В России же этот показатель не превышает 4,2 кг. **В стране должна быть грамотно разработанная глобальная программа популяризации сыра.** Как

правило, только широкомасштабная популяризация находит отклик. Приведу пример: после чернобыльской аварии в Германии распространилось мнение о вреде продуктов из сыворожки как продуктов в наибольшей степени накапливающих соли тяжелых металлов и радионуклеиды. Чтобы реабилитировать сыворожочные продукты правительством совместно с немецким сельскохозяйственным обществом (DLG) была разработана и реализована мощная программа по поддержке потребления сыворожочных продуктов (передачи по телевидению, информационные стойки в ритейле, раздача сыворожочных продуктов в магазинах и др.), которая восстановила истину и расширила популярность этих продуктов. Очень вероятно, что и в России программа по поддержке потребления, к примеру, мягких сыров с популяризацией преимуществ от их потребления была бы очень уместна и успешна. Аргументированная социальная рекла-

ма о пользе сыров обязательно даст результат в виде увеличения потребления. Важно, чтобы разработка программы популяризации потребления сыра проводилась при участии и государства, и перерабатывающих предприятий.

Еще одним стимулом может стать **программа мотивации ритейла на продвижение продаж сыра.**

В-третьих, отбор для участия в этой программе должен производиться на справедливой конкурсной основе, **и распределение финансовых средств в рамках программы должно быть прозрачным.** Это даст равные шансы сыродельным предприятиям. В условиях конкурса должны побеждать по-настоящему творческие, целеустремленные коллективы, возглавляемые креативными руководителями для осуществления тех непостижимых стоящих перед ними целей. Именно такие люди и станут залогом успеха нашей программы развития сыроделия. 💧

МОЛОЧНЫЕ МАШИНЫ
РУССКИХ

УСТАНОВКА ДЕАЭРАЦИОННАЯ ЦЕНТРОБЕЖНО-ПЛЕНОЧНОГО ТИПА



удаление растворенных газов из молочных смесей
при тепловой обработке в потоке

особенности:

- производительность по продукту 5000, 10000, 15000 л/ч;
- конструкция подающего патрубка формирует тонкую пленку продукта, увеличивая площадь выделения газов;
- конструкция встроенного конденсатора пара обеспечивает качественную санитарную обработку;
- автоматическая система поддержания постоянного уровня жидкости при изменении режимов тепловой обработки;



СИСТЕМА СОЗДАНИЯ НОВОЙ ТЕХНИКИ

610014, г. Киров, а/я 633 Тел.: (8332) 51-00-61, факс: (8332) 27-48-92 E-mail: main@mmruskih.ru www.MMRuskih.ru

МОЛОЧНЫЕ МАШИНЫ
РУССКИХ