

БИЗНЕС Диалог

м е д и а

№ 10/42 ноябрь 2018



МЕЖДУНАРОДНЫЙ БРЕНД –
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

РОССЕЛЬХОЗБАНК –
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ
ПОДХОД К ФЕРМЕРАМ

В МЕЖДУНАРОДНЫЙ
АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ
МОЛОЧНЫЙ ФОРУМ

ООО «АГРОКУЛЬТУРА ГРУПП»:
В СООТВЕТСТВИИ
С МИРОВЫМИ СТАНДАРТАМИ

ШАХИД АСКЕРОВ:

«НАС ВДОХНОВЛЯЕТ ВЕРА В БУДУЩЕЕ,
А БУДУЩЕЕ – ЗА ПРОДУКЦИЕЙ ХАЛЯЛЬ»

АО «ОСП АГРО» –
ОДНА ИЗ САМЫХ
ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ
ХОЛДИНГОВЫХ СТРУКТУР
АГРАРНОЙ ОТРАСЛИ ПОДМОСКОВЬЯ.

Исаев Игорь Михайлович,
президент агрохолдинга «ОСП агро»:
*«Мы сохраняем и преумножаем то,
что дает нам природа»*



РФ, Московская область,
г. Озеры, с. Полурядинки,
ул. Озерская, дом 15 А

+7 495 995 87 60
osp-agro@gmail.com
osp-agro.ru



АГРОХОЛДИНГ ОСП АГРО

ВАЖНОЕ ДЕЛО ДЛЯ АГРОХОЛДИНГА



тиляции. Это позволит при показаниях уличного термометра в +32 градуса поддерживать в коровнике температуру на уровне 22 градусов тепла. Зимой коровы и молодняк также будут находиться в комфортном температурном режиме. Дополнительно к этому в коровнике предусмотрены автоматическая система управления светом, которая позволит индивидуально регулировать продолжительность светового дня для разных групп животных в зависимости от стадии лактации, тем самым увеличивая производительность животных и экономию корма и множество других современных решений.

В результате реализации этого проекта и увеличения общего поголовья племенного высокопродуктивного КРС до 8 000 голов валовое производство молока также пойдет в рост до 34 000 тонн в год.

ПРЕДПРИЯТИЕ ИЗ ОЗЕР

АО «ОСП агро» – одна из самых динамично развивающихся холдинговых структур аграрной отрасли Подмосковья. Компания владеет около 13 тыс. га сельскохозяйственных земель в городском округе Озеры, занимается молочным делом, разведением и продажей племенного крупного рогатого скота, а также выращивает картофель, овощи, зерновые и кормовые культуры, имеет свои пасеки и комбикормовый завод, развивает племенное коневодство.

Объем производства овощей и картофеля – от 45 до 50 тыс. тонн в год.

Производство зерновых культур – от 15 до 20 тыс. тонн в год.

Производство кормов – 60 тыс. тонн в год, в том числе сенаж – 20 тыс. тонн, силос – 40 тыс. тонн. Производство соломы – 6-8 тыс. тонн.

Агрохолдинг состоит из головного предприятия – АО «ОСП агро», сельхозпроизводителей – ОАО «Предприятие «Емельяновка», ОАО «Агрофирма Сосновка» и оптового торгового предприятия ООО «ТД «ОСП агро».

Ведущим направлением деятельности организации является молочное животноводство, поэтому неудивительно, что животноводческие комплексы полностью модернизированы и снабжены современным импортным оборудованием для содержания крупного рогатого скота, доильными залами, компьютерными программами автоматического доения и рационального кормления КРС. Более того, ОАО «Агрофирма Сосновка» и ОАО «Предприятие «Емельяновка» являются племенными заводами по разведению коров голштинской породы. Общее поголовье КРС – около 6 000 голов, из них дойное стадо составляют около 2 100 голов.

ОБЩИЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ «ОСП АГРО» В РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДВА ГОДА СОСТАВИЛ ОКОЛО 1,3 МЛРД РУБ.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ

Одним из самых амбициозных проектов не только в масштабах компании, но и по меркам области является инвестиционная программа по строительству молочно-товарной фермы на 1 888 голов (1 199 из них – фуражные) стоимостью 900 миллионов рублей. Решение о строительстве было принято на ПМЭФ-2017. Правительство и Минсельхоз Московской области поддержали это начинание.

Новый животноводческий комплекс оснащен самым современным оборудованием для содержания и доения КРС. Проектом предусмотрено строительство коровника площадью около 22 000 кв. м, который оборудован системой кросс-вен-

В эксплуатацию объект будет введен уже в четвертом квартале 2018 года.



Бизнес-Диалог Медиа

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса

«БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»: РАЗГОВОР О БИЗНЕСЕ И ДЛЯ БИЗНЕСА 16+

Учредитель и издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»

Председатель редакционной коллегии: Вадим Иванович Винокуров

Генеральный директор-главный редактор: Мария Сергеевна Суворовская

Ответственный редактор: Наталья Рашитовна Варфоломеева

Заместитель директора по коммерческим вопросам: Ирина Владимировна Длугач

Корреспонденты: Мария Башкирова, Наталья Варфоломеева, Алексей Сокольский, Елена Александрова, Ольга Татарникова.

Дизайн и верстка: Елена Кислицына.

Фото: Павел Судариков, Александр Падежев.

Дирекция развития и PR: Маргарита Котровская, Юлия Коннова,

Наталья Ульянова, Светлана Кравец.

Отпечатано в типографии ООО «АНТАРЕС», г. Москва, ул. Электровзводская, д. 20, стр. 3

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции. Перепечатка материалов и их использование в любой форме допускается только с разрешения редакции журнала «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-65967 от 6 июня 2016 года.

Адрес редакции: 143966, Московская область, г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом.1, комн. 23, e-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7-985-999-65-46

Подписано в печать 12.11.2018 г., тираж – 15000 экземпляров. Цена свободная

Использованы фотографии: Zebra-media.online, Evo-rus.com, Nb-ugra.ru, Polit.ru, Informupack.ru, Kashira.ru, Mrw.co.uk, Vashotel.ru, complex-safety.com, Ebay.ie, Akrusks.net

Представительское распространение: администрация губернатора Московской области, правительство Московской области, Московская областная дума, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Торгово-промышленная палата Московской области, территориальные Торгово-промышленные палаты Московской области, администрации муниципальных образований Московской области, индустриальные парки и особые экономические зоны Московской области, Общественное объединение «Деловая Россия», свыше 30 отелей и загородных клубов Московской области, бизнес-сообщество Московской области.

Нас можно увидеть:

Стойки в Московской областной думе,

В Торгово-промышленной палате Московской области,

В Торгово-промышленной палате РФ,

В Доме правительства Московской области,

В загородных отелях и клубах Московской области.

Подробнее об услугах «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» смотрите по адресу:

http://dialog-biznes.ru/услуги

Тарифы на оказание рекламных услуг в журнале

2-ая полоса обложки	60 500 рублей	4-ая полоса обложки	69 500 рублей
2-ая полоса обложки+1-я полоса	113 500 рублей	Разворот (две полосы)	81 500 рублей
3-ая полоса обложки	56 500 рублей	1-ая полоса внутри журнала	69 500 рублей
		Одна полоса внутри журнала	44 000 рублей

«Бизнес-Диалог Медиа» выступал информационным партнером:

Областной форум «Я – гражданин Подмосковья», Международный агропромышленный молочный форум, Международный аграрный форум «Овощкульт», финал Национального чемпионата «WorldSkillsRussia», Всероссийская премия «Благое дело», Первый Франко-Российский бизнес-форум, бизнес-форум «Атланты», Российско-Казахский инвестиционный форум, Российско-Азиатский международный бизнес-форум, форум «Энергоэффективное Подмосковье».

«Бизнес-Диалог Медиа» на своих страницах предлагает обзоры деловых новостей и трендов современного бизнеса, рейтинги, интервью, новости экономической и финансовой жизни Московской области, статьи о практических аспектах предпринимательства, управленческих технологиях, календарь деловых событий, коллекцию идей из разных отраслей для желающих заняться новым бизнесом или развить существующий. «Бизнес-Диалог Медиа» продвигает товары и услуги отечественных компаний, фирм и предприятий. Редакция приглашает читателей к информационному взаимодействию, а представителей бизнеса – к взаимовыгодному сотрудничеству.



Мария Суворовская,
главный редактор

Дорогие наши читатели!

Цыплят по осени считают. Вот и мы решили произвести некую «ревизию». Прогулялись по магазинам и, глядя на прилавки, порадовались тому, что на них заметно увеличилось количество и ассортимент продукции подмосковного производства. В Московской области действительно существуют благоприятные климатические и природные условия для сельскохозяйственной деятельности. Подмосковье по праву считается аграрным регионом, поскольку около 40% его территории занято в этой отрасли.

Сегодня наш очередной номер «Бизнес-Диалог Медиа» посвящен агропромышленному комплексу Подмосковья и развитию легкой промышленности в регионе. Мы расскажем о том, насколько комфортно чувствуют себя сельхозпредприниматели, какие программы действуют в помощь фермеру и как выстраиваются кредитные отношения.

Приятного и полезного чтения!



На обложке: Шахид Аскеров,
создатель сети магазинов «Фермач»,
генеральный директор компании «Лукус-Д»
Фото: Александр Падежев



12



18



22



26



40

1	Важное дело для агрохолдинга «ОСП агро»	26	Качество в приоритете. Компания ООО «Мустанг Технологии Кормления»
4	Заместитель председателя правительства МО Денис Буцаев о международном бренде – Московской области	30	Все аспекты чистоты и санитарии
6	«Подмосковье – сельскохозяйственный регион, вопреки расхожему мнению». Интервью министра сельского хозяйства и продовольствия МО Андрея Разина	34	ООО «Корпорация ОРГАНИК»: главный знак качества вручает потребитель
12	Россельхозбанк к поддержке фермеров подходит индивидуально. Истории успеха	38	Халяль: мода или возрождение древних традиций?.. Шахид Аскеров о новом бренде «ЗАМИР»
18	Исполнительный директор Национального союза производителей молока «Союзмолоко» Артем Белов рассказывает о потенциале молочной отрасли	44	Свобода движения от «Бамбинезон»
20	27 ноября 2018 года стартует V Международный агропромышленный молочный форум	48	О вычетах и налогах. Интервью с руководителем Управления Федеральной налоговой службы по Московской области Екатериной Макаровой
22	ООО «Агрокультура Групп»: в соответствии с мировыми стандартами	50	Изменения в НДС. Налоговая служба разъясняет
		51	Продлить срок хранения и снизить издержки поможет «цифра»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БРЕНД – МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Московская область – один из наиболее привлекательных регионов для инвестиций. О реализуемых в регионе проектах, мерах поддержки для промышленных предприятий рассказал заместитель председателя правительства Московской области Денис Петрович Буцаев.

– Не так давно в Кремле губернатор Андрей Воробьев подписал соглашения о

развитии отношений с компанией «Бавария», на территории региона сейчас строится первый в России завод «Мерседес», реализуется множество других проектов. О каких проектах идет речь?

– С начала года в Московской области реализовано 30 инвестиционных проектов в промышленности (9 новых предприятий и 21 проект мо-

дернизации), с общим объемом инвестиций более 18 млрд руб. и созданием 1600 рабочих мест.

Планируется завершить реализацию около 100 проектов с общим объемом инвестиций более 60 млрд рублей с общим количеством создаваемых рабочих мест более 9000.

САМЫЕ КРУПНЫЕ:

Инвестор	Проект	Инвестиции	Раб. места
Mercedes	Производство легковых автомобилей	200 млн €	1500
Wilo	Производство насосов	34 млн €	300
TH True milk	Молочная ферма на 4800 фуражных коров	85 млн \$	168
Myllyn Paras	Производство пищевых продуктов из злаковых	50 млн \$	120
Hino Motors	Производство грузовых автомобилей	17 млн \$	50
PSK Pharma	Производство лекарственных препаратов	16 млн \$	130
Backaldrin	Производство ингредиентов для хлебобулочных изделий	4 млн \$	30

Крупнейшими инвесторами, реализовавшими проекты в 2018 году, на текущий момент являются:

- АО «Черкизово-Кашира» (7 млрд руб.),
- АО «Валента Фармацевтика» (5,8 млрд руб.),
- ООО «Ксилосвисс» (1,5 млрд руб.),
- ООО «Фармалакт» (1 млрд руб.),
- ООО «ПетКорм» (1,9 млрд руб.),
- ООО «МЕТАДИНЕА» (900 млн руб.).

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ
РЕАЛИЗУЮТ ПРОЕКТЫ
ИНВЕТОРЫ:

АО «ФП «Оболенское» (3 млрд руб.),
ООО «Фрерус» (2 млрд руб.),
ООО «АФГ Рус» (2 млрд руб.),
ООО «Вайбос» (1,1 млрд руб.),
ООО «ЗТИ-М» (1,1 млрд руб.).

В 2018 году увеличение инвестиций в Московской области растет за счет реализации проектов по модернизации предприятий в сфере обрабатывающего производства, а также за счет нового строительства промышленных предприятий, что будет определять динамику развития инвестиционного потенциала Московской области. Объем инвестиций в основной капитал составит в 2018 году 817,3 млрд рублей (114,9% по сравнению с прошлым годом).

Привлечению инвестиций способствует стимулирование деятельности инвесторов, обеспечение гарантий защиты от инвестиционных рисков, а также создание многопрофильных промышленных парков, технологических парков, промышленных площадок, участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях, форумах, направленных на повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона. Проведены мероприятия по информированию бизнес-сообщества о мерах поддержки инвесторов при реализации инвестиционных проектов.

– Московскую область в целом можно назвать международным брендом?

– Московская область занимает 4-е место по объему несырьевого экспорта в РФ с объемом 6,32 млрд дол. по итогам 2017 года. Мы экспортируем продукцию более чем в 130 стран. Это достижение и сложившийся бренд. Это видно и из показателей по экспорту, и из активной инвестиционной деятельности зарубежных партнеров. В наших планах развивать этот бренд и оказывать максимальную поддержку участникам ВЭД региона.

Мы готовы принимать всех, но и приоритеты, конечно, есть. В первую очередь мы обращаем внимание на обрабатывающие производства, высокотехнологичные производства и технологические инновации, научные исследования и разработки, промышленные парки, промышленные комплексы, гостиницы и сферу туризма.

Для такого рода инвесторов уже дей-

ствует ряд мер поддержки: налоговые льготы, субсидии, льготное финансирование, газификация, а в ближайшее время будут введены дополнительные преференции.

Среди новых мер поддержки наиболее интересными предоставляются меры поддержки не только отдельных отраслей (так, для промышленности проработаны восемь новых мер поддержки), но и по принципу кластерного развития.

Этот принцип связан со стимулированием комплексного развития территории, имеющим свою «точку роста». Так, проработаны меры поддержки аэропортовых кластеров (предполагается, что их будет три на территории Московской области) в части стимулирования создания гостинично-выставочных комплексов и экспо-центров. Это позволит создать индустрию делового туризма за счет того, что все событийные и деловые мероприятия будут сосредоточены возле крупных транспортных узлов. Для этого предусмотрены как меры поддержки по компенсации затрат на подготовку к строительству, так и компенсация затрат на строительство самих объектов.

– В Подмоскowie разработан и действует целый комплекс мер поддержки крупных промышленников. Это тоже является драйвером для развития?

– Конечно. К мерам поддержки можно отнести подбор наиболее эффективной площадки под размещение производства (ОЭЗ, промышленные парки, технологические парки, промышленные площадки, деловые комплексы; предоставление земельного участка, находящегося в собственности Московской области, муниципальной собственности, в аренду без проведения торгов), создание условий для обеспечения инфраструктурой и инженерными коммуникациями земельных участков (газификация), предоставление налоговых льгот, возмещение затрат на создание объектов инженерной инфраструктуры, льготное кредитование в Государственном региональном фонде

поддержки промышленности: займы от 20 до 100 млн рублей под 5% годовых на срок до 5 лет предоставляются на разработку нового продукта или технологии, приобретение современного оборудования, инженеринговые услуги.

При обращении в Министерство предприятия, прежде всего, будет предложено ознакомиться с действующими мерами поддержки. В случае заинтересованности какой-либо мерой поддержки предприятия даются контакты лиц, ответственных за данное направление. Далее предприятие получает всестороннюю консультацию, в том числе, при необходимости, будет личное сопровождение проектов Мининвестом.

– В ноябре готовятся к подписанию новые инвестиционные соглашения. Большая часть из них будет подписана в рамках V юбилейного Международного агропромышленного форума 27-28 ноября?

– 27 ноября 2018 года в Доме правительства Московской области участники V Международного агропромышленного молочного форума в формате бизнес-диалога обсудят тему «Молоко 2020-2030: что дальше?». Актуальными вопросами первого делового мероприятия форума станет обсуждение сдерживающих факторов развития молочной отрасли, приоритетов развития, направлений государственной поддержки, способов повышения инвестиционной привлекательности молочной отрасли и актуализация информации о состоянии фальсификата на молочном рынке.

Его гостями станут партнеры со всего мира. В прошлом году форум посетили представители 35 стран, в этом году ожидаем еще больше.

На молочном форуме мы планируем подписать более 10 инвестиционных соглашений на сумму более 4,5 млрд рублей, которые поддержат развитие молочной отрасли Подмосковья, в том числе в сфере современных предприятий переработки молока.

■ Анжелика Грицак

АНДРЕЙ РАЗИН: «ПОДМОСКОВЬЕ – СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЙ РЕГИОН, ВОПРЕКИ РАСХОЖЕМУ МНЕНИЮ»



Двадцатая Всероссийская агропромышленная выставка «Золотая осень» прошла на столичной ВДНХ в октябре. На главном аграрном форуме страны традиционно представляют инновационные разработки в агробизнесе, современные технологии, региональные продуктовые бренды. Экспозиция "Золотой осени—2018" общей площадью 30 тысяч кв. метров размещалась в павильонах 69 и 75, а также на открытых площадках. Свои достижения продемонстрировали предприятия из 60 регионов России и 15 зарубежных стран. Юбилейная выставка собрала более 1800 экспонентов, за четыре

дня работы её посетили более 140 тысяч человек.

В экспозиции, представлявшей достижения и новинки всех отраслей АПК России, приняло активное участие и Подмосковье. В этом году более 30 сельхозпроизводителей привезли на форум подмосковные продукты: сыры из Истры, молочную продукцию из Дмитрова и Сергиево-Посадского района и многое другое. Широко была представлена овощная, грибная и рыбная продукция региона, мясные и колбасные, хлебобулочные и кондитерские изделия. Из 16 племенных предприятий животноводства и птицеводства Московской области на агродефиле прибыли быки-рекордсмены, коровы голштинской и черно-пестрой пород, легендарные орловские рысаки, экзотические козы, куры коллекционных пород, цесарки и перепела, соболя и лисицы. Большой популярностью у посетителей пользовалась дегустация подмосковных продуктов.

По итогам «Золотой осени-2018» правительство Московской области было награждено Гран-при за активное участие в развитии сельского хозяйства России. А Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области оргкомитет выставки наградил дипломом и золотой медалью за «Достижение высоких показателей в развитии племенного и товарного животноводства». В общей сложности представители Подмосковья получили 22 медали: 18-ю из них наградили племенные и товарные хозяйства (среди медалей – 11 золотых и 7 серебряных). Четыре награды получили подмосковные фермеры – 2 золота и 2 бронзы.

Однако награды – приятные, но отнюдь не самые значимые итоги прошедшей «Золотой осени». Гораздо важнее, что Московская область в её ходе заключила соглашения в сфере АПК на общую сумму более 11 миллиардов рублей. В частности, подписаны соглашения, важные для формирования благоприятных условий развития экспорта, реализации инвестиционных и инновационных проектов, по созданию селекционно-семеноводческого центра, строительству животноводческих и тепличных комплексов, завода по производству рыбной продукции и т.д.

О перспективах, которые сулят области подписанные соглашения, и о планах развития агропромышленного комплекса Подмосковья наш корреспондент побеседовал с министром сельского хозяйства и продовольствия Московской области Андреем Разиным.

– Андрей Викторович, в Московской области находится большое количество перерабатывающих предприятий, однако останавливаться на достигнутом вы не намерены: озвучены планы по созданию кластеров по переработке овощей, зерна и мяса, ориентированных на экспорт в регионы России и другие страны. Расскажите об этом, а также об амбициозных планах области войти в тройку лидеров по экспорту сельхозпродукции в стране. Ведь Подмосковье – это всё-таки не Кубань, за счёт каких резервов такое возможно?

– А вы поинтересуйтесь, сколько Кубань экспортирует продукции АПК, и сколько Подмосковье? Вообще, посмотрите статистику, и окажется, что Московская область по этому показателю сильно впереди целого ряда традиционных сельскохозяйственных регионов. К примеру, в рамках «Золотой осени» мы были на деловом завтраке у министра сельского хозяйства РФ Дмитрия Патрушева. Мне довелось выступать там сразу после коллеги из Мордовии. Так вот, он много рассказывал, какие виды продукции они экспортируют, и в заключение

привёл общую цифру в несколько десятков миллионов долларов. А Московская область по этому показателю ушла далеко за полмиллиарда! Конечно, мы не производим столько зерна или молока, чтобы их экспортировать. Но у нас сильно развита пищевая переработка, и по предприятиям пищевой промышленности мы регион номер один. А это тоже АПК! Вот вы, как хозяйка, проходите в магазине в колбасный отдел. И что там видите? «Останкино», «Дымов», «Черкизово», «Клинская» – сплошь продукция подмосковных предприятий! То же самое можно сказать про пищевые добавки, кондитерскую продукцию. Конечно, какао-бобы в Подмосковье не растут, и без экспорта сырья мы не получим готовый пищевой продукт, который потом можно будет экспортировать на внешние рынки. Вот, скажем, Московская область является одним из лидеров страны по экспорту кофе и кофейных продуктов. У нас работает замечательное предприятие – «Московская Кофейня на паях», где делают растворимый продукт, обжаривают кофе, фасуют. Понятно, что сырьё они приобретают на кофейных аукционах, как и все переработчики, но, переработав, реализуют под своим брендом, в том числе на внешних рынках. Подмосковье является транспортным хабом, все дороги ведут к нам. В ряде случаев нельзя добраться из одного в другой российский регион, не посетив Московскую область. Этот потенциал мы планируем и дальше использовать. В этом плане есть идеи на уровне федерального правительства – транспортно-логистические центры, создание так называемых «сухих портов»: ТЛЦ «Восточный», ТЛЦ «Белый Раст».

Есть у нас уже созданные мощности, такие как «Слав Транс-Сервис» в Селятине, где уже выстроены хорошие логистические связи, ориентированные на железнодорожный транспорт. Железная дорога у нас, в соответствии с правилами ТО, может субсидироваться. И, конечно, для того чтобы доставить свою продукцию конечному потребителю, скажем, на рынок Китая или в Азербайджан и дальше, транспорт номер один – железная дорога. А они как раз у нас сконцентрированы. Поэтому мы и в дальнейшем рассчитываем на создание перерабатывающих предприятий, которые будут ориентированы на сложившиеся транспортные потоки – как в части привоза сюда сырья, так и отгрузки готовых продуктов.

Как пример: не так давно мы открыли завод пищевых добавок Группы компаний Kerry (Ирландия), мирового лидера по этому направлению. И первый свой русский завод Kerry построила в Истринском районе Подмосковья, потому

что здесь сконцентрированы пищевые предприятия – потребители их продукции, и территория логистически удобная. Мы экспортируем огромную линейку продовольственных товаров: мороженое, напитки на основе молочной сыворотки, сырки, печенье, конфеты, кофе. И, конечно, совсем не ограничиваемся тем, что произрастает на территории области.

– В ходе работы «Золотой осени-2018» вами были подписаны важные соглашения, в том числе в сфере инвестиционных проектов. Расскажите об этом, а также о ближайшей перспективе развития сферы АПК в Подмосковье.

– Ну, вот возьмём хотя бы сферу, о которой редко думают, вспоминая АПК, – цветоводство. Здесь мы практически лидеры страны, большой процент цветов, которые приобретают потребители в торговых точках Москвы и области, выращены в подмосковных хозяйствах. У нас более десяти крупных цветочных теплиц. И мы договорились о запуске

второй очереди строительства, что ещё 6 га в Дмитровском районе будет построено. Это замечательный проект, и уверен, коллеги его реализуют, опыт у них есть. Предполагается более миллиарда 200 миллионов рублей инвестиций. В перспективе – новые рабочие места, сама отрасль достаточно интересная, маржинальная, и мы считаем, что это – один из приоритетов развития на ближайшее время. Ещё несколько теплиц мы вполне можем осилить.

Кроме того, мы договорились о намерениях помогать компании по строительству теплиц для круглогодичного производства клубники. Московская область достаточно активно на этом рынке присутствует, «подмосковная клубника» – устоявшийся бренд. Жители Подмосковья всегда были ограничены природой в сроках производства этой ягоды. Поэтому мы анонсировали появление таких проектов для защищённого грунта. Первый большой проект – круглогодичная теплица по производству клуб-

ники площадью 10 га. Помимо этого, есть три проекта сезонных теплиц для выращивания клубники и малины, работающих с самой ранней весны до самой поздней осени. Проекты в проработке, рассчитываем, что в следующем году такие комплексы появятся на юге Подмосковья и дополнительно снабдят рынок своей прекрасной продукцией.

Уже реализован и введён в эксплуатацию тепличный комплекс «Иванисово» в Ногинском районе, более 22 гектар современных теплиц. Там тоже объем инвестиций исчисляется более 5 млрд рублей, новые рабочие места, и у инвесторов есть планы по дальнейшему развитию. Планируется завершение ещё одной теплицы компании «Агрокультура Групп», это четвёртая очередь теплиц в Кашире. На завершающей стадии строительство большой теплицы на 30 га в тепличном комплексе ООО «Луховицкие овощи». Это вторая очередь, инновационный проект с распределительным центром, с упаковкой и формированием



торговых партий, полностью роботизированные процессы.

Ещё мы подписали соглашение с компанией «Мустанг», лидером по производству кормов и разработке технологий кормления животных. Будет построен завод по производству кормов для животных на территории ОЭЗ «Ступино». Там тоже большой объем инвестиций, миллиард 700 тысяч, более 200 рабочих мест. Рассчитываем, что уже в конце первого – начале второго квартала будем открывать это замечательное предприятие.

Кроме этого, с Группой компаний «Черкизово» подписано соглашение о развитии экспортного потенциала. Мы в этом году открыли современнейший завод по производству сырокопчёных колбас на территории Каширы. Сейчас порядка 150 человек на нём работают, производя качественную современную продукцию. Это единственное в России полностью роботизированное производство, технологии будущего,

реализованные здесь и сейчас. Во всем производственном процессе задействованы исключительно машины, человек занимается только обслуживанием, ИТ-сопровождением, организационными вопросами. Это международный проект, в комплектации оборудования участвовали коллеги из Италии, Франции, Америки и ряда других стран. Синхронизация работы всего этого оборудования требовала большой квалификации специалистов, и они с этой задачей отлично справились. На «Золотой осени» мы с «Черкизово» договорились о дальнейшем развитии их инвестиционных планов на территории региона. Это в ближайшие годы обеспечит 2,5 тысячи рабочих мест, объем инвестиций – порядка 6 миллиардов. ГК «Черкизово» является для нас стабильным и качественным партнёром, а такими брендами, как «Петелинка» и «Моссельпром», гордится Подмосковье. Мы очень дорожим партнёрством с этой компанией и не сомневаемся в качестве продукции,

которая отвечает самым высоким требованиям и постоянно проходит мониторинг ветеринарного благополучия на производстве. Вся продукция, выходящая с заводов «Черкизово», отвечает самым жестким требованиям качества! К сожалению, в торговых сетях не всегда соблюдается режим хранения, из-за чего появляются разные нюансы, но это вопрос не к производителю. Ожидаем наращивания производства в перерабатывающем кластере в Кашире и рассчитываем, что ГК «Черкизово» активно включится в увеличение объемов экспорта продукции АПК.

Кроме того, мы договорились о запуске проекта, может быть, не такого большого, не с миллиардными инвестициями, но важного и значимого для нас, по созданию завода по производству шпрот на территории Подмосковья, в городском округе Подольск. Это компания «Русский рыбный мир», порядка 350 млн рублей инвестиций. Продукция этой компании, рыбные консервы, уже

присутствует на полках подмосковных магазинов. Вы знаете, что из-за санкций шпроты прибалтийского производства из магазинов пропали. Сейчас россияне потребляют продукцию, изготавливаемую из привозного сырья в Казахстане. Конечно, мы должны свои рынки отстаивать! Мы верим в успех этого проекта. Первый шаг – шпроты, затем будем развивать «рыбное направление». Компании «Русский рыбный мир» по распоряжению губернатора уже предоставлен без торгов земельный участок, и в следующем году она рассчитывает начать строительство. Проект принесёт около 200 новых рабочих мест.

На «Золотой осени» мы договорились о планомерном сотрудничестве с основными поставщиками тракторов и сельхозоборудования, которые участвуют в снабжении наших производителей и переработчиков. Заключены соглашения с «Россельмаш», Кировским заводом и рядом других предприятий, поставляющих технику, о дополнительных скидках для аграриев Московской области. Мы также предоставляем субсидию нашим сельхозпроизводителям на приобретение техники. Мы также договорились с компаниями «Геомаш» и «Воронежсельмаш», подписали соглашение, предоставляющее дополнительные скидки для наших сельхозпроизводителей: от 5 до 10% на зерноочистительные, зерносушильные комплексы и ряд другого оборудования, востребованного на территории нашего региона и приобретаемого в рамках государственных программ.

– Для Московской области традиционным важно молочное животноводство. А что планируется в этой области?

– Если говорить о крупных проектах, мы планируем ввести в эксплуатацию в этом году две большие молочно-товарные фермы. Одна из них расположена в городском округе Озёры, агрохолдинг «ОСП агро» реализует уникальный проект, там впервые в России применена технология кросс-вентиляции для создания максимально комфортных условий для животных. Поголовье будет превышать 2 тысячи голов, а дойного стада – 1200. «ОСП агро» является одним из лидеров в молочном производстве региона, на сегодня средний надой на голову в хозяйстве составляет порядка 10 тысяч кг в год (для сравнения, среднероссийский показатель – 6,5 тысячи кг в год), при том что поголовье исчисляется тысячами. На новые фермы дополнительно будет поставлен высокопродуктивный скот. И, конечно, что для нас это очень важно – появятся новые рабочие места. Это один из приоритетов, которые нам поставил губернатор, и сельхозотрасль активно участвует в решении этой задачи.

Ещё из крупных молочных проектов будет завершён комплекс в Одинцовском

районе, предприятие «Наро-Осановский», порядка 800 голов дойного скота. Планируем до конца года ввести в эксплуатацию. В Волоколамске продолжается строительство фермы на 6 голов дойных коров компании TH True Milk. Первую очередь молокозавода, на 1200 дойных коров, сдали; на конец этого – начало следующего года должна быть сдана вторая очередь, затем начнётся третий этап. К середине следующего года планируется полностью вывести ферму на товарное производство.

Кроме того, в регион заходят новые коллеги, уже имеющие мировую известность, компания «ЭкоНива-АПК Холдинг». Рассчитываем, что в Ступинском районе начнётся строительство двух комплексов по 1,400 тыс. голов каждый, которые планируется сдать в следующем году. Ряд других проектов, таких как «Спартак», «Аксинино», находится в стадии активной реализации. Введена в эксплуатацию отличная, полностью роботизированная ферма в Пушкинском районе на 260 голов. Генеральный директор АО «Зеленоградское» Юрий Егорович Валецкий – человек, о котором СМИ нужно бы рассказать отдельно, он президент НП «Мосплем», объединения племенных хозяйств Московской области. Юрий Егорович очень много сделал для развития молочного животноводства в нашем регионе, передовые технологии реализует. У него на новой ферме средний надой на голову приближается к 30 литрам в день.

– В экспозиции «Золотой осени-2018» более 30 сельхозпроизводителей представляли достижения и новинки всех отраслей АПК Подмоскovie. А каковы лично ваши впечатления от нашей экспозиции, что больше всего запомнилось?

– В целом выставка удалась, активность на нашем стенде была высокая. В этом году мы проводили анкетирование посетителей, более тысячи человек прошли опрос, и подавляющее большинство высказалось позитивно о наполнении и оформлении экспозиции Московской области. Что же касается экспонентов, мне трудно кого-то выделить, так как каждый хорош по-своему. Такие предприятия, как племязавод «Барыбино» из Домодедова, ферма «Заречье-Ока» из Серпуховского района, Загорская птицефабрика, а также «Генофонд» (Сергиево-Посадский район), племенной зверосовхоз «Салтыковский» (Балашиха), племенной репродуктор по разведению кроликов НИИ пушного звероводства и кролиководства имени В.А. Афанасьева (Раменский район), Московский конный завод №1 (Одинцово), «Головной» центр по воспроизводству сельскохозяйственных животных (Подольск), ОАО «Московское» по племенной работе», КФХ «Межрегиональный

центр племенного животноводства «Тексель», племяхоз «Нара-Осановский», совхоз «Головково» (Нара-Фоминский г.о.), СПК «Зубцовский» Сергиево-Посадского района, ООО «Инновации и технологии в животноводстве», ИП «Силантьев» – те компании, которые получили высокую оценку жюри и внесли существенный вклад своими победами в общеобластной зачёт Московской области. Хочется, чтобы о них знали и гордились тем, что Московская область – это и сельскохозяйственный регион, вопреки расхожему мнению.

– А если затронуть тему, прежде всего связанную в массовом сознании с сельским хозяйством, – к выращиванию хлебов?

– В этой области мы потихоньку, но стабильно прирастаем. Озимыми отсеялись неплохо, выполнили план на 107%. Порядка 85 тысяч га озимых посеяно в этом году (в прошлом – около 72 тысяч га). Это говорит о том, что хозяйства вовремя справились с уборкой, хорошо технически вооружены, что позволяет в оптимальные сроки ещё и провести осенний сев. А это залог хорошего урожая на следующий год.

В целом посевная площадь под зерновые в регионе – порядка 300 тысяч га. Хочется отметить отличную работу наших хлеборобов. Ещё 7-6 лет назад говорить о том, что в Московской области можно выращивать продовольственную пшеницу, было не принято. На сегодняшний день мы это умеем делать, спасибо нашей науке и передовым хозяйствам, которые достигли показателей по клейковине свыше 30%. Это уже был бы первый класс, если бы мы сеяли твёрдые сорта пшеницы. А на мягких мы спокойно получили 3-4 класс, и зерно ушло на Раменский комбинат хлебопродуктов, Луховицкий мукомольный завод, Истринский хлебокомбинат, где из него намолотили муку. Так что мы с недавнего времени можем есть хлеб, изготовленный полностью в Подмоскovie! Конечно, нам нужно не 400 тонн зерна, которые мы производим, а в 3-4 раза больше, и Московская область никогда не будет себя обеспечивать полностью зерном. Но то, что мы научились выращивать зерно на продовольственные цели, а не только на фураж, большая заслуга агрономов и аграриев, активно работающих в этом направлении.

– Какие цели по импортозамещению ещё не достигнуты в Подмоскovie?

– Ананасы с бананами вырастить не обещаем, а арбузы и яблоки постараемся! Но самая большая цель для нас – молоко. Сегодня регион обеспечивает себя на 40% по молоку. А если говорить в целом про страну, у нас несколько миллионов тонн молока ввозится из-за рубежа.

Конечно, здесь есть над чем работать. К сожалению, мы в начале года столкнулись с не очень честной конкуренцией, когда в регион массовым образом было завезено сухое молоко, в пересчёте на сырое себестоимостью 7 рублей за литр. Таких цен нет. Мы изучали опыт хозяйств Евросоюза, там себестоимость производства литра молока примерно как наша (порядка 18 рублей). А когда приходит продукт глубокой переработки по сильно заниженным ценам, это очень серьезно влияет на отрасль. Поэтому правительством были предприняты серьезные шаги, потихоньку начинают восстанавливаться цены. Всё-таки хочется нацелиться на обеспечение региона и страны в целом и защиту от недобросовестной конкуренции. Честной конкуренции мы не боимся, а вот с откровенным демпингом, фальсификатом бороться крайне тяжело. Но радует, что этой теме уделяется особое внимание, и мы рассчитываем, что защитные меры позволят нам, в том числе и на молочном рынке, чувствовать себя полностью обеспеченными внутренним производством. У нас в этом году приняты законы, обязывающие разделять на полках магазинов продукты, изготовленные из натурального молока, и продукцию сомнительных «молочных предприятий». Мы очень рассчитываем на то, что покупатель сделает правильный выбор, помогая тем самым молочной отрасли, тем более что во многих

сетях сейчас можно увидеть молоко подмосковного производства.

– В рамках проведения «Золотой осени-2018» директора Департамента цифрового развития и управления государственными информационными ресурсами АПК Минсельхоза РФ Ирину Ганиеву заинтересовал опыт региона в области цифровизации сельского хозяйства. Расскажите подробнее о выявлении и учёте неэффективно используемых земель, а также особо ценных сельхозугодий. Каких результатов вы добились, и с помощью каких инструментов это было сделано?

– Цифровое сельское хозяйство – один из приоритетов, которые мы реализуем в рамках проектной деятельности правительства Московской области. Первое, что мы сделали, – оцифровали все сельхозугодья региона. Теперь мы с точностью до квадратного метра знаем все поля, и при этом отсутствие кадастрового учёта не является блокирующим фактором. В этом году мы к этим контурам привязываем культуры, которые произрастают на территориях. В следующем году мы, кликнув на любое поле, сможем сказать, что там посеяно либо планируется посеять, кто собственник, а потом увидим, какой результат с точки зрения уборки. По ряду районов у нас есть опыт, связанный с внедрением ГЛОНАСС-навигации

в трактора, и мы видим по трекам, как

у нас ходит техника по полям. Для хозяйств это дает возможность оперативного контроля.

Мы хотим отследить эффективность. Допустим, у нас есть соседние поля, принадлежащие, условно, фермерам Петрову и Иванову – в одной климатической зоне, с аналогичным составом почвы. Агрохимслужба внесла в систему сведения по каждому контуру: каковы состав и состояние почвы, какие минеральные удобрения в последнее время вносились. И если мы видим, что у Петрова при равных условиях урожай гораздо лучше, значит, он качественнее соблюдает технологию, работает с душой. И мы будем охотнее поддерживать его, чем соседа. Будем стимулировать неэффективных пользователей работать качественнее. Очень быстро можно получить исчерпывающую информацию, не надо собирать разрозненные бумажные отчёты, облегчается принятие управленческих решений. Проект называется «Агроэффективность». Его цель – сделать так, чтобы земля (а в Подмосковье это меньше миллиона га), использовалась максимально эффективно. В ряде регионов счет идет на несколько миллионов. Но мы на этом фоне по ряду параметров – по овощам, картофелю, молоку – выглядим очень неплохо, что возможно только при максимальном использовании.

■ Елена Александрова



РОССЕЛЬХОЗБАНК: К ПОДДЕРЖКЕ ФЕРМЕРОВ ПОДХОДИМ ИНДИВИДУАЛЬНО

Сельское хозяйство Московской области уверенно идет в гору. После профильной выставки агропромышленного комплекса «Золотая осень» в Москве у всех на слуху тепличные комплексы, производство молока и мяса и развитие сырного кластера в регионе. Между тем, большой процент местных сельхозпроизводителей организует и развивает дело с помощью кредитных средств. «Россельхозбанк» – одна из профильных финансовых структур, играющих лидирующую роль в кредитовании фермерских хозяйств и предприятий. Однако о его миссии и успехах на этом поприще знают далеко не все. Познакомиться с принципами работы «банка для фермеров» поближе и рассказать нам о политике льготного финансирования сельскохозяйственных проектов согласился Егор Михайлович Диашов, заместитель директора московского регионального филиала АО «Россельхозбанк».



Егор Диашов,
заместитель директора московского
регионального филиала АО «Россельхозбанк».

– Перспективно ли, с вашей точки зрения, развивать сельское хозяйство в регионе, учитывая стоимость земли и то, что Подмоскovie находится в зоне рискованного земледелия?

– Перспективно. В Московской области сельхозпроизводителям оказывается

мощная государственная поддержка, в том числе начинающим фермерам.

Кроме земледелия, существует множество других направлений, к примеру, животноводство, которое занимает лидирующие позиции в регионе. Также к сегменту АПК мы относим предприятия по

переработке сельхозпродукции, которых также достаточно много в Москве и Московской области.

– Вы работаете в Россельхозбанке около 4 лет. Наблюдаете ли какие-то качественные изменения в АПК Московского

региона? Насколько эти изменения связаны с политикой банка?

– На протяжении последних четырех лет в Московской области наблюдается рост активности в этой сфере. Заниматься сельским хозяйством стало престижно и прибыльно. Наряду с этим растут показатели Московского филиала Россельхозбанка в области кредитования АПК. К примеру, сумма заключенных кредитных договоров с каждым годом увеличивается примерно в 2 раза. Мы понимаем, что отрасль нуждается в поддержке, совершенствуем подходы к кредитованию, внедряем новые кредитные продукты для фермеров.

– Есть ли статистика, сколько предприятий АПК на данный момент работает в Московской области, в каких отраслях, и сколько из них получают кредиты вашего банка?

– В Московской области работает около 1000 предприятий в сфере АПК, из них 60% занимаются переработкой сельхозпродукции.

Что касается самого кредитования АПК, то РСХБ является лидером финансирования АПК в регионе и занимает основную долю рынка. Только за 2017 год Московский филиал Россельхозбанка заключил более 70 кредитных договоров с сельхозпроизводителями региона.

– Какие кредитные продукты предлагает РСХБ сельхозпроизводителям?

– Для аграриев действует механизм льготного кредитования предприятий АПК, предусматривающий предоставление кредитов по ставке не выше 5% годовых. Кроме того, в 2018 году банк выпустил новый кредитный продукт «Сезонный легкий». При минимальном пакете документов, в кратчайшие сроки фермеры могут получить кредит на проведение сезонно-полевых работ.

– Расскажите, пожалуйста, подробнее о семинарах, которые банк проводит для фермеров.

– Идея возникла в конце 2016 года. Хотелось лично пообщаться с фермерами, получить обратную связь о работе московского регионального филиала, понять, каким образом можно улучшить работу с нашими отраслевыми клиентами. Тогда мы провели свой первый семинар в одном из кабинетов банка, участие в котором приняли около 20 сельхозпроизводителей.

Следующее мероприятие мы провели в Тимирязевской академии в начале 2017 года. В повестке была самая актуальная на тот момент тема – новый механизм льготного кредитования в рамках «Постановления №1528». Семинар посетили уже 80 сельхозпроизводителей.



Сейчас мы проводим их на регулярной основе, приглашаем представителей Министерств, Московского крестьянского союза и прочих отраслевых ведомств. На мероприятиях мы освещаем самые актуальные темы: как получить льготный кредит, меры государственной поддержки сельхозпроизводителей, варианты сбыта сельхозпродукции. Кстати, ближайший семинар состоится 16 ноября 2018 г. в 10:00 на территории Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

– Основная задача банков – успешная финансовая деятельность. Однако ваш банк был создан для решения социально ориентированных, если так можно сказать, задач – помочь развитию сельхозпроизводителей. Как удастся соблюсти баланс интересов в деятельности Россельхозбанка на территории Московской области?

– Да, вы правы, помогать развитию сельхозпроизводителей – часть миссии нашего банка, мы четко понимаем свою ответственность за это, и если говорить о цифрах, то доля выдачи кредитов клиентам АПК в Московском РФ в этом году составляет 92%, что говорит о сфокусированности филиала на приоритетной для нас отрасли.

– Если смотреть на работу банка в Подмоскowie и других регионах – есть ли какие-то отличия в плане мер поддержки, процентных ставок и прочего? Есть ли у Московского филиала наработки, которыми пользуются другие, или наоборот, вы перенимаете какой-то успешный опыт коллег?

– Программа льготного кредитования по ставке не более 5% годовых является федеральной, условия и ставки одинаковы для всех регионов. Единственное отличие – это распределение бюджета на субсидирование процентной ставки по направлениям деятельности. В Московской области наиболее развита сфера животноводства, поэтому на это направление выделяется большая часть субсидий. К примеру, в Краснодарском крае около 50% средств направлено на субсидирование процентной ставки в направлении растениеводства.

Стоит отметить, что большим преимуществом для ведения сельскохозяйственного бизнеса в нашем регионе является индивидуальный подход к поддержке отрасли Министерством сельского хозяйства и продовольствия Московской области. Под руководством министра Андрея Викторовича Разина регулярно появляются

новые инструменты поддержки. Также в Московской области существует региональная программа льготного кредитования. Сельхозпроизводитель может получить кредит по коммерческой ставке, после чего самостоятельно обратиться в Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области и получить субсидию в размере ставки рефинансирования.

– Главный вопрос всех производителей – это сбыт. Россельхозбанк принимает какое-то участие в процессе поиска решения?

– Россельхозбанк в 2017 году инициировал Общероссийский фестиваль фермерской еды «СВОЁ» – площадку, позволяющую наладить сбыт отечественной сельхозпродукции и продвинуть на рынке собственные марки. В Москве мероприятие проходило уже дважды. Участие в фестивале бесплатное.

Кроме этого, мы приглашаем на наши семинары профильные подразделения, такие как ГБУ «Московские ярмарки», Министерство потребительского рынка и услуг Московской области, которые в свою очередь рассказывают о возможностях участия на ярмарках, где можно бесплатно реализовывать свою продукцию.

**Контактный номер по вопросам кредитования:
8-495-644-02-25 доб. 5361**



ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С РОССЕЛЬХОЗБАНКОМ

Поддержка сельхозпроизводителей должна вестись сообща: министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Андрей Разин о взаимодействии с Россельхозбанком.



– Андрей Викторович, может ли сельский житель получить финансовую поддержку от государства на развитие с/х производства?

– Да, для этих целей в период с 2016 по 2018 год из бюджета выделено 167,7 млн рублей, которые распределены по 41 гранту. В 2018 году предусмотрен 31 грант на сумму 67,5 млн рублей для поддержки начинающих фермеров. Те, кто желает заняться развитием животноводческих ферм, смогут претендовать на пять грантов в размере 158,2 млн рублей. Один грант выделен на развитие материально-технической базы кооперативов. 4 гранта на сумму 100 млн рублей получают сыроделы. Это очень важное направление в импортозамещении.

Кроме того, предусмотрена поддержка семейных ферм. 43,2 млн рублей планируется затратить на разведение молочных коров и 21,6 млн рублей на разведение

молочных коз, при этом государство берет на себя до 80% затрат. 30 млн рублей выделено на разведение мясных пород коз и 21,6 млн рублей на иные виды деятельности. Здесь государство компенсирует до 60% затрат. Деньги можно потратить на строительство или реконструкцию фермы, объекта по переработке продукции, приобретение сельскохозяйственных животных и так далее. Конечно, для получения господдержки необходимо соблюсти ряд условий. Крестьянско-фермерское хозяйство должно быть зарегистрировано на территории Подмосковья не менее 2 лет и не иметь долгов перед государством. Глава КФХ должен иметь бизнес-план и не менее 20% собственных средств от стоимости проекта. Также в состав КФХ должен входить хотя бы один его родственник.

Поддержка кооперативов предусматривает выделение 70 млн рублей. При

этом государство компенсирует 60% затрат. Важно, чтобы кооператив был зарегистрирован в Московской области не менее 12 месяцев и имел в своем составе не менее 10 сельхозпроизводителей. Обязательное условие – членство в ревизионном совете кооперативов. Эти средства кооперативы могут потратить на строительство производственных объектов, закупку оборудования, специализированной техники или уплаты взносов по лизинговым программам.

Грант для сыроваров предусматривает выделение до 60% средств от стоимости проекта. Их можно потратить на ремонт помещения для приготовления сыра, приобретение модульной сыроварни на 100 литров козьего молока и 200 литров коровьего. Претендующие на получение гранта должны уже иметь не менее 20 коров или 50 коз. Производство должно быть зарегистрировано в Московской области не менее 12 месяцев, состоять в реестре субъектов МСП, не иметь задолженности по налогам и сборам.

Ожидаемый результат грантовой поддержки состоит в следующем: предполагается, что 1000 КФХ дадут 2-3 процента продукции от объема, производимого всеми категориями хозяйств в области. Благодаря такой поддержке за 2017 год производители дали 50% рост объемов производства продукции и создали 85 рабочих мест. В 2018 году запланировано пустить в строй 3 сыроварни мощностью 1500 тонн сыра в сутки и создание 99 новых рабочих мест.

– Однако кроме грантов есть еще и система льготного кредитования в банках. В частности, в Россельхозбанке. Ваши проекты по поддержке АПК дополняют друг друга?

– Безусловно. По краткосрочным и инвестиционным кредитам, полученным с 1 января 2017 года, сельхозпроизводители получают льготы. На приобретение ГСМ, семян (кроме элитных) и молодняка сельскохозяйственных животных, а также рыб, кормов, ветпрепаратов и сырья для переработки такой кредит дается на год или меньше. На покупку техники и оборудования – от 2 до 5 лет, на более масштабные проекты, например, строительство тепличных комплексов, хранение и переработку продукции, закладку и уход за многолетними насаждениями – от 2 до 8 лет. Сюда же входит строительство ферм и покупка племенной продукции. На развитие молочного и мясного скотоводства, строительство, модернизацию и реконструкцию ферм даются кредиты на срок от 2 до 15 лет. При этом эффективная ставка по кредиту составляет от 1 до 5 процентов.

■ Ульяна Кухтина



В ЗАВТРАШНИЙ ДЕНЬ – С УВЕРЕННОСТЬЮ!

История успеха с Россельхозбанком

Фермер – звучит гордо, а еще и выгодно! Обзавестись своим хозяйством и зарабатывать на этом неплохие деньги стремятся все больше людей. Для этого созданы хорошие условия: на развитие своей фермы с федерального и регионального бюджета выделяются миллионы рублей. А получив грант от государства, можно рассчитывать на кредитный продукт «Стань фермером». Его выдают по выгодным условиям в Россельхозбанке. Максимальная сумма кредита – 15 млн рублей, срок – до 10 лет. На эти деньги можно приобрести земельный участок, построить производственные помещения, купить племенных животных, молодняк и необходимую сельскохозяйственную технику. И многие сельхозтоваропроизводители этой услугой активно пользуются, строя свой бизнес вместе с Россельхозбанком.

Свою историю успеха, основанную на сотрудничестве с Россельхозбанком, нам рассказал подмосковный фермер Михаил Андреевич Кузьменко. С 2000 года он занимается закупкой молочного и мясного крупного рогатого скота и преуспел в этом. Чтобы развить свое дело, дважды кредитовался в Россельхозбанке.

– Михаил Андреевич, когда вы начали заниматься сельским хозяйством?

– После 10 класса я уехал из Калмыкии в Подмоскowie. Сначала техникум окончил, потом поступил в ветеринарную академию по специальности «товароведение и экспертиза животноводческого сырья». В 2000 году зарегистрировал собственное предприятие ООО «РСК-Ригель». Закупал скот, организовывал перевозку его, забой, затем охлажденное мясо продавал. И это было до некоторых пор выгодно. Потом стал использовать спецавтотехнику мясокомбината и их возможности забоя. В то время у меня было 35 контрагентов, в основном совхозы. После принятия закона о земле начались рейдерские захваты, количество земель стало уменьшаться. И появилась мысль: а не пора ли мне самому заниматься сельхоздеятельностью, чтобы ни от кого не зависеть?

– Как быстро приступили к осуществлению задуманного?

– Три года я вынашивал мысль, где мне найти площадку для выращивания крупного рогатого скота. Размышлял о направлении животноводства. Молочный скот требует больше времени и ресурсов, необходимо специальное технологичное, доильное и холодильное оборудование. Молоко нельзя хранить неделю, его срок реализации три дня. Для скота мясного достаточно просто огороженной площадки, одного-двух

человек работников, ну и обеспечить скот кормами. Этим направлением я и решил заниматься. В 2015 году завезли скот из Калмыкии – 150 голов 8 месяцев от роду, вырастили. Площадку нам предоставил Раменский мясокомбинат на довольно выгодных условиях – мы не платим аренду, а выращиваем скот для них. Мы отремонтировали помещение, вложили в это больше миллиона рублей. Конечно, приходилось учиться на своих ошибках, т.к. не было никакого опыта, покупали комбикорм, сено, экспериментировали. Хороших работников, механиков найти было тоже непросто, приходилось их менять как перчатки, что, соответственно, сказывалось на качестве выращенного скота. В итоге мы сколько потратили, столько и заработали. Но это нас не испугало. Мы учли свои ошибки и продолжили расти и развиваться.

– Продукция Раменского мясокомбината отличается отличным качеством. Высокие ли у них требования к мясу?

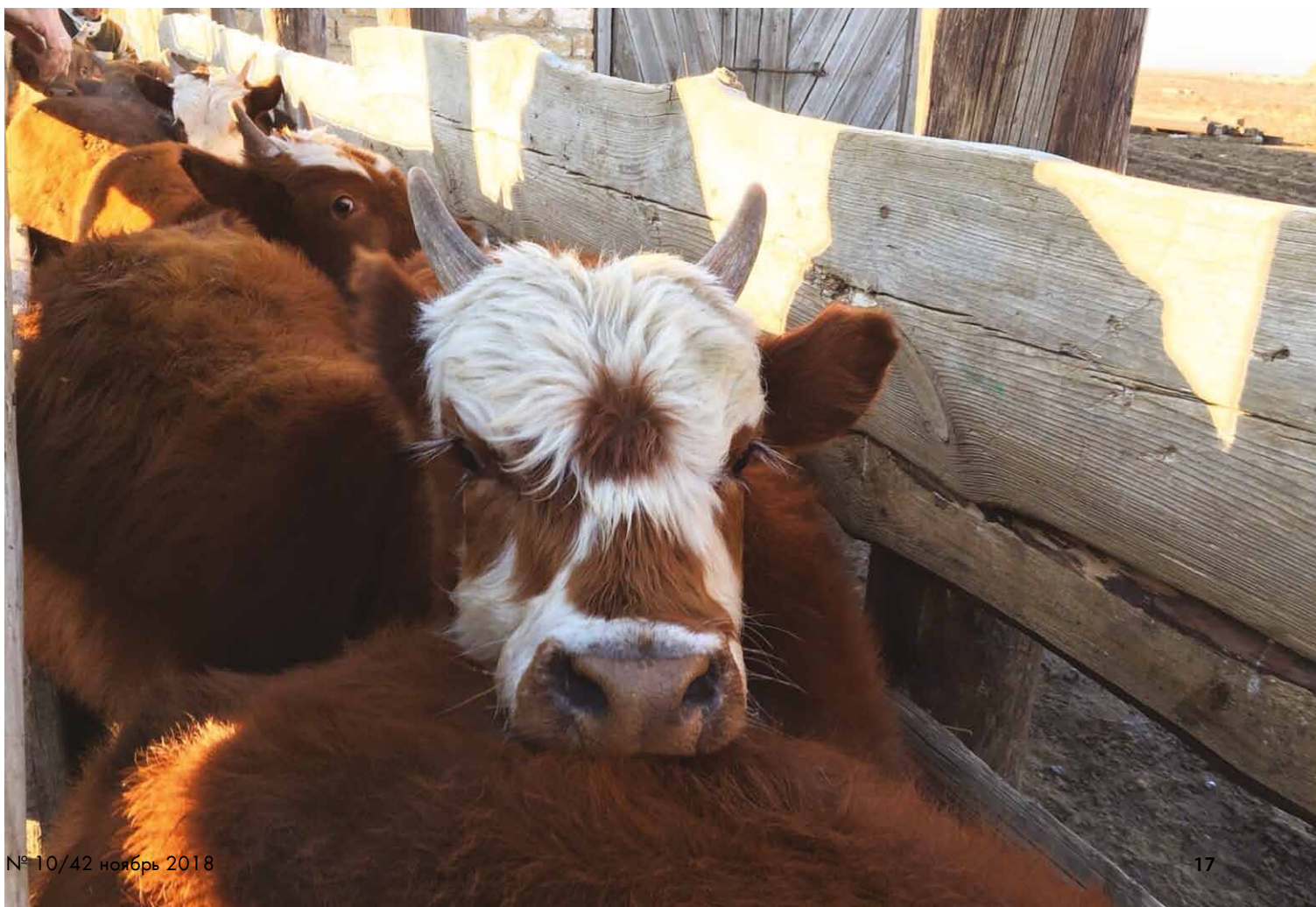
– Раменский мясокомбинат занимается кошерным убоем. Для этого дела специально приезжает раввин с бригадой. У них очень жесткие требования по отбору скота, даже если у ветврачей нет нареканий, у раввина есть свои требования. И вот по этому фильтру 85% скота прошло. Из 100 голов забракова-

ли только 15. А местный скот проходит только на 10-15%. Это нас очень радует. Значит, мы добились определенных результатов.

– Расскажите о своем опыте сотрудничества с Россельхозбанком?

– Я дважды кредитовался у этого банка. Мы закупили на эти деньги скот, купили все, что необходимо для заготовки сена. Без этих средств, этой помощи дальнейшее наше развитие было бы просто невозможным. Сейчас в Россельхозбанк пришли новые люди, но мы и с ними находим общий язык. В банке понимают, что мы выходим из тени, развиваемся и заинтересованы давать кредиты фермерам. Сейчас я хочу подать заявку на льготный кредит в 3-4%. Планирую воспользоваться грантом на семейную животноводческую ферму, для чего необходимо иметь 20% оборотных средств своих. Например, если грант в 40 млн рублей, то 12 млн рублей должен внести я. К сожалению, не каждый сельхозпроизводитель может похвастаться наличием больших свободных сумм. У аграриев, как известно, каждая копейка на счету. Именно поэтому я очень рассчитываю на помощь Россельхозбанка и знаю, что он вновь поддержит меня. Работать в сотрудничестве с таким партнером, как Россельхозбанк, значит чувствовать уверенность в завтрашнем дне!

■ Антонина Орехова



ПОТЕНЦИАЛ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ



27-28 ноября 2018 года в Доме правительства Московской области состоится V Международный агропромышленный молочный форум. Организатором мероприятия выступает правительство Московской области при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

Исполнительный директор Национального союза производителей молока "Союзмолоко" Артем Белов, который выступит с докладом на сессии "Цифровая повестка молочной отрасли", рассказал нашему журналу о том, что происходит сегодня в отрасли, и какие вызовы стоят перед сектором.

– Какая сейчас ситуация в отрасли? На сколько удалось сократить дефицит на рынке?

– Мы наконец-то зафиксировали устойчивый рост производства сырого молока, что позволило стабилизировать выпуск отечественных продуктов в рамках стратегии импортозамещения. Производство сырого товарного молока растет на 2-3% в год, что для такой сложной отрасли, как молочная можно считать большим успехом. Конечно, дефицит еще сохраняется, но мы идем к тому, что он ежегодно будет сокращаться. Постоянно ведутся работы по модернизации производства и сливочного масла, сухого молока, сухой сыворотки. За последний год в нашей стране были запущены девять новых инвестиционных проектов по модернизации и строительству производства сухого молока и сухой сыворотки. Мы уже видим на-

личие избыточных объемов этого продукта для собственных потребностей.

– В этом году фермеры жаловались на падение цен. Какова ситуация сегодня?

– Иногда цены на сырое молоко оказываются завышенными, следовательно, страдают переработчики, иногда – заниженными, и в проигрыше остаются производители. Для формирования долгосрочных и стабильных взаимоотношений между ними необходимо, во-первых, найти универсальный способ нивелировать перепады цен, во-вторых, выработать совместно с органами власти сценарии разумного регулирования этого направления.

«Союзмолоко» разработал специальный индекс себестоимости производства сырого молока – RMCI, который обновляется на ежемесячной основе. Он служит своего рода индикатором расчета стоимости готовой продукции. Сегодня он

уже используется крупными компаниями в долгосрочных договорах, чтобы нивелировать скачки.

В целом, чтобы рынок развивался, при-быль должны получать все участники процесса. Обязательным элементом являются интересы и возможности потребителя, который не готов покупать товары, стоимость которых не вписывается в его бюджет.

– Как изменился потребитель за последние годы?

– Сегодня происходят кардинальные изменения потребительских предпочтений: происходит рост востребованности доставки продуктов на дом, популярности готовой продукции и полуфабрикатов, экологически чистой продукции, идет тенденция стремления к здоровому питанию и пр. Производителю сегодня необходимо отслеживать все эти тренды и своевременно корректировать свои бизнес-про-

цессы и ассортиментную политику. Для этого, кстати, весь цвет молочной отрасли и встречается на Международном агропромышленном молочном форуме, который является авторитетной площадкой в сфере молочной отрасли, где специалисты могут эти тенденции обсудить.

– Много разговоров о качестве молочной продукции, которое оставляет желать лучшего, о массовой фальсификации. Что нужно делать с этой проблемой?

– В последнее время в медиапространстве появляется великое множество «сенсационных» заявлений, авторами которых выступают различные общественные организации, представители СМИ, по которым 60-70% молочных продуктов либо являются фальсификатами, либо произведены с нарушениями. Нам необходимо в корне переломить ситуацию с необъективным и необоснованным отношением к качеству и безопасности готовой продукции. Эти данные не имеют под собой никакой фактической базы. Уровень продовольственного мошенничества далеко не столь высок, как декларируется в этих заявлениях. Тем не менее, крайне важно сделать наказание за такую деятельность неотвратимым и существенным – повысить штрафы кратно.

Я считаю, что нужно также создать полноценную систему информирования граждан об отечественных продуктах, их потребительских свойствах, полезности и пр. Нужно добиться того, чтобы люди шли в магазин именно за российской продукцией, будучи уверенными в ее свежести и качестве.

В сентябре текущего года Роспотребнадзор и «Союзмолоко» в рамках Восточного экономического форума под-

писали соглашение о сотрудничестве в целях совместной борьбы с фальсификатом молочной продукции. Недавно мы провели контрольную закупку молочной продукции в Москве. Была произведена закупка сортов твердого сыра стоимостью до 500 рублей за килограмм и питьевого молока жирностью 3,2%. Закупка производилась в крупных сетевых магазинах. Вся закупленная продукция будет обезличена, опечатана и в сумках-холодильниках отправлена в лабораторию, затем результаты мы представим публично, а Роспотребнадзор примет меры в случае нарушений.

– Насколько критично обстоит дело с потреблением молочной продукции?

– По прогнозу «Союзмолоко», в этом году потребление молока останется практически на уровне 2017 года. Падать потребление не будет в этом году однозначно, возможно, произойдет его небольшой рост. Среднедушевое потребление молочной продукции мы оцениваем в 185 кг на душу населения в год – это небольшой показатель. Для сравнения, в советское время он составлял более 300 кг на душу населения в год, а рекомендованная норма ВОЗ составляет 330 кг на душу населения в год. А значит, потенциал роста спроса на молочные продукты достаточно серьезный. Доходы населения – фактор, непосредственно влияющий на спрос: когда они растут, растет и потребление молочной продукции, когда падают, спрос на нее, соответственно, снижается.

– Сегодня все чаще говорят об экспорте. Есть ли потенциал у молочной продукции?

– За последние годы ситуация в стране и в мире кардинальным образом из-

менилась. В начале 90-х годов мы жили в условиях полного развала старой советской продовольственной системы и тотальной зависимости от импорта. Когда появился нацпроект по поддержке сельского хозяйства, стояли задачи эту зависимость побороть. Сейчас мы в силах обеспечивать население продовольствием, но при этом есть возможности производить еще больше, имеет смысл более серьезно заняться экспортом. Появятся новые рабочие места, дополнительные доходы для бюджета, средства на развитие бизнеса. В итоге компании-производители получат возможность выйти на международный уровень.

У российской продукции есть очень серьезный экспортный потенциал, который до сих пор недооценен. Экспортируется у нас в основном сырье – зерно, переработанное мясо и пр., продуктов же с высокой добавленной стоимостью в этом перечне нет. Между тем, на мой взгляд, российская продукция будет востребована на рынках Китая, Африки, Ближнего Востока.

– Беларусь сегодня активно занимается экспортом в Россию. Сможем ли мы вытеснить их с нашего рынка в ближайшие годы?

– Сомневаюсь, что в ближайшие годы это возможно. В перспективе же нам необходимо, наконец, выработать понятные и взаимовыгодные правила игры с белорусскими производителями и окончательно разобраться с проблемой перекосов цен и поставок.

Нужно сбалансировать объемы производимой в России и закупаемой в Беларуси продукции.

■ Анжелика Грицак



О ЮБИЛЕЙНОМ V МЕЖДУНАРОДНОМ АГРОПРОМЫШЛЕННОМ ФОРУМЕ



27-28 ноября 2018 года в Доме правительства Московской области состоится юбилейный V Международный агропромышленный молочный форум, организатором которого выступает правительство Московской области при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

Форум зарекомендовал себя авторитетной площадкой России, на которой традиционно обсуждаются самые актуальные вопросы, имеющие отношение к рынку молочных продуктов, бизнесу и отрасли в целом. В прошлом году в Международном молочном форуме приняли участие более 2 000 человек из 35 стран. В этом году ожидается еще больший интерес к мероприятию в связи со значимыми событиями за прошедший год, которые способны оказать влияние на формирование новой молочной отрасли.

В первый день форума участники смогут посетить пленарное заседание в новом формате по нескольким актуальным вопросам, объединённым темой «Молочная отрасль: игра по новым правилам. Экспорт и переработка».

На пленарном заседании планируется рассмотреть увеличение объемов глубокой переработки молока, поддержку и развитие малых форм хозяйствования, новые законодательные инициативы и поддержку государства.

Программа форума также подразумевает обсуждение таких актуальных вопросов, как развитие международных связей, частных инвестиций в отрасль и передачу опыта успешных проектов на примере реализованных.

Важность форума прокомментировал Денис Буцаев, заместитель председателя правительства Подмосковья: «Международный агропромышленный молочный форум ежегодно показывает положительную качественную динамику, приобретая глобальные масштабы. Молочный рынок 2018 года стабилизируется, что дает уверенность в перспективности инноваций и инвестиций в отрасль. В рамках форума

будет представлена одна из главных тем развития – цифровизация как главный драйвер роста АПК в 2019 году».

На V Международном агропромышленном молочном форуме традиционно пройдет выставка российских и зарубежных компаний молочной отрасли, где будут представлены молочные продукты и оборудование для молочной промышленности. Отдельного внимания посетителей по праву заслуживают результаты работы инвестиционных проектов Подмосковья и шоурум с дегустацией новых видов продуктов из молока и молокосодержащих продуктов мировых и российских производителей.

Самые актуальные темы молочной отрасли будут рассмотрены в программе Молочного форума в этом году.

БИЗНЕС-ДИАЛОГ: «МОЛОКО 2020-2030: ЧТО ДАЛЬШЕ?»

Более шести лет назад была утверждена Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года. За эти годы молочная отрасль сделала большой шаг вперед, однако основные проблемы, описанные в данном документе еще в 2012 году, по-прежнему актуальны. Промежуточные итоги реализации Стратегии показывают, что подход к развитию молочной отрасли требует пересмотра.

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации совместно с крупнейшими отраслевыми союзами приступило к формированию новой стратегии, которая определит основные векторы и целевые показатели развития молочной отрасли на ближайшие десять лет.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ: Основные сдерживающие факторы: что мешает развиваться молочной отрасли? Каким должен быть приоритет развития отрасли: глубокая переработка или повышение качества сырого молока, стимулирование спроса или поиск новых рынков? На что должна быть направлена государственная поддержка? Как повысить инвестиционную привлекательность молочной отрасли? Как обеспечить качество молочной продукции и справиться с проблемой фальсификата?

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ:

«МОЛОЧНАЯ ОТРАСЛЬ: ИГРА ПО НОВЫМ ПРАВИЛАМ. ЭКСПОРТ И ПЕРЕРАБОТКА»

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ: Может ли ставка на глубокую переработку молока стать основой для развития отрасли? Почему отечественная пищевая промышленность выбирает импортное сырье? Из чего складывается цена на сухие молочные продукты, сыворотку и другое сырье в главных странах-экспортерах и в России? Что необходимо российской молочной отрасли, чтобы быть конкурентоспособной на мировом рынке?

СЕССИЯ: «ЦИФРОВАЯ ПОВЕСТКА МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ»

Переход к новому технологическому укладу и цифровой экономике – тренд, определяющий развитие всех сфер производства, в том числе сельского хозяйства.

Внедрение цифровых технологий в молочную отрасль может не только повысить эффективность производства и процессов управления фермами, но и кардинально изменить регулирование отрасли. Расширение сфер применения цифровых сервисов позволит проводить аналити-

ку и перейти к управлению отраслью на основе качественного планирования и прогнозирования рисков. Кроме того, цифровизация создает условия для повышения прозрачности рынка для потребителя и положительно влияет на спрос.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ: Оцифровка российского животноводства: плюсы и минусы, сроки реализации. Что даст внедрение цифровых систем в сфере регулирования отрасли производителям и потребителям? Аналитические сервисы для молочного бизнеса. Как это работает? Как внедрение цифровых технологий изменит производство и менеджмент в молочном бизнесе? Какой будет ферма будущего? Цифровое производство — облегчение труда или сокращение рабочих мест? Какие кадры нужны цифровой молочной отрасли?

ЭКСПЕРТНЫЙ КЛУБ: «ОРГАНИЧЕСКОЕ СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА»

По данным аналитического центра Grand View Research в ближайшие 2 года рынок органических продуктов будет расти ежегодно в среднем на 15,5%, к 2020 г. объем рынка составит около \$ 212 миллиардов.

Стабильный рост спроса и ограниченность предложения на международном рынке органической молочной продукции открывает новые возможности для развития отрасли в России. Закон об органической продукции стал первым шагом к развитию этого сегмента рынка. Однако для устойчивого развития органического производства, а также для выхода на внешние рынки необходимо, с одной стороны, создать систему сертификации и поддержки отрасли, с другой — убедить производителей в рентабельности перехода к органике.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ: Какова роль молочной продукции в органическом сегменте сельского хозяйства? Сертификация органической продукции: международный опыт. Какой будет система сертификации в России? Перспективы развития рынка органической молочной продукции в России:

потребление, спрос, экспорт. «Пионеры» отечественной органики о своем опыте работы с зарубежными клиентами. Органическое молоко — на чьей стороне выгода? Реальная ценность органического молока для рынка и потребителя.

МОЗГОВОЙ ШТУРМ: «В ЗАЩИТУ МОЛОКА: СОЗДАНИЕ КУЛЬТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ»

Падение спроса — одна из главных проблем молочной отрасли. Этот тренд обусловлен, в том числе, тем, что молоко теряет репутацию полезного продукта. Общественные организации по защите прав потребителей все чаще обвиняют производителей в тотальной фальсификации молочной продукции, СМИ распространяют информацию о вреде молокопродуктов. Кроме того, российский рынок молочной продукции становится все более конкурентным, а потребители становятся все более разборчивыми.

Таким образом, задача создания эффективной маркетинговой стратегии по продвижению молочных продуктов становится все более актуальной как для отдельных производителей, так и для отрасли в целом.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ: Какую роль играет бизнес в формировании культуры по-

требления молочных продуктов? Какие возможности есть у государства для стимулирования спроса на молочную продукцию? Фальсификат: насколько данная проблема действительно актуальна для конечного потребителя? Где чаще всего встречается фальсификат?

Какие потребительские тренды будут определять развитие продуктовой линейки в ближайшие годы? Какие тезисы должны лечь в основу стратегии защиты и продвижения молока?

СЕССИЯ: «БУДУЩЕЕ ПЛЕМЕННОГО ЖИВОТНОВОДСТВА: ГЛОБАЛЬНОЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ОТРАСЛИ»

Прозрачность и точность данных в племенном животноводстве напрямую сказывается на получении производителем прибыли и на конкурентоспособности российской молочной отрасли на мировом рынке.

Поэтому сегодня совершенствование системы управления и контроля в племенном животноводстве является приоритетной задачей как для государства, так и для бизнеса.

Эксперты отрасли сходятся во мнении, что отечественное племенное животноводство находится на пороге нового этапа, основной особенностью которого станет

совершенствование информационных систем и повышение достоверности данных.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

Результаты реализации дорожной карты развития племенной базы отечественного животноводства на 2017–2018 годы. Что дальше?

Как повлияла на племенное животноводство отмена субсидирования правительствам закупок импортного скота молочного направления? Конкурентоспособны ли животные отечественной селекции в сравнении с импортными? В какой перспективе и при каких условиях Россия сможет отказаться от импортного скота? Как будет развиваться государственная система учета и регулирования племенного молочного животноводства?

Первые результаты пилотных проектов по созданию региональных баз данных племенного молочного скота.



**V Международный
Агропромышленный
молочный форум**

Московская область
Красногорск
27-28 ноября
2018

К ЮБИЛЕЙНОМУ V МЕЖДУНАРОДНОМУ АГРОПРОМЫШЛЕННОМУ ФОРУМУ МЫ ДОСТИГЛИ СЛЕДУЮЩИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ:



более 6000 участников за 4 года работы Форума



более 35 подписанных соглашений на площадках Форума



более 15 млрд рублей инвестиций в отрасль по итогам достигнутых на Форуме договоренностей



Форум посетили представители 65 стран



более 100 партнеров Форума и участников выставки

В СООТВЕТСТВИИ С МИРОВЫМИ СТАНДАРТАМИ



В последнее время все более пристальное внимание уделяется развитию сельского хозяйства. Возвращаются в оборот неиспользованные земли, идет модернизация сельскохозяйственных предприятий, разработаны программы поддержки. Особое внимание – на развитие овощеводства. В Министерстве сельского хозяйства и продовольствия Московской области уверены: буквально через несколько лет регион не только сможет в полном объеме обеспечить своих жителей овощами закрытого грунта, но и превысить требуемое количество в разы. ООО «Агрокультура Групп» вносит свой посильный вклад в дело развития овощеводства. Рассказывает генеральный директор Владимир Чернышов.

– **Владимир Николаевич, у вашей компании есть значительный опыт в возведении и эксплуатации тепличных комплексов. Можете ли вы сказать, каковы типичные трудности при реализации таких проектов? И приходилось ли вам сталкиваться с нестандартными решениями?**

– Да, действительно, на сегодняшний день наша компания успешно реализовала три очереди строительства тепличного комплекса, а к концу 2018 готовимся к вводу четвертой. Любая стройка – процесс нелегкий и не всегда проходит тихо и гладко. Что касается каких-то нестандартных ситуаций, то, пожалуй, они возникают каждый день, но основные связаны не со строительством, а с оформлением разрешительной документации.

– **Есть ли подвижки в отечественном семеноводстве по сравнению со временем, когда вы только начинали свою деятельность? Могут ли отечественные оригинаторы предложить качественные семена для тепличного выращивания?**

– К сожалению, сегодня в России рынок

семян для выращивания овощей на светкультуре развит недостаточно. Семян огурцов нет вообще, представлены только некоторые сорта томатов. ООО «Агрокультура Групп» испытывала их в 2017 году, однако сейчас наш выбор все-таки в пользу голландских производителей.

– **Некоторые компании в настоящее время продают свои тепличные комплексы, т.к. считают, что этот бизнес не приносит желаемого дохода. Как вы считаете, стоит ли в этом конкретном случае говорить о реальном доходе компаний?**

– Говоря откровенно, не существует такого бизнеса, который бы сразу приносил желаемый доход. В этом и суть профессионального менеджмента – выстроить грамотный производственный процесс, наладить схемы продаж, найти баланс распределения энергоресурсов. У каждой компании свой путь. Что же касается нас, то мы ничего продавать не собираемся, наоборот, строим планы, как развиваться дальше.

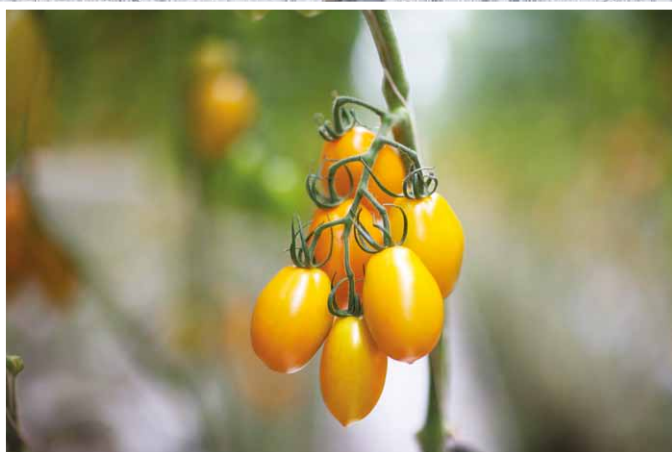
– **Вы за жесткую конкуренцию или охотно обмениваетесь опытом с отече-**

ственными предприятиями аналогичного профиля?

– Мы за разумный подход к работе. У всех существуют коммерческие тайны, какие-то свои ноу-хау, которые не должны разглашаться. От этого зависит успех нашего бизнеса, эксклюзивность и, соответственно, интерес к нашей продукции. Что же касается обмена опытом и взаимного сотрудничества, мы всегда открыты для диалога и рады продуктивному взаимодействию.

– **С вашей точки зрения, насколько успешно российские подрядчики строят и оборудуют теплицы, если сравнивать с передовыми компаниями из-за рубежа?**

– С нашим генеральным подрядчиком мы работаем давно, и глобальных претензий не возникало. Базово строят хорошо, но с зарубежными технологиями на равных мы пока конкурировать не можем. Строители, безусловно, стараются идти в ногу со временем, перенимая технологические новшества иностранных коллег, но на данном этапе мы в роли догоняющих.



– Можно сказать, что Россия в сфере промышленного выращивания овощей закрытого грунта сейчас на уровне мировых тенденций, или мы пока еще учимся у других? Можно ли переломить ситуацию в ближайшее время?

– По качеству и вкусовым показателям производимой продукции мы находимся на достойном уровне, полностью отвечающим мировым стандартам. При этом мы никогда не перестаем учиться: наши сотрудники частые гости международных конференций, выставок и программ обмена опытом выращивания овощей в закрытом грунте. Очень много зависит от спроса и вкусовых предпочтений отдельных регионов, по этому показателю мы все-таки отличаемся от жителей зарубежья. В своем сегменте мы занимаем достойный уровень и перспектива выхода на новый уровень не так далека.

– Есть ли статистика, какова доля ваших овощей в общем объеме поставок по России? Каков ваш вклад в снижение зависимости от импорта?

– На данный момент продукция нашей компании занимает 4% от общей доли рынка закрытого грунта. В 2018 году с введением в эксплуатацию четвертой очереди строительства (28 га) мы планируем увеличение данных показателей как минимум на 2%.

– Какие перспективы у компании на будущее? Будет ли помогать вам область и государство?

– В будущее мы смотрим с оптимизмом и надеемся на дальнейшее развитие и новые перспективы. Московская область и государство оказывали и, надеемся, продолжают оказывать финансовую и организационную поддержку, так как субсидии значительно поддерживают тепличный бизнес. И хотя конкуренция достаточно высока, мы надеемся войти в перечень предприятий, которым данные льготы будут предоставлены.

– Планируете ли вы развивать научно-исследовательское направление деятельности или помогать профильным учреждениям в этой сфере?

– Кадры, как принято говорить, решают все. От того, насколько квалифицированы наши сотрудники, зависит успех нашей компании. В связи с этим мы действительно планируем развивать научно-исследовательскую деятельность, а также выстраивать работу с профильными научными и учебными учреждениями.

■ Беседовала Ульяна Кухтина





«МУСТАНГ ТЕХНОЛОГИИ КОРМЛЕНИЯ» – КАЧЕСТВО В ПРИОРИТЕТЕ



ОО «Мустанг Технологии Кормления» – ведущий российский производитель и поставщик заменителей цельного молока, кормов, кормовых добавок, концентратов и премиксов для сельскохозяйственных животных, сегодня строит в 100 км от Москвы, в городе Ступино, современный завод по производству заменителей цельного молока, кормов, концентратов и премиксов для сельскохозяйственных животных. Строительство шло быстрыми темпами: начали в конце декабря 2017 года, и на сегодняшний день полностью закончены строительные работы, смонтировано оборудование, состоялся пробный запуск производства. Полностью ввести в эксплуатацию предприятие планируется в первом квартале 2019 года. Основная цель руководства – сделать завод по-настоящему европейским и лучшим в России – достигнута.



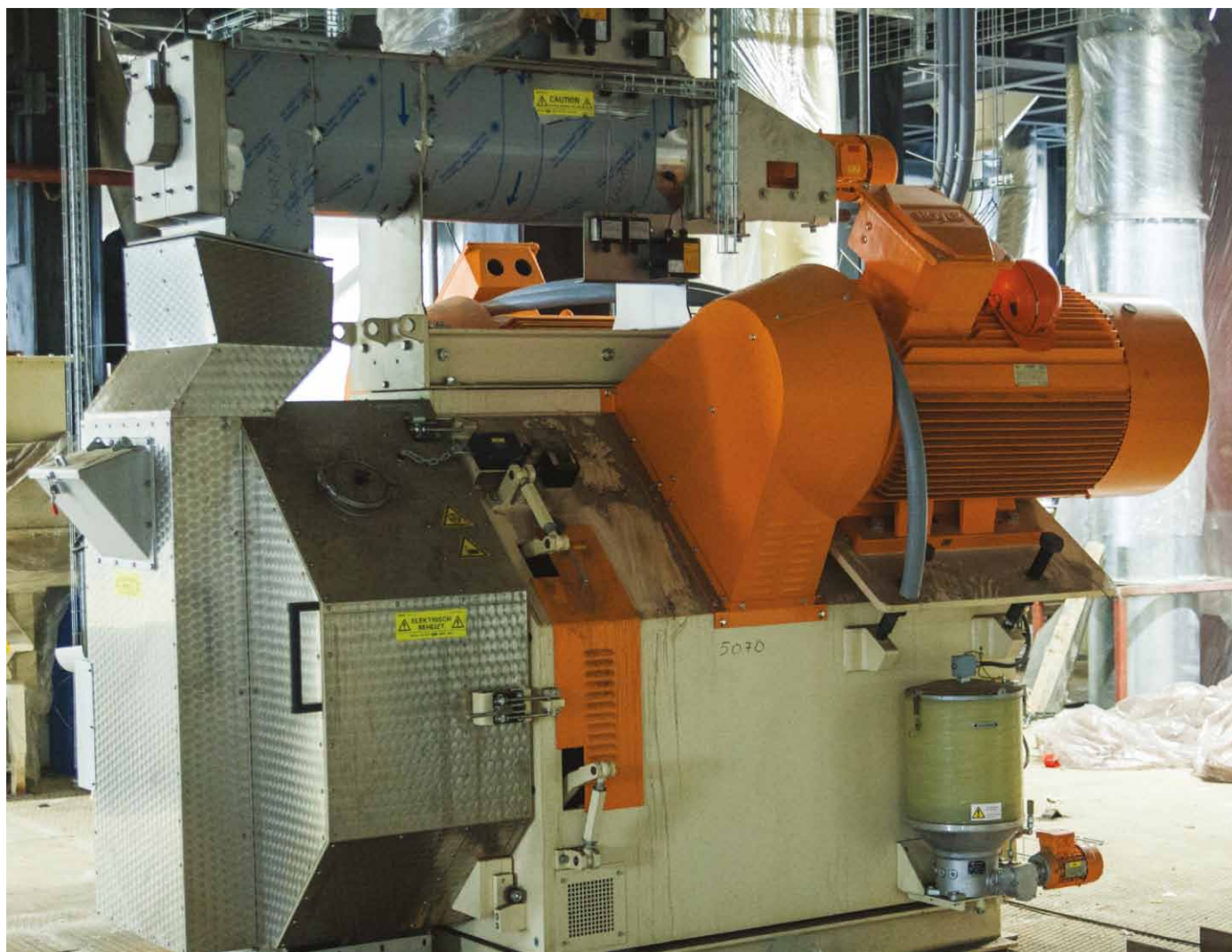
Компания «Мустанг Технологии Кормления», одна из старейших в кормовой отрасли, в этом году отмечает 25-летний юбилей. Некогда небольшое предприятие сегодня превратилось в крупную компанию с собственным производством, современной лабораторией, высококлассными экспертами и развитой системой региональных представителей. Изначально фирма занималась продажей казеина – ингредиента для производства клея – и экспорта его в Европу. Позже нашлись партнеры, которые предложили вывести на российский рынок заменители молока для телят. На сегодняшний день предприятие практически отказалось от импорта, перейдя на отечественное сырье и на продажу собственной продукции. Одним из достижений последних лет компании «Мустанг Технологии Кормления» стало формирование ассортиментного портфеля для высокопродуктивных коров. Для высокоудойных животных с производительностью от 10 000 литров молока в год необходимы специальные корма, в которых питательность, содержание минеральных веществ, витаминов будет выше, чем в обычных кормах.



КАЧЕСТВО ТОВАРОВ НА ПЕРВОМ МЕСТЕ

Для компании «Мустанг Технологии Кормления» вопросы контроля качества – приоритетные. На производстве работает одна из самых мощных в отрасли лабора-

тория, оснащенная современным оборудованием. При возникновении претензии у заказчика, в лаборатории в течение 24 часов делается анализ образцов продукции. С запуском нового завода в Ступино вопрос качества останется приоритетным.



СИЛА В КОМАНДЕ

Конкурентное преимущество «Мустанг Технологии Кормления» – сотрудники, сильная команда профессионалов. Специалисты компании – высококлассные эксперты, с высшим зоотехническим образованием, кандидаты сельскохозяйственных и биологических наук с большим опытом работы в животноводстве. Это специалисты самой высокой категории, которые доступны для хозяйств непосредственно в их

регионах. Сотрудники регулярно проходят тренинги и курсы повышения квалификации в России и Европе. Эксперты компании отслеживают тенденции развития отрасли на мировом рынке и адаптируют полученные знания под российские реалии, оперативно внедряют в производство. Все новшества на мировом рынке руководство компании отслеживают, адаптируют их под наши реалии и оперативно внедряют в производство.

ВЫХОДИТЬ НА НОВЫЕ
РЫНКИ, ТЕМ БОЛЕЕ
ИНОСТРАННЫЕ,
ВСЕГДА НЕПРОСТО.
НО КОМПАНИИ
«МУСТАНГ
ТЕХНОЛОГИИ
КОРМЛЕНИЯ» УЖЕ
ЕСТЬ ЧЕМ ГОРДИТЬСЯ.

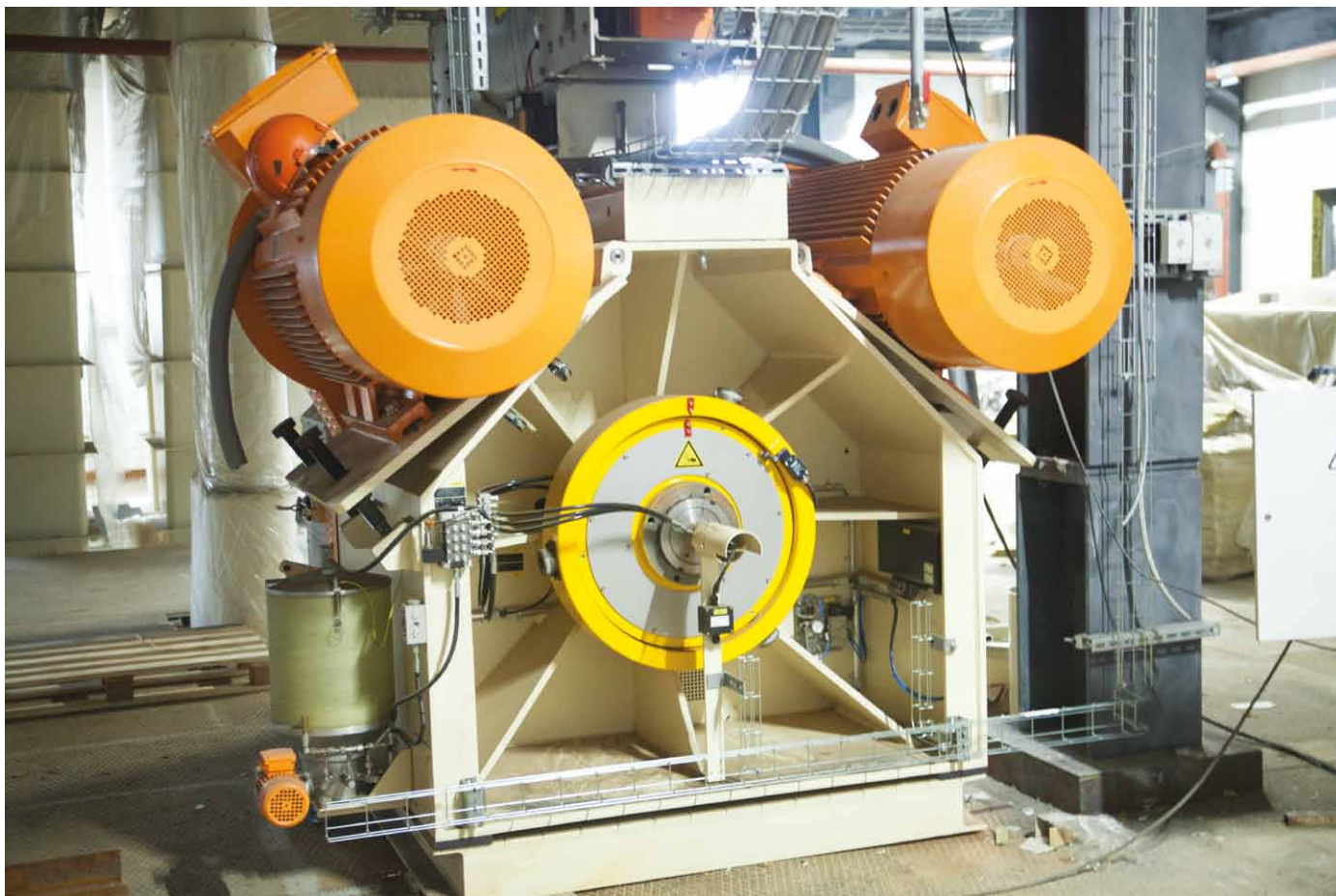
КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К РАБОТЕ С КЛИЕНТОМ

Каждое предложение, которое компания «Мустанг Технологии Кормления» готовит, максимально проработано исходя из данных конкретного хозяйства. Этого помогает достигнуть хорошо отработанная методология: от знакомства с хозяйством, проведения аудита, предоставления результатов руководству и собственнику хозяйства до формулирования целей, которые хочет достичь сельхозпроизводитель. Специалисты постоянно занимаются мониторингом, показатели корректируются и проводятся регулярные замеры результатов. Все это направлено для достижения целевых показателей, как правило, это увеличение надоев, повышение качества молока, увеличение привесов у молодняка и т.д. Не реже чем раз в квартал эксперты компании готовят подробный отчет по ключевым зоотехническим и экономическим показателям этого хозяйства. Если нет прогресса, назначают корректирующие мероприятия. Заказчик продукции получает прибыль за счет увеличения производительности. Специалисты ООО «Мустанг Технологии Кормления» предлагают своим клиентам самый лучший сервис, доступный на рынке.

ВЫХОД НА ЭКСПОРТ – ПРИОРИТЕТНАЯ ЗАДАЧА КОМПАНИИ

Выходить на новые рынки, тем более иностранные, всегда непросто. Но компании «Мустанг Технологии Кормления» уже есть чем гордиться: полтора года назад успешно закрепились в Узбекистане. Сейчас развивается сотрудничество с Таджикистаном, Арменией, Азербайджаном, Ираном и Монголией. Это перспективное направление для компании: задача специалистов заключается не только в том, чтобы продать товар, но и поделиться экспертными знаниями в области сельского хозяйства.





МУСТАНГ

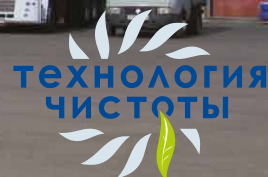
ТЕХНОЛОГИИ КОРМЛЕНИЯ

**117513, Москва,
Ленинский проспект, 137, к.1**

**+7 495 931 91 90
product@mustangtk.ru**

WWW.MUSTANGTK.RU

ВСЕ АСПЕКТЫ ЧИСТОТЫ И САНИТАРИИ



ПИОНЕР ИНДУСТРИИ САНИТАРИИ И ГИГИЕНЫ

«Технология Чистоты» – российская научно-производственная компания, чья деятельность на отечественном рынке началась в 1995 г. На тот момент это была единственная российская организация, занимавшаяся разработкой профессиональных моющих средств и дезинфектантов, экологически безопасных очистителей, а также эффективных технологий очистки и санитарной обработки для предприятий пищевой промышленности, индустрии и транспорта.

Сейчас «Технология Чистоты» – это группа компаний, занимающихся производством химической продукции и пластиковой тары на собственных площадях, оказанием комплекса услуг по обеспечению чистоты, санитарии и гигиены, организацией профильных обучающих семинаров. Кроме этого, ГК реализует продукцию собственного производства и инновационные продукты, в том числе специализированное оборудование для мойки и дозирования, профессиональный уборочный инвентарь, спецодежду, расходные материалы для контроля качества мойки и дезинфекции.

Здесь инновации в области обеспечения чистоты и санитарии успешно сочетаются с высочайшим качеством выпускаемой продукции. За 23 года работы компания накопила огромный практический опыт, ее продукцией и услугами пользуются более 5 000 предприятий России и стран СНГ – от лидеров пищевой отрасли и индустрии до представителей малого и среднего бизнеса.



Комментарий:

Зоя Владимировна Григорьева, коммерческий директор ГК «Технология Чистоты»:

– На данный момент мы выпускаем большой ассортимент продукции для решения широкого спектра задач на предприятиях пищевой отрасли, агропромышленного комплекса, индустрии, транспорта. Всего это 180 наименований. А наша доля на российском рынке профессиональных моющих средств составляет около 25%.

Можно смело сказать, что «Технология Чистоты» – эксперт в своем деле. Компания зарекомендовала себя как надежный профессиональный партнер, реализующий политику экологической безопасно-

сти, комплексного и системного подхода к решению актуальных задач своих покупателей. Наша продукция конкурентоспособна, соответствует международным стандартам. Мы работаем по всей России и в странах СНГ, имеем 3 филиала и более 40 представительств.

БЕЗОПАСНОСТЬ – КЛЮЧЕВОЕ ПОНЯТИЕ

В 2012 году компания перенесла свое производство из Москвы в город Дзержинск под Нижним Новгородом. Там был открыт новый современный завод по изготовлению профессиональных моющих и дезинфицирующих средств, химической продукции различного назначения. Его отличительная особенность – хорошо оснащенные производственные и складские цеха, лаборатории для обеспечения контроля качества продукции, инженерно-технические службы и службы жизнеобеспечения. Это было важное событие для региона, на открытии присутствовал губернатор области Валерий Шанцев. Губернатор дал высокую оценку работе завода, отметил высокое качество современного оборудования, которым оснащено производство, похвалили использование безопасных и ресурсосберегающих технологий, обеспечивающих сохранение окружающей среды.

Предприятие отвечает всем требованиям к эксплуатации химических объектов, имеет лицензию Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору. Нагрузка на окружающую среду снижается за счет воплощения в жизнь принципа «БЕЗотходный

и БЕЗвредный», использования только безопасных природосберегающих технологий, создания экологически безопасных, биоразлагаемых препаратов. Многие процессы на производстве полностью автоматизированы, что исключает человеческий фактор: автоматика не устает и не ошибается. В частности, изготовление (синтез) широко известного на рынке дезинфектанта на основе надуксусной кислоты «Криодез» происходит только в автоматическом режиме и при строгом соблюдении всех правил безопасности.



Комментарий:

Нина Владимировна Глазова, технический директор ГК «Технология Чистоты»:

– Изготовление всей нашей продукции является безотходным, экологически и технически безопасным. На предприятии действует система управления качеством ISO 9001 и система управления состоянием окружающей среды, соответствующие требованиям законодательной и нормативной базы РФ. Предприятие постоянно проверяет использование производственных и упаковочных материалов и их потенциал для утилизации. Например, поврежденные деревянные европоддоны ремонтируются и вновь используются. Применяемая на заводе вода очищается перед сбросом в канализацию.

Стратегия природоохранной политики компании – безопасное производство продукции и безопасное ресурсосберегающее её использование на объектах.

Что способствует ее реализации? Это высокие стандарты производственной безопасности, профессионализм персонала, совершенствование процессов и технологий производства, высокие экологические стандарты на сырье, материалы и готовую продукцию, а также поддержка экологически безопасных решений и акцент на инновации и новые разработки.

Важную роль играет сотрудничество с надежными и ответственными поставщиками. «Технология Чистоты» заботится о здоровье людей как на этапе изготовления продукции, так и в процессе использования ее потребителем.

ДОСТИЖЕНИЯ И УСПЕХИ

«Технология Чистоты» – компания полного цикла, от разработки продукции до ее реализации. Все производимое ею – это ее же оригинальные разработки. Одним из основных функциональных подразделений компании является научно-технологический центр по внедрению, включающий научно-исследовательскую лабораторию, технологический отдел, сервисную службу, отдел нормативной и технической документации. Имея огромные знания и научно-практический опыт, высококвалифицированные специалисты компании – технологи, инженеры, химики – стремятся обеспечить сбытовые структуры компании комплексом готовых решений для выполнения различных задач на объектах. Компания находится в постоянном поиске новых эффективных технологических решений.

Одна из последних разработок – безопасная пенная технология санитарной обработки с применением препарата на основе надуксусной кислоты «Криодез», которая получила Гран-при выставки «Агропродмаш-2015» и «Агропродмаш-2018». В отличие от аэрозольного применения, орошения растворами, оказывающего вредное воздействие на здоровье людей, применение в виде пены гораздо безопаснее. Оно обеспечивает высокий уровень санитарной обработки цехов и оборудования и позволяет поддерживать стабильное микробиологиче-

ское состояние пищевых производств, а также создавать более комфортную среду для персонала. В настоящее время компания ведет активные работы по совершенствованию рецептур моющих средств для таких процессов, как СИП-мойка, фильтрация, обработка оборотной воды.

БИОРАЗЛАГАЕМОСТЬ

Все поверхностно-активные вещества в моющих средствах компании – биоразлагаемые. Они выполняют функции смачивателей, эмульгаторов и детергентов, ускоряя и облегчая процесс очистки поверхности. В связи с большим количеством применяемых ПАВ огромное значение имеют их физико-химические свойства, в особенности их токсичность и биоразлагаемость. Пока большая часть таких веществ, используемых в коммерческих целях, не подвержена биологическому разложению. Поскольку они используются в составе моющих средств по всему миру, их попадание через речную сеть в океан неизбежно. В результате усиливается испарение с поверхности океанов, что в глобальном масштабе ведет к изменению климата. Также вредное воздействие такие вещества оказывают на живые организмы, биоценоз водоемов и почвы. Для сохранения природы важно, чтобы такие химические вещества как можно быстрее подвергались разложению. Поэтому еще при создании «Технологии Чистоты» было решено, что в производстве моющих средств предпочтение будет отдано биологически разлагаемым поверхностно-активным веществам.

Комментарий:

Нина Владимировна Глазова, технический директор ГК «Технология Чистоты»:



– Мы много лет сотрудничаем с крупными производителями поверхностно-активных веществ (ПАВ). В мире всего несколько фирм может производить биоразлагаемые ПАВ. Конечно, они дороже неразлагаемых аналогов, но мы крупные заказчики, и поэтому нам удавалось добиться оптимальных закупочных цен. Сейчас ситуация на рынке резко усложнилась – санкции, повышение цен на сырье, спад покупательской способности, высокая конкуренция. Это приводит к тому, что все, в том числе и наши клиенты, стали экономить, потребность в качественных моющих средствах снизилась, все ищут дешевую замену, а это, на мой взгляд, рано или поздно приведет к ухудшению экологической ситуации, и почувствуют это наши дети.

использовании специализированного современного оборудования и инвентаря для санитарной обработки;

Третье – это реально функционирующая на предприятии система управления безопасностью производства пищевой продукции, базирующаяся на принципах ХАССП, элементом которой является подсистема санитарии и гигиены.

Все эти составляющие опираются на человеческий фактор – добросовестность персонала, его квалификацию и правильно выстроенную мотивацию.

Комментарий:

Сергей Георгиевич Сальников, главный технолог ГК «Технология Чистоты»:



ОЧИСТКА И ДЕЗИНФЕКЦИЯ – ДЕЛО ОТВЕТСТВЕННОЕ

Чтобы пищевые производства всегда достигали максимального результата от санитарной обработки, нужно придерживаться трех правил.

Первое – использование эффективных и, что на сегодня очень важно, экологически безопасных моющих и дезинфицирующих средств;

Второе – правильная технология применения таких средств, основанная на

– Не все люди до конца осознают свою ответственность за здоровье других людей, для которых они производят пищевые продукты. Именно из-за этого работа системы управления безопасностью производства пищевой продукции может быть неэффективна либо вовсе отсутствовать. Как следствие – нестабильный уровень санитарии и гигиены со всеми вытекающими из этого последствиями. Причем удаленность или приближенность предприятия к столице на это не влияет.

На очень удаленных от столицы производствах может быть все безупречно, а в столичном регионе не реже, чем на периферии, выявляются нарушения санитарно-гигиенических регламентов.

Очень многое зависит от позиции руководства предприятия. Требование стандарта безопасности для пищевой промышленности ISO 22000 начинается с “приверженности руководства пищевой компании принципам HACCP (Hazard analysis and critical control points - Анализ рисков и критические контрольные точки)”. Эти принципы предписывают детально контролировать в ходе производства все опасные стадии и угрозы, которые потенциально могут оказать негативное воздействие на безопасность выпускаемых продуктов питания.

Без заинтересованности руководства выполнение требований санитарно-гигиенических регламентов на пищевом производстве становится формальным, недостаточно мотивированным, а потому часто неэффективным. На тех предприятиях, где санитарии и гигиене уделяют должное внимание, как и остальным составляющим, обеспечивающим безопасность выпускаемой продукции, не бывает серьезных проблем с качеством. Внедрение системы безопасности пищевой продукции, основанной на принципах ХАССП, – это серьезный шаг в сторону прогресса. Поэтому, если сравнивать пищевое производство, каким оно было в начале двухтысячных годов, с тем, каким оно стало сейчас, то разница очень большая в лучшую сторону.

В этом плане играет роль и размер производства – мелким и средним производителям тяжелее соблюдать требования, например, СанПин, чем крупным игрокам, у которых четче выстроены технологические цепочки и лучше контроль качества.

Два года назад мне довелось участвовать в учредительном форуме Союза сыроваров, где большинство составляли представители малого бизнеса. Им строго соблюдать санитарные нормы либо затруднительно, либо не под силу. Поэтому многие из них выступали за полную или частичную отмену санитарных норм, не осознавая, что в конечном итоге такая отмена приведет к полной дискредитации мелких производств в глазах потребителей. А такой прогрессивный путь, как совершенствование процесса производства, его условий и технологического уровня, представлялся им нереалистичным. Здесь, с моей точки зрения, требуется целенаправленная помощь государства. Необходимо помогать малому бизнесу и предпринимательству льготными условиями кредитования, оказывать поддержку в модернизации производства, в повышении технологического уровня, в обучении персонала.

НАУЧИТЬ ЧИСТОТЕ – НАША ЗАДАЧА

Внедрение методик «Технологии Чистоты» помогает обеспечить качество санитарной обработки и преодолеть немотивированность исполнителей. Современные технологии применения моющих средств позволяют обеспечить при их соблюдении необходимое качество и стабильность санитарной обработки на постоянной основе, а не от проверки к проверке. Оборудование стоит денег, но затраты окупаются надежным обеспечением безопасности процесса производства пищевых продуктов.

Комментарий:

Сергей Георгиевич Сальников, главный технолог ГК «Технология Чистоты»:

– В Европе, откуда, в основном, подобные технологии к нам пришли, уже давно все посчитали, и эти расходы себя оправдывают. Мы проводим обучающие семинары как для руководства, так и для рядовых исполнителей, даем достаточный объем знаний по современным технологиям санитарной обработки, критериям и правилам выбора специализированного оборудования и инвентаря, особенностям современных дезинфицирующих средств и технологий дезинфекции, материалам, разрешенным к применению на пищевых производствах. Мы объясняем, почему ту или иную процедуру необходимо делать так, а не иначе, почему нужна именно такая концентрация вещества в растворе. Рассказываем о типичных ошибках при проведении санитарно-гигиенической обработки. При подготовке технологов-пищевиков в вузах сегодня, на мой взгляд, недостаточно внимания уделяется изучению процессов санитарно-гигиенической обработки на пищевых производствах, и мы своими семинарами в значительной степени устраняем этот недостаток.

Например, еще в школе рассказывают о гальванической коррозии, когда два металла соприкасаются в водной среде. Так вот, в оснащении российских пищевых производств часто соприкасаются черный металл и нержавеющая сталь. Из-за этого появляется питтинговая коррозия, когда на поверхности металла возникают небольшие ямки. А эти ямки очень трудно, почти невозможно очистить от органических и микробиологических загрязнений на пищевом производстве. Так образуется постоянный источник микробиологического загрязнения, от которого нельзя избавиться с помощью стандартных процедур санитарной обработки. Вот о таких и других интересных вещах мы и рассказываем работникам пищевых предприятий.

Еще простой пример из сферы организации процессов санитарной обработки. После заключительной фазы санитар-

ной обработки, которая называется дезинфекция, требуется промывать оборудование водой до полного отсутствия дезинфицирующего вещества. Но санитарную обработку обычно проводят уже в конце рабочей смены. Работники торопятся домой и часто оставляют окончательную «чистовую» промывку «на потом», на утро. Когда сотрудник лаборатории берет контрольный смыв после окончания рабочей смены, он, конечно, всегда получит результат, свидетельствующий об отсутствии микробиологического загрязнения, ведь фактически смыв берется прямо из раствора дезинфицирующего вещества. Но реальной картины это не даст, и на производстве вполне может присутствовать опасность инфицирования производимой продукции.

СИСТЕМАТИЧНОСТЬ И КАЧЕСТВО ОБРАБОТОК – ПРОТИВ РЕЗИСТЕНТНОСТИ БАКТЕРИЙ

При обработке пищевых производственных помещений, как и в больницах, есть такая проблема, как выживание микроорганизмов, которые постепенно перестают реагировать на дезинфицирующие средства. Что делается для ее решения компанией «Технология Чистоты»?

Сергей Георгиевич Сальников, главный технолог ГК «Технология Чистоты»:

– Такое положение дел иногда имеет место, и наши обучающие семинары затрагивают эту проблему. Если этапы санитарной обработки выполняются некачественно и несвоевременно, а используемая концентрация дезинфицирующего вещества меньше, чем необходимо, то меры будут неэффективными. Часть бактерий – причем наиболее устойчивых – выживает. В итоге наступает момент, когда даже соблюдение технологической нормы не дает результата. Иногда на оборудовании образуются бактериальные пленки (био пленки), содружества бактерий, которые защищаются от вредных для них воздействий окружающей среды путем образования общего защитного чехла – полисахаридного матрикса. Данный матрикс не дает дезинфицирующим веществам действовать на бактерии в полную силу, и стандартная обработка становится неэффективной. Необходимо разрушить полисахаридный матрикс, а уже затем дезинфицировать оборудование.

Сегодня наиболее действенным методом защиты от био пленок является скрупулезное соблюдение графика санитарных обработок, использование современных моющих и дезинфицирующих средств, специализированного оборудования и инвентаря.

ПАРТНЕРСТВО ДАЕТ ПРЕИМУЩЕСТВА

Сейчас все предприятия пищевой промышленности должны внедрить на своем производстве принципы HACCP и требования стандартов ISO по надлежащему контролю за качеством производственных процессов. При таком внедрении они должны провести ряд обязательных мероприятий. «Технология Чистоты» на этапе подготовки таких мероприятий может провести полный мониторинг инженерных систем, технологии санитарной обработки, имеющихся микробиологических загрязнений. На основе этого составляется обоснованный план санитарной обработки с расчетом необходимого расхода моющих и дезинфицирующих средств, с перечнем необходимого оборудования. Если компания заключает договор о сотрудничестве с этим предприятием, она регулярно поставляет моющие и дезинфицирующие средства, обслуживает поставленное оборудование, проводит обучающие семинары для персонала, мониторинг возникающие проблемы и оперативно предлагает их решения, сразу внедряет все новые перспективные разработки по мере их появления.

Комментарий:

Зоя Владимировна Григорьева, коммерческий директор ГК «Технология Чистоты»:

– Исходя из более чем двадцатилетнего опыта работы в сфере санитарно-гигиенической обработки пищевых производств, мы уже хорошо понимаем, какие проблемы возникают на производствах и как их правильно решать.

Наша компания, осознавая свою ответственность за безопасность производимых в России продуктов питания, причем как на тех предприятиях, с которыми мы сотрудничаем в сфере выполнения требуемых санитарных процедур, так и на всех предприятиях пищевой промышленности вообще, организует на региональном уровне бесплатные семинары для всех заинтересованных лиц, аналогичные тем семинарам, что мы проводим для персонала сотрудничающих с нами компаний. На них вам подробно расскажут о правильном проведении санитарно-гигиенических процедур, о том, как избежать серьезных ошибок и обеспечить безопасность производства продуктов питания. Эти семинары бесплатны и доступны для любого представителя малого бизнеса, индивидуального предпринимателя, которые работают в сфере пищевой промышленности. Мы приглашаем их на наши семинары, понимая, что в знании – сила, что наши знания могут помочь им сделать их предприятия более технологичными, а продукцию более качественной и безопасной.



Российское общество активно и вполне успешно внедряет самые лучшие технологии производства и культуру ведения сельского хозяйства. Одно из таких веяний современности – натуральные продукты, в зарубежье носящие маркировку «organic» (т.к. органические, натуральные). Спрос, как известно, рождает предложение, и удовлетворить запросы населения вызывается все больше экодружественных и ориентированных на производство качественной продукции фирм. Одна из них – подмосковная ООО «Корпорация ОРГАНИК», владеющая двумя молочными хозяйствами в экологически чистых Шатурском и Рузском районах Московской области и производящая линейку молочных продуктов под брендом «ЭтоЛето». Эта компания уникальна в своем роде – молоко ее производства было первым в России, получившим европейский органический сертификат. И по сию пору хозяйства «Корпорации ОРГАНИК» производят натуральные продукты высокого качества для людей, заботящихся о своем здоровье и здоровье близких.

ООО «КОРПОРАЦИЯ ОРГАНИК»: ГЛАВНЫЙ ЗНАК КАЧЕСТВА ВРУЧАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ



Об успехах и заботах предприятия рассказывает генеральный директор Валентина Афанасьевна Сигаева:

– Начнем, пожалуй, с того, что держать марку экологически-чистого производства натуральных продуктов совсем непросто. Если другие производители молока и молочных продуктов применяют целый арсенал химических препаратов для обработки полей и животных, включая минеральные удобрения, гербициды и инсектициды, мы принципиально не используем в растениеводстве от этого. Наши коровы питаются натуральными сбалансированными по составу кормами и содержатся в комфортных условиях. Нам удается получать высококачественное молоко, творог, сметану и другие продукты, реализовывать их в федеральных сетях и собственных точках.

КОРОВЫ В ХОЗЯЙСТВАХ «КОРПОРАЦИИ ОРГАНИК» ПИТАЮТСЯ НАТУРАЛЬНЫМИ СБАЛАНСИРОВАННЫМИ ПО СОСТАВУ КОРМАМИ И СОДЕРЖАТСЯ В КОМФОРТНЫХ УСЛОВИЯХ, КОТОРЫЕ ЗАКЛАДЫВАЮТ ОСНОВУ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА НАТУРАЛЬНОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ. —

– Валентина Афанасьева, этот год для предприятия чем-то отличается от предыдущих?

– Этот год для нас выдался беспокойным, однако его итоги радуют. Изначально мы планировали начать строительство в «Спартаке» (Шатурский район) новой фермы на 1195 голов молочного стада, но в итоге жизнь и финансовая ситуация внесли коррективы в этот замысел, от него пришлось отказаться. Стройка перенесе-

на на 2019 год. И, честно говоря, я даже рада, что так вышло, учитывая, сколько важных вещей мы успели сделать. Нам удалось продолжить плановую модернизацию производства, в рамках которой вложено 132 миллиона в текущем году и 160 миллионов в 2017 году. На эти деньги отремонтированы старые коровники, увеличено количество скотомест для содержания КРС на 223 и для молодняка – 700. Введен в эксплуатацию кормоцех,

а также подготовили площадки для хранения кормов. До этого силос и сенаж хранились в полях, достаточно далеко от ферм, что было не совсем удобно и, с нашей точки зрения, не совсем правильно, так как нахождение под открытым небом уменьшало их питательность. В этом году мы максимально приблизили хранение кормов к фермам и кормоцехам.

Ведется серьезная модернизация молочного цеха в «Спартаке», в рамках которой мы планируем до конца 2019 года обновить все необходимые процессы жизнедеятельности – система водоподготовки и водоочистки, а также воздухоочистки, новые холодильные камеры. Все это позволяет нам соответствовать самым строгим требованиям проверяющих инстанций и делает работу сотрудников удобной.

В результате модернизации молочного цеха мы значительно увеличили производственную площадку на 900 квадратных метров и разделили цеха на творожный,

В целях оздоровления и повышения продуктивности стада мы закупили две партии нетелей голштинской породы для ферм в Лидино (Рузский район). Одна из них уже обживаете на месте. Партия численностью 204 головы из Нидерландов только привезли, и она успешно проходит карантинные мероприятия. Предыдущую партию КРС мы брали в Германии, нам они понравились. Теперь познакомимся поближе с животными голландской селекции (Голландия, между прочим, их историческая родина, породу вывели именно там). Сравним и сделаем вывод, где стоит взять следующую партию для новой фермы в Середниково на 1195 голов. Еще мы успели приобрести 100 нетелей-голштинок и у наших соседей из Зарайского района на племенной ферме «Макеево» для фермы в Шарапово. И ждем от них достойных результатов

В этом году особое внимание уделили качеству заготовки кормов с учетом рекомендации и лучших немецких и

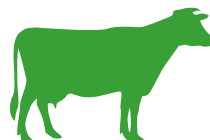
нию различных групп животных, одна из них работала по немецким технологиям, другая – по голландским. И если честно говорить, то технология заготовки сена, силоса и прочего, на самом деле, очень тонкое дело. Стоит, например, нарушить агротехнические сроки или чуть-чуть протянуть время с уборкой, и питательная ценность кормов резко падает, что ведет к прямым убыткам. Благодаря нашим консультантам мы внедрили рациональный подход к заготовке кормов и процессу кормления, и результаты не заставили себя ждать – надои значительно повысились, и это при том, что затраты кормов сократились. Экономия и эффективность налицо. Вообще международные связи – очень полезная вещь, поэтому в поездках за скотом в Германию и Голландию я с большим интересом изучаю опыт организации хозяйственных процессов на животноводческих комплексах и в племенных центрах. Это дает нам множество полезных знаний, а

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА:

Период реализации: 2017-2018 гг.

Инвестиции: 292 млн руб.

ОБЪЕКТЫ:



7

ЖИВОТНОВОДЧЕСКИХ
ОБЪЕКТОВ

5

ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
ОБЪЕКТОВ

10

АДМИНИСТРАТИВНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ
ОБЪЕКТОВ

440

ГОЛОВ ВЫСОКОПРОДУКТИВНЫХ
КРС ГОЛШТИНСКОЙ ПОРОДЫ

54

ЕДИНИЦ ТЕХНИКИ И
ОБОРУДОВАНИЯ

аппаратный, стеклообработки, расфасовки, упаковки, розлива и др. Расширили возможности фасовочного цеха и наладили выпуск продукции в разной упаковке. Покупателям, например, нравятся пластиковые стаканчики для йогуртов, творога и сметаны, и мы идем им навстречу. Кроме этого удалось модернизировать систему обработки и подготовки тары, что несомненно отразится на качестве продукции и создать возможность по удлинению сроков годности. Напомню, что раньше срок годности нашей продукции составляет от 5 до 15 дней. Это связано с тем, что мы не добавляем в свою «молочку» консерванты, у нас все натуральное.

голландских практик. В 2017 году мы в корне изменили рационы кормления. пригласили консультантов по кормле-

также деловых контактов и связей, которые мы используем в нашей работе дома.

БЛАГОДАРЯ ЛУЧШИМ ТЕХНОЛОГИЯМ В ХОЗЯЙСТВАХ «КОРПОРАЦИИ ОРГАНИК» БЫЛ ВНЕДРЕН РАЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ЗАГОТОВКЕ КОРМОВ И ПРОЦЕССУ КОРМЛЕНИЯ. РЕЗУЛЬТАТЫ НЕ ЗАСТАВИЛИ СЕБЯ ЖДАТЬ – НАДОИ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПОВЫСИЛИСЬ, А ЗАТРАТЫ КОРМОВ СОКРАТИЛИСЬ.

ПОСТРОЙКИ НОВОЙ ФЕРМЫ
БУДУТ СООТВЕТСТВОВАТЬ
СОВРЕМЕННЫМ
МЕЖДУНАРОДНЫМ
СТАНДАРТАМ. В
ЧАСТНОСТИ, ПО НИМ БУДУТ
ОРГАНИЗОВАНЫ СИСТЕМЫ
НАВОЗОТВОЕДЕНИЯ И
ВЕНТИЛЯЦИИ И СВЕТОВОЙ
РЕЖИМ.



– Если говорить о новом комплексе, это какой-то типовый проект, или вы приложили руку к его разработке?

– Да, это в основном типовый проект с современными технологиями содержания животных на «беспривязки». При подготовке проекта мы привлекали специалистов уже имеющих опыт реализации подобных проектов по строительству и проектные организации для снижения проектных рисков. Подрядчика выбрали российского, а оборудование там будет импортное, все для комфортного содержания животных. Сами постройки тоже будут соответствовать современным международным стандартам, в частности, по ним будут организованы навозоотведение, вентиляция, световой режим. После реализации инвестиционной программы мы получим субсидии от Министерства сельского хозяйства, что поможет нам возместить часть затрат на модернизацию.

При модернизации старых ферм мы в основном используем отечественное оборудование – стойловое, доильное, водопоя. Здесь можно сделать комплимент нашим производителям техники и приспособлений для ухода за крупным рогатым скотом – они изготавливают качественную и надежную продукцию, и, думаю, смогут в обозримом будущем составить конкуренцию иностранцам.

– Вы упомянули модернизируемые фермы старой постройки. Надо полагать, это наследие советского прошлого? Наверное, там пришлось многое менять?

– Менять и правда пришлось многое, делать перепланировку, новую систему навозоудаления, установили световые фонари на кровле, чтобы световой режим и проветриваемость помещений соответствовали современным нормам. Так как раньше практиковалась привязная система, а у нас, согласно требованиям к современным молочным фермам, ко-

ровы свободно гуляют по помещению.. При этом как строитель хочу заметить, что нам достались очень добротные железобетонные коровники. Строили их, в полном смысле слова, на века. Хороший бетон с годами только крепнет, и на примере наших ферм это видно. Те, которые расположены в Лидино, до нашего прихода несколько лет простояли пустыми, и когда мы занялись их реконструкцией, оказалось, что они почти в полном порядке. При этом дата строительства одной из этих ферм – 1964 год! Без ремонта, как я уже сказала, не обошлось, но факт остается фактом.

– Валентина Афанасьевна, Вы сказали, что начинаете возведение второго телатника для шлейфа. За счет выращивания собственного молодняка вы будете закрывать потребность ваших хозяйств в продуктивных животных. А есть ли планы по реализации племенного молодняка?

– Да, мы стремимся к этому. В планах развития хозяйств у нас такая цель стоит, и мы хотим со временем получить статус племенного хозяйства, чтобы иметь возможность продавать свой молодняк с документами, и тем самым качественно выправлять ситуацию с поголовьем высокопродуктивных животных в стране. Если смотреть современную статистику, в России с этим пока все довольно печально – при интенсивном способе использования молочных коров, когда на их жизненный цикл приходится всего по 2,3 лактации, с одной фуражной головы получают по 14 литров. Это очень мало. Выходит, что способ-то интенсивный, а продуктивность – как бы это сказать, экстенсивная, еще советского уровня. Мы в поиске баланса между здоровьем животных и высокой продуктивностью. И не последнюю роль в этом сыграют, опять-таки, корма, рационы кормления и правильное выращивание молодняка. Правильное, научно

организованное, кормление влияет на очень многие факторы, поэтому мы не только сами производим корма для своих хозяйств, но и регулярно проводим их исследование. Вкупе с анализами крови животных это дает нам полную картину происходящего: каких веществ коровам не хватает, какие, наоборот, в переизбытке, и в зависимости от этого мы перестраиваем рацион кормления.

– Как известно, молочное дело рентабельно тогда, когда есть свой молочный цех или другое производство, где молоко перерабатывается. На одной из ваших ферм такой цех есть. А как обстоят дела с рентабельностью?

– В этом году продажи нашей продукции значительно выросли. Раньше основной сбыт шел через крупные федеральные сети – «Ашан» и «Азбуку вкуса», и в этом участвовали посредники. Теперь мы с «Азбукой вкуса» работаем напрямую. Еще заключили договоры на поставки своей продукции в гипермаркеты «ОКей» и «ГиперГлобус». Неожиданно эффективным оказалось недавно начатое сотрудничество с онлайн-магазином «Утконос». Оттуда поступает множество заказов. Еще мы начинаем взаимодействовать с сетью «ВкусВилл», будем поставлять туда продукцию восьми видов. Надеемся на успех. У этой компании в Москве и Подмосковье около 500 торговых точек, мы пока представлены в 50 из них. Есть перспективы для развития и в системе индустрии гостеприимства HoReCa. Ее представителей интересуют наши масло, творог и сметана, сливки для выпечки.

Учитывая, что мы не занимаемся активным развитием нашего бренда, у нас пока просто нет на это сил, партнерские отношения с крупными игроками рынка продуктов питания служат нам большим подспорьем.

В октябре мы приняли участие в агропромышленной выставке «Золотая

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ МОЩНОСТЬ



1 230

ГОЛОВ

С ПРОДУКТИВНОСТЬЮ

22 КГ. / ДЕНЬ



8 900

ТОНН МОЛОКА / ГОД



2 000

ТОННЫ ГОТОВОЙ
МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

осень» в Москве. В очередной раз продукция нашей компании получила там золотую медаль. Это значимое подтверждение качества наших молочных про-

дуктов. В наших планах получить награду «Знак качества», будем работать над этим. Хотя, конечно, для нас главный знак качества — признание нашей продукции

потребителями. Когда твой товар выбирают снова и снова, это приятно, ты знаешь, что работаешь не зря, и результат твоего труда ценят.

100% натуральное молоко
«ЭтоЛето» – 6 доводов «за»:



ЭКОЛОГИЧНОСТЬ. Хозяйство «Спартак» находится в экологически чистом Шатурском районе, в окрестностях озера Белое, в 180 км от Москвы.

БЕЗ ХИМИИ. При производстве никогда не добавляются консерванты, ароматизаторы, искусственные красители.

ПОЛЬЗА И ВКУС. Коровы содержатся в условиях, максимально приближенных к естественным, питаются о кормами и пасутся на полях, не обрабатываемых химикатами. Поэтому молочная продукция «Это Лето» такая вкусная и полезная.

СРОК ХРАНЕНИЯ. При переработке молока применяется только пастеризация, и никакой химии. Поэтому молочная продукция сохраняет все питательные свойства и хранится от 5 до 15 дней.

СТЕКЛЯННАЯ УПАКОВКА. Стеклобутылки и банки помогают сохранить все полезные и питательные свойства молочной продукции.

ЗАБОТА О БУДУЩИХ ПОКОЛЕНИЯХ. Отсутствие химикатов и экологичная, используемая повторно упаковка, минимизирует воздействие человека на окружающую среду.

АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ:

Молоко 3,4% жирности

Молоко 1,5% жирности

Молоко топленое 4% жирности

Кефир 3,2% жирности

Кефир 1% жирности

Ряженка 4%

Йогурт натуральный 3,2% жирности

Масло сладко-сливочное 82,5%

Масло топленое

Творог 5%, 9%, 18% процентов жирности

Пластовый творог от 4 до 18 % жирности

Сметана 15%, 20%, 25% процентов жирности

Сливки 10 % и 30% жирности

Масса творожная 23% жирности
с изюмом, курагой, ванилином

Представлены в федеральных сетях:



100 магазинов



10 магазинов



3 магазина



83 магазина



50 магазинов



Интернет-гипермаркет

Собственная реализация:

Магазин с. Середниково
Магазин г. Коломна, г. Егорьевск
Автолавки Шатурский р-н

Контакты:

Молочный цех: Московская область,
Шатурский р-н, с. Середниково
letto-zakaz@organic-corp.ru
Тел 8-985-147-88-80
www.eto-Leto.ru etoletto_milk

Коммерческий директор
Златопольский Леонид Анатольевич
zlatopolskiy_l@organic-corp.ru
+7-999-986-87-80

ХАЛЯЛЬ: НОВАЯ МОДА ИЛИ ВОЗРОЖДЕНИЕ ДРЕВНИХ ТРАДИЦИЙ?..

Сегодня потребителей халяля насчитывается более 2 миллиардов, а это в мировом объеме рынка халяльной продукции – более чем 2,1 триллиона долларов ежегодно, а к 2020 году, по данным компании Transparency Market Research, до 6 триллионов. Вполне закономерно, что крупнейшие западные компании производят продукты по этому стандарту в мировом масштабе. Появляются и новые игроки. Так что же такое халяльные продукты: новая мода или возрождение древних традиций? Почему она становится востребованной, и на что рассчитывают производители этой пока еще новой для России продукции? Разобраться в этом нам помогает создатель сети магазинов «Фермач» и генеральный директор компании «Лукес-Д», которая приступает к производству халяльной продукции в Подмоскowie, Шахид Аскеров.



СКАЖИ, ЧТО ТЫ ЕШЬ, И Я СКАЖУ, КТО ТЫ ЕСТЬ

Однако давайте для начала определим, что же такое есть «халяль»? В переводе с арабского языка – «разрешенный». У слова «халяль» довольно широкое значение, но за пределами арабского мира это понятие относится, в основном, к продуктам питания. Чаще всего его используют, чтобы обозначить мясо, разрешенное для употребления мусульманами. В мусульманском быту под халялем обычно понимают мясо животных, употребление которого не нарушает исламские пищевые запреты, но в целом халяль относится практически к любой сфере человеческой жизни: к продуктам питания, одежде, украшениям, косметике и парфюмерии, личной гигиене, отдыху, развлечениям, сфере финансов, отношениям между людьми, окружающей среде, к выполняемой работе, распоряжению своим имуществом и т.д. Сегодня это не просто «правильная» пища для тех, кто исповедует ислам, а целая индустрия, ориентированная на безопасность человека и его здоровье.

– **Шахид Аскерович, так что же такое «халяль», кроме того, что это НЕ свинина?**

– В переводе с арабского «халяль» (al-halal) означает «свобода» или «дозволенность». Соответственно, халяльная пища – это разрешенная исламом, она производится в строгом соблюдении с мусульманскими традициями, которым

уже более 1400 лет. Ранние последователи учения пророка Мухаммеда, как и их соседи по Ближнему Востоку иудеи, приняли «продуктовый кодекс», который ограничивал употребление различных продуктов и напитков. Наверное, каждый слышал о том, что мусульмане не едят свиное мясо. Но с другими ограничени-

тельным заболеваниями и ухудшают общее самочувствие. Это доказано уже научно, об этом говорят медики, психологи, экологи...

Халяльный же продукт обязательно производится только на халяльном производстве. И дело здесь не ограничивается только тем, что скотину должен забивать

СЕГОДНЯ ХАЛЯЛЬНАЯ ПИЩА ПРИОБРЕТАЕТ
ВСЕ БОЛЬШУЮ ПОПУЛЯРНОСТЬ. ОНА
АССОЦИИРУЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО С РЕЛИГИЕЙ,
НО И С ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЧИСТОТОЙ И
ОТСУТСТВИЕМ ВРЕДНЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ.

ями мало кто знаком. Сегодня халяльная пища приобретает все большую популярность. Она ассоциируется не только с религией, но и с экологической чистотой и отсутствием вредных ингредиентов. Большинство продуктов (и это не секрет), которые представлены на прилавках как больших сетевых магазинов, так и маленьких торговых точек, содержат в своем составе множество химических добавок: красителей, усилителей вкуса, консервантов, загустителей и тому подобных вредных ингредиентов. Все эти вещества крайне неблагоприятно воздействуют на человеческий организм, приводят к раз-

вручную мусульманин, при этом читая молитву. Чтобы продукт был халяльным, и производить его может только верующий мусульманин, который пять раз в день молится и знает, что такое ислам, следует всем его канонам. И это в первую очередь отношения с людьми, коллегами. Моя задача здесь – чтобы рабочие мои были довольны, работали с комфортом, шли на работу с хорошим настроением. Сейчас у нас набрана замечательная команда, с ними работают специалисты, обучая людей, в том числе и общению друг с другом. В коллективе должны быть дружные хорошие отношения. И у меня как человека





не должно быть разницы никакой от моих подчиненных – забойщика, уборщицы... Я от своих рабочих отличаюсь только должностью, а так - я обычный человек, как и они. Когда идет взгляд сверху – это уже неправильно, это противоречит принципам ислама и производству халяльной продукции. Если ты возмнил себя выше другого – это уже не халяль. Если продукт соответствует нормам халяля, он должен производиться с учетом всех религиозных особенностей ислама.

Какая же пища не относится к халялю? Шариат запрещает есть свинину, мясо хищных птиц и наземных плотоядных животных. Кроме того, нельзя употреблять в пищу мясо животных, которые погибли от удушения или травмы, а также мясо неизвестного происхождения и кровь животных. Категорически запрещен и алкоголь.

Но только ли дело в религиозных убеждениях? Во введенных ограничениях есть здравый смысл с точки зрения гигиены и профилактики опасных инфекций. Уже на протяжении долгого времени халяльную еду считают наиболее безопасной, чистой и полезной. Недостаточно обескровленное мясо животного, погибшего по неизвестной причине, в жарком климате может стать источником серьезной опасности. Согласно правилам шариата, в пищу идет мясо только тех животных, которых откармливают специально для забоя, поэтому их происхождение и состояние здоровья сомнению не подлежат. Кроме того, забой животных и птиц – это целый ритуал в мусульманском



Велосипед мы, конечно, не изобрели и технологию взяли не новую, а, наоборот, довольно старую - ту, по которой готовили в Германии в начале прошлого века. В ней есть свои тонкости и свои хитрости, как можно делать продукцию без фосфатов. Поэтому линейка продуктов без фосфатов и добавок под маркировкой Е рекомендована даже для детского питания. Кроме того, наша продукция имеет ограничения по жирам. Люди выбирают здоровый образ жизни и большое число жиров им не приемлемо.



мире. Его основное правило – животное должно быть убито быстро и милосердно.

По улицам ходит огромное количество наших друзей, просто мы с ними еще не познакомились

С 1 января этого года компания «Лу-кес-Д» прекратила выпуск свиносодержащей продукции и постепенно подготавливает производство для выпуска исключительно халяля.

– Шахид Аскерович, это новое для вас направление? И почему вы решились на такой шаг?

– Да, это новый вектор развития для нашей компании. В прошлом году мы

приняли решение отказаться от свиносодержащей продукции. И это стало нашей стратегией. Я считаю, что мы сделали самый верный шаг. Политика компании: наши покупатели – наши друзья, а наши друзья – наши покупатели. А друзьям хочется дать попробовать самое вкусное, то, в чем уверен сам.

Несмотря на все сложности, переход на выпуск новой продукции не стал для компании таким уж кардинальным устройством.

– У нас всегда было ограничение по сое, в продуктах не присутствовала жировая эмульсия, они делались из охлажденного мяса самого высокого качества, –



продолжает Шахид Аскеров. – Такие же ограничения мы включили и в новую продукцию халяльных стандартов. То есть ничего принципиально нового в самом производстве нет. Сейчас мы делаем новую линейку без Е-добавок и без фосфатов. Такие продукты не изготавливались никогда, даже в советское время (производители применяют фосфаты для удержания влаги – прим. ред.). Велосипед мы, конечно, не изобрели и технологию взяли не новую, а, наоборот, довольно старую – ту, по которой готовили в Германии в начале прошлого века. В ней есть свои тонкости и свои хитрости, как можно делать продукцию без фосфатов. Поэтому линейка продуктов без фосфатов и добавок под маркировкой Е рекомендована даже для детского питания. Кроме того, наша продукция имеет ограничения по жирам. Люди выбирают здоровый образ жизни и большое число жиров им не приемлемо.

Сегодня рынок халяля не пустой, он развивается, игроков, которые производят халяльную продукцию, немало. Но многие из них – производители бизнес-класса, они изготавливают халяльную продукцию, не понимая всю глубину религии. Это для них просто бизнес. Например, есть такие предприятия: с утра делают свиносодержащую продукцию, потом моют всё оборудование и начинается производство халяльного продукта. При этом идет пересечение потоков свинины и говядины, остатки свинины попадают с оборудования и в халяль. И это, конечно, неправильно. В «Лукус-Д», строя производство халяльных продуктов, соблюдают

ОДИН ИЗ КЛЮЧЕЙ НАШЕГО УСПЕХА – МЫ НАХОДИМСЯ РЯДОМ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

все требования ислама, стремясь к достоверности халяля.

– Как осуществляется контроль над выпуском продукции под маркой «халяль» на вашем производстве?

– У нашего производства есть лаборатория, где контролируется каждый замес. Сейчас мы набираем туда людей – биохимиков, микробиологов. Любой покупатель будет иметь возможность купить продукт и отнести его в независимую лабораторию. Если продукция не окажется заявленного качества, мы вернем затраты и за исследования, и за сам продукт. Тут выгодно всем: и потребителям – они могут проверить качество продукта, и нам – мы используем силу покупателя, который будет рекомендовать хороший проверенный товар своим друзьям и знакомым. Речь идет о гарантии качества производства. Каждый желающий может прийти на наше производство и посмотреть, как и что делается. Мы его проведем по цеху и все покажем. Для нас важно мнение каждого покупателя. Но качество мяса – это одно дело, а достоверность халяля – другое. У нас мусульмане стоят по всей цепочке производства и контролируют его. И контроль идет не только над отсутствием свинины в продукте, есть же еще ряд ингредиентов, недопустимых в халяле. Технологи следят за качеством халяля, добавлением определенных специй. Мы устраивали у себя различные обучения по этому вопросу. Мы же много общаемся в мусульманской среде, поэтому нас знают мусульмане. Я не могу предложить плохой продукт и обманывать своих братьев и друзей-покупателей.

– Извините за провокационный вопрос, но как проверить, что ваши работники, приходя домой, не грешат, не едят свинину, например?

– Конечно, за каждым круглосуточно-го надзирателя не приставишь. Тут всё дело в том, насколько человек сам чист





БОГУ УГОДНО КАЧЕСТВО НАШЕГО ТРУДА, А НЕ ЕГО КОЛИЧЕСТВО (Махатма Ганди)

– В продаже уже есть ваша продукция?

– В продаже пока нет халяль продукции. Мы взяли еще время на отработку рецептур, упаковки, дизайна, создание сайта, где будет раскрыта наша философия. Продукция выпускается уже сейчас. Но мы не заявляем, что это именно халяль, пока не сделаем всё правильно. Вот тогда и скажем, что это халяльная продукция. Однако с января мы полностью остановили выпуск свинины. После этого мы переоборудовали производство, произвели модернизацию. Подобрали команду, получили международный сертификат «Халяль». Ведем переговоры с Международным Центром Стандартизации и Сертификации «Халяль» Совета Муфтиев России – хотим получить и отечественный сертификат. Мы можем дать гарантии всем покупателям и не боимся соответствовать

любым стандартам. Вообще, было бы, конечно, идеально разработать единые стандарты, которым бы следовали все. А так, сейчас даже в России их несколько. Может быть, это удобно тем, кто изготавливает контрафакт. А мы готовы следовать самым жестким стандартам.

– На ваш взгляд, сертификация халяль – большое конкурентное преимущество и легкий путь на экспортный рынок?

– Да, это один из очевидных и уже реализуемых векторов нашего развития. Мы рассматриваем экспортный рынок. Во-первых, это страны Персидского залива. Хотим пригласить экспертов оттуда, чтобы они провели аттестацию продукции для продажи у них. Мы к этому готовы. Еще один возможный рынок – Азербайджан. В этой стране мы уже вошли в реестр импортеров. Но мы активно занимаемся исследованием всего рынка. Спрос есть. После того, как Катар оказался практически в изоляции, там возникло понимание,

душой и не лукавит перед богом. Но мы убеждены, что наши сотрудники строго всё соблюдают. Я вместе с ними молюсь ежедневно, у нас есть молельная комната на производстве. Вместе совершаем пятничные намазы, и все наши сотрудники – строгие мусульмане. Более того, я у них сам многому учусь как мусульманин, их знания о религии в разы превышают мои.

– Если я правильно понимаю, то у продуктов без содержания фосфатов и Е-добавок и срок годности гораздо меньше?

– Конечно. Но наша целевая группа проживает недалеко от производства. Мы имеем возможность продавать наши продукты каждый день свежими, поэтому долгие сроки хранения нам и не потребуются. Мы рассчитываем, что наша продукция будет мобильно продаваться и через нашу собственную сеть, которую мы планируем и дальше развивать в Московском регионе. Один из ключей нашего успеха – мы находимся рядом с потребителем.

– Но потребители халяльной продукции – не только мусульмане? Чем привлекает продукция халяль немусульман?

– Да, мы делаем продукцию не только для мусульман, ведь среди моих друзей люди разного вероисповедания. И привлекает такая продукция всех, в первую очередь, качеством. Мы производим более качественную продукцию. Все знают, что «Фермач» – это качество.



что надо делать стратегический запас, и, соответственно, у них есть потребность в халяльной продукции, и она каждый год растет. Вообще, в мире потребность в халяльной продукции растет на 15-20% в год. Это развивающийся рынок. И со своими технологиями, своей продукцией мы обязательно найдем место на этом рынке. Хотя мы не хотим оказаться в числе 80% тех, кто выпускает массовую и дешевую продукцию. Наша цель – быть первыми по качеству. Уверен, это будет востребовано людьми, которые ведут здоровый образ жизни. Покупатель может взять не 1 килограмм мяса, а 200 грамм за те же деньги. И эти 200 грамм будут полезнее для здоровья покупателя. Мы идем по этому пути.

– В ваших магазинах только ваша продукция или у вас есть партнёры, которых вы пускаете к себе на прилавок?

– Мы производим только мясные продукты. Но наши магазины, они микроформата – здесь и молоко, и сопутствующие продукты. У нас есть друзья, которые производят халяльную молочную продукцию особенного качества. Главные ограничения – это высокое качество. и его достоверность.

– То есть в «Фермаче» не только халяльная продукция?

– У нас есть партнеры, которые в наших магазинах продают свинину – она востребована покупателями тоже. Но на своем производстве мы будем производить только халяльную. А сеть магазинов «Фермач» будет развиваться и дальше.

– Где ещё можно приобрести вашу продукцию?

– Мы являемся поставщиками федеральных сетевых магазинов, поставляя им мясную продукцию и полуфабрикаты из говядины и баранины без нитритов и Е-добавок.

«ВкусВилл» нуждается в продавце качественных мясных продуктов. У них тоже существует ограничение по содержанию в мясных продуктах добавок Е и нитрита натрия. Мы уже сейчас являемся производителями для «ВкусВилла». Только производим для них продукцию из баранины, говядины... В них нет кислинки от добавок. Очень вкусно! И это прекрасная возможность для покупателей найти продукцию нашей сети еще где-то.

– Мы с вами говорили о том, что вы активно исследуете экспортный рынок. А как же быть с небольшим сроком годности вашей продукции? Все-таки зарубежный покупатель не так близок к вам, как российский...

– Кроме свойств самих продуктов, есть много способов увеличить срок их хранения. Оболочка, которая состоит из нескольких слоев, плюс хранение в газовой среде, что тоже увеличит срок. И если наша продукция будет востребована, мы найдем возможность поставлять ее каждый день. Тут дело в цене вопроса: требует ли рынок таких затрат на качество продукта. Посмотрим. Пока исследуем данное направление рынка.

ВЕРА – ЭТО СОГЛАСИЕ ВОЛИ С СОВЕСТЬЮ (Лев Толстой)

– А как вы сами пришли к пониманию «халяля»?

– Я до октября прошлого года был только этническим мусульманином, то есть я родился в мусульманской семье, но строгих принципов религии не соблюдал – мог позволить себе некоторые излишества и удовольствия. Но при этом я к себе относился критично, понимал, что веду не совсем правильный образ жизни, не молюсь. Моя философия строилась на общечеловеческих ценностях – мы имеем право жить и дружить по своему выбору, не нужно никого обманывать, обворовывать... Это

**НОВЫЙ БРЕНД БУДЕТ
ВЫХОДИТЬ ПОД НАЗВАНИЕМ
«ЗАМИР». ДЛЯ МЕНЯ ЭТО
ОЧЕНЬ СИМВОЛИЧНО. ВО-
ПЕРВЫХ, ТАК ЗОВУТ МОЕГО
СЫНА. А ВО-ВТОРЫХ, ЭТО
МОЯ ФИЛОСОФИЯ – ЗА МИР.**

были мои личностные ограничения, мои принципы жизни и поведения. Конечно, эти принципы есть и в исламе. Но я никак не мог принять ислам душой – меня угнетало то, что очень часто мусульманство связывали с терроризмом, убийством детей, я не мог на себя это принять. Но однажды я услышал притчу. Жил один нищий, слепой еврей, и он все время проклинал нашего Пророка, говорил, что он шайтан и колдун. А Пророк каждый день приходил и кормил его, выслушивая про себя весь негатив. После смерти Пророка ближайший его сподвижник пришел к своей дочери – жене Пророка. Он спросил ее: «Все ли мои поступки соответствуют тому, что завещал Пророк?» Она сказала: «Да, но ты не ходишь кормить нищего слепого еврея». И сподвижник Пророка сам стал кормить еврея и сказал ему: «Я тот, кто тебя всегда кормил». Еврей ответил: «Нет, тот, кто меня кормил, всегда мне размягчал пищу. Ты – не он». Сподвижник ответил: «Ты прав. Тот человек, который тебя кормил – Пророк Мухаммед. Но он умер». Тогда еврей заплакал, и это были слезы раскаяния и очищения. После чего он признал, что заблуждался, и принял ислам.

Услышав эту притчу, и я понял, что ислам – это не терроризм, а чистая религия добра. Для меня этот момент стал поворотным днем в жизни. Я осознал всей душой, что ислам – это не зло, а добро, это хорошие поступки, это добродетель. И я решил принять ислам. После этого последовал логичный шаг – выпуск халяльных продуктов и разработка нового бренда для данной продукции. Мы известили покупателей, что больше свинину изготавливать не будем. Новый бренд будет выходить под названием «Замир». Для меня это очень символично. Во-первых, так зовут моего сына. А во-вторых, это моя философия – «за Мир!». Я считаю, что надо быть примером для других. Если человек захочет, он тоже пойдет твоим путем. Быть конфликтов не должно. Все мы состоим из энергии, и тратить ее впустую на переделывание человека нельзя. Мы должны принимать людей, какие они есть, показывая своим примером, что можно быть лучше. В этом и заключается смысл мира.

■ Беседовала Наталья Варфоломеева



УДОБСТВО,
КРАСОТА
И СВОБОДА
ДВИЖЕНИЙ ОТ



Все великие открытия, как правило, происходят неслучайно, становясь результатом долгой кропотливой работы. Нечто подобное произошло и у Александры Кравченко-Бережной, придумавшей и разработавшей детский комбинезон уникальной конструкции, предназначенный для детей от рождения и до трех лет. Преимущества разработки были очевидны: желающие приобрести идеальную для малышек одежду выстраивались, что называется, в очередь, за рекордно короткое время спрос на товары Bambinizon вырос в несколько раз, что позволило расширить и ассортиментную линейку, и географию реализации продукции. О том, как Bambinizon пробивал себе дорогу на отечественный рынок детской одежды и планирует покорить европейский рынок, мы говорим с бренд-директором компании Bambinizon Александрой Кравченко-Бережной и генеральным директором Иваном Сергеевым

– Давайте начнем разговор с того, что напомним нашим читателям об истории возникновения вашей компании.

И.С.: – История Bambinizon – это история успешных компаний, которые начали свой бизнес... в гараже – с идеей сделать что-то новое. В 2012

году, когда у Саши родился первый ребенок, молодая мама поняла, что та одежда для новорожденных, которую предлагает на сегодняшний день рынок, не отличается ни удобством, ни конструктивными решениями. Поиски чего-то более усовершенствованного ни к чему не привели, и тогда Алексан-



дра решила разработать нужную модель одежды сама. Потребовалось около двух лет на то, чтобы, с одной стороны, довести комбинезон «до ума», а с другой стороны – чтобы сделать первые продажи. После того как были реализованы порядка четырех тысяч экземпляров (где-то через интернет-магазин, где-то через поставщиков), встал вопрос о дальнейшем росте.

На этом этапе развития компании мы и познакомились: я в бывшем инвестиционный банкир, работал управляющим директором, в свое время запускал ресурс Lamoda, работал с Оскаром Хароном в kipiVIP как директор по развитию крупных проектов.

При этом вначале я просто помогал Александре строить компанию, советовал и не планировал серьезно заниматься этим бизнесом. Однако постепенно втянулся, а потом по мистическому совпадению начали «отваливаться» все другие проекты. И таким образом стали вместе создавать Vambinizon.

В итоге наше сотрудничество привело к тому, что мы привлекли в развитие компании порядка миллиона долларов инвестиций, расширили команду, модернизировали производство. Сегодняшние показатели нас очень радуют, все бизнес-процессы мы отрегулировали.

– Выходит, всего за три года вы создали свою «модную империю»? Как вы считаете, благодаря чему, в первую очередь, стал возможен такой прорыв?

– Я считаю, у нас все очень удачно сложилось. Конечно, и без сложностей не обошлось. Сегодня, оглядываясь назад, понимаем, что, доведись нам еще раз совершить нечто подобное, но уже с нашим опытом, многих ошибок можно было бы избежать и пройти этот путь с минимальными временными затратами. Но на то и дается опыт, чтобы совершать ошибки и на них учиться, а мы учимся постоянно: и на собственных ошибках, и на всевозможных курсах. В частности, занимаемся год с бизнес-тренером: учимся эффективно управлять бизнесом, выстраивать бизнес-процессы и правильно подбирать людей.

Сегодня у нас половина команды подобрана по методике поведенческого интервью, в итоге значительно увеличилась эффективность всей команды, выросла степень самостоятельности принятия решения и взаимодействия внутри команды.

Но, возвращаясь к вопросу: безусловно, скорость нашего продвижения более чем высокая, еще и потому что сама идея одежды Vambinizon очень полюбилась рынку. Например, мы часто сталкиваемся с тем, что дети, примерив комбинезон еще в примерочной, уже не хотят его снимать. При этом и родителям с такой практичной одеждой тоже легче и проще ухаживать за ребенком.

– Как на протяжении последних лет менялась ассортиментная линейка и чем были обусловлены эти изменения?

А.К.-Б.: – Все началось с домашнего комбинезона-пижамы с застежкой для туалета и гигиены малыша. Застежка была на кнопках, с которыми мы намучались очень сильно: хорошие кнопки в России трудно найти, а производство, способное установить их на вещь качественно, наладить еще труднее. В результате мы были вынуждены покупать «золотые» по цене, но безупреч-

из футера или флиса. В прошлом году мы полностью отказались от кнопочных комбинезонов, нам удалось найти очень редкую для российского ассортимента фурнитуры тонкую спиральную двухзамковую молнию. Теперь в категории «домашние комбинезоны» продукция стала на порядок выше по удобству.

До 2016 года мы выпускали только комбинезоны и одежду для детей из натуральных материалов, но потом наши покупательницы попросили сделать флисовые детские комбинезоны. Решиться на такой шаг было непросто – слишком тревожно выходить за рамки концепции продукции из исключительно натуральных материалов. Но осознав, что флисовые поддевы зимой незаменимы, мы решили дать родителям возможность приобрести их. Нам удалось найти флис такого же прекрасного качества, как известный в мире полартек, но от другого производителя: материал очень износостойкий, прекрасно держит цвет, не дает усадок и выглядит очень достойно. Эта категория у нас очень хорошо продается и по сей день.

Также с увеличением объема в 2016 году мы смогли позволить себе не только заказные цвета, яркость которых от-



ные по качеству кнопки УКК, устанавливать которые можно только их специальной кнопочной машиной. Почему такая долгая история с этой фурнитурой? Потому что наша конструкция комбинезона должна расстегиваться как полностью, чтобы одеть/раздеть ребенка, так и частично, только для туалетных и гигиенических процедур. Этот маневр возможен с двухзамковой молнией, но ее стандартная толщина для нижнего комбинезона из интерлока не подходит, только для прогулочного –

личает продукцию «Бамбинизон» от большинства российских марок детской одежды, но и заказные полотна с нашими собственными дизайнерскими принтами. Очень популярны среди наших покупателей детские варианты милитари нежных цветов, при этом их пестрота очень практична, поскольку скрывает пятна, так часто появляющиеся на детской одежде.

В настоящее время наладили сотрудничество с семью российскими фабриками, производство работает как часы.



но мы стараемся не форсировать события, идем по пути планомерного спокойного изучения спроса и предложения, индивидуально работаем с каждой торговой точкой, активно развиваем оптовые продажи. Нам крайне важны успех как франчайзи, так и оптовых клиентов, поэтому среди наших основных целей в компании значится постоянное повышение степени клиентской лояльности. Вообще, высокая доля лояльных клиентов – это большое достижение, которое является результатом постоянного высокого качества товара Bambinizon, наличия оптимального ассортимента и, конечно же, спроса со стороны розничных покупателей.

– Время сейчас не самое простое, люди перестраивают свой быт, переходя в режим жесткой экономии во всем. Отражается ли эта экономия на спросе детской одежды?

И.С.: – Несмотря на все негативные процессы, происходящие в нашей экономике, у нас есть все предпосылки для того, чтобы укрепить свое положение на российском рынке. Мы – молодцы и амбициозны и имеем все возможности для наращивания базы клиентов, для увеличения объемов продаж. Наша продукция рассчитана на тот сегмент рынка, где спрос всегда был, есть и будет. А уж если говорить о преимуществах нашей инновационной разработки, то их давно оценили родители не только российские, но и семьи за рубежом. Положительные отзывы в соцсетях тому неопровержимое доказательство.

Ну и, наконец, мы проводим гибкую политику ценообразования, сдерживаем цены, несмотря на то, что сырье, фурнитура дорожают. Стараемся все сделать для того, чтобы наши клиенты оставались довольны соотношением цены и качества.

– Какие модели сегодня пользуются повышенным спросом?

– Мало продукцию произвести – ее нужно реализовать, причем оперативно, по адекватной цене и не только родителям, проживающим в центральном регионе, но и в отдаленных от столицы городах. Какие способы реализации своей продукции вы определили для своей компании в качестве основных? По какому принципу вы определяли дислокацию торговых точек?

И.С.: – Если говорить о каналах продаж, то сначала мы реализовывали свою продукцию оптом, в мелкие и средние магазины, одновременно вели розничные продажи через сайт. В начале 2016 года открыли первый собственный магазин в Москве, со временем разработали концепцию франшизы.

Развитию франшизы мы уделяем особое внимание: изучаем опыт франшизы зарубежных компаний и представителей отечественного бизнеса, стараемся доработать нашу концепцию, чтобы сделать ее еще более привлекательной как бизнес. Мы очень тесно сотрудничаем с нашими франчайзи, а также с теми, кто только планирует открыть франчайзинговый магазин Bambinizon. Нам важно знать, какая мотивация движет франчайзи, какими ресурсами и опытом он обладает.

Весной будущего года мы откроем Академию Bambinizon, где будем обучать франчайзингу новых людей...

Мы помогаем нашим франчайзи с самого начала сотрудничества: начиная от подбора помещения, предварительно тщательно изучив все необходимые показатели, включая проходимость, метраж помещения и т.д., и заканчивая определением ассортимента, предоставлением обучающих материалов и т.д.

– Понятно, это ваша деловая репутация, которой совсем не хочется рисковать...

И.С.: – Совершенно, верно. В настоящий момент у нас 9 магазинов работают по франшизе, находятся в России и Белоруссии. Рассчитываем в этом году довести количество магазинов Bambinizon до 15. Некоторые из наших франчайзи хотят открыть новые магазины Bambinizon в своем регионе.

– А в столичном регионе вы где представлены?

И.С.: – Наш магазин находится в «Золотом Вавилоне» в Отрадном. В Подмоскovie у нас пока на данный момент нет магазинов, они только готовятся к открытию,





МЫ ПОСТОЯННО
СТАРАТЕЛЬНО
УЧИМСЯ И АКТИВНО
ПРИМЕНЯЕМ
ПОЛУЧЕННЫЕ
ЗНАНИЯ, ДЕЛАЕМ
ОБЪЕКТИВНЫЕ
ВЫВОДЫ.

И.С.: – У нас ассортимент постоянно расширяется. Мы начинали с комбинезонов с нашей запатентованной конструкцией для детей от 0 до 3 лет. Сегодня помимо того, что они выпускаются как в облегченном, так и в более теплом виде, ассортимент расширился именно в возрастном диапазоне. Так, оценить достоинства наших комбинезонов сегодня могут дети от 7 до 15 лет и взрослые. Мы придумали модель и для женщин – это совершенно новый продукт, мы его запустили в работу буквально в сентябре. А сейчас планируем запускать утепленные варианты детских комбинезонов на легкую зиму. Ожидаем, что запуск только этой категории позволит увеличить продажи на 20-25% как минимум. Уже есть первые разработки, которые если не в ближайшее время, то точно в следующем сезоне уже будут представлены на рынке. Нарботок и идей много, реализуем их постепенно.

– Раскройте секрет – в чем уникальность конструкции комбинезона? Будет ли это востребовано и оценено зарубежными потребителями? Для них вы готовите что-то эксклюзивное либо это модели, прошедшие «тест-драйв» на отечественном рынке?

– Особенность конструкции заключается в разделении спинки на две части, между которыми продолжается застежка, и идет она не от паха к горловине, не от щиколотки к горловине, а от горловины через пах на спинку до середины талии со смещением в бок. Молния не мешает

ребенку, когда он сидит или лежит. Аналогичной конструкции нет больше нигде в мире. Правда, завоевав определенный круг клиентов и став популярными на российском рынке, мы столкнулись с попытками копирования нашей конструкции. Поскольку наше изобретение защищено несколькими патентами, то мы отстаиваем свое эксклюзивное право, добиваемся того, чтобы такую продукцию с прилавков убрали. В этой области мы сотрудничаем с профессиональными юристами, специализирующимися на авторских правах и практикующими их защиту в том числе в международном поле. Добавлю, что мы готовим патентную защиту во многих других странах для вывода компании «Бамбинизон» на зарубежные рынки.

– Как вы считаете, существует ли рецепт успеха? У вас он есть?

– Наш рецепт успеха состоит из нескольких компонентов. Во-первых, мы постоянно старательно учимся и активно применяем полученные знания, делаем объективные выводы. Во-вторых, мы верим в себя и в наш продукт. Нам удалось собрать высокопрофессиональную команду, которая не просто ходит на работу, а делает любимое дело. А когда работаешь с любовью, это передается и клиентам.

Мы с Александрой смотрим в одну сторону, сначала став партнерами, а потом и хорошими друзьями, хорошо понимающими друг друга, с похожим видением перспектив и одинаковыми

ценностями. И самое интересное, что мы и инвесторов нашли с такими же ценностями, с такими же взглядами на мир и на бизнес. У нас очень большой кредит доверия от инвесторов, поверивших в наш проект. Это дорогого стоит.

И, наконец, мы строим адекватные планы по покорению международного рынка Европы, США. До конца этого года мы разработаем стратегию и приступим к планомерной экспансии на Запад. У нас уже есть опыт успешных продаж в Германии, но для освоения западного рынка нужны другие ресурсы. Сама же модель, так называемый family look, невероятно популярна в западных странах. Конечно, потребует некоторое время на реализацию идей, но я уверен, что у нас все получится.

■ Мария Башкирова





Имущественные налоги – земельный, транспортный, налог на имущество. Практически каждый из нас получал «письма счастья» от налоговиков, но вопросы о том, как формируются суммы, с которыми придется расстаться, остаются. В последние годы в налогообложении имущества физических лиц произошли значительные изменения, к понятным и привычным для нас льготам добавились налоговые вычеты, появились повышающие и корректирующие коэффициенты.

О ВЫЧЕТАХ И НАЛОГАХ

О том, как начисляются налоги и как проконтролировать исполнение своих налоговых обязательств, председатель редакционной коллегии журнала «Бизнес-Диалог Медиа» Вадим Винокуров побеседовал с руководителем Управления Федеральной налоговой службы по Московской области Екатериной Викторовной Макаровой.

– В сентябре жители Московского региона начали получать налоговые уведомления, мы уже привыкли к тому, что эти «письма счастья» приходят к нам осенью, знаем, что уплатить налоги нужно до 1 декабря. Однако хотелось бы больше понимать, как формируются наши налоговые обязательства, чем налоговый вычет отличается от льготы, тем более что в этом году пользователи соцсетей и мессенджеров взбудоражены рассылкой, призывающей срочно заявить о своих правах на вычет и льготу. Надо ли бежать в налоговые инспекции?

– К сожалению, действительно пользователи интернета и мессенджеров обмениваются неверной информацией о том, что якобы налоговые органы при расчете земельного налога и налога на имущество не учитывают положенные законом вычеты, и нужно срочно заявить о своих правах на них. На самом деле это не так.

Право на вычет имеет каждый владелец жилых помещений, включая садовые и дачные дома. Обращаться к налоговикам за этим вычетом не нужно. При начислении налога на имущество налоговая база автоматически уменьшается в отношении каждого жилого дома на величину кадастровой стоимости 50 квадратных метров от его общей площади, в отношении квартиры и части жилого дома – на стоимость 20 квадратных метров, в отношении комнаты

или части помещения – в размере стоимости десяти квадратов. И даже если одному физическому лицу принадлежит несколько квартир, жилой дом и садовый домик, вычет будет учтен по каждому из них.

Программа рассчитывает вычет исходя из характеристики объекта, которая содержится в сведениях, получаемых налоговыми органами из Росреестра. Данные вычеты действуют в Подмосковье с 2015 года, когда налог на имущество физических лиц в регионе начали исчислять исходя из кадастровой стоимости. И уже третий год в налоговом уведомлении налоговую базу налогоплательщик видит с учетом вычета.

Здесь не нужно путать вычет с налоговыми льготами, которые получают только льготные категории налогоплательщиков. Например, самая распространенная федеральная льгота, стопроцентно освобождающая пенсионеров, распространяется только на один объект недвижимости определенного вида – квартира, комната, жилой дом, хозяйственное строение, гараж или машиноместо. Предположим, что у пенсионера есть три квартиры, два гаража и садовый домик. В этой ситуации полное освобождение от налога он получит по одной квартире, одному гаражу и дому, по остальным жилым объектам (две квартиры) налоговая база будет уменьшена на величину кадастровой стоимости 20 квадратных метров.

– Екатерина Викторовна, как налоговые органы учитывают вычет на 6 соток земельного участка?

– Порядок применения вычета по земельному налогу иной. Этот вычет начал действовать с момента введения налогообложения земельных участков на основе кадастровой стоимости. К тому же пользоваться им могли только отдельные категории налогоплательщиков, определенные пунктом 5 статьи 391 Налогового кодекса: Герои СССР и РФ, полные кавалеры ордена Славы, инвалиды I и II групп, ветераны и инвалиды ВОВ, чернобыльцы, испытатели ядерного и термоядерного оружия и т.д. Сначала это была фиксированная сумма – на 10 тысяч рублей уменьшалась налоговая база по одному участку, принадлежащему льготнику, в результате уменьшение налога было незначительным.

В декабре прошлого года был принят федеральный закон, в соответствии с которым вычет стал считаться по-другому. Теперь он равен стоимости 600 кв. метров земельного участка. То есть по участку площадью не более шести соток налог не начисляется, а если участок больше, то налог рассчитывается за оставшуюся площадь (при отсутствии местных льгот или вычетов). В льготную категорию были включены пенсионеры.

В этом году впервые расчет земельного налога за 2017 год налоговые органы

провели с учетом этого нового федерального вычета. В Подмосковье число налогоплательщиков, которым предоставлен вычет, превысило 957 тысяч, из них пенсионеры – около 880 тысяч человек.

Еще раз подчеркну, в отличие от вычета на недвижимость этот вычет не зависит от характеристики объекта, он зависит от того, имеет ли на него право собственник земельного участка, относится ли он к льготной категории.

Для налогоплательщиков, которым льготы по имущественным налогам предоставлялись ранее, обращаться за вычетом не нужно. К примеру, при расчете налоговых обязательств пенсионерам, которые уже пользовались льготой по налогу на имущество физических лиц, вычет будет предоставлен и по земельному налогу. Заявить о своем праве на льготное налогообложение нужно будет только тем, кто получил это право в 2017 году или раньше, но не известил об этом налоговые органы.

Надо учитывать, что вычет предоставляется только по одному земельному участку независимо от категории земель, вида разрешенного использования и местоположения участка. Если участков несколько, можно выбрать тот, который будет льготироваться. Для этого необходимо обратиться в любой налоговый орган с уведомлением о выбранном участке.

Если уведомление не предоставлено, налоговые органы применяют вычет в отношении одного земельного участка с максимальной исчисленной суммой налога.

– Поясните, пожалуйста, причины введения в этом году дополнительного десятипроцентного коэффициента при расчете налога на имущество?

– В августе этого года введен коэффициент, ограничивающий ежегодное увеличение суммы налога на имущество физических лиц не более чем на 10 процентов по сравнению с предыдущим периодом. Так, законодатель ограничил повышающий коэффициент 0,6, который применяется в Подмосковье при расчете налога за 2017 год – третий год исчисления налога, исходя из кадастровой стоимости объектов недвижимости.

Дело в том, что с начала применения кадастровой стоимости для расчета налога на имущество нагрузка на граждан стала расти достаточно быстро, и было принято решение ситуацию стабилизировать.

Теперь при расчете налога его размер сравнивается с предыдущим налоговым периодом: сумма может увеличиваться не более чем на 10% по сравнению с прошлым годом.

Десятипроцентный коэффициент учитывался налоговыми органами Московской области при расчете налога в этом году, и далее он будет применяться ко всем налоговым периодам.

– Произошли ли какие-то изменения в налоговом уведомлении по сравнению с прошлым годом?

– В этом году впервые в налоговое уведомление включен налог на доходы физических лиц, не удержанный налоговыми агентами в 2016 и 2017 годах. Эти данные поступили в налоговые органы от организаций и индивидуальных предпринимателей, выплативших доход, но по ряду причин не удержавших с него налог. Доход – это не всегда деньги. Это может быть выигрыш, подарок, заработная плата в натуральной форме. Срок уплаты НДФЛ в этом году, как и имущественных налогов – 3 декабря.

Для случаев перерасчета какого-либо из имущественных налогов форма уведомления дополнена графами «Сумма ранее исчисленного налога» и «Сумма к доплате, к уменьшению», при этом формируется только строка с перерасчетом по конкретному объекту, а не как было ранее – в отношении всех объектов налогообложения в целом по муниципальному образованию или региону.

В поле адрес налогоплательщика указывается почтовый адрес для направления налогового уведомления или отметка о том, что уведомление передано в электронной форме через Личный кабинет налогоплательщика.

– Сложно ли самостоятельно разобраться с начислениями, куда обращаться за разъяснениями?

– Предвидя возникновение вопросов, налоговая служба на своем сайте www.nalog.ru разместила промостраницу «Налоговое уведомление 2018». Она подробно описывает порядок расчета налогов, разъясняет содержание разделов налогового уведомления, а также содержит ответы на многие вопросы по типовым «жизненным ситуациям», возникающим у налогоплательщиков.

Если все же необходимость обращения в инспекцию возникла, то можно воспользоваться упрощенным алгоритмом, реализованным в сервисе «Обратиться в ФНС России». В нем специально выделена вкладка, содержащая дополнительный набор полей, предлагаемых для заполнения, в соответствии с «жизненными ситуациями», порождающими вопросы при получении уведомлений. Аналогичный запрос можно сформировать и из Личного кабинета налогоплательщика.

Конечно, можно обратиться в налоговую инспекцию и лично, график работы инспекций размещен на сайте, а 9 и 10 ноября Федеральная налоговая служба проводит Всероссийские дни открытых дверей, посвященные исполнению налоговых обязательств по имущественным налогам.

– Екатерина Викторовна, что нового ожидает владельцев автомобилей?

– Ставки транспортного налога не изменялись в Подмосковье с 2015 года.

Федеральным законом от 27.11.2017 N 335-ФЗ по некоторым дорогим автомобилям для расчета транспортного налога с 1 января 2018 года снижен повышающий коэффициент. Теперь для легковых автомобилей не старше трех лет стоимостью от 3 до 5 млн рублей включительно применяется коэффициент 1,1.

Физическим лицам начисление налога с этим коэффициентом налоговые органы будут производить в следующем году.

В направленных налоговых уведомлениях за 2017 год в этой ценовой категории автомобилей сохранились прежние коэффициенты, зависящие от возраста машины.

Перечень дорогостоящих авто размещается ежегодно не позднее 1 марта на сайте Минпромторга, при расчете налоговых обязательств гражданам налоговые органы руководствуются им.

– Наши читатели – люди занятые, часто им некогда углубляться в тонкости налогообложения и способы уплаты налогов. Что можно посоветовать им в этой связи?

– Проще всего следить за исполнением своих налоговых обязательств из Личного кабинета налогоплательщика. Можно подключиться к его мобильной версии, она позволяет через смартфон практически мгновенно уплатить налоги.

Если в течение года что-то из объектов налогообложения было приобретено или продано, целесообразно до того, как налоговики начнут массовые расчеты налогов, там же, в Личном кабинете, проверить, поступили ли из регистрирующих органов данные о сделках.

Хочу обратить внимание владельцев автотранспортных средств. При продаже автомобиля через доверенное лицо проконтролируйте снятие его с учета в органах ГИБДД. Только с этого момента налогообложение для прежнего владельца будет прекращено.

С 2019 года физические лица смогут оплачивать имущественные налоги единым платежом, что, безусловно, упростит исполнение налоговых обязательств. Единый налоговый платеж – это денежные средства, которые гражданин добровольно одним платежным поручением перечисляет в бюджетную систему Российской Федерации. Сумма зачисляется на соответствующий счет Федерального казначейства для уплаты налога на имущество физических лиц, транспортного и земельного налогов.

При наступлении срока уплаты налоговые органы самостоятельно проведут зачет платежа. Деньги будут зачислены в бюджеты по месту нахождения соответствующих объектов налогообложения.

О проведенном зачете налогоплательщик будет проинформирован, в том числе, и через Личный кабинет. Уплатить единый платеж можно будет и за членов семьи.

ИЗМЕНЕНИЯ В НДС

Начальник камерального отдела Управления Федеральной налоговой службы по Московской области Елена Ковалькова разъясняет



С 1 января 2019 года налогоплательщики, уплачивающие ЕСХН, будут обязаны исчислять и уплачивать НДС в общем порядке. Положения, освобождающие компании и предпринимателей, применяющих этот спецрежим, от уплаты НДС, были изъяты из пункта 3 статьи 346.1 Налогового кодекса Федеральным законом от 27.11.17 № 335-ФЗ.

Таким образом, с указанной даты у плательщиков ЕСХН появится обязанность составления и представления в налоговые органы деклараций по НДС, выставления в адрес покупателей счетов-фактур, ведения книг покупок и продаж, появится и право на возмещение налога.

Надо учитывать, что данная категория налогоплательщиков в соответствии со статьей 145 НК РФ может воспользоваться освобождением от уплаты НДС, предоставив соответствующее письменное уведомление в свою налоговую инспекцию. Документ нужно подать не позднее 20-го числа месяца, начиная с которого используется право на освобождение. Для тех, кто планирует получить

освобождение с 1 января 2019 года, последний день подачи уведомления - 21 января 2019 года, так как 20 января - воскресенье, выходной день.

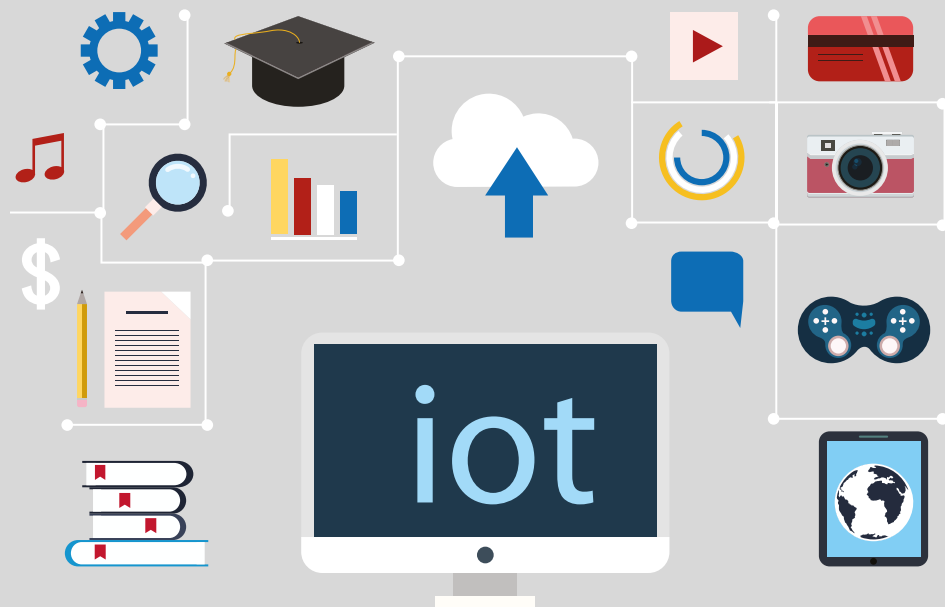
Предусмотрены два варианта. Первый - «для начинающих», когда налогоплательщик только переходит на уплату ЕСХН и желает получить право на освобождение от НДС в том же календарном году. Второй - «для опытных», кто уже уплачивает ЕСХН. Этим налогоплательщикам правом на освобождение можно воспользоваться, если за предшествующий налоговый период сумма дохода, полученного от реализации товаров, работ, услуг по тем видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется ЕСХН, без учёта НДС не превысит определенный порог (за 2018 год - 100 млн руб.; за 2019 год - 90 млн руб.; за 2020 год - 80 млн руб.; за 2021 год - 70 млн руб.; за 2022 год и последующие годы - 60 млн руб.).

Следует помнить, что с 1 января 2019 года не действует подпункт 8 пункта 2 статьи 346.5 НК РФ, который разрешает включать в налоговые расходы при

применении ЕСХН суммы НДС по приобретенным и оплаченным налогоплательщиком товарам, работам, услугам, расходы на приобретение или оплату которых подлежат включению в состав расходов в соответствии со статьей 346.45 НК РФ. Таким образом, используя освобождение от НДС, входной НДС нельзя будет ни принять к вычету, ни включить в расходы.

Также надо учитывать, что, если в течение налогового периода (календарного года) у компании или предпринимателя, применяющих ЕСХН и использующих право на освобождение от уплаты НДС, сумма дохода, полученного от реализации товаров, работ, услуг, по которым применяется ЕСХН, без учёта НДС, превысит указанный выше размер, то такие налогоплательщики, начиная с 1-го числа месяца, в котором имело место такое превышение или производилась реализация подакцизных товаров, утрачивают право на освобождение. Компании и предприниматели, утратившие право на освобождение, повторно заявить его не могут.

ПРОДЛИТЬ СРОК ХРАНЕНИЯ И СНИЗИТЬ ИЗДЕРЖКИ ПОМОЖЕТ «ЦИФРА»



САМОЕ РАСПРОСТРАНЕННОЕ ВОЗРАЖЕНИЕ НА ЛЮБОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ПО ЦИФРОВИЗАЦИИ – КАК ЭТО ОТНОСИТСЯ К ПИЩЕВОЙ ИЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ? НИКАКИЕ ТЕХНОЛОГИИ НЕ МОГУТ ЗАМЕНИТЬ РЕАЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКТОВ, ОДЕЖДЫ И ТАК ДАЛЕЕ. ОДНАКО ЦИФРОВИЗАЦИЯ НЕ ПОДРАЗУМЕВАЕТ ЗАМЕЩЕНИЯ РЕАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА ВИРТУАЛЬНЫМ, ЭТО СПОСОБ ЗАРАБАТЫВАТЬ БОЛЬШЕ И ТРАТИТЬ МЕНЬШЕ. КАК СОКРАТИТЬ ИЗДЕРЖКИ, ПОТРАТИВШИСЬ НА «ЦИФРУ», – ОБСУДИЛИ С ЭКСПЕРТАМИ МТС.

СБОЕВ – МЕНЬШЕ, СРОК ХРАНЕНИЯ – ДОЛЬШЕ

Интернет вещей – Internet of Things (IoT) – позволяет решить целый комплекс задач: предупредить отказы и аварийные ситуации, проследить за значимыми показателями работы оборудования, снизить нецелевые издержки.

Решения на базе этой технологии особенно востребованы в пищевой промышленности, поскольку позволяют увеличить срок хранения товара только за счет контроля за температурными и климатическими условиями на складе. С одной стороны, это дает лучшее качество продукта, с другой – позволяет упростить технологии консервирования и снизить логистические затраты, сделав товар более конкурентоспособным, а бизнес – рентабельным.

Крупному продовольственному ритейлеру интернет вещей помогает контролировать работу холодильного оборудования: соблюдать температурный режим, не допуская резких скачков, следить за бесперебойной работой контроллеров централи и витрин. На овощехранилище подобная система следит за оптимальной температурой и влажностью воздуха, которая позволяет продлить срок хранения продукции. Еще одному ритейлеру благодаря установке системы удалось на 10–15% снизить затрату на электроэнергию.

«Нужно понимать, что в высокотехнологичных сферах, таких как IoT, не всегда работают готовые решения, – считает Сергей Козерод, директор по работе с корпоративным рынком МТС Москва. – К нам

приходят клиенты с очень разными потребностями и задачами, поэтому каждый проект мы прорабатываем индивидуально. Решения для пищевой промышленности были одними из самых первых наших разработок, и мы видим в этой сфере большой потенциал».

«РЕЖЕМ» НЕПРОФИЛЬНЫЕ ИЗДЕРЖКИ

На чем можно экономить, так это на непрофильных издержках, таких как расходы на транспорт, потребление энергии, ИТ.

Логистика – важная статья расходов, которую можно сделать меньше, установив на автомобили систему мониторинга местоположения и датчиков топлива. По данным МТС, всего за месяц такая система позволила крупной логистической компании снизить расходы на ГСМ на 20%. Кроме того, геодатчики – возможность удаленно следить за доставкой продукции: контролировать график передвижения фур, отклонения от графика и даже скоростного режима.

Другая значимая и непрофильная статья расходов – ИТ. Все больше компаний отдают развитие и поддержание ИТ-инфраструктуры на аутсорс, что позволяет значительно сэкономить на закупке и обслуживании оборудования и одновременно обеспечивает высокий уровень безопасности информации и ее доступность из любой точки, где есть подключение к интернету.

«Наш опыт показывает, что даже частичный перевод ИТ-систем клиента в

облако позволяет сократить издержки минимум на 20% ежемесячно, – рассказывает Сергей Козерод. – Кроме того, это значительно ускоряет операционные процессы: в среднем на 25%».

Яркий пример – перевод ИТ-систем группы компаний «Бритиш Американ Тобакко Россия» на защищенную облачную платформу #CloudMTC. В «БАТ Россия» подсчитали, что в результате время, необходимое на разворачивание инфраструктуры для новых проектов, сократилось с нескольких месяцев до пары недель.

ПЕРСПЕКТИВЫ

По оценкам компании Cisco, мирового лидера в области сетевых технологий, к 2020 году около 75% организаций по всему миру либо перейдут на цифровой бизнес, либо будут находиться в процессе перехода. Москва и Московская область – лидеры по инновациям, причем не только в стране: в прошлом году агентство PwC поставило Москву на пятое место в рейтинге наиболее готовых к цифровизации городов мира. Сегодня самые современные технологии доступны уже не только крупному бизнесу, но и среднему и даже малому.

До конца этого года МТС обеспечит на всей территории Москвы покрытие NB-IoT – стандарта связи, специально созданного для интернета вещей. Кроме того, в октябре МТС выпустила специальные NB-IoT сим-карты. Это дает возможность уже сейчас превращать пилотные проекты в реальные кейсы и значительно упрощает разработку и внедрение решений.



XIV Ежегодный Всероссийский форум руководителей предприятий жилищного и коммунального хозяйства

5-7 декабря 2018 года
Москва, ГК «Вега Измайлово»

- Подведение итогов работы организаций ЖКХ за 2018 год
- Планирование и поиск бизнес-решений на 2019 год
- Изучение нововведений в законодательную базу
- Открытый диалог с представителями органов регулирования
- Обмен опытом с коллегами из регионов Российской Федерации
- Повышение квалификации профессионалов отрасли ЖКХ

Екатерина Сергеевна Савельева

тел.: +7(916) 448-31-58, e-mail: e.savelyeva@od-group.ru

Екатерина Валерьевна Маспанова

тел.: +7(903)590-68-08, e-mail: ekaterina@od-group.ru

8(800)200-11-81 звонок по России бесплатный

upravlenie-gkh.ru

6+

СЕМЕЙНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ФЕСТИВАЛЬ

17 НОЯБРЯ | 11:00
2018 | 18:00

БОЛЕЕ 80 **БЕСПЛАТНЫХ**
АКТИВНОСТЕЙ ДЛЯ
ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ

МАСТЕР-КЛАССЫ

СПЕКТАКЛИ

МУЛЬТФИЛЬМЫ

ИГРЫ

ЛЕКЦИИ

МЮЗИКЛЫ

ЯРМАРКА

КОНКУРСЫ

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:

РЭУ ИМ. Г. В. ПЛЕХАНОВА

СТРЕМЯННЫЙ ПЕРЕУЛОК, Д.28, СТР. 1
(5 МИН. ОТ М. «ДОБРЫНИНСКАЯ» /
«СЕРПУХОВСКАЯ»)

ВХОД СВОБОДНЫЙ!

ОБЯЗАТЕЛЬНА РЕГИСТРАЦИЯ НА
WWW.FAMILYMONEYFEST.RU



ОРГАНИЗАТОР
ПРАВИТЕЛЬСТВО
МОСКОВСКОЙ
ОБЛАСТИ



**V Международный
Агропромышленный
молочный форум**

Московская область
Красногорск
27-28 ноября
2018

МОЛОКО 2020-2030: ЧТО ДАЛЬШЕ?

МОЛОЧНАЯ ОТРАСЛЬ: ИГРА ПО НОВЫМ ПРАВИЛАМ. ЭКСПОРТ И ПЕРЕРАБОТКА

ЦИФРОВАЯ ПОВЕСТКА МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ

Эти и другие вопросы развития молочной отрасли обсудят участники на V Международном агропромышленном молочном форуме, который пройдет в Доме правительства Московской области 27 и 28 ноября.

Регистрация на Форум и программа мероприятия на сайте:
www.agromosreg.ru

