

БИЗНЕС

2016

СТОЛИЦЫ

СПЕЦВЫПУСК

*ПИЦЦЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ,
ОБОРУДОВАНИЕ И HORECA*

герой номера

**КИРИЛЛ ЮРЬЕВИЧ
ЗАХАРОВ**

Генеральный директор

«МЯСНОЙ КОМБИНАТ «СТОЛИЧНЫЙ»



WorldFood
Moscow



25-я Международная выставка
продуктов питания

12-15 сентября 2016

Москва, ЦВК «Экспоцентр»



Организатор
выставки

Получите бесплатный электронный
билет, указав промо-код

wfm16p0IIS



17—20

ОКТАБРЯ 2016



МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО
3 ПАВИЛЬОН

ПИР

19 МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ДЛЯ
ПРОФЕССИОНАЛОВ
РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА



РЕВОЛЮЦИЯ ИДЕЙ

pirexpo.com

PIR EXPO

Организатор



Стратегический
партнер

Electrolux

Официальный технический
партнер Центральной Арены
«Территория идей»

MARR RUSSIA
лучший выбор для вашего ресторана

Официальный
партнер выставки

**ЗВЁЗДЫ
ОБЩЕПИТА**

Официальный
партнер по посуде

KORTO

Официальный
партнер по поварской
униформе

Huhtamaki

Официальный партнер
по одноразовой посуде

MERLINLUX
branding house

Партнер выставки

KitchenAid

Технический партнер
выставки

ВВВ 24 RU

Официальный
Гриль-партнер
кулинарных
соревнований

WESTGATE

Технический партнер
Центральной Арены
«Территория идей»

**РЕСТОРАННЫЕ
ИДЕИ**

Генеральный
информационный
партнер

RESTORANOFF.RU

Генеральный
информационный
партнер



МЯСНОЙ КОМБИНАТ СТОЛИЧНЫЙ

Кирилл Юрьевич Захаров стр. **6**

«Мы не ставим перед собой первостепенную задачу — «выжить» в это трудное экономическое время, мы ориентируемся на развитие предприятия».



Рыбная Биржа

Лилия Владимировна Гусяковастр. **10**

«Капризные» морепродукты три–четыре раза в неделю доставляют самолетами в термобоксах в специальной среде, затем мы перевозим их на собственную базу и храним в биокомплексе с морской водой вплоть до отправки заказчику — на кухню в ресторане или в витринный аквариум в супермаркете».



Платира

Асият Юнусовна Дарсаевастр. **14**

«По сути своей халяль — требования к пищевой безопасности. Часть из них сложилась исторически, часть связана с религиозными обоснованиями».



МУКСУН

Кирилл Михайлович Виноградовстр. **18**

«Компания «МУКСУН», в отличие от конкурентов, обеспечивает регулярные поставки крупных партий северной речной рыбы в Москву. Наладить этот процесс удалось благодаря тому, что мы имеем собственное рыболовное предприятие в Республике Саха».



Солигаличский консервный завод

Владимир Магаддинович Большаков стр. **22**

«По сути своей наше производство — импортозамещающее. Ранее начинки, которые мы изготавливаем, поставлялись в страну только из-за рубежа».



Примус Интер Парес

Руслан Газраткулиевич Гришинстр. **26**

«Учитывая то, что наша работа обходится значительно дешевле, чем работа европейских компаний, по соотношению цена–качество на российском рынке у «Примус Интер Парес» сейчас вообще нет конкурентов».



А-сервис

Роман Николаевич Бардин-Денисов стр.

30

«Сейчас нам все чаще приходится заниматься капитальным ремонтом оборудования. Конечно, это выгодно для клиентов. Затраты на восстановление окупаются, тем более если речь идет о дорогостоящем оборудовании. Капитальный ремонт позволяет восстановить качество выпечки, оптимальные настройки работы».



АИФ Групп

Фуркат Вафоевич Адылов стр.

39

«Мы с большим оптимизмом смотрим на перспективы развития экспорта российского мяса, особенно в быстрорастущие по численности населения страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Африки и СНГ. Замечу, что в последнее время Минсельхоз и Минпромторг многое делают для открытия новых рынков и продвижения нашей продукции. На практике реальных поставок «АИФ Групп» за границу мы видим, что российское мясо востребовано за рубежом».



ДиПиПром

Александр Александрович Раскин стр.

43

«Мы на 100% выполняем свои обязательства, не используем серых схем для «оптимизации» налоговых платежей, работаем прозрачно и честно, не делая наших клиентов мишенью для налоговиков, что в сегодняшних непростых условиях весьма ценно».



Изобретатель

Владимир Ильич Смирнов стр.

46

«Пончиковый автомат «АПФ-350/40» без преувеличения является уникальным изобретением. В основу его работы положен новый вертикальный принцип жарки. Но главное — фритюр в нем не портится. В нашем автомате этого удалось избежать за счет технологического ноу-хау «Изобретателя». Благодаря этому «АПФ-350/40» позволяет существенно экономить на себестоимости продукции».



ИСИТ

Алексей Николаевич Поваляев стр.

48

«Распространенная ошибка — брать, что дают, полагаясь на сведения про лучшие практики отрасли, на которых будет построена автоматизация. Если после внедрения информационной системы какие-то бизнес-процессы перестанут нормально работать — это шаг назад, а не вперед. Поэтому крайне важно, чтобы выбранная программа была адаптируема под клиента».



Наро-Фоминский хладокомбинат

Николай Викторович Савинский стр.

57

«Мы сочетаем два способа охлаждения — батарейное охлаждение и охлаждение воздухоохладителями, используя аммиачное оборудование для низкотемпературного хранения и холодильные установки, работающие на фреонах. Благодаря этому мы уверены в сохранности продукции при любых условиях».



Кирилл Юрьевич ЗАХАРОВ

Генеральный директор
**ООО «МЯСНОЙ КОМБИНАТ
«СТОЛИЧНЫЙ»**

Вектор развития

Перед командой управленцев и всем коллективом ООО «МЯСНОЙ КОМБИНАТ «СТОЛИЧНЫЙ» на данный момент стоит непростая задача. В условиях нестабильной экономической ситуации в стране, падения платежеспособного спроса они стремительно развивают производство, увеличивают каналы сбыта продукции.





Кирилл Юрьевич, расскажите, пожалуйста, об истории создания комбината.

История достаточно интересная. Еще в советское время здесь, на территории ВДНХ, работал колбасный цех. Он производил опытные образцы продукции и в то же время являлся частью выставки: демонстрировал советские достижения в области колбасного производства. Решение действительно было удачным: небольшой модульный мобильный колбасный завод с возможностью пристроить к нему дополнительные помещения, например, откормочный и убойный цеха, обеспечив тем самым полный цикл производства. Для небольших городов это было очень актуально. Впрочем, и сейчас, наверное, также. Так как цех одновременно являлся объектом главной выставки страны, большие панорамные окна предоставляли возможность всем желающим понаблюдать, как изготавливаются любимые народом молочные сосиски или докторская колбаса.

В девяностых годах прошлого века выставка постепенно приходила в упадок, образцово-показательного колбасного производства это тоже коснулось. Цех был закрыт. И когда в 2006 г. собственник нашей компании решил возродить здесь производство, начинать пришлось практически с нуля, буквально поднимать цех из руин.

Тем не менее за короткий срок был построен небольшой современный завод для выпуска высококачественных деликатесных колбас премиум-класса. И, по сути, мы продолжаем сегодня исторические традиции предприятия, которое работало здесь в советское время. То есть вполне уместно говорить о некоей преемственности. Кстати, в здании сохранили и панорамные окна, чтобы посетители ВВЦ могли при желании наблюдать за производственным процессом.

Мы не ставим перед собой первостепенную задачу — «выжить» в это трудное экономическое время, мы ориентируемся на развитие предприятия.

Какую именно колбасную продукцию производит комбинат?

Как я уже сказал, мы ориентированы на изготовление колбас премиум-класса. Это, прежде всего, по-прежнему всеми любимые и хорошо известные вареные колбасы «Докторская», «Любительская», «Чайная» и др., варено-копченые (сервелат «Российский», сервелат «Финский» и т. д.), полукопченые, ветчинные колбасы, сосиски, сардельки. В нашем ассортименте — деликатесная продукция: буженина, карбонат, варено-копченая грудинка и мн. др. Также в нашем ассортименте представлена сырокопченая продукция.

Нужно сказать, что завод «СТОЛИЧНЫЙ» достаточно быстро добился признания. Качество нашей продукции было по достоинству оценено на нескольких авторитетных смотрах. В частности, мы были удостоены сразу нескольких дипломов Минсельхоза по итогам международного конкурса «Лучший продукт

ДОСЬЕ

Генеральный директор — Кирилл Юрьевич Захаров.

Родился в 1988 г. в г. Апрелевка Московской области.

Имеет два высших образования — окончил Московский экономико-правовой институт по специальности «юрист» и Гуманитарно-экономический и технологический институт по специальности «менеджмент организации».

Начинал трудовую деятельность менеджером по закупке сырья для крупного колбасного комбината. Затем руководил оптовой мясной компанией.

В настоящее время является генеральным директором ООО «МЯСНОЙ КОМБИНАТ «СТОЛИЧНЫЙ».

2010 года», а на выставке «Продэкспо» в 2012 г. собрали полную коллекцию медалей — бронзовую, серебряную и золотую.

Кризис отразился на деятельности комбината?

Конечно, как и на всей отрасли в целом. При всем при этом мы не ставим перед собой первостепенную задачу — «выжить» в это трудное экономическое время, мы ориентируемся на развитие предприятия.

У нас собралась молодая, опытная и перспективная команда специалистов. Например, коммерческий директор уже потрудились на предприятиях молочной, рыбной, мясной промышленности, имеет опыт работы и в колбасном производстве, опыт взаимодействия с локальными и федеральными торговыми сетями, дистрибьюторами. Обладает навыками в развитии направления HoReCa. За плечами каждого сотрудника отдела продаж годы успешной практической работы.

Какие проблемы новой команде пришлось решать прежде всего?

За долгие годы мы успешно развили собственную розничную сеть — в основном в Северо-Восточном административном округе Москвы. Это очень удобно с точки зрения логистики. Доставка в магазины своим автотранспортом — ежедневная, значит на прилавках всегда свежая продукция. Но эту сеть мы сейчас воспринимаем как некий плацдарм для наступления, дальнейшего развития сбыта.

На данный момент мы активно развиваемся в сетевом ритейле и сегменте HoReCa. Ведем договорную кампанию с федеральными и локальными сетями. Расширяем географию поставок путем новых региональных дистрибьюторов. Безусловно, это близлежащие регионы (Тула, Калуга, Орел, Рязань и т.д.). Также охватываем Уральский федеральный округ.

Наш бизнес подвержен сезонным колебаниям, летом спрос уменьшается. Тем более что мы сегодня, прежде всего, ориентируемся на московских потребителей, многие из которых в дачный сезон уезжают из города. Поэтому целенаправленно работаем над развитием клиентской базы именно в региональном направлении, чтобы в последующие летние месяцы избежать падения объемов производства.

Как я уже говорил, мы обратили пристальное внимание на HoReCa — рыночный сегмент, объединяющий сферу гостеприимства. Активно реализуем свою продукцию ресторанам, сетям пиццерий. Помимо этого, мы являемся производителем



Предприятие у нас небольшое, а значит — легко контролировать технологические процессы. Речь идет не просто о входном и выходном контроле, но и о контроле на каждом этапе производства. Как результат — стабильно высокое качество продукции, ее соответствие рецептуре.

продукции, которую поставляем для бортового питания крупному авиаперевозчику. То есть клиентский портфель постоянно пополняется.

Вы стараетесь предложить свою продукцию торговым сетям. Но взаимоотношения с ними — дело довольно сложное. И — главное — вопрос цены интересует ритейлеров в первую очередь, а ваша продукция к эконом-классу явно не относится. А как можно снизить цену? В первую очередь, жертвуя качеством.

Конечно, сегодня, в сложной экономической ситуации стремление многих производителей каким-то образом снизить себестоимость своей продукции за счет использования более дешевых ингредиентов — явление повсеместно распространенное. Мы этого принципиально избегаем, поскольку работаем в премиум-классе, дорожим репутацией бренда, стремимся сохранить своих постоянных покупателей.

Рецептуры колбас неизменны, они зафиксированы, и даже специи много лет мы покупаем у постоянных, проверенных поставщиков, хотя новых предложений за последнее время появилось немало, в том числе и гораздо более выгодных по цене.

Что касается сетей, то мы заинтересованы в сотрудничестве в первую очередь с такими проектами, которые рассчитаны на достаточно взыскательного покупателя. Все равно есть немало людей, которые выбирают продукт, исходя из его качества, а уже потом смотрят на цену. Другое дело, что сегодня многие из них вынуждены экономить, покупая меньше. Но все прекрасно понимают, что килограмм буженины сейчас за «3 рубля» купить невозможно, что за качественный продукт нужно соответственно платить. А именно вопросу качества мы традиционно уделяем первостепенное внимание.

Предприятие у нас небольшое, а значит — легко контролировать технологические процессы. Речь идет не просто о входном и выходном контроле, но и о контроле на каждом этапе производства. Как результат — стабильно высокое качество продукции, ее соответствие рецептуре.

Кризис, экономические санкции заставили нас переориентироваться исключительно на российских поставщиков сырья. И оказалось, что это вполне реально сделать. Мы работаем с производителями напрямую. Поставляемое охлажденное мясо из близлежащих российских регионов отвечает всем нашим высоким требованиям к качеству, успешно проходит входной контроль.

Все колбасные изделия производятся на новейшем зарубежном оборудовании (Vemag, Laska, Kramer+Grebe, Handtmann). Используем упаковочную линию ULMA. Имеем автоматизированные складские комплексы BIZERBA. Все наши сотрудники — это высококвалифицированные специалисты с узкопрофильным образованием, начиная с обвальщиков, составителей фарша, термистов и заканчивая главным технологом.

Продукция выпускается исключительно по ГОСТам? Вопрос не праздный. Многие потребители сегодня с подозрением относятся к продуктам питания, выпущенным по техническим условиям — ТУ.

Большинство сортов — по стандартам, часть — по техническим условиям. Но здесь нужно понимать, что ТУ — это далеко не всегда плохо, как думают некоторые потребители. Колбаса, сделанная по техническим условиям, если они предусматривают очень высокие качественные показатели, вполне может быть даже вкуснее продукции, выпускаемой по ГОСТу. И, кстати, дороже по цене. То есть при работе по техническим условиям все зависит от производителя, от тех целей, которые он перед собой ставит.

В основе нашего ассортимента — хорошо известные, давно пользующиеся спросом колбасные изделия. Но это не значит, что каталог нашей продукции не претерпевает никаких изменений. С одной сто-





роны, с учетом сложной экономической ситуации мы отказались от выпуска нескольких видов колбас, которые не пользовались большим спросом. Но в то же время постоянно работаем над новыми рецептами. Дегустации проводим еженедельно, оцениваем результаты творческой работы наших технологов. Наиболее удачные осваиваем в производстве. Кстати, очень внимательно изучаем зарубежный, прежде всего европейский опыт, постоянно участвуя в международных выставках, направляем наших специалистов на различные семинары в зарубежные страны.

В то же время наличие у нас собственной торговой сети очень помогает в развитии обратной связи с потребителями нашей продукции. Мы имеем возможность оперативно узнавать, что сегодня востребовано покупателем, следовательно — рынком. Продавцы наших магазинов, большинство из которых работают с нами уже давно, имеют большой опыт продаж подобной продукции, постоянно общаются с клиентами и еженедельно делятся с нами информацией. Речь идет не о каких-то отдельных случаях, это уже налаженная система сбора отзывов и реагирования на пожелания потребителей.

Сейчас, спустя несколько месяцев после начала работы в должности генерального директора, оптимизма, веры в свои силы не убавилось? Все-таки, если оценивать рынок в целом, то у производителей колбасной продукции сегодня проблем немало.

Мы по-прежнему смотрим в будущее с оптимизмом. Да, конечно, трудностей, которые носят объективный характер, сегодня предостаточно у всех предприятий отрасли. Прежде всего, они связаны со снижением платежеспособного спроса, что фактически приводит к тому, что предложение начинает превышать этот спрос. В то же время растут цены на сырье, что также добавляет проблем.

Тем не менее первые результаты работы нашей команды обнадеживают. В первую очередь это касается вопросов сбыта.

В коллективе сложилась очень благоприятная рабочая атмосфера: сотрудники воспринимают непростую рыночную ситуацию как своеобразный вызов. Как следствие — увлеченность работой, стремление к успеху.

Наш клиентский портфель постепенно заполняется. Здорово, что в коллективе сложилась очень благоприятная рабочая атмосфера: сотрудники воспринимают непростую рыночную ситуацию как своеобразный вызов. Как следствие — увлеченность работой, стремление к успеху.

Кроме того, у нас, в отличие от многих конкурентов, прекрасный плацдарм для дальнейшего развития. Хорошо отлажена система производства, комбинат оснащен самым современным технологическим оборудованием от лучших зарубежных производителей, в частности, новейшей линией для обвалки. Производство полностью автоматизировано.

Очень важно, что мы, как небольшое предприятие — мобильны, способны оперативно реагировать на изменяющуюся рыночную ситуацию, решение насущных вопросов не растягивается на несколько дней.

И, как я уже говорил, большим подспорьем в работе является наличие собственной розничной сети.

Сегодня производственные мощности нашего комбината используются далеко не полностью. Казалось бы, это не повод для оптимизма. Но, с другой стороны, существует очевидная возможность для роста, увеличения объемов выпуска продукции. И поверьте, мы этой возможностью обязательно воспользуемся.

РЫБНАЯ БИРЖА

*Отлаженный сбыт:
отечественные морепродукты
на наших столах*



Рыбная Биржа

Крупнейший оператор рыбной продукции — ООО «Рыбная Биржа» — поставляет живые морепродукты, крабов, а также свежую и свежемороженую рыбу, икру лососевых для лучших ресторанов, супермаркетов и рыбных бутиков Москвы и других городов России. Руководитель реализующего звена группы рыбодобывающих сахалинских компаний Лилия Владимировна Гусякова сумела вывести сбыт требующего весьма жестких условий транспортировки и хранения товара на высокий уровень и готова рассказать о связанных с этим проблемах и способах их решения.

Лилия Владимировна, расскажите, что надо сделать, чтобы за достаточно короткий срок выйти по поставкам рыбы и морепродуктов на одно из лидирующих мест на рынке?

Хотя отечественный рынок испытывает нехватку рыбы и морепродуктов, игроков на нем немало. Мы изначально были нацелены на то, чтобы обеспечить российских потребителей живыми морепродуктами и рыбой, выросшей в естественных условиях. Промысловые участки расположены вдоль северо-восточного побережья Сахалинской области в местах с прекрасной экологией. Там работают предприятия, входящие в ООО «Биосервис», — компанию, ведущую добычу лососевых (горбуши, кеты), а также камбалы и наваги с 1998 г. В 2014 г. руководством сахалинской фирмы было принято решение создать структуру для наилучшей реализации своей продукции — так в Москве появилась «Рыбная Биржа», которую я возглавила два года назад. Это позволило главному предприятию начать промысел живых гидробионтов: морского гребешка, устрицы и др. видов морепродуктов, в том числе деликатесных. «Рыбная Биржа» сама обеспечивает доставку в любой регион страны, работая ежедневно, без выходных и праздничных дней. По сравнению с прошлым годом количество поставок возросло в три раза. Сейчас продукция поступает в крупные города европейской части России и Сибири.

Наверное, курс на импортозамещение способствовал развитию?

С ростом курса валют цены на импорт существенно возросли, поэтому многие рестораны и супермаркеты перешли на отечественную продукцию. Если сравнить нынешнюю стоимость килограмма наших устриц и зарубежных, то разница существенна. Наши стоят 450 руб. за кг, а импортные — 200 руб. за штуку. Однако мы еще до введения санкций отстояли свой ассортимент — тех же устриц — в том плане, что рестораны, где повара французы и итальянцы, привыкли к определенному размеру и весу моллюска, выращенного на морской ферме зарубежного поставщика. Постепенно пришло понимание того, что устрица, выловленная в «диких» условиях, в чистейшем открытом водоеме, не просто не уступает фермерской, а во многом ее превосходит. Высокое качество отличает также сахалинского краба, гребешка. В Москве, на-



Генеральный директор —

Лилия Владимировна Гусякова.

Трудовую деятельность начала в Красноярском Государственном банке СССР, далее много лет работала главным бухгалтером в санатории «ЗабайкалЛес». В середине 90-х открыла собственное торговое предприятие ООО «СИБИРЬ». В 2014 г. возглавила ООО «Рыбная Биржа», затем создала и возглавила еще одну смежную торговую компанию — ООО «ТК Лаперуз». Оба предприятия, которыми руководит Лилия Владимировна, позволяют головной сахалинской рыбодобывающей фирме, ООО «Биосервис», не зависеть от посреднических услуг сторонних организаций.
Кредо: «Дисциплина превыше всего».





пример, многое из того, что реализуют на рынке другие компании, оставляет желать лучшего. Например, китайский выбеленный глазированный гребешок, при покупке которого потребитель оплачивает воду в виде этой самой глазури. Мы свою продукцию не глазируем — только замораживаем при необходимости.

То есть вы уверены, что ваш ассортимент превосходит товар конкурентов по качеству. А как вам удается его контролировать в условиях, когда рыба и морепродукты преодолевают тысячи километров от места добычи, а затем их сортируют, хранят?

«Капризные» морепродукты три–четыре раза в неделю доставляют самолетами в термобоксах в специальной среде, затем мы перевозим их на собственную базу и храним в биокомплексе с морской водой вплоть до отправки заказчику — на кухню в ресторане или в витринный аквариум в супермаркете. Безусловно, здесь важна оперативность транспортировки: у нас есть собственный транспорт, который доставляет крупные партии из аэропорта, и машины поменьше — для развоза по ресторанам и другим точкам небольших объемов. Поэтому морские деликатесы на 100% сохраняют все свои ценные свойства.

Улов перерабатывают как на морских судах в районе промысла, так и на прибрежных рыбоперерабатывающих заводах. Производственные мощности головного предприятия позволяют



С какими-то трудностями в работе приходилось сталкиваться?

Трудности бывают, не скрою. Первая связана с невозможностью прогнозировать количество улова и поставок. Поскольку, как я уже говорила, вся наша продукция добывается в открытой воде, ее объем зависит от внешних факторов — сезонности, штормов. В какой-то период может «исчезнуть» тот или иной вид моллюска: вонголе, гребешок. Конечно, ресторанам эта ситуация не очень по нраву. Однако они понимают, что товар не выращивается на ферме, а значит, исправить положение можно только со временем, и ждут, когда возобновятся поставки.

К общей проблеме отрасли могут отнести высокие цены на авиaperевозки, которые приводят к увеличению конечной стоимости продукции.

А проблемы неплатежей вас не беспокоят?

У нас был печальный опыт работы напрямую с торговыми сетями, почему-то не пожелавшими расплатиться в течение двух лет с момента поставки товара. До сих пор ходим по судам. Теперь, наученные неудачей, взаимодействуем с ритейлом только через дистрибьюторов — проверенных и платежеспособных.

Каким еще критериям, кроме финансовой состоятельности, должны соответствовать контрагенты, чтобы вы подписали с ними договор о сотрудничестве?

Прочное финансовое положение для тех, кто хочет заниматься живыми морепродуктами, необходимо не только для того, чтобы вести с нами расчеты. Таким контрагентам следует еще и обеспечить сохранность деликатесам, создать специальные условия. Я очень щепетильно к этому отношусь, потому что знаю, как происходит добыча, насколько она тяжела. И не приемлю, когда мой продукт находится в обычном холодильнике вместе со всем

добывать и перерабатывать более 3 тыс. тонн высококачественной рыбной продукции в районах добычи. Завод «РКЗ Лаперуз», расположенный в г. Холмск Сахалинской области, за год перерабатывает несколько тыс. тонн различного вида сырья и выпускает порядка 20 млн банок консервов: «Горбуша натуральная», «Рагу из лососевых рыб», «Уха камчатская», «Сайра тихоокеанская натуральная», «Сайра тихоокеанская натуральная с добавлением масла», «Салат дальневосточный», деликатесные консервы «Гребешок натуральный» «Гребешок в различных заливках», «Краб натуральный», «Икра лососевая», «Кальмар натуральный» и др. Современные технологии первичной и глубокой переработки позволяют также изготовить из свежедобытого сырья филе, фарш, мороженую рыбу, лососевую икру весовую и в банках и еще два десятка наименований соленой, копченой и вяленой рыбной продукции, морскую капусту, а также рыбную кулинарию. Все, что поступает к нам и требует специальных условий хранения, попадает в просторные современные и мощные холодильники. Добавлю, что регулярные проверки нашей базы ветеринарной службой не выявляют никаких нарушений. Именно контроль качества позволяет нам успешно реализовывать продукцию и развиваться на рынке.

Компания ставит перед собой задачу ввести добровольную сертификацию по системе ХАССП (Hazard Analysis Critical Control





Экспертное мнение

остальным содержимым. Неправильное хранение нарушает вкусовые качества той же устрицы — она, как губка, впитывает все посторонние запахи. Чтобы морепродукты хорошо себя чувствовали, я предлагаю потенциальным контрагентам приобрести соответствующие аквариумы, если у них таковых не имеется. После установки необходимой передержки я прошу заказчиков следить за температурой и качеством воды.

В свою очередь, мы идем навстречу тем, кто хочет с нами сотрудничать и все для этого делает. Проверенным заказчикам, учитывая непростую ситуацию в стране, даем отсрочки, делаем скидки, можем заменить товар.

Мы изначально были нацелены на то, чтобы обеспечить российских потребителей живыми морепродуктами и рыбой, выросшей в естественных условиях. Промысловые участки расположены вдоль северо-восточного побережья Сахалинской области в местах с прекрасной экологией.

С таким основательным подходом, я думаю, вы добьетесь немалых успехов. Есть ли планы по дальнейшему развитию «Рыбной Биржи»?

Безусловно. Планируем наращивать объемы поставок, невзирая на сезонные колебания добычи. В этом году мы организовали на Сахалине большую современную передержку для морепродуктов, чтобы сохранять их запасы и продолжать поставки даже при неблагоприятных условиях лова.

Хотим организовать базу, подобную московской, в Санкт-Петербурге, и небольшую передержку в Сочи. Но пока заняли выжидательную позицию — смотрим, как там реализуется наш товар. Планируем расширять хранилище в столице, для чего необходимо построить новый комплекс. Это потребует немалых затрат, как на строительство, так и на последующее содержание: расширение штата, закупку специальной соли, соответствующей условиям Тихого океана. Но расходы оправданы, поскольку результат позволит нам упрочить положение на рынке.

В планах также открытие своего интернет-магазина для прямой быстрой реализации, минуя перекупщиков.

За границу станете поставлять товар?

Не дальше, чем в соседние Казахстан и Белоруссию. Зачем кормить еще кого-то, когда отечественным потребителям нашей продукции мало? Квоты на добычу не столь уж велики, чтобы вести поставки за пределами страны. Да, предприятия из Владивостока продают свой улов в Японию, Корею. Но мы хотим развиваться здесь.

Тяжело быть руководителем столь динамичного торгового предприятия, решать множество задач?

Это совершенно не тяжело! (Смеется). Бывает, что работа занимает и ночное время суток. Когда Москва ложится спать, на Сахалине начинается новый день: надо быть с людьми на связи. Но, если управление выстроено грамотно, все можно преодолеть, оперативно решить. Здесь, в столице, многое зависит от слаженных действий коллектива. Мне нужны были такие сотрудники, которые не боятся никаких задач — и я нашла этих людей. Сама могу вместе с ними выполнять любую работу, если есть необходимость. Главное, чтобы дело продвигалось к результату.





ВАХНИНА Татьяна Алексеевна
Почетный Адвокат РФ
Патентный Поверенный РФ
и Евразийский Патентный Поверенный

ВАХНИНА.РФ

ФИРМА ПАТЕНТНЫХ ПОВЕРЕННЫХ «ВАХНИНА И ПАРТНЕРЫ»

**Зарегистрировать товарный знак может каждый.
Мы знаем, как его защитить!**

- ▶ Консультирование по вопросам защиты интеллектуальной собственности
- ▶ Регистрация и защита товарных знаков и изобретений в России, СНГ и за рубежом
- ▶ Защита ваших прав в суде
- ▶ Мониторинг товарных знаков для предотвращения появления сходных знаков конкурентов

«Вахнина и Партнеры», Фирма Патентных Поверенных. Россия, Москва, Преображенская пл., д.6, +7-495-231-4840, ip@vakhnina.ru

Членство в российских и международных организациях:



Международная общественная организация содействия деятельности патентных поверенных
ПАЛАТА ПАТЕНТНЫХ ПОВЕРЕННЫХ



INTA International
Trademark
Association



AIPPI



ECTA



MARQUES



Реальные достижения, масштабные перспективы

Компания «Платира» долгие годы неуклонно, шаг за шагом стремилась к поставленной цели — стать лидером на российском рынке производства продукции из баранины. Сегодня эта задача выполнена. Но останавливаться на достигнутом в компании не собираются. При этом планы дальнейшего развития «Платиры» одновременно выглядят и смелыми, и масштабными, и вполне реальными. Наш собеседник — президент компании Асият Юнусовна Дарсаева.

Асият Юнусовна, когда и как возникла идея создания компании?

Побудительным импульсом к созданию предприятия стал анализ спроса и предложения на баранину в столичном регионе в начале 2000-х годов. Тогда купить баранину в Москве можно было только на рынках. Учитывая то, что большую часть поступавшей в столицу баранины забирали рестораны, рядовому покупателю приобрести ее было нелегко.

В общем, спрос был большой. Нашей задачей стало — обеспечить предложение. Причем мы сразу решили, что будем поставлять исключительно халяльную продукцию.

Почему этот момент имеет для вас такое большое значение?

Конечно, то, что наша продукция — халяльная, важный фактор прежде всего для мусульман. По сути своей халяль — требования к пищевой безопасности. Часть из них сложилась исторически, часть связана с религиозными обоснованиями. Собственно, мы можем быть поставщиками не только всех мусульман России, но и религиозных мусульманских объединений нашей страны.

Кроме того, на сегодняшний день все больше людей хотят покупать сертифицированные продукты питания. Потребитель ставит безопасность и здоровье на первое место. Продукция халяль позиционирует себя как экологически чистая, и, главное, является таковой. Наша деятельность одобрена советом муфтиев России. Мы имеем соответствующий сертификат, который подтверждает соответствие нашей продукции халяльным требованиям.

Понятно, что качество, экологическая чистота продукта обеспечиваются на каждом этапе деятельности компании. Можно, наверное, говорить о целой технологической цепочке — от пастбища до разделочного цеха и транспортировки готовой продукции потребителю?

Да, конечно. Давайте попытаемся эту цепочку проследить. У нас уже много лет налажено очень тесное взаимодействие с теми, кто баранов выращивает — в Дагестане, Чеченской Республике, на Ставрополье, в Астраханской области. То есть в тех регионах, для которых это традиционный вид деятельности. Сотрудничество у нас взаимовыгодное. Дело в том, что, работая с нами, производители в регионах имеют гарантированный сбыт. Это для них очень важно, они могут планировать свою работу, поголовье скота. Мы же получаем возможность заказывать для выращивания конкретные породы баранов исходя из потребностей наших потребителей.



Следующий этап — забой скота...

Да, у нас свои бойни, расположенные максимально близко к тем местам, где баранину выращивают. Это важно, так как транспортировка живых баранов на сравнительно большие расстояния отрицательно сказывается на качестве конечного продукта. Бойни соответствуют и всем халяльным требованиям и условиям, которые определены государственными контрольно-надзорными органами.

Затем — транспортировка в Москву. Мы уже много лет сотрудничаем с одной из крупных транспортных компаний и очень довольны качеством их услуг. Всегда уверены, что продукция будет перевозиться при строгом соблюдении температурного режима и прибудет в Москву без задержек.

Теперь — о главном, о вашем производстве.

Здесь грядут большие перемены. В свое время мы были очень довольны, когда разместились на территории филевского хладокомбината «Айс-Фили». И площадка была подготовлена, и морозильные мощности были в наличии. Однако со временем стало очевидно, что здесь нам становится тесно. Чтобы удовлетворять растущий спрос на нашу продукцию, нужно искать место



для нового производства. И мы такое место нашли. Когда номер вашего журнала выйдет в свет, часть продукции будет производиться на новой производственной площадке — на территории Бусиновского мясокомбината.

Почему именно это место было выбрано для расширения производства?

Важно, что эта площадка очень удачно расположена с точки зрения логистики: рядом с развязкой МКАД, Ленинградским проспектом. Новое производство на Бусиновской площадке планируем сделать основным. Хорошо еще и то, что арендуем площади на мясоперерабатывающем комбинате. Получается, что мы — «профильные» арендаторы. Плюс к это этому — большие мощности по электроэнергии: 8 мегаватт. Водоснабжение, водоотведение, очистные сооружения — все это есть.

Сейчас у нас подписан договор о долгосрочном сотрудничестве с компанией, которая владеет этой территорией. Мы арендуем 5 тыс. кв. м. На этой площади завершаем строительные работы под первую линию. В общей сложности там будут три производственные линии и два цеха. Суммарная мощность переработки — 150 тонн в сутки. Объемы увеличатся колоссально.

Что является сегодня конечным продуктом переработки?

Прежде всего, это — охлажденная баранина. Можно сказать, что «на входе» у нас баранья туша, «на выходе» — картонная коробка с разделанной, зачищенной бараниной в вакуумной упаковке: лопатка, корейка, ребрышки и т. д. В таком виде она и поступает потребителю. Причем очень оперативно. Предположим, вечером приезжает фура, разгружается, ночью проводится разделка, а уже утром мы своим транспортом развозим готовую продукцию заказчикам — в рестораны, торговые сети, со многими из которых мы сотрудничаем уже немало лет. Есть, например, сеть ресторанов восточной кухни Saltenas, которая

присутствует во многих торговых центрах. Поставляем полуфабрикаты также в сеть кафе «Урюк», «Чайхана», «Муму», «Турандот» и мн. др. То есть сотрудничаем с компаниями, которые напрямую доносят наш продукт до конечного потребителя. Также осуществляем поставки крупнейшим российским компаниям-дистрибьюторам: «Маррусия», «Австралийский Торговый Дом», «АльфаМит», «Гурман Сервис» и др. Мы уже давно являемся партнерами «Аэрофлота», который заказывает большие объемы нашей продукции.

Часть баранины мы замораживаем с использованием самых современных технологий. Этот товар идет, как правило, в регионы. География поставок охватывает практически всю страну. Мы отправляли нашу продукцию даже на Сахалин. Бывают и очень необычные заказы. Не так давно к нам обратился клиент, которому было нужно 18 тонн бараньей лопатки. Как он сам сказал, до нас обращался во многие компании, но никто за такой заказ не взялся. Это и понятно: если учитывать, что в каждой бараньей туше примерно 2 килограмма лопатки... Но мы смогли этот заказ выполнить, хотя это было и нелегко.

Пока мы снабжаем только Российскую Федерацию, но после недавно прошедшей в Москве халяльной продовольственной выставки в сотрудничестве с нами проявили заинтересованность представители Ливии, Ирана, Объединенных Арабских Эмиратов. Сейчас мы не рассматриваем работу с компаниями из этих стран в качестве ближайшей перспективы, но в будущем такие варианты, конечно, не исключены.



С тех пор, когда вы начали работу, ситуация на рынке не раз менялась. Уровень конкуренции в вашем секторе, вероятно, также возрос?

Конечно. Был момент, когда на российском рынке появились большие объемы баранины из Австралии и Новой Зеландии. При этом это была качественная продукция. Кроме того, у ее поставщиков сложилась очень хорошая репутация на мировом рынке. Конечно, речь шла исключительно о замороженном мясе, и сроки поставки были немалыми, но многие рестораторы и представители сетей предпочитали именно импортное мясо.

Сейчас ситуация изменилась: санкции закрыли дорогу импорту. И перед нами встала очевидная задача: занять освободившийся сегмент рынка. То есть, попросту говоря, провести импортозамещение.





Лидер рынка

Новая производственная площадка, вероятно, является важным шагом на пути решения этой задачи?

Несомненно. Мощности только первой очереди нового предприятия будет в 4 раза больше, чем у ныне действующего. Наша цель — создать в Бусиново «центр притяжения» для клиентов, куда они приезжают за всеми видами продукции, где можно купить товар — не только баранину, но и говядину, мясо птицы оптом, и где можно приобрести любые полуфабрикаты.

Нам хочется реализовать еще одну идею: работать на тех клиентов, которые привыкли получать калиброванные продукты. Это касается, в первую очередь, ресторанов. Дело в том, что им интересно получать те же бараньи ребрышки одного размера, следовательно, веса. Чтобы порции были одинаковыми. Поэтому нужно калибровать — подбирать эти ребрышки по размеру перед упаковкой. То есть производить продукцию в таком виде, в каком клиенты привыкли получать из Австралии. В идеале — наша продукция должна быть лучше. Мы к этому стремимся. Австралийские поставщики, например, не производили зачистку. Мы ее делаем, чем облегчаем работу ресторанным поварам. И для «Аэрофлота» мы поставляем полностью зачищенное и отжилованное мясо. Например, баранья нога после нашей обработки — это чистейшее мясо без костей, пленок, жил.

Кстати, уже не раз доводилось слышать от рестораторов, которые за неимением австралийской баранины обратились к нашей продукции: «А ваша баранина — лучше». Говорилось это и с некоторым удивлением, и с уважением. Признаться, мне было очень приятно.

По сути своей халяль — требования к пищевой безопасности. Часть из них сложилась исторически, часть связана с религиозными обоснованиями.

Какие еще направления развития являются приоритетными?

Стратегически важный момент — расширение сотрудничества с торговыми сетями. Мы работали с «Азбукой вкуса», начинаем сотрудничать с сетью «ВкусВилл», ведем переговоры с «Лентой».

Конечно, работать с крупными федеральными сетями непросто, у них немало специфических требований, но объемы реализации не могут нас не привлекать. Ритейлерам интересно получать и полуфабрикаты, нам тоже выгодно развивать это направление. У нас в планах — пельмени, в том числе и со сложным составным фаршем, манты. На новом производстве появится возможность добавить в продукцию маркетинговую составляющую. Не только, чтобы это было вкусно и правильно, но еще и красиво и интересно.

Мы всегда на всех продовольственных выставках — и в России, и за рубежом — не только присутствуем, представляем свою продукцию, но и смотрим, что предлагают другие компании. В итоге появляются интересные идеи. Хотим сейчас создать производство, которое можно было бы быстро адаптировать под любой вид новой продукции. Два новых цеха будут именно такими, способными быстро перейти на выпуск полуфабрикатов разной степени сложности.

Еще одно интересное направление хотя и в проработке, но на новой площадке мы оставили под него место. Это колбасный цех. Причем мы не ставим во главу угла здесь объемы производства. Хотим сделать как раз то, чего нет на рынке: производить сравнительно в небольших объемах свои, фирменные

сырокопченые, сыровяленые колбасы высокого качества, с самым тщательным образом соблюдаемыми технологиями. Да, сейчас можно встретить на рынке действительно вкусную колбасу. Но тут тонкость в том, что каждая партия такой колбасы имеет все-таки разный вкус.

Мы же хотим делать колбасу прежде всего для ресторанов, которые ориентируются на требовательного клиента. Там очень важно, чтобы, заказывая понравившееся блюдо повторно, клиент получил продукт, ничем не отличающийся от того, который он оценил в прошлое свое посещение.

Мы не затрагивали вопрос цены вашей продукции. Это для потребителя также момент очень важный...

Цена нашей продукции и сейчас позволяет нам быть конкурентоспособными на рынке. А при увеличении объемов производства мы можем ее снижать за счет снижения собственных издержек. И самое главное, чего мы хотим на этом производстве добиться, — это высокая степень автоматизации. У нас будут подвесные пути, современная весовая станция, оперативно управляющая данными в систему управления товарооборотом. Разгрузка, взвешивание будут проводиться в автоматическом режиме, без присутствия человека. Потом продукция отправляется на производство и выходит оттуда уже упакованная, с электронными этикетками. В отделе продаж всегда будут в курсе того, сколько и какой продукции уже готово к отгрузке.

За счет автоматизации мы, с одной стороны, хотим уменьшить влияние человеческого фактора, с другой — улучшить качество товара на выходе. Мы стремимся создать производство европейского, мирового уровня.

Даже так?

Да, потому что по-другому не можем. Сейчас ведем переговоры с заводами-производителями, которые для нас будут проектировать и изготавливать оборудование, системы автоматизации, соответствующие нашим потребностям и лучшим мировым стандартам.

Сейчас, оглядываясь назад, на пройденный компанией путь, как вы считаете, что можно назвать главным итогом уже сделанного?

Многие спрашивают: в чем ценность компании? Основные средства? Сырье и товар на складе? Не только и не столько это. Чтобы создать всю бесперебойно работающую технологическую цепочку, инфраструктуру, нам понадобилось много лет. И в итоге получили уникальную для России компанию. Как раз это — самое ценное. Просто за деньги этого не купишь.

Сейчас мы на пороге нового качественного рывка вперед на основе прочного фундамента, созданного в предыдущие годы. Уверена, что все у нас получится. Думаю, что сейчас в сотрудничестве с нами проявят заинтересованность и потенциальные инвесторы, и компании, которые захотят способствовать продвижению нашей продукции на рынок. За годы работы «Платира» зарекомендовала себя в качестве надежного, солидного партнера. На сегодняшний день потребность рынка в нашей продукции очень высока, и мы можем, с привлеченными инвестициями, полностью удовлетворить эти потребности, увеличив многократно свой товарооборот. При этом качественно обеспечим всех наших потребителей совершенно фантастической продукцией, которой еще не было на отечественном рынке. У нас есть что предложить инвесторам, мы создали отдельные цепочки поставок сырья, где каждый может реализовать свои инвестиционные возможности.



ZNAKI.RU

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧУЖОГО ТОВАРНОГО ЗНАКА
ГРОЗИТ СУДЕБНЫМИ ИСКАМИ
И АРЕСТОМ ПРОДУКЦИИ.

ПРОВЕРЬТЕ ВАШ
ТОВАРНЫЙ ЗНАК
ОНЛАЙН!



Проверка товарного знака: www.znaki.ru/begin



Лидер

В СЕГМЕНТЕ ПОСТАВОК ЦЕННОЙ ПРОМЫСЛОВОЙ СВЕЖЕМОРОЖЕНОЙ

МУКСУН

Муксун, омуль, нельма и другие ценные сорта северной рыбы: гарантированные поставки, высокое качество, доступные цены

МУКСУН



северная рыба

Еще несколько лет назад ценнейшая промысловая рыба северных рек присутствовала на московском рынке в незначительном количестве. В последнее время ситуация существенно изменилась. Стабильные поставки крупных партий омуля, муксуна, нельмы, чира и ряпушки в Москву и Московскую область наладила компания «МУКСУН». На сегодняшний день она является безусловным лидером по объемам продаж дикой северной речной рыбы на рынке столичного региона. Ее продукцию закупают большинство ресторанов и розничных точек продаж, а также крупнейшие предприятия-переработчики рыбы. О том, как компании удалось занять лидирующую позицию в своем сегменте и благодаря чему она продолжает завоевывать доверие клиентов, рассказал генеральный директор ООО «МУКСУН» Кирилл Михайлович Виноградов.

Всего за несколько лет ваша компания заняла место ведущего поставщика северной речной рыбы в столичном регионе. Благодаря чему вы этого добились?

Компания «МУКСУН», в отличие от конкурентов, обеспечивает регулярные поставки крупных партий северной речной рыбы в Москву. Наладить этот процесс удалось благодаря тому, что мы имеем собственное рыболовное предприятие в Республике Саха. Оно осуществляет деятельность на острове в районе дельты реки Лена. Промысел ведется круглогодично, хотя разгар рыболовного сезона в этом регионе приходится, безусловно, на лето.

Таким образом, фактически мы являемся прямым поставщиком собственной продукции, что значительно упрощает и укорачивает путь рыбы от места отлова до конечного потребителя. Естественно, отлов ведется на основании полученных квот.

Проблема сложности транспортировки рыбы из мест отлова до Москвы всегда считалась одной из самых болезненных для российского рыбного рынка. Как вам удалось решить этот вопрос?

Проблема транспортной логистики для рыболовных компаний стоит весьма остро. Дело в том, что наиболее масштабный промысел идет в северных регионах и на Дальнем Востоке. А самым крупным потребителем рыбы являются далеко расположенные от них Москва и Подмосковье — вместе они закупают примерно треть от общего объема предложения на внутреннем рынке.

Из-за огромных расстояний, отделяющих рыболовные хозяйства от главного покупателя, поставки рыбы в столичный регион зачастую осуществляются с перебоями, а сам товар прибывает в столицу далеко не в лучшем состоянии.

Нашей компании удалось организовать бесперебойную быструю транспортировку рыбы из Якутии в Москву, и мы этим достижением гордимся. Каналы транспортировки нашей продукции разнятся в зависимости от времени года. Летом она переправляется в Якутск по реке Лена с использованием водного транспорта, а затем отправляется в Москву автотранспортом. Зимой мы используем только автотранспорт, который вначале доставляет рыбу по леднику в Якутск, а затем в столицу. Разумеется, транспорт, который мы задействуем, оборудован всем необходимым для перевозки рыбы на дальние расстояния без ущерба для качества продукции. Доставка с острова до Москвы занимает от трех недель до месяца. Учитывая то, что Якутия — регион с крайне сложными погодными условиями, это недолго.

Поставки осуществляются регулярно, с интервалом в один-два месяца. Соответственно, свежая рыба практически всегда имеется на нашем складе. В связи с этим клиенты знают, что в любое удобное для себя время они смогут заказать у нас нужный им товар.

Какую продукцию вы предлагаете?

Компания «МУКСУН» осуществляет оптовую и розничную торговлю ценной промысловой рыбой северных рек. Основу нашего

рынка

РЫБЫ СЕВЕРНЫХ РЕК В МОСКВЕ И ПОДМОСКОВЬЕ



ассортимента составляют муксун, омуль, нельма, чир и ряпушка. Все они относятся к одному из самых востребованных на рынке семейству сиговых. Кроме того, мы имеем квоты на ловлю дикого осетра, который также входит в наш ассортиментный ряд.

Самую большую долю продукции «МУКСУНа» составляет свежемороженая рыба, сохранившая все свои питательные свойства. Для удобства покупателей мы продаем рыбу как целиком, так и предлагаем стейки из муксуна, омуля и нельмы. Такую продукцию чаще всего закупают рестораны и розничные покупатели.

Есть в нашем ассортименте и готовая копченая рыба. Правда, копчением занимаются наши партнеры в столице, а не на месте добычи. Главная проблема, связанная с копчением северной речной рыбы — пересол. Рестораторы знают, что и омуль, и муксун холодного копчения должны быть малосолеными. Как правило, производители добавляют слишком много соли. Мы же тщательно следим за этой составляющей.

Крупные компании в основном заказывают у нас партии рыбы в десятки тонн для дальнейшей переработки. В частности, для того же холодного копчения, а также для производства в саляном виде.

Какие каналы продаж преобладают в структуре вашего бизнеса?

Около сорока — пятидесяти процентов нашей продукции отгружается со склада оптовым покупателям. Среди них такие известные крупные производители готовой рыбной продукции, как ООО «Риф» и ЗАО «Палисандр». Остальной объем уходит ресторанам, в розничные точки и частным клиентам. Что касается частных заказов, то в основном они поступают через интернет. Мы активно развиваем этот канал продаж.

Рыболовные хозяйства любят упрекать в нестабильности качества их продукции. Каким образом контролируется качество вашей рыбы и можно ли говорить, что оно стабильно?

За качеством следят специалисты непосредственно на месте отлова. Затем по прибытии партии рыбы на склад осуществляется ветеринарный контроль — в полном соответствии с государственными требованиями.

Претензий к качеству нашей продукции не возникало ни у контролирующих организаций, ни у клиентов. Поэтому я имею все основания утверждать, что оно стабильно. Секрет в том, что этот вопрос изначально является нашим основным приоритетом. Компания «МУКСУН» не стремится к разовым сделкам и не ставит своей целью получение быстрой прибыли любой ценой. Поэтому технологический процесс организован в нашей компании таким образом, чтобы рыба сохраняла все свои питательные свойства и доходила до конечных потребителей в отменном качестве.

Бытует мнение, что на Севере рыболовные хозяйства предпочитают не тратить деньги на современное оборудование для заморозки рыбы и действуют по старинке. У вас такое оборудование есть?

На Севере, действительно, найдется немного предприятий, которые, как и мы, имеют оборудование для шоковой заморозки рыбы. Обычно зимой в Якутии рыба моментально замерзает на воздухе, ведь его температура опускается до минус тридца-



Генеральный директор — Кирилл Михайлович Виноградов.

Родился и вырос в Москве. В 2009 г. окончил Всероссийскую государственную налоговую академию Министерства финансов РФ. С 2009 г. по 2013 г. состоял на государственной гражданской службе РФ. Затем занялся коммерческой деятельностью. С 2013 г. является генеральным директором ООО «МУКСУН».

ти — сорока градусов. Летом рыболовные хозяйства используют так называемые ледники. Это своеобразные погреба, выдолбленные в вечной мерзлоте. Тем не менее температура в этих хранилищах, как правило, не ниже минус десяти градусов. По-настоящему, что в таких условиях рыба замораживается очень долго, а значит — теряет в качестве.

У нас же на базе сорокафутового контейнера есть камера моментальной заморозки, что, безусловно, дает продукции «МУКСУНа» значительный приоритет в вопросе стабильности качества продукции.

Помимо высокого качества и налаженных прямых поставок рыбы из Якутии какие еще конкурентные преимущества компании «МУКСУН» вы хотели бы отметить?

Хотелось бы обратить особое внимание на сервисную составляющую нашей деятельности. В ее основу положен индивидуальный подход к клиентам. Мы стремимся, чтобы сотрудничество было максимально комфортным и полезным для заказчиков.

С этой целью «МУКСУН» осуществляет транспортную доставку рыбы. Причем в довольно больших объемах. Собственный транспорт нашей компании позволяет развезти по Москве и Московской области заказы объемом 5 до 1200 кг рыбы. Естественно, товар мы поставляем со всей необходимой сопроводительной документацией.

Промысловая рыба — дорогостоящий товар. Как строится ваша ценовая политика?



Лидер рынка

Она строится тоже на основании индивидуального подхода. Для крупных оптовых клиентов действует система скидок. Есть и возможность приобретения нашего товара в рассрочку. В целом уровень цен на продукцию «МУКСУНа» — ниже среднего. Держать его позволяет то, что наша компания является предпринимателем полного цикла и прямым поставщиком собственной продукции. Соответственно, мы не покупаем рыбу у сторонних компаний, что и сказывается на цене. Поэтому крупные производители охотно приобретают северную рыбу именно у нас. Привлекателен товар «МУКСУНа» и для розничных точек, и для ресторанов. По той же причине, что и для оптовых покупателей — из-за отсутствия посреднических наценок.

Важнейший принцип нашей работы с постоянными покупателями — «оплата после отгрузки». Мы знаем, что для многих заказчиков предоплата неудобна, поэтому охотно идем им навстречу.

Основу нашего ассортимента составляют муксун, омуль, нельма, чир и ряпушка. Все они относятся к одному из самых востребованных на рынке семейству сиговых.

Северная речная рыба обладает уникальными потребительскими качествами. Однако многие о них до сих пор не знают. Считаете ли вы, что продукция недооценена покупателями?

К сожалению, пока в России рыбу вообще едят гораздо меньше, чем мясо. Но, я думаю, со временем ситуация будет меняться. Позитивные сдвиги происходят уже сейчас, и мы их видим. С одной стороны, на покупателей влияет популяризация здорового образа жизни, а потребление рыбы — неотъемлемая часть здорового питания. С другой стороны, немаловажным является фактор покупательской способности населения. Как только ситуация в этом отношении улучшается или становится более стабильной, мы сразу наблюдаем рост интереса к нашей продукции.

Но в целом я могу согласиться с тем, что на данном этапе наша продукция еще пока недооценена. И совершенно напрасно. И в сыром, и в прошедшем обработке виде северная речная рыба — кладь витаминов и источник полиненасыщенных жирных кислот.

Тот факт, что это рыба дикая, многократно повышает ее ценность для здоровья человека. Именно выращенная на естественных, а не на искусственных кормах, рыба является по-настоящему полезным диетическим продуктом. Отдельно отмечу и то, что рыба, выловленная в холодных водах, практически не подвержена заболеваниям.

Сказалась ли на состоянии вашего бизнеса политика импортозамещения? Заказов стало больше?

Да, количество заказов увеличилось. Этому способствует и наша разумная ценовая политика. Дело в том, что, несмотря на экономический кризис, «МУКСУН» практически не повысил цены на свою продукцию. Небольшая корректировка была, но это связано с ростом расходов на транспорт.

По большому счету в нынешнее непростое время нам удается удерживать цены на одном уровне, что я считаю большим достижением компании. В разгар кризиса цены на дораду, например, взлетели в два раза. На этом фоне наша продукция оказалась в выигрышном положении и стала весьма привлекательной как для новых, так и для старых клиентов. Первые сравнивают наши цены со стоимостью импортной рыбы. Вторые — хорошо

помнят, что раньше наша продукция стоила довольно дорого относительно зарубежной, а теперь — она дешевле ее.

Общая обстановка на рынке сейчас такова, что и оптовые покупатели, и рестораны, и розничные точки ищут альтернативу импортному товару. В итоге спрос на нашу продукцию значительно возрос. Этот именно тот необходимый толчок, который нам дали ответные санкции в отношении Запада и политика импортозамещения.

О том, что рыбная отрасль получила новый импульс для развития, говорят и эксперты. Тем не менее внутренний рынок пока еще недостаточно насыщен рыбной продукцией российского производства. Вы, как участник рынка, считаете, что эту ситуацию можно преодолеть?

Я считаю, что решить эту проблему можно и нужно. Потенциал у нашего рыбного рынка громадный. Сложность заключается в том, что российским рыболовным предприятиям пока еще выгодней поставлять свою продукцию на экспорт. Чтобы их рыба оставалась на внутреннем рынке, необходимо упростить процедуры прохождения таможни рыболовными судами и убрать бюрократические барьеры. Пока этого не произойдет, большая часть рыбы и рыбной продукции в России будет дорогой и некачественной, а хороший товар будет уходить за рубеж.

Мы, например, в текущей ситуации тоже могли бы продавать нашу ценную промысловую рыбу за границу, однако принципиально ориентированы на внутреннего потребителя. Я считаю такой подход наиболее верным на сегодняшний день. Наш опыт уже доказал, что российские потребители все больше начинают ценить свою рыбу. Главное для поставщиков в текущей ситуации — держать качество продукции на высоком уровне.



Какие планы ваша компания строит на ближайшее будущее?

Ближайший план — модернизация рыболовного комплекса. С этой целью «МУКСУН» инвестирует несколько миллионов рублей собственных средств в возведение модульного завода. Под строительство мы получили и региональную субсидию. Комплекс будет включать в себя шокуювую заморозку рыбы и цех по ее переработке. Мы также выделяем деньги на возведение жилья для сотрудников. Рыболовный промысел — очень тяжелый труд. Компания это понимает и старается оказывать поддержку работникам в Якутии.

В дальнейшем на базе возводимого модульного комплекса планируем наладить производство рыбного филе. Такая продукция является весьма востребованной у потребителей. Мы надеемся, что расширение производственных возможностей позволит компании «МУКСУН» упрочить лидерские позиции на московском рынке и выйти в другие регионы России.

МУКСУН



~~~~ северная рыба ~~~~

## ОПТОВО-РОЗНИЧНАЯ ПРОДАЖА СЕВЕРНОЙ СВЕЖЕМОРОЖЕНОЙ РЫБЫ

- Прямой поставщик северной рыбы •
  - Высокое качество продукции •
  - Привлекательные цены •
- Доставка в любой регион России •
- Индивидуальный подход к клиенту •

г. Москва, ул. Ижорская 3  
8 (495) 755-0399  
[www.МУКСУН.рф](http://www.МУКСУН.рф)  
[info@sakhafish.ru](mailto:info@sakhafish.ru)



# Лидер

В СЕГМЕНТЕ ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ КОНСЕРВАЦИИ

## **Сельскохозяйственный потребительский перерабатывающий кооператив «СОЛИГАЛИЧСКИЙ КОНСЕРВНЫЙ ЗАВОД»**



СППК «Солигаличский консервный завод», расположенный в Костромской области, — одно из наиболее динамично развивающихся производственных предприятий, входящих в состав Инвестиционно-промышленной группы «КаРус». Даже в сегодняшних сложных экономических условиях «Солигаличский консервный завод» продолжает успешно работать, наращивая производственные показатели. Причем продукцию, которую он выпускает, смело можно отнести к разряду импортозамещающей. Наш собеседник — один из создателей предприятия, председатель наблюдательного совета завода, кандидат экономических наук Владимир Магаддинович Большаков.

## Импортозамещение: МОСКОВСКО-КОСТРОМСКОЙ ВАРИАНТ

**Владимир Магаддинович, сегодня «Солигаличский консервный завод» — предприятие с прекрасной репутацией, широким ассортиментом выпускаемой продукции. Но началось все, наверное, с малого?**

Да, конечно. Наше предприятие — пример успешного сотрудничества пищевых предприятий Москвы и одного из российских регионов в организации совместного производства.

Еще в начале 90-х мы, как и все начинающие российские предприниматели, только искали свое место на формирующихся рынках, выбирали направления приложения своих сил и способностей, учились азам бизнеса. Достаточно случайно мы стали заниматься поставками сырья для предприятий пищевой промышленности. Постепенно сложились хорошие партнерские отношения с рядом крупных московских предприятий отрасли. Именно в процессе общения с их руководителями возникла идея создания консервного производства. Так сформировалась группа инвесторов из числа московских пищевых предприятий для реализации проекта. Интересом инвесторов в организации совместного консервного производства была потребность в осуществлении стабильных поставок высококачественного сырья и полуфабрикатов для собственных производств.

Я, тогда выпускник МГУ им. М.В. Ломоносова, экономист, только что защитивший кандидатскую диссертацию, был назначен руководителем этого проекта. Местом его реализации была выбрана Костромская область. Я сам родом оттуда, из города Солигалич. Люблю эту землю, ее природу — во многом еще первозданную. Экология в значительной мере являлась решающим фактором, потому что начинали мы свою работу с заготовки и переработки дикорастущих ягод, лесных и луговых трав для предприятий, производящих напитки, вино-водочной и фармацевтической промышленности. Они использовались при изготовлении различных экстрактов, напитков, настоек, бальзамов, БАДов. Потом занялись заготовкой грибов и производством начинки для кондитерской и хлебопекарной промышленности.

**Думаю, что и местное население было вам благодарно за возможность заработать на сборе даров леса.**

Да, конечно. У нас есть свои заготовительные пункты, принимаем сырье от населения. Всего в заготовках принимают участие тысячи человек. Также заключаем договоры и с профильными заготовительными фирмами. Причем грибы и ягоды мы получаем из лесов не только Костромской области, но и соседних регио-



# рынка

## В СЕКТОРЕ ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ КОНСЕРВАЦИИ



нов — из Республики Коми, Кировской, Вологодской, Архангельской областей.

Примечательно, что мы начали строить консервный завод как раз в то время, когда многие подобные производства в стране закрывались. Работы начались в 1996 г., завершились два года спустя (2 октября 1998 г. завод принят в эксплуатацию), как раз к началу кризиса. И оказалось, что решение было принято верное.

Сейчас вместе с подразделениями, выведенными на аутсорсинг, на предприятии работают более 120 человек. Сегодня завод выпускает широкий ассортимент продукции: сушеные ягоды, ягодные порошки, конфитюры, джемы, начинки для домашней выпечки, начинки для пончиков, подварки, плодово-ягодные пюре, фруктово-ягодные наполнители. Освоили производство диабетической продукции на сахарозаменителях: конфитюров, джемов, ягоды протертой и мн. др.

### **Получается, что работаете вы на российском сырье?**

Увы, так сказать сегодня нельзя. Грибы, лесные ягоды — наши, российские, но вот что касательно остального сырья, то тут картина очень печальная. Сегодня в России из плодово-ягодного сырья для промышленного потребителя ничего отечественного практически не производится. Раньше были хозяйства, которые выращивали, перерабатывали и хранили смородину, вишню, клубнику, другие фрукты и ягоды, но сегодня их практически не осталось. Поэтому те же вишню, клубнику, малину и даже черную смородину приходится закупать за рубежом. Обидно, конечно, но это — реальность.

### **Но в таком случае санкционные ограничения не могли не коснуться вашего производства...**

Мы достаточно быстро перестроились. Да, наших традиционных поставщиков из Польши, Франции, других европейских стран мы потеряли, но оперативно нашли им замену в странах Юго-Восточной Азии. Поначалу были проблемы с качеством, но постепенно мы сформировали круг постоянных поставщиков, которые соответствуют нашим достаточно высоким требованиям. Сейчас проблем с поставками нет.

Надо сказать, что сегодня грибы и дикорастущие ягоды — это лишь очень малая часть нашей продукции. Это производство — в какой-то степени дань традиции. Что касается грибов, сейчас мы их заготавливаем в промышленной таре по заявкам предприятий, которые в дальнейшем сами их перерабатывают. Либо консервируем грибы в стеклянной таре по заказам компаний, которые продают их затем под своей торговой маркой. И сырьевая база, и соответствующее оборудование для этого у нас есть. К сожалению, спрос на грибы в последнее время падает. Все-таки это не продукт для повседневного питания, да и стоит недешево, что с учетом падения реальных доходов населения также фактор существенный.

В настоящее время основное наше направление — производство всевозможных начинок для кондитерской и хлебопекарной промышленности. Начинки используются в качестве наполните-



**ВЛАДИМИР МАГАДИНОВИЧ БОЛЬШАКОВ,**  
председатель наблюдательного совета завода,  
кандидат экономических наук

лей для конфет, печенья, вафель, разнообразной выпечки — лубой кондитерской продукции, где присутствует фруктово-ягодная группа. Поставляем продукцию на многие известные предприятия: «Рот-Фронт», «Красный Октябрь», крупные региональные кондитерские фабрики и хлебокомбинаты, практически во все регионы страны. Работаем активно с торговыми сетями, которые занимаются производством собственной выпечки: «Ашан», «Седьмой континент», X5 Retail Group, «Метро», «Лента».

### **Работаете напрямую?**

С самыми крупными потребителями — да. Но с региональными, средними и мелкими предприятиями — через своих дилеров. У нас сформирована дилерская сеть, которая охватывает практически все регионы страны и страны СНГ.

### **А конкуренты у вас есть на этом рынке?**

Да, конечно. Кроме нас на этом рынке работают еще несколько компаний, производящих подобную продукцию. Из крупных можно выделить 4–5 заводов федерального уровня, остальные — малые производители, работающие на местных рынках. Мы с уважением относимся к другим предприятиям, производящим кондитерские начинки, и внимательно следим за их успехами в создании и продвижении новых продуктов. Тем не менее я могу с уверенностью сказать, что мы — в числе лидеров. Всевозможные рейтинги предприятий отрасли указывают, что по некоторым из них мы — первые, по другим — входим в лидирующую тройку компаний в нашем сегменте рынка. В физических объемах за 2015 г. мы произвели только кондитерских начинок 3704 тонны. Для самостоятельного







# Лидер рынка

анализа рынка производства кондитерских начинок у нас нет данных по объемам производства наших конкурентов.

## Каковы ваши козыри в конкурентной борьбе?

Наше главное преимущество в том, что, применяя самые передовые технологии, используемые в мировой практике производства кондитерских начинок, мы имеем низкие производственные затраты. Таким образом, сочетание высокого качества продукции и низкой себестоимости дают нам конкурентные преимущества. Мы изначально очень тесно связаны с научными организациями пищевой отрасли, активно с ними сотрудничаем. Достаточно сказать, что организацией производства, налаживанием технологических процессов на Солигаличском консервном заводе занимались специалисты ВНИИКОП, за что хочется еще раз передать им слова благодарности.

Позже мы наладили сотрудничество и со многими другими отраслевыми научными центрами. Это очень важный момент, поэтому что речь идет о высокотехнологичном производстве.

По сути своей наше производство — импортзамещающее. Ранее начинки, которые мы изготавливаем, поставлялись в страну только из-за рубежа. Это начинки с заданными свойствами. Что это значит? Например, когда начинка подвергается замораживанию для длительного хранения, она не должна кристаллизоваться, чтобы после размораживания вода не попадала в тесто. Начинка должна иметь строго определенную консистенцию, при выпечке она не должна растекаться, закипать с образованием пузырьков, иметь ровную глянцевую поверхность и еще множество определенных свойств. Все это достигается за счет соответствующего оборудования, применения высоких технологий с использованием определенных наполнителей, которые добавляют в фруктово-ягодную массу для придания ей нужных свойств.

## Речь идет о каких-то искусственных добавках?

Это добавки делают на основе пектинов, которые являются, по общему мнению специалистов, полезными для здоровья и в целом очень активно применяют в пищевой промышленности. Использование различных пектинов, их комбинаций позволяет получить определенный, необходимый в каждом конкретном случае результат. Для каждой начинки в зависимости от того, для какого продукта она предназначена и на каком оборудовании этот продукт будет производиться, необходима своя технология и особые ингредиенты.

Поставщиками важнейших ингредиентов являются преимущественно иностранные компании. У них есть свои группы технологической поддержки, с которыми мы активно сотрудничаем и которые периодически приезжают к нам на предприятие, помогают решать возникающие вопросы.

## Ассортимент выпускаемой продукции расширяется?

Да. Мы старательно отслеживаем все изменения в нашем сегменте рынка, следим за появляющимися на нем новинками, тенденциями развития, стараемся оперативно реагировать на запросы клиентов. Это позволяет нам сохранять лидирующие позиции.

Новые разработки появляются постоянно. Мы, например, теперь не ограничиваемся фруктово-ягодной группой, освоили

и кремовые начинки, ореховые, шоколадные наполнители. Тут мы всегда исходим из потребностей наших постоянных партнеров, потребителей нашей продукции. Технологи нашего завода и предприятий-заказчиков нередко работают совместно.

## Кризис повлиял на объемы производства?

Нет. Объемы производства на Солигаличском консервном заводе растут год от года. Отпускная цена нашей продукции сравнительно невысокая. Это сегодня особенно важно. Что касается нашей политики ценообразования, то я бы охарактеризовал ее, как очень умеренную, сдержанную. Повышение цены происходит исключительно вследствие значительных колебаний цен на сырьевом рынке, курсов валют, от которых мы, к сожалению, зависим достаточно сильно.

В свое время наши учредители сделали значительные вложения в основные средства и технологию, и это оказалось оправдано, так как позволяет Солигаличскому консервному заводу без потерь переносить кризисные явления в экономике страны и стабильно расти уже на протяжении многих лет.



**По сути своей наше производство — импортзамещающее. Ранее начинки, которые мы изготавливаем, поставлялись в страну только из-за рубежа.**

## Можно ожидать появления каких-то новых направлений работы предприятия?

Сегодня об этом трудно говорить. У «Солигаличского консервного завода» есть инвестиционные планы, и мы последовательно их реализуем за счет использования внутренних резервов. Однако сложной является финансово-экономическая ситуация в стране. Все это в совокупности с сохранившимися административными барьерами ограничивает возможности развития нашего предприятия.

## Существуют планы по расширению рынков сбыта, географии поставок?

Что касается ближнего зарубежья — рынка СНГ, то на него мы давно и успешно поставляем свою продукцию многим предприятиям.

## Может быть, пришла пора подумать и о дальнем зарубежье?

Есть такие мысли. И определенные конкретные действия в этом направлении мы уже предпринимаем. Но подробно говорить об этом сейчас воздержусь.

Сегодня главное наше достижение — стабильный рост — и по объемам, и по ассортименту выпускаемой продукции.



# ГЕРМЕТИЧНАЯ УПАКОВКА

Покупатели скажут вам  
спасибо за чистые сумки



**VASSILII**

ЗАПАЙЩИК ИЗ МОСКВЫ

+7 (495) 979-38-01

[www.vassilii.ru](http://www.vassilii.ru)



## ПРИМУС ИНТЕР ПАРЕС

**Модульные заводы STILLMODUL  
российского производителя:  
европейское качество, только доступнее**



На российском рынке оборудования для пищевой промышленности появилось собственное, полностью соответствующее европейским стандартам качества, но при этом гораздо более доступное, чем зарубежное, производство модульных заводов. Прорыв совершила компания «Примус Интер Парес», которая в последние годы активно занимается проектированием и внедрением высокотехнологичных цепочек под брендами STILLMODUL и STILLFROST в пищевое производство. Кроме того, компания является эксклюзивным поставщиком экспресс-анализаторов мясных туш от производителя Hennessy Grading Systems Ltd на российском рынке. «Быть на острие науки и технологий» — кредо «Примус Интер Парес». Претворение в жизнь этого принципа позволило компании за несколько лет добиться впечатляющих результатов. Так, модульный убойный комплекс, который она всего за пять месяцев спроектировала и открыла в поселке Харьгагинский Ненецкого автономного округа, стал долгожданным решением проблем местных производителей оленины. Довольны и областные власти, которые компенсировали часть затрат на строительство. В округе предприятие называют образцовым и по качеству, и по цене — аналогичный пункт от западных производителей обошелся бы почти в два раза дороже. Благодаря чему российская компания достигает такого экономического эффекта, как она развивает свой бизнес, а также о перспективах модульных заводов в России рассказал генеральный директор ООО «Примус Интер Парес» Руслан Газраткулиевич Гришин.

**Открытие модульного пункта в Ненецком автономном округе стало настоящим событием, которое освещалось в прессе. Почему к этому проекту приковано такое пристальное внимание общественности и региональных властей?**

Это предприятие стало самым современным убойным комплексом на территории округа. Можно сказать, что благодаря ему в пищевой промышленности края совершен качественный технологический прорыв. Дело в том, что из-за глобального потепления в последние годы местные производители испытывали сложности, ведь убой оленины производится только при низких температурах. В спроектированном и возведенном нами модульном комплексе постоянно поддерживается оптимальная температура, стоят мощные холодильные установки. Поэтому производство оленины в округе фактически перестало зависеть от погоды. При этом наше

предприятие соответствует европейским стандартам качества по все показателям и прослужит не одно десятилетие.

Не случайно теперь с нашей помощью местные компании планируют наладить производство готовой продукции из мяса оленя — колбас, нарезок и даже пельменей. Мы хорошо знакомы со спецификой оленеводческих хозяйств и самого Ненецкого автономного округа. Поэтому компания «Примус Интер Парес» готова к сотрудничеству и может предложить заказчикам лучшие решения, учитывающие климатические условия региона. Я вообще считаю, что ему надо уделять особое внимание на государственном уровне, поскольку мясо оленя весьма востребовано на зарубежных рынках и в перспективе может стать весомой экспортной составляющей.

**Харьгагинский модульный комплекс оказался значительно дешевле западных аналогов. Как этого удалось достичь?**

Удешевление стоимости работ достигается нами за счет использования некоторых собственных технологических разработок. К тому же зарубежное оборудование проходит таможенно. Соответственно, оплачиваются пошлины, которые сказываются на его конечной стоимости. При закупках российского оборудования такого не происходит. Выигрываем мы, по сравнению с европейскими компаниями, и в стоимости рабочей силы.

**Все эти особенности не отражаются на качестве вашего оборудования и модульных цехов?**

Мы никогда не экономим на качестве. К сожалению, сейчас на российском рынке работают компании, которые переняли за рубежом идею модульных заводов, но их продукция не соответствует мировым стандартам — назвать ее настоящими мо-



Убойный комплекс



# ПРОРЫВ

## для пищевой промышленности

дульными заводами в цивилизованном понимании вообще нельзя. Такие производители заинтересованы только в том, чтобы как можно быстрее получить деньги. Они экономят буквально на всем, и это позволяет им снижать цену в десятки раз. Однако итогом их деятельности становятся заводы, которые прослужат максимум два-три года. Однажды к нам обратилось магаданское молочное предприятие с просьбой расширить модульное производство, которое у них уже было. Когда мы стали осматривать цеха, то увидели, что всего за два года работы металл в помещениях начал гнить — настолько некачественным он был.

Наша компания во главу угла ставит именно качество. Поэтому в помещениях наших заводов есть и системы вентиляции, и приборы учета влажности, и мн. др. Вся сантехника у нас из нержавеющей стали. Вообще, мы используем только негигроскопичные материалы, которые прослужат десятилетия.

Учитывая то, что наша работа обходится значительно дешевле, чем работа европейских компаний, по соотношению цена-качество на российском рынке у «Примус Интер Парес» сейчас вообще нет конкурентов. Немаловажно, что наша компания имеет европейские сертификаты качества и, соответственно, возведенные нами предприятия могут получить еврономера. Пока из российских производителей пищевых продуктов лишь единицы сертифицированы в Европе. Сотрудничество с нашей компанией значительно облегчает процесс получения еврономера, потому что мы берем на себя все заботы, связанные с созданием производственной площадки, соответствующей европейским стандартам.

### **В каких рыночных сегментах используется технология STILLMODUL?**

Мы являемся проектировщиками и поставщиками модульных предприятий не только для мясной промышленности, но и для рыбной. Также в число наших клиентов входят молочные и овощеводческие хозяйства. Сейчас, например, мы разрабатываем большой модульный комплекс для заказчика из одной из зарубежных стран. Комплекс будет состоять из пунктов убоя и глубокой переработки крупного рогатого скота, мелкого рогатого скота и рыбы.

**Учитывая то, что наша работа обходится значительно дешевле, чем работа европейских компаний, по соотношению цена-качество на российском рынке у «Примус Интер Парес» сейчас вообще нет конкурентов.**

Хочу особо отметить, что в зависимости от требований клиента мы можем предоставить не только мини-завод со всем оборудованием, но и отдельную линию, интегрируемую в готовое производственное помещение. Кроме того, мы поставляем необходимое клиенту оборудование в дополнение к уже существующему производству. Некоторым заводам, например, не хватает систем обогрева. Поэтому мы наладили даже собственное производство модульных котельных.

### **В чем преимущества модульных заводов?**

Преимуществ очень много. Прежде всего, открыть такое предприятие можно быстро. Капитальное строительство требует большого количества согласований и, чаще всего, сильно затягивается. Наши заводы поставляются, что называется, под ключ —



### **Генеральный директор — Руслан Газраткулиевич Гришин.**

**В сфере производства модульных цехов и оборудования для пищевой промышленности работает более 15 лет. Профессиональную деятельность начинал в западных компаниях, затем основал и возглавил ООО «Примус Интер Парес». Приобретенный опыт европейского качества успешно применяет в работе.**

уже вместе с пакетом проектной и разрешительной документации и с полным описанием технологических процессов. Это позволяет запустить производство фактически уже на следующий день после сдачи завода в эксплуатацию. На практике подготовка наших модульных предприятий в среднем занимает сорок недель, а монтаж оборудования — от двух до пяти недель. Из-за того, что все происходит быстро, инвестиции в такие заводы в скором времени окупаются.

При этом нашим клиентам не приходится бегать по инстанциям и получать разрешения и согласования контролирующих организаций. Все это мы берем на себя — еще на этапе проектирования завода заботимся о соответствии помещений и оборудования государственным требованиям.

Хочется отметить и такое качество модульных предприятий, как мобильность. При необходимости они с легкостью расширяются путем добавления новых модулей. К тому же наши мини-заводы можно перенести на другое место, если возникает такая необходимость. Продать модульные цеха и оборудование как готовый бизнес тоже вполне реально.

### **Как строится ваша работа с заказчиками?**

На первом этапе нам нужно понять, какую продукцию и в каком объеме клиент намерен выпускать. Мы также сразу оцениваем климатические условия и особенности территории, на которой будет располагаться предприятие. Затем показываем клиенту образцы материалов и оборудования и выстраиваем технологическую линейку. На ее основании, в зависимости от индивидуальных пожеланий заказчика, разрабатывается проект. Далее мы действуем строго в соответствии с проектной документацией. Бывают случаи, когда заказчик хочет получить предприятие,

не соответствующее санитарно-эпидемиологическим нормам или европейским стандартам. В таких ситуациях мы объясняем, почему этого нельзя допустить. Если заказчик настаивает на своем, приходится отказываться от сотрудничества. «Примус Интер Парес» — компания, которая пришла на рынок всерьез и надолго. Поэтому репутация для нас очень важна, мы не гонимся за сомнительной прибылью.

### **Осуществляет ли компания «Примус Интер Парес» сервисное обслуживание модульных заводов?**

Конечно, мы предлагаем и сервисное обслуживание, и гарантийный ремонт. При необходимости наши специалисты из московского офиса готовы оперативно прибыть на площадку для устранения каких-то неполадок. Но поскольку мы изначально заботимся о качестве, поломок пока не было. Если следить за оборудованием — вовремя промывать и менять фильтры и т. д., то оно будет работать хорошо. Так что чаще всего клиенты обращаются к нам для того, чтобы расширить свои модульные площадки.

### **Можно сказать, что вы занимаетесь импортозамещением?**

Специально мы к этому не стремимся, но на практике получается, что, действительно, вносим посильный вклад в импортозамещение. Пластик мы закупает за границей, но сами сэндвич-панели делаем здесь. Многие комплектующие для нашего оборудования тоже российского производства. Например, дверцы для холодильников. А одна из подмосковных компаний является поставщиком и автоматических распашных дверей для наших проектов. Бывает, что заказчику нужны специфические конвейерные линии. Тогда мы проектируем их сами и затем заказываем на российских заводах.

### **Какие еще направления деятельности вашей компании, помимо проектирования и возведения модульных заводов, вы хотели бы отметить?**

Большим спросом на рынке пользуется оборудование для размораживания и охлаждения продуктов под нашей торговой маркой STILLFROST. Мы, конечно, поставляем и оборудование для заморозки, но этот рыночный сегмент более насыщен. А вот с дефростацией продуктов, ранее подвергшихся шоковой заморозке, у многих предприятий большие проблемы. Наша компания этот пробел на рынке успешно устраняет. Например, камеры для дефростации мы поставили подмосковной компании «Посейдон», которая занимается производством икры. Таким оборудованием пользуется и рыбокомбинат «Красный рыбак» в Великих Луках.



Камера дефростации

### **Экспресс-анализатор мясных туш**



**Благодаря вашей компании на российском рынке появились экспресс-анализаторы мясных туш, которые давно используются в Европе. Расскажите об этом оборудовании.**

Мы заключили контракт на поставку анализаторов мясных туш с новозеландской компанией Hennessy Grading Systems Ltd. и являемся эксклюзивными дистрибьюторами этого оборудования в России. Его преимущества уже высоко оценили производители более чем в пятидесяти странах мира. Буквально за одну секунду без разреза туши экспресс-анализатор определяет ее качество — мраморность мяса, процентное соотношение жира и мн. др. показатели. По сути, этот прибор позволяет уйти от старинного метода определения качества мяса линейкой. Прибор очень прост в управлении и передает данные на различные электронные носители. Соответственно, полученную информацию можно внести в компьютерную базу данных, переслать, отсканировать или распечатать на принтере. Фактически, с помощью экспресс-анализатора можно сделать паспорт туши. Благодаря этому поставщики, производители и торговые сети будут знать, когда было забито животное, из какого оно стада, когда и на каком мясокомбинате было выпотрошено.

Я совершенно убежден, что со временем экспресс-анализаторы мясных туш будут применяться в нашей стране широко. Интерес со стороны крупных производителей мяса уже виден. Вопрос только в цене — стоимость анализатора составляет порядка тридцати тысяч евро. Учитывая падение курсовой стоимости рубля, для многих компаний это весьма существенная сумма.

**Большим спросом на рынке пользуется оборудование для размораживания и охлаждения продуктов под нашей торговой маркой STILLFROST.**

### **А как вы оцениваете перспективы сегмента производства модульных заводов для пищевой промышленности в России?**

Я считаю, что потенциал у этого рынка очень большой. Модульные заводы являются практически идеальным решением для среднего и малого бизнеса. Они позволяют организовать производство в удобном месте и быстро начать получать прибыль. К нам поступает немало запросов на проектирование модульных предприятий от российских производителей. Однако многие из них испытывают нехватку средств на закупку оборудования. Во многих странах эта проблема решается субсидированием кредитных ставок со стороны государства. Более того — за рубежом часто государство выступает заказчиком модульных заводов. К нам пока, в основном, обращаются собственники частных компаний, которые копят средства на новые производственные мощности.

Хочу отметить, что мы хорошо понимаем проблемы заказчиков и поэтому не завышаем конечную стоимость наших объектов. Просто по-настоящему качественные модульные заводы не могут стоить дешево. Я считаю, что достигнутый компанией «Примус Интер Парес» результат, когда при сохранении высшего качества наших объектов они стоят минимум на треть дешевле, чем у европейских конкурентов — хороший. В будущем мы смотрим с оптимизмом, потому что занимаемся внедрением самых передовых технологий на российском рынке. И будущее, я уверен, именно за такими технологиями.





**ВСЕ, ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ - РАБОТАЕТ ВСЕГДА!**



**ПРОЕКТИРОВАНИЕ**



**СТРОИТЕЛЬСТВО**



**ПОСТАВКА, МОНТАЖ И  
СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ**

**СТЕНД 21С55**

**УЧАСТНИК  
ВЫСТАВКИ**

**АГРО  
ПРОД  
МАШ**



## A-SЕРВИС

Опыт и профессионализм —  
фундамент развития



**Как правило, для того, чтобы утвердиться, занять прочное положение на рынке сервисных услуг новой компании требуются даже не месяцы — годы. Но нет правил без исключений. Таких, например, как ООО «А-сервис» из Санкт-Петербурга. Буквально за полгода эта компания совершила впечатляющий рывок, сформировала очень солидную клиентскую базу и продолжает развитие, не снижая темпов. Наш собеседник — генеральный директор Роман Николаевич Бардин-Денисов.**

**Роман Николаевич, старт вашей компании получился весьма впечатляющим. За счет чего?**

Прежде всего, это заслуга всего нашего коллектива. Чрезвычайно важно, что практически все сотрудники далеко не новички в нашем деле, проработали в схожих фирмах как минимум пять лет. Они пришли в «А-сервис» из разных компаний и объединились в одну команду для того, чтобы поднять качество обслуживания клиентов на новый уровень. То есть речь идет о высокой мотивации членов коллектива.

У меня самого также очень большой опыт работы в различных сервисных компаниях, где, как правило, приходилось начинать практически с нуля.

**Уже сегодня «А-сервис» можно считать компанией федерального уровня?**

Да, конечно. Главный офис расположен в Санкт-Петербурге, филиалы — в Москве, Саратове, Краснодаре, Новосибирске, Екатеринбурге. Еще примерно в десятке городов есть наши представители — удаленные сервисные инженеры.



**Какие услуги вы предоставляете?**

Компания занимается проектированием, монтажом, сборкой, установкой, сервисом и ремонтом оборудования, которое применяется в пищевой отрасли промышленности. В частности, мы обслуживаем технику, используемую для выпечки хлебобулочных и кондитерских изделий, оборудование для упаковки, конвейерные линии. Но основная наша функция — обеспечение бесперебойной работы оборудования, плановое обслуживание в соответствии с графиком.

Наших клиентов можно разделить на три группы. По размеру оборудования прежде всего. Первая — среднего размера пекарни, такие, которые стоят в сетевых магазинах, например сети «Лента», которых мы обслуживаем более ста по России. Это также «Магниты», «Дикси», «Ашаны». Такая работа, которая ведется на постоянной основе, дает нам определенную финансовую стабильность. Обслуживаем также мини-пекарни на заправках «Башнефти».

Вторая группа — небольшие частные пекарни, которых в России появляется все больше.

# ПРОРЫВ

## В СЕКТОРЕ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Кроме того, обслуживаем промышленное оборудование на хлебозаводах, в том числе конвейерное, машины для нарезки, упаковки хлеба.

Например, сейчас мы сотрудничаем с хлебозаводом «Каравай» в Санкт-Петербурге. Это один из старейших хлебозаводов в стране, и часть оборудования там еще дореволюционное. То есть уровень наших специалистов позволяет поддерживать в рабочем состоянии даже такие машины. Притом, что и самое современное оборудование, например, зарубежного производства мы тоже обслуживаем. Многие наши специалисты прошли стажировку в Германии, Швейцарии, Франции, Италии, Голландии у таких производителей, как MIWE, Wiesheu, Sigma, SMEG, Opelka, Rondo, Convothem, KOMA, Diosna, Jac, Rheon и др. Квалификация у них очень высокая, да и опыт за долгие годы работы накоплен немалый.

В нашей компании уже есть наработанные технологии. Причем речь идет не только о технологиях обслуживания оборудования, но и о четких методах организации работы. Есть и подробнейшим образом расписанные должностные инструкции для каждого работника. Тут очень много важных на самом деле мелочей. Например, сервисный инженер при получении заявки должен обязательно отзвониться клиенту. Прибыв на предприятие, прежде всего, представиться руководителю. Закончил работу — также проинформировать об этом руководство заказчика. Таких, на первый взгляд, не очень существенных деталей в инструкциях немало. Но если все эти требования выполняются, исключаются какие-то недоразумения, у нас всегда сохраняются хорошие отношения с клиентами. Это — очень важный фактор.

Наши специалисты проводят инструктаж персонала клиента по правилам эксплуатации оборудования, фиксируют все отступления от этих правил и дают консультации по устранению легких неисправностей, не требующих знаний специалиста. Мы решаем не только технические проблемы с оборудованием, но можем дать советы по технологии производства и настраиваем работу оборудования под потребности клиента.

### **Кризис, сложная экономическая ситуация в стране вносят какие-либо коррективы в вашу работу?**

Нового оборудования предприятиями закупается значительно меньше, чем раньше. Сейчас нам все чаще приходится заниматься капитальным ремонтом. Конечно, это выгодно для клиентов. Затраты на восстановление окупаются, тем более если речь идет о дорогостоящем оборудовании. Капитальный ремонт позволяет восстановить качество выпечки, оптимальные настройки работы. Вообще получается, что в среднем капитальный ремонт, например печи, обходится примерно в треть ее стоимости, но для вла-



**В нашей компании уже есть наработанные технологии. Причем речь идет не только о технологиях обслуживания оборудования, но и о четких методах организации работы.**

дельца это однозначно выгодно. Тем более что после проведения капитального ремонта мы даем свою гарантию на год.

Еще одно следствие кризиса, различных санкций заключается в том, что в настоящее время возникли проблемы с поставками запчастей для импортного оборудования. Во всяком случае, увеличились сроки этих поставок, возникают задержки на таможне. Поэтому мы просто были вынуждены организовать собственное производство некоторых запчастей на российских предприятиях. Например, одна из компаний — наших партнеров, по нашим чертежам изготавливает на 3D принтере пластиковые шестерни. Мы наладили производство ТЭНов для печей на российских предприятиях, которые раньше занимались, например, изготовлением нагревательных элементов для электрических чайников. И получается достаточно удачно.

### **То есть можно говорить даже об организации импортозамещения, пусть даже в скромных масштабах...**

Совершенно верно. Есть очень дорогостоящие узлы — теплообменники в печах. Они стоят порядка двух млн рублей, если речь идет о большой печи. Мы организовали их производство здесь, в России, что обходится в пять раз дешевле при таком же качестве. О качестве — особая забота. Мы очень тщательно отбираем поставщиков, смотрим, как организован входной и выходной контроль качества. Сначала заказываем пробные партии, проводим испытания. Цена, конечно, имеет значение, но качество все же превалирует. Закупать дешевые ТЭНовы, которые часто выходят из строя, просто невыгодно. Их замена — 5–6 часов нашей работы, и, следовательно, простоя оборудования у клиента.

### **При всех позитивных моментах нетрудно предположить, что и у вашей компании есть трудности, проблемы, которые вы, как генеральный директор, вынуждены решать.**

Конечно, без проблем не обходится. У всех, наверное, сервисных предприятий — и мы тут не являемся исключением, — это задержки по оплате оказанных услуг. У нас в стране почему-то привыкли за товар платить вперед, а за оказанную услугу — постфактум. И это считается в порядке вещей. Поэтому мы стараемся работать по предоплате. Сервисные договоры —



исключительно на таких условиях. Поэтому мы сейчас имеем возможность не отягощать себя кредитами.

Сегодня для меня главное — формирование оптимального складского запаса.

Существует еще одна проблема, с которой приходится сталкиваться очень часто. Она касается наших взаимоотношений с клиентами. Удивительно, конечно, но нам почему-то нередко приходится убеждать клиента, что его оборудование должно работать без простоев, что это — норма.

### **Очевидная вроде бы вещь...**

Конечно. И, тем не менее, есть немало руководителей, которые почему-то не до конца это осознают. Особенно на крупных предприятиях — хлебозаводах. Там очевидно еще присутствуют «остаточные явления» советского отношения к делу. Службы главного инженера, главного энергетика и главного механика нередко действуют разобщенно и при этом никак не могут разделить рамки ответственности за работу оборудования. При этом каждая структура занята тем, что доказывает свою значимость.

**Мы планируем продвигать идею вывода на аутсорсинг технических служб эксплуатации крупных хлебозаводов. Сейчас мы постепенно расширяемся, набираем новых сотрудников и скоро сможем полностью взять на себя ответственность за работу этого оборудования.**

Крупный хлебозавод — серьезное предприятие, со своим станочным парком, нередко достаточно солидным, который подчас используется нерационально. Когда что-то случается с оборудованием, очень много времени уходит на всяческие споры и согласования, кто и как будет эту проблему (нередко несложную) устранять. А оборудование тем временем простаивает. Такая неповоротливая система функционирует неэффективно. Простой бывают колоссальные, а это, в конце концов, влияет на себестоимость продукции.

### **В чем выход?**

Есть простое и современное решение. Мы планируем продвигать идею вывода на аутсорсинг технических служб эксплуатации крупных хлебозаводов. Сейчас постепенно расширяемся, набираем новых сотрудников и скоро сможем полностью взять на себя ответственность за работу этого оборудования. Как это организовать? Решения здесь могут быть разные, в зависимости от масштабов производства. Вплоть до того, что мы можем обеспечить постоянное пребывание нашего специалиста на предприятии. Самых квалифицированных работников из ремонтных служб хлебозаводов готовы взять к себе в штат.

### **Какие компании являются сегодня вашими конкурентами?**

Реальные конкуренты на этом рынке услуг у нас есть, но это в основном компании, которые занимаются продажей оборудования и при этом имеют в своей структуре сервисные отделы. Таких немало. Это либо крупные компании федерального уровня, которые в ос-

новном занимаются техническим обслуживанием исключительно того оборудования, которое поставляют, либо небольшие фирмы, работающие в своем регионе.

Мы также готовы стать представителями технической службы, выполнять функции сервисного центра какой-либо солидной западной компании, сейчас ведем переговоры в этом направлении сразу с тремя европейскими производителями. Но при этом мы хотим сохранить свою универсальность — обслуживать оборудование разных предприятий. Опыт у наших специалистов накоплен огромный. Об еще одном перспективном направлении нашего дальнейшего развития я уже упомянул — это обслуживание оборудования крупных хлебозаводов на аутсорсинге.

**Речь идет, как я понимаю, о стремлении к постоянной, достаточно равномерной загрузке вашей компании? Что позволит, в свою очередь, обеспечить крепкий финансовый фундамент для дальнейшего перспективного развития.**

Да, совершенно верно. В конечном итоге такая ритмичная работа при постоянных гарантированных источниках дохода позволит нам уменьшить время реагирования на заявки заказчиков на местах, укрепить новыми специалистами региональную сеть там, где в этом назрела необходимость.

Мы сейчас постоянно набираем, обучаем новых сотрудников в связи с расширением географии нашей работы. Например, месяц назад открыли представительство в Красноярске. Тюмень, Кемерово — тоже направления, которые появились совсем недавно. Круг клиентов в новых для нас регионах, я уверен, будет расширяться. Соответственно, нам нужно будет укреплять там состав представителей. Очевидные «точки роста» в регионах существуют уже сейчас. У нас очень перспективный регион — Екатеринбург, Урал. Наш филиал в Екатеринбурге развивается стремительно. Там очень сильная команда, которой успешно руководит опытный специалист Ильдар Фаилович Рахимгулов.

**В нашей беседе вы не раз подчеркивали высокую квалификацию, богатый практический опыт специалистов компании. Основа успехов «А-сервиса», наверное, прежде всего, это наличие команды профессионалов, которая изначально составляла костяк коллектива?**

Да, конечно. Причем профессионалов не только в ремонте оборудования. У нас работают инженеры, которые могут обучить других. Это относится, в первую очередь, к главному инженеру компании Юрию Ивановичу Шавелкину — высококлассному специалисту по промышленному оборудованию.


В компании работают очень сильные управленцы, такие, например, как исполнительный директор Сергей Владимирович Иванов, который ведет всю текущую деятельность компании и управление филиалами. Наши менеджеры могут организовать эффективный процесс работы, что также очень важно. То, что у нас сейчас есть большое количество выгодных действующих контрактов и имеются реальные перспективы их увеличения — заслуга каждого из них.

Все работники «А-сервис» изначально ориентированы на развитие — как личное, профессиональное, так и компании в целом. В этом — залог наших успехов в работе: и сегодняшних, и будущих. В том, что «А-сервис» продолжит свой рост, я не сомневаюсь. Фундамент для дальнейшего развития заложен солидный.





# ДАТЧИК УРОВНЯ ЖИДКОСТИ

A close-up photograph of a SICK LFV200 liquid level sensor. The sensor is a cylindrical metal device with a black cable at the top and a stainless steel probe at the bottom. The probe is inserted into a clear plastic container filled with yellow liquid. The background is a blurred industrial setting with warm lighting.

Измерение уровня жидкости в резервуарах обеспечивает защиту от переполнения и защиту насосов от работы всухую. Датчик SICK LFV200 может работать со всеми видами жидкостей, износоустойчив и не требует технического обслуживания.

115230, г. Москва, ул. Нагатинская, д. 4а  
т.: (495) 956-6450, ф.: (495) 956-4224,  
[www.tta.ru](http://www.tta.ru), e-mail: [a@tta.ru](mailto:a@tta.ru)

 **ТРАСКОН**  
ТЕКНОЛОДЖИ

# A-TECH



## Компания, с которой удобно работать

*Просто, надежно, удобно — таковы основные принципы работы компании A-tech при взаимодействии с поставщиками и клиентами. Организация поставляет на российский рынок продукцию ведущих мировых производителей оборудования и расходных материалов для маркировки товаров.*

*О сегодняшнем дне и перспективах развития A-tech рассказывает генеральный директор предприятия Алексей Юрьевич Семянников.*



**АЛЕКСЕЙ ЮРЬЕВИЧ СЕМЯНИКОВ,**  
генеральный директор

**Алексей Юрьевич, почему вы решили создать бизнес именно в этом сегменте рынка?**

Мы искали направление, где могли бы применить накопленный опыт. В числе прочих обратили внимание на рынок оборудования для маркировки товаров и увидели свободные ниши. Первые годы занимались исключительно поставкой расходных материалов, затем к ним добавили оборудование. Сегодня мы предлагаем капле струйные принтеры высокого разрешения, автоматические и полуавтоматические аппликаторы этикеток, перемотчики, смотчики этикеток, оригинальные термоголовки для принтеров и мн. др., а также широкий ассортимент расходных материалов.

**Чем вы руководствуетесь при выборе поставщиков?**

Качеством продукции, репутацией поставщика на мировом рынке. Много зависит и от спроса на конкретное оборудование, цены. Обязательно знакомимся на месте с производственной базой потенциального партнера. Поставщики —

а это в основном компании из Италии, Испании, Прибалтики, США — тоже оценивают нашу организацию работы, возможности.

**Предприятия каких отраслей являются вашими клиентами?**

Это, прежде всего, компании пищевой, легкой, деревообрабатывающей промышленности, производители строительных материалов и мн. др. Причем их число год от года растет.

**Даже сейчас, в условиях непростой экономической ситуации?**

Да. Несмотря на кризис и возросший за последние годы уровень конкуренции в нашем сегменте рынка. У нас есть свои, достаточно весомые козыри в конкурентной борьбе.

Прежде всего, это оптимальное соотношение цены и качества предлагаемой нами продукции. Плюс к этому — грамотная техническая поддержка наших клиентов, но и занимаемся его обслуживанием. На некоторые виды техники даем даже трехлетнюю гарантию. Еще одно преимущество — оперативность. Речь идет не только о доставке заказа собственным транспортом, быстром монтаже оборудования. Мы чутко реагируем на запросы наших клиентов. То есть делаем все, чтобы заказчику было удобно с нами работать.

Кроме того, мы уже заслужили на рынке прекрасную репутацию. Все чаще к нам обращаются по рекомендациям коллег из других компаний.

И еще один важный момент: мы, в отличие от большинства наших конкурентов, многие стандартные модели оборудования, пользующиеся спросом, держим в наличии на складе. Поэтому срок исполнения заказа — от подписания договора до установки оборудования на предприятии клиента — занимает буквально три дня. Это не стандартная практика. В Ев-

ропе сейчас все производители нашего сегмента рынка работают исключительно под заказ, и срок поставки составляет в среднем 5–6 недель.

**Такая оперативность имеет большое значение?**

Да, тем более что сейчас, когда в условиях экономической нестабильности многие наши производители практически лишены возможности долгосрочного планирования. Потребности в том или ином оборудовании возникают нередко внезапно. В этом случае именно сроки поставки становятся самым важным фактором выбора поставщика.

**Получается, что кризис положительно сказался на работе вашей компании?**

Это действительно так. Во всяком случае, рост объемов продаж — весьма ощутим. На основе накопленного уже практического опыта мы расширили номенклатуру поставляемого оборудования. В то же время падение курса рубля заставило многих потенциальных клиентов перейти на режим экономии. Те, кто раньше ориентировались на оборудование исключительно премиум-класса, перешли в средний ценовой сегмент, где наши предложения выглядят очень привлекательно.

**Каковы перспективы дальнейшего развития компании?**

Конечно, дальнейшее расширение круга постоянных заказчиков, номенклатуры поставляемого оборудования. Также в приоритете — организация собственного производства в России. На первом этапе речь идет о расходных материалах, в дальнейшем, возможно, займемся и оборудованием. Мы уже работаем в этом направлении и планируем со следующего года начать производство расходных материалов на территории Московской области.

# ECOS GROUP



## Наша продукция — ваш успех

**Снижение платежеспособности населения и колебания курсов валют не лучшим образом сказались на предприятиях мясоперерабатывающей отрасли. Какие-то игроки ушли с этого рынка, а те, кто остались, ищут способы при непростой экономической ситуации улучшить свои показатели. Среди участников этого рынка есть предприятия, предлагающие эффективные решения по снижению себестоимости мясных изделий и имеющие успешную практику применения функциональных пищевых добавок в продуктах мясопереработки. Одно из них — ECOS group. О деятельности компании рассказывает генеральный директор — Роман Иванович Богдашкин.**



**Генеральный директор — Роман Иванович Богдашкин.** Окончил МГИМО. Работал в ряде фирм, имевших отношение к мясопереработке. Вел собственный бизнес, связанный с ингредиентами для пищевых продуктов. В 2008 г. возглавил компанию ECOS group.

**Роман Иванович, расскажите о направлениях деятельности ECOS group.**

Мы разрабатываем и производим функциональные и вкусоароматические смеси для всего спектра изделий из мяса: колбас, ветчин, сосисок, сарделек, холодцов, зельцев и т.д. Кроме того, занимаемся продажами моноингредиентов.

**Какой путь прошла фирма с момента основания до нынешнего времени?**

Сначала появилась идея создавать высококачественные и экологически чистые (отсюда и слово «ecos» в названии) пищевые смеси для продуктов мясопереработки. Потом собралась группа увлеченных этой идеей людей, которые начали воплощать замыслы в реальность. Из этого и родилась компания.

Мы начали работать в 2008 г. На первых порах это выглядело так: в небольшом помещении, где из оборудования была только одна мешалка, трудились три человека.

Сейчас в штате ECOS group — несколько десятков специалистов. Помимо головного офиса и производственной площадки, находящихся в Москве, мы открыли представительства в Челябинске, Калининграде, Екатеринбурге, Самаре и Новосибирске. У нас много клиентов в различных регионах России. Недавно заработал офис в Белоруссии.

**Что представляет собой производственная площадка?**

Производственная площадка — это, во-первых, само место, где непосредственно производятся смеси. Во-вторых, — полноценная лаборатория со всеми присущими ей функциями, где создают новые продукты, специалисты ведут контроль сырья и конечной продукции. К лаборатории относится и экспериментальный цех, в котором отработывают новые рецептуры, тестируют ингредиенты, поступающие на производство, проводят сравнительные выработки готовой продукции, то есть все то, что помогает нам поддерживать качество нашей продукции на высоком уровне.

У нас есть и собственный склад. Мы закупаем сырье за рубежом, и в случае нехватки каких-то ингредиентов быстро найти им замену не получится. Поэтому необходимо иметь большие сырьевые запасы. Благодаря этому клиенты никогда не испытывают недостатка в необходимой им продукции нашей компании.

**Отразились ли нынешние кризисные явления на ее деятельности?**

Когда у людей становится меньше денег, они начинают экономить на еде, а предприятия пищевой промышленности отвечают на это сокращением объемов производства своей продукции. Понятно, что это отражается и на нас. Другой негативный фактор — высокие курсы доллара и евро: покупку ингредиентов мы оплачиваем иностранной валютой. Но, несмотря на все это, мы продолжаем нормально работать и успешно развиваться: пред-

ставительства не закрываем, персонал не сокращаем и продолжаем строить планы дальнейшего развития.

**Какие планы?**

Их у нас много. Недавно, например, мы наладили производство пищевых добавок для молочной продукции. Так что один из наших планов на ближайшее время связан с развитием этого нового для нас направления. Если же говорить о большой идее, то мы хотели бы создавать продукты с нуля — то есть сами ингредиенты. Но это — в будущем.

**Как удается минимизировать негативное влияние кризиса?**

Еще в те времена, когда компания только создавалась, мы имели не только идею, но и четкие представления о том, как эту идею реализовать. Мы точно знали, что и как нужно делать, чтобы добиться успеха. И добились, сумев предложить рынку высококачественные продукты. Благодаря этому у нас много клиентов. Значительная их часть — это сильные предприятия. А в кризисные периоды выживают именно сильные, поэтому нынешние экономические сложности не создают нам особых проблем.

Компания не стремится получить прибыль любой ценой. Деньги, конечно, решают многое, но не все. И в каких-то случаях мы сознательно отказываемся от части прибыли, чтобы сохранить клиентов. Несмотря на слабость национальной валюты мы работаем в рублях. И если, например, курс рубля по отношению к доллару колеблется в районе 5–7%, то финансовые издержки берем на себя. При этом мы меньше зарабатываем, но зато удерживаем клиентов.

Немаловажно и то, что полученная ECOS group прибыль тратится не на машины, квартиры и особняки, а вкладывается в компанию: в оборудование, в людей, в развитие. А это приносит свои плоды в любое время — поэтому мы и работаем.



# НПО «АВТОКЛАВЫ»

## Гордость за свою работу

*Наверное, не будет большим преувеличением сказать, что сотрудники НПО «Автоклавы» знают о современном стерилизационном оборудовании все. Или — почти все. И знания эти с успехом используют на практике. Вряд ли можно сегодня найти в России предприятие, способное качественно обеспечить весь процесс, связанный с поставками этой техники — от разработки собственной оригинальной конструкции автоклава до пуско-наладочных работ у заказчика с последующим сервисным обслуживанием.*

*Наш собеседник — генеральный директор НПО «Автоклавы»*

*Дмитрий Дмитриевич Александров.*



**ДМИТРИЙ ДМИТРИЕВИЧ  
АЛЕКСАНДРОВ,**  
генеральный директор

**Дмитрий Дмитриевич, почему, решив заняться бизнесом, вы выбрали такое редкое, достаточно специфичное направление работы?**

Я работал в НТЦ «Агат», который уже 20 лет занимается в том числе и разработкой электроники и стерилизационной техники. Но предприятие относится к ОПК, и при всем огромном потенциале реализовать свои возможности в этом направлении в силу ряда ограничений не могло. Между тем потребность в современном стерилизационном оборудовании достаточно велика. Поэтому в 2013 г. мы официально начали работать при поддержке нескольких российских заводов и зарубежных компаний. Им были необходимы услуги по инженерно-техническому сопровождению, продажам, по сервисному обслуживанию техники для стерилизации. Но сразу хочу отметить, что основу нашего коллектива составляют опытные специалисты, многие из которых работают на этом направлении по 10–15 лет, а также люди, хорошо знающие специфику пищевого производства, что тоже немаловажно.

**Что конкретно вы предлагаете сегодня потенциальным клиентам?**

Речь идет прежде всего о комплексных программах для стерилизационного производства. Мы можем предложить полный спектр отечественного и импортного оборудования для стерилизации — от лабораторных автоклавов до современных линий высокой производительности. Оказываем инженеринговые услуги по проектированию, осуществляем изготовление, монтаж и пуско-наладку систем стерилизации. Проводим модернизацию и реконструкцию имеющихся вертикальных или горизонтальных автоклавов с установкой средств автоматизации, внедрением передовых технологий по отображению и записи процесса стерилизации. Мы также проводим обучение персонала, консультации по работе оборудования, осуществляем его гарантийное и послегарантийное обслуживание, поставку расходных материалов и комплектующих.

По сути мы выступаем как инженеринговая компания полного цикла.

У нас есть опыт проектов комплектации заводов «под ключ». Так как нашими партнерами являются несколько зарубеж-



Большинство проблем, если они возникают, мы способны решить на месте сами, при необходимости вызываем специалиста из-за рубежа. В целом для заказчика это получается и дешевле, и быстрее.

**Но при этом вы, если иметь в виду организационную форму, — научно-производственное объединение. Что можно сказать о научной составляющей вашей работы?**

Мы тесно сотрудничаем с целым рядом отраслевых научно-исследовательских институтов — мясной, молочной, плодово-овощной промышленности и др. Суть взаимодействия — оптимизация с помощью нашего оборудования уже действующих технологических процессов, внедрение новых.

Мы сами занимаемся разработкой и изготовлением электронных блоков управления для автоклавов, составляем программы для них, машинные коды.

**После начала кризиса нам пришлось значительно поменять всю модель нашей работы. Если раньше мы размещали на предприятии заказ на изготовление техники по нашим чертежам, то сейчас мы просто вынуждены были стать поставщиками практически всех комплектующих, необходимых для выполнения нашего заказа.**

ных компаний, то мы осуществили целый ряд проектов полной комплектации достаточно высокопроизводительных пищевых производств всем необходимым оборудованием. Для клиента важно, чтобы кто-то отвечал за весь проект, гарантировал дальнейшее сервисное обслуживание оборудования. Это мы берем на себя.

Кроме того, совместно с партнерами — сотрудниками профильного КБ — внесли немало изменений в конструкцию автоклавов, нашли новые технические решения для ряда важных узлов. Причем делали это с учетом перспектив дальнейшего сервисного обслуживания этого оборудования. По просьбе наших клиен-

тов подобрали насколько различных схем работы самих автоклавов. В частности, для обеспечения замкнутого цикла водяного охлаждения оборудования. Это актуально: рынок сегодня требует широкого применения энергосберегающих технологий.

Совместно с ведущими НИИ пищевой промышленности работаем над адаптацией технологий консервирования к современному оборудованию. Если раньше стерилизация пищевых консервов осуществлялась с применением вертикальных автоклавов, которые уже можно считать устаревшим оборудованием, то сегодня плюсы использования горизонтальных автоклавов стали совершенно очевидными. Стерилизация с их использованием — и более экономичный, и более быстрый процесс.

### **Что касается производства, то вы тесно сотрудничаете сразу с несколькими российскими предприятиями?**

Совершенно верно. Там по нашим чертежам делают автоклавы. А мы уже силами своих специалистов осуществляем проверку качества изготовления, поставляем оборудование клиенту и берем технику на гарантийное обслуживание.

Конечно, мы предлагаем не только российскую технику, но и автоклавы зарубежного производства.

### **Разница в качестве, технических характеристиках российской и импортной техники ощутима?**

Разница, пожалуй, только в сложности конструкции. Мы исповедуем принцип: чем техника надежнее, проще в эксплуатации — тем лучше. Но многие зарубежные производители, на мой взгляд, нередко специально усложняют конструкцию, добавляя не нужные или мало значимые опции с целью удорожания техники. Это нередко создает проблемы. Тут еще нужно учитывать то, что квалификация персонала на многих наших предприятиях пищевой промышленности, увы, оставляет желать лучшего. Иногда там трудно найти даже технолога, который понимает физику процесса.



### **Вам приходится уделять внимание и обучению персонала ваших клиентов?**

Да, объясняем, показываем на практике. Нужно понимать, что речь идет все-таки о достаточно сложном оборудовании. Работа на нем требует от персонала определенной технической грамотности, понимания основ технологии.

### **Кризис, сложная экономическая ситуация сильно отразились на вашей работе?**

Несомненно. Можно сказать, что после начала кризиса нам пришлось значительно поменять всю модель нашей работы. Если раньше мы размещали на предприятии заказ на изготовление техники по нашим чертежам, то сейчас мы просто вынуждены были стать по-

ращаются новые предприятия, я всегда спрашиваю, для каких целей нужны автоклавы, есть ли опыт работы на такой технике. Если опыта нет, объемы производства пока планируются небольшие, то рекомендую покупать вертикальный автоклав. Он дешевле, проще в эксплуатации. Для начала этого достаточно. Потом, с развитием производства, можно будет подумать и о более современном оборудовании. Я знаю немало примеров из собственной практики, когда предприятия начинали работать именно так, с одного-двух старых модернизированных автоклавов и, постепенно развиваясь, выходя на новые объемы производства и одновременно накапливая опыт, оснащались более современным, производительным стерилизационным оборудованием.

**Мы — российская компания. Знаем условия, в которых будет эксплуатироваться наше оборудование, специфику пищевого производства, используемые технологии. Еще один плюс — наша мобильность. Мы оперативно откликаемся на запросы клиентов.**



ставщиками практически всех комплектующих, необходимых для выполнения нашего заказа. Мы контролируем их качество, сроки поставки, предоставляем полную документацию по поставляемым запчастям.

Сейчас в связи со сложной экономической обстановкой достаточно трудно стало продвигать на наш рынок зарубежное оборудование. Сказываются проблемы клиентов с кредитованием. У нас, как известно, это и непростой, и долгий процесс. О процентных ставках и говорить не приходится.

Актуальным по нынешним временам оказался наш опыт восстановления старого импортного оборудования. Однажды восстановили оборудование, поставленное в Россию еще в 1998 году, которое с тех пор лежало на складе в далеко не идеальных для хранения условиях. Это оборудование хорошо работает и по сей день.

Наши электронные блоки управления сейчас ставим нередко не только на современные горизонтальные автоклавы, но и на старые, вертикальные, одновременно с их модернизацией. С такими просьбами к нам приходят довольно часто. Это понятно: у многих предприятий сейчас просто нет финансовых возможностей для закупок нового современного оборудования.

Стараемся всегда учитывать реальные возможности клиента, предлагаем оптимальные решения. Когда к нам об-

Еще один момент: эффективное использование уже имеющегося оборудования. Иногда просто нет смысла покупать новые автоклавы, когда есть возможность оптимизировать загрузку уже работающего оборудования.

### **Каковы ваши основные конкурентные преимущества на рынке?**

Мы — российская компания. Знаем условия, в которых будет эксплуатироваться наше оборудование, специфику пищевого производства, используемые технологии. Еще один плюс — наша мобильность. Мы оперативно откликаемся на запросы клиентов. Не только оказываем сервисную поддержку, но и консультируем по самым разным вопросам. Причем и наших клиентов, и предпринимателей, с которыми мы не связаны договорными обязательствами.

Могу сказать, что мы работаем с удовольствием, увлеченно. Когда разрабатываешь оборудование, поставляешь его и видишь, как надежно оно работает годами, испытываешь чувство гордости. Для нас это очень важно.

## ВІО-Fl: комплексное функциональное решение для пищевых производств

**ООО «Агрин» — многопрофильная производственная компания, выпускающая широкий спектр молочных и молкосодержащих продуктов, а также пищевых ингредиентов. Благодаря неизменно высокому качеству своей продукции и постоянной работе в сфере инновационных разработок компания занимает заметное положение на рынке. А недавно она представила уникальный для российского рынка продукт — натуральную пищевую клетчатку Bio-fi.**

### Что такое Bio-fi?

Bio-fi — это целлюлозно-пектиновый комплекс на основе свекловичных волокон. Благодаря тому, что продукт состоит не только из целлюлозы, но и большого количества пектина, содержание которого достигает 20%, он выигрышно отличается от других пищевых волокон, присутствующих на российском рынке и содержащих в основном целлюлозу. Пектин, являющийся составной частью свекловичных волокон, позволяет решать ряд функциональных и технологических задач при производстве многих пищевых продуктов. Кроме того, в ходе производства свекловичных волокон, осуществляемого по экологичным технологиям, строго соблюдаются все предписанные стандарты. И это также выделяет Bio-fi среди других продуктов, многие из которых вообще не предназначены для использования в пищевой промышленности.

### Где применяется Bio-fi?

Bio-fi — это ингредиент, который может быть востребован в разных отраслях пищевой промышленности. Его можно использовать при производстве широкого ассортимента мясных и молочных про-

дуктов, мучных и кондитерских изделий, соусов, а также кормов для животных. Bio-fi, например, улучшает консистенцию, структуру и формуемость фарша. Улучшает текстуру, пластичность и нарезаемость мясных и колбасных изделий. Препятствует разрушению структуры мяса при его заморозке. При производстве мучных кондитерских изделий свекловичные волокна стабилизируют структуру теста по всему объему. При выпечке хлеба, в который были добавлены волокна, готовое изделие улучшается по таким показателям, как объемный выход, пористость, сжимаемость мякиша и формоустойчивость. А кроме того, Bio-fi замедляет процесс черствения. Кисломолочные и молкосодержащие продукты, содержащие пищевые волокна, обладают отличными вязкостными характеристиками.

### В чем преимущества Bio-fi?

Использование пищевых волокон Bio-fi при выработке любого рода изделий заметно снижает их себестоимость и увеличивает выход готового продукта, что особенно актуально в нынешних экономических реалиях. Помимо этого, снижаются производственные потери и упрощается технологический процесс, что многократно подтверждалось в ходе экспериментов, проводившихся специалистами компании «Агрин».

Но что еще весьма важно — продукты, при производстве которых использовались свекловичные волокна, являются полезными для здоровья. Изделия с Bio-fi обогащены клетчаткой и пектином, надежными продуктами пребиотическими свойствами: они способствуют нормализации микрофлоры кишечника и улучшают его моторику. Кроме того, пищевые волокна подавляют аппетит, ускоряя процесс насыщения, выводят из организма тяжелые металлы, токсины и другие вредные вещества, снижают уровень холестерина в крови. Все это позволяет позиционировать готовый продукт, обогащенный пищевыми волокнами Bio-fi, как «полез-

ный для здоровья», что привлечет к нему современного потребителя. А это, в свою очередь, даст компании-производителю существенные преимущества при продвижении продукта на рынке.

Популярность здоровых продуктов среди населения постоянно растет, а это значит, что рынок таких продуктов имеет огромный потенциал. Продукты и ингредиенты, относящиеся к категории здорового питания, в долгосрочной перспективе успешны на рынке. И значит обогащение продукта натуральным пищевым волокном является стратегически верным ходом.

### Технологический сервис

Ингредиент Bio-fi выпускается в виде порошка разного фракционного состава — от 100 до 500 мкм. Крупность помола ингредиента для рецептуры подбирается в зависимости от заявки заказчика и вида продукта. В компании «Агрин» функционирует отдел технологического сервиса, в котором разрабатывают уникальные рецептуры, в том числе и по индивидуальным заказам клиентов. Создавая рецептуру, специалисты отдела учитывают все пожелания клиента и особенности производства. Клиенту предлагаются предварительные варианты, которые потом отрабатываются и корректируются технологами компании «Агрин» в реальных условиях производства заказчика. Весь процесс — от разработки рецептуры до подготовки опытных образцов и технологических решений — занимает не более двух недель.

Компания «Агрин» планирует и в дальнейшем развивать направление пищевых ингредиентов. И уже в ближайшее время представит новые уникальные разработки, среди которых — белково-жировые смеси для мучных кондитерских изделий, в составе которых отсутствуют трансизомеры жирных кислот, что, как и в случае с продуктом Bio-fi, несомненно внесет свою лепту в дело оздоровления нации.

Подробнее о компании и продукте: [www.agrin-f.ru](http://www.agrin-f.ru) и [bio-fi.ru](http://bio-fi.ru)

### Справка

**Bio-fi** — это ингредиент, который востребован в разных отраслях пищевой промышленности. Его можно использовать при производстве широкого ассортимента мясных и молочных продуктов, мучных и кондитерских изделий, соусов и в других направлениях.

Использование пищевых волокон Bio-fi при выработке любого рода изделий заметно снижает их себестоимость и увеличивает выход готового продукта. Помимо этого, снижаются производственные потери и упрощается технологический процесс.



## В ногу со временем

**Отечественный рынок мяса и продукции мясопереработки переживает непростой период структурных перемен. В этой ситуации важнейший фактор успеха для производителей — сотрудничество с надежным и высокопрофессиональным торговым партнером. Именно такой компанией является «АИФ Групп». Не случайно за шесть с половиной лет работы она сумела в четыре раза увеличить обороты. Сегодня группа продолжает уверенно развиваться, увеличивая объемы поставок на внешний и внутренний рынки. О том, какие преимущества дает производителям мясной продукции и торговым сетям работа с этой компанией, рассказал ее генеральный директор Фуркат Вафоевич Адылов.**



**ФУРКАТ ВАФОЕВИЧ АДЫЛОВ,**  
генеральный директор,  
кандидат технических наук

### Каковы приоритетные направления деятельности вашей компании?

«АИФ Групп» занимается поставками мяса и продукции животноводства для предприятий мясопереработки, оптовых и сетевых компаний на территории РФ и ЕАЭС, а также экспортом в дальнее зарубежье.

Что касается импорта, то после введения нашей страной ответных мер на санкции актуальным является сотрудничество с производителями из Южной Америки. Мы поставляем в Россию высококачественную говядину из Бразилии, Аргентины, Уругвая и Парагвая. Полагаю, такие поставки останутся в ближайшие годы востребованными, поскольку наш рынок пока далек от насыщения мясом говядины собственного производства.

В то же время мясом птицы и свинины мы обеспечиваем себя сами. Более того, сегодня перед российскими производителями открылись новые возможности для экспорта мяса птицы и свинины. По-

этому наша компания в последнее время активно развивает экспортные поставки.

### Экспорт — новое направление для российских производителей мяса. Расскажите о нем подробнее.

Опыт и навыки, полученные мной еще во время работы в «Группе Черкизово», позволили организовать поставки российской продукции за рубеж в 2008 г. Но тогда уровень развития животноводства в России не позволял делать это в больших масштабах ввиду недостаточной насыщенности внутреннего рынка.

За последние годы многое изменилось. Мы с большим оптимизмом смотрим на перспективы развития экспорта российского мяса, особенно в быстрорастущие по численности населения страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Африки и СНГ. Замечу, что в последнее время Минсельхоз и Минпромторг многое делают для открытия новых рынков и продвижения нашей продукции. На практике реальных поставок «АИФ Групп» за границу мы видим, что российское мясо востребовано за рубежом. В частности, прослеживается четкая тенденция возрастания спроса на мясо бройлера, индейки и свинины.

Компания «АИФ Групп» находится в реестре экспортеров Россельхознадзора на право поставок мяса в страны ЕАЭС и дальнего зарубежья. Так, мы осуществляем поставки в Казахстан, Армению, Вьетнам и Гонконг. Ведется активная работа и по налаживанию экспорта в Узбекистан, Киргизию, Италию, Малайзию, Сербию, Таиланд.

### Какие плюсы дает производителям сотрудничество с «АИФ Групп»?

Наша сильная сторона — высокий уровень сервиса и привлекательные цены. Не побоюсь сказать, что в связи с внедрением современной эффективной логистической системы все процедуры — погрузку, разгрузку, оформление

сопроводительных ветеринарных и товарных документов — мы проводим примерно в три раза быстрее большинства конкурентов и крупных операторов рынка. Грамотное управление складскими остатками и ассортиментом позволяют нам своевременно обеспечивать запросы клиентов.

«АИФ Групп» осуществляет поставки по России и за рубеж, используя все предназначенные для профессиональной транспортировки мяса виды транспорта. При этом наши сотрудники совместно со специалистами из Россельхознадзора обеспечивают стабильно высокое качество продукции. Также «АИФ Групп» сотрудничает с мировыми страховыми компаниями Coface, Euler Hermes, Atradius и с крупнейшими (ТОП-10) российскими банками. Это позволяет предлагать партнерам гибкие финансовые решения в разных ситуациях. Мы обеспечиваем клиентов и актуальной информацией о состоянии рынка, благодаря чему они могут лучше ориентироваться в ценах.

### Получается, сотрудничество с «АИФ Групп» позволяет вашим клиентам экономить на затратах?

Есть такая поговорка: «Время — деньги». Мы помогаем партнерам продвигать их продукцию на новые рынки, избегая ненужной логистической волокиты и экономия время, силы, нервы, а в конечном итоге и средства. Высокое качество сервиса для перерабатывающих и торговых компаний — требование сегодняшних дней. «АИФ Групп» всегда старается идти в ногу со временем, поэтому сервисная составляющая так много значит для нас. Собственно, и акцент на экспортные поставки мы делаем потому, что это тоже современная тенденция. Быть в тренде и уметь быстро перестраиваться в соответствии с меняющимися условиями рынка и запросами клиентов — важнейшее условие успеха в любой деятельности, включая наш бизнес.

# ГОФРОТАРА

## Кризис — не помеха развитию



*Снижение покупательной способности населения и сокращение объемов производства многих товаров обострили конкурентную борьбу между игроками рынка упаковочной тары и упаковки из гофрокартона. Некоторые компании, не справившись с вызовами времени, ушли с рынка, другие же, умножив усилия, ищут новые способы решения непростой задачи по завоеванию симпатий клиентов. О том, как привлечь заказчиков и выиграть в конкурентной борьбе, рассказывает коммерческий директор ООО «ГОФРОТАРА» Ирина Николаевна Шевцова.*

**Ирина Николаевна, как долго ваша компания на рынке упаковки?**

Уже 15 лет. Компанию «ГОФРОТАРА» основал мой отец — Николай Яковлевич Шевцов — в 2001 г. Начинал он с нуля, если не считать того, что имел опыт работы в этой сфере, огромное желание заниматься своим собственным делом и поддержку семьи. Никакой другой поддержки не было, и все приходилось делать своими силами: мама ведала бухгалтерией, сестра решала задачи в области производства, а я, придя в компанию в 2008 г., в разные периоды времени занималась и учетом финансово-хозяйственной деятельности, и производственными делами, и продажами, и снабжением. Нашей продукцией была в основном крупногабаритная картонная тара, преимущественно разработанная отцом. Индивидуальные разработки, сложные конструкции — мы делали то, чего не могли другие, чем и привлекали к себе клиентов. И клиенты шли к нам, чувствуя нашу экспертность.

**А когда вы возглавили компанию?**

Отец передал мне бразды правления три года тому назад. Сам он продолжает работать в компании — разрабатывает новые виды упаковки.

**Какую продукцию предлагает ваша фирма сегодня?**

В настоящее время мы занимаемся производством 2-, 3-, 5- и 7-слойного листового гофрокартона, изготовлением картонной упаковки, а также комплектов из картона. В ряду предложений от компании «ГОФРОТАРА» — коробки для хранения пищевых товаров, промышленная, транспортная, офисная и бытовая упаковка. Если говорить о нашей продукции для пищевых товаров, то это, например, коробки для пиццы, тортов, печенья, водки и упаковки рыбы, лотки для мяса и птицы, кондитерские и овощные лотки, упаковка для кексов и пирогов, ящики



**Коммерческий директор — Ирина Николаевна Шевцова.** Родилась в Электростали. После окончания вуза, в котором получила диплом по специальности «экономика и управление на предприятии», пошла работать в компанию отца. В 2013 г. заняла в ней пост директора. Является активным участником проекта «Бизнес Молодость».

для яиц, шоу-боксы. А недавно мы разработали упаковку под моцареллу и схожие с ней по виду упаковки продукты, как, например, творог и сметана.

**Высока ли конкуренция на рынке гофроупаковки?**

Конкуренция большая. Ведь чуть ли не каждый менеджер, проработавший несколько месяцев в компании нашей сферы, считает, что способен вести бизнес самостоятельно. И вот фирм, созданных такими «специалистами», довольно много. Как правило, они закрываются, не просуществовав и полугодя, но через какое-то время на их место приходят новые, и цикл повторяется. Чтобы вой-

ти на рынок, такие фирмы искусственно занижают цены — и потом бывает очень трудно объяснить их бывшим клиентам, что работать по таким ценам нереально. Ну а кроме чисто торговых организаций конкуренцию нам составляют и производители, которых с каждым годом становится все больше.

**Как в условиях жесткой конкурентной борьбы вам удается удерживать свои лидерские позиции?**

Компания «ГОФРОТАРА» обладает рядом преимуществ, которые и обеспечивают ей успех. Одним из них является индивидуальный подход к каждому клиенту. Дело в том, что у нас нет типовых

разработок, и каждый наш заказчик получает совершенно оригинальный продукт, созданный исключительно под его запросы. Мы не просим клиента подробно объяснять нам, что именно ему нужно, а ознакомившись с образцами его продукции, проанализировав условия хранения и транспортировки его товаров, а также другие факторы, разрабатываем оптимальную для его нужд тару. При этом мы не навязываем клиентам дорогих материалов — если мы видим, что поставленную задачу можно решить с использованием дешевых составляющих (без ущерба качеству), то именно такой вариант и предлагаем заказчику. У нас нет цели получить с покупателя как можно больше денег, для нас важнее долгосрочные партнерские отношения.

Далее. За счет применения профилей гофрокартона СЕ и ВЕ, которые мало кто делает, мы можем производить из дешевого сырья качественную недорогую упаковку. Кроме того, чтобы уложиться в цену, которая нужна клиенту, мы можем изготовить упаковку из разных марок гофрокартона.

Немаловажно и то, что у нас есть оборудование, которое позволяет наносить печать на очень большие заготовки. При печати же мы можем использовать не 2–3 цвета, как это делает большинство компаний, а 5.

**Иногда нам достаточно нескольких часов, чтобы выручить клиента.**

Еще одно наше преимущество — короткие сроки изготовления продукции. Иногда нам достаточно нескольких часов, чтобы выручить клиента. Такая оперативность обеспечивается наличием у нас больших производственных мощностей — мы располагаем тремя производственными площадками, расположенными в Электростали, Гжели и Обнинске. Работают они круглосуточно, так что мы сумеем выполнить заказ и за ночь.

**Что еще предлагает ваша компания помимо услуг по разработке конструкции, нанесению печати и изготовлению упаковки?**

Занимаемся изготовлением вырубных штампов для картона, с помощью кото-



рых можно самостоятельно изготовить тару для своей продукции. Кроме того, мы осуществляем доставку товара нашим покупателям.

Есть и еще одна услуга, которую мы начали оказывать совсем недавно, и о которой хотелось бы рассказать подробнее. Это — аудит упаковки, которой компания пользуется в настоящий момент. Заключается она в том, что наш специалист выезжает на предприятие и проводит анализ используемой упаковки, учитывая такие факторы, как, например, условия хранения, перевозки, погрузки и разгрузки товара. По результатам исследований дается заключение о том, насколько правильно выбраны конструкция гофрокартонной упаковки и марка гофрокартона. Может, например, выясниться, что предприятию вообще не нужна такая дорогая конструкция тары, какой он пользуется сейчас, или что картон не соответствует марке, заявленной поставщиком. Возможно, что эксперт придет к мнению о необходимости применить чуть более дорогую конструкцию упаковки, дополнив ее, скажем, защитным уголком, чтобы существенно снизить процент боя или вероятность деформации товара. Вот такая уникальная услуга, которую мы оказываем совершенно бесплатно.

**В какие регионы вы поставляете вашу продукцию?**

Большинство заказов поступает из Москвы и Подмосковья. Но у нас немало клиентов из других регионов, которые поставляют свою продукцию в столицу. Они везут сюда свой товар, а на обратном пути забирают заказанную у нас тару.

**Индивидуальные разработки, сложные конструкции — мы делали то, чего не могли другие.**

**Как экономический кризис отразился на деятельности вашей компании?**

В условиях падения объемов производства различных товаров снижается и спрос на упаковку. И нам, чтобы сохранить собственный докризисный объем производства, приходится привлекать больше клиентов. У нас это получается, в том числе и благодаря тому, что в дополнение к офисам продаж мы открыли в Балашихе и Жуковском отделения, в которых работают специалисты по привлечению клиентов.

А вообще в период кризиса по нашему рынку прокатилась волна банкротств. Мы сейчас занимаемся выкупом некоторых разорившихся компаний, так что нынешнее время стало для нас очередным этапом развития.

**Можете рассказать о планах, если таковые существуют?**

В ближайшем будущем планируем открыть дополнительные производственные точки. Сейчас работаем над поиском подходящих регионов. У нас уже есть несколько вариантов, по которым идет обсуждение. Думаю, что конкретное решение будет принято после Нового года.



# ГК «ДАЙМОНД»

## Принцип: только российское!



**Холдинг «Даймонд» — стремительно развивающаяся российская компания, перспективный игрок в индустрии продуктов питания и на алкогольном рынке.**

**«Даймонд» реализует продукцию только собственных зарегистрированных брендов и торговых марок.**

**За короткий срок большую популярность у потребителя завоевали продукты под федеральным брендом «Спело-зрело» — плодоовощные и ягодные консервы, соусы и кетчупы.**

**О причинах успешного продвижения бренда на рынок рассказывает директор по продажам ГК «Даймонд» Сергей Геннадьевич Бублик.**



**СЕРГЕЙ ГЕННАДЬЕВИЧ БУБЛИК,**  
директор по продажам

**Сергей Геннадьевич, как возникла идея заняться именно этим направлением?**

ГК «Даймонд» изначально развивала бизнес в алкогольной отрасли. На определенном этапе руководство задумалось о развитии второго направления. И в результате проведенной аналитики, маркетинговых исследований мы пришли к выводу, что рынок плодово-овощной консервации вполне востребован. Исследования также показали, что в России потребление консервированных продуктов на душу населения 6–7 кг в год, а в Европе — 15–17 кг. Понимая, что и в России идет активный отказ населения от культуры домашнего консервирования и что в ближайшем будущем мы приблизимся к европейскому объему потребления, мы сделали вывод, что рынок будет расти, а значит, он перспективен! Выбирая название бренда, хотели, чтобы оно вызывало у российского потребителя положительные ассоциации, что-то родное, русское... А также яркие краски солнечного лета. Так в сентябре 2012 г. родился новый бренд — «Спело-зрело». Основные категории консервации — это бобовые (горошек, кукуруза, фасоль), маринадная продукция, ягодная и грибная консервация, которые производятся по собственным оригинальным рецептам на территории юга России, Кабардино-Балкарии,

в Краснодарском крае, Астраханской области и других регионах РФ. Наша гордость — 5 наименований соусов «кавказской» тематики: грузинский соус, ткемали, аджика, кетчупы по абхазским рецептам.

**Когда вы заходили на этот рынок, он уже был достаточно насыщен, присутствовала жесткая конкуренция...**

Совершенно верно. В 2012 г., когда мы начали поставлять на рынок продукцию под брендом «Спело-зрело», конкуренция была очень сильна. Но при этом что мы видели на полках магазинов? Грибы — китайского производства. Огурчики, как правило, из Вьетнама или Индии. Рецепты их приготовления далеко не каждому российскому потребителю по вкусу. У нас же продукция — только из свежих овощей и фруктов, в основном из Краснодарского края и Кабардино-Балкарии.

В этом смысле в продуктовой линейке есть только одно исключение, подтверждающее правило, — консервированные ананасы.

Мы изначально разработали собственные уникальные рецепты, стратегии выхода на рынок и дальнейшего продвижения бренда. При этом, как брендодержатели, мы тщательно следим за соблюдением рецептуры, контролируем качество производимой продукции. В целом можно сказать, что мы размещаем заказы на производство продукции под нашим брендом на самых успешных предприятиях, где качество гарантировано.

**А кто разрабатывает рецепты?**

Многие из них разработаны технологами нашего холдинга, которые непосредственно на заводах доводили их до совершенства. Кстати, предприятия Кабардино-Балкарии, которые являются у нас в стране признанными лидерами по производству отечественных маринованных огурчиков, с готов-

ностью идут на эксперименты. Им такая работа очень интересна.

**Какие-то общие принципы, подходы к производству продукции под брендом «Спело-зрело» существуют?**

Да, конечно. Вся наша продукция произведена по старым добрым советским ГОСТам, что подтверждается всеми необходимыми сертификатами и заводской документацией. Мы создаем свои оригинальные рецепты с учетом вкусов российского потребителя. Разумеется, она производится без красителей и химических добавок.

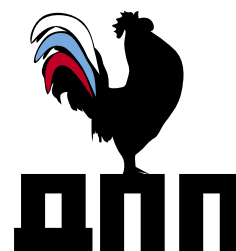
**Такие принципы должны быть высоко оценены потребителем.**

Так оно и есть. За 4 года бренд «Спело-зрело» достиг больших успехов. Сегодня он узнаваем и является лидером во многих регионах РФ, таких как Республика Крым, Ростовская, Иркутская, Архангельская, Мурманская области. Наша среднесрочная цель — в ближайшие 2–3 года войти в пятерку лидеров рынка плодово-овощной консервации.

Конечно, одна из основных составляющих успеха — наша команда. Изначально мы не имели опыта по работе с консервацией, но за несколько лет собрали отличный коллектив, все сотрудники высокомотивированы, увлечены работой, нацелены на результат.



# ДИПИПРОМ



## Актуальные решения для мясной и молочной промышленности

**Многие отечественные переработчики мяса и молока, получив «зеленый свет» в результате продуктовых санкций, увеличили объемы производства; пополнился рынок и новыми участниками. Небольшие фермерские хозяйства, деятельность которых ограничивалась выращиванием скота, сегодня занимают и его переработкой. Их надежным партнером является компания «ДиПиПром» — ведущий производитель убойных цехов и мобильных боен, а также качественного и недорогого пищевого оборудования.**



**Генеральный директор — Александр Раскин.** Родился 16 февраля 1978 г. в Москве. Окончил МГОУ по специальности «микроэлектроника». Опыт работы в пищевой индустрии — 15 лет. Хобби: рыбалка, футбол, кулинария, растениеводство.

**Александр, «ДиПиПром» — одна из немногих отечественных компаний, способных обеспечить полный цикл производства мясной продукции. А теперь фермеры могут заказать у вас и молочные цеха.**

Вопрос о переработке молока встает перед многими хозяйствами, занимающимися мясопереработкой. И с 2015 г. мы предлагаем услуги по созданию недорогих молочных цехов под ключ (как модульных, так и стационарных), укомплектованных линейкой оборудования для первичной переработки молока (от 500 до 20 тыс. л в сутки) и выпуска готовой к реализации продукции.

Кроме того, исходя из нужд заказчиков, стремящихся увеличить рентабельность своих предприятий, в 2015 г. мы вывели на рынок линейку оборудования для переработки отходов мясных производств в мясокостную муку, которая служит основой кормов для животных.

Еще одно направление, которое мы активно развиваем, — это производство оборудования для розлива и упаковки, в частности, вакуумной упаковки различных групп пищевой продукции.

**То есть животноводческое предприятие получает в вашем лице партнера, способного решить почти все его ключевые задачи?**

К этому мы стремимся. И, конечно, совершенствуемся в нашей основной деятельности — производстве мобильных боен и цехов для убоя, первичной переработки скота и переработки мяса, позволяющих получить качественно разделанную, прошедшую ветеринарно-санитарную экспертизу, готовую к реализации или дальнейшей переработке продукцию.

В нашем ассортименте — стационарные, модульные и передвижные цеха различной производительности. Передвижные — простые в сборке и эксплуатации — рассчитаны на предпринимателей, ведущих сезонный убой и переработку скота в отдаленных районах, где климат суров и доступ к коммуникациям затруднен. Модульные цеха — имеющие высокую производительность, но меньшую стоимость, нежели стационарные, — идеальны для компаний, делающих пробные шаги в мясном бизнесе. Следующий уровень — стационарные цеха, требующие капитального строительства. Все цеха мы производим под ключ — от проектирования, оснащения оборудованием (как нашего, так и импортного производства) до обучения персонала. Также предлагаем услуги по реконструкции уже существующих пищевых производств.

**Кто заказывает ваше оборудование?**

Малые, средние и крупные производители и переработчики мяса по всей России и СНГ. Среди них «Группа Черкизово», «Останкинский МПЗ», «Великолукский мясокомбинат», «РемиТ мясоперерабаты-

вающий завод», «Велком», «Вимм-Билль-Данн», «Валио», «Линдовская птицефабрика», «Петелинка» и др. Есть заказы и из стран дальнего зарубежья.

**Работаете ли вы с сегментом HoReCa и ритейлом?**

Конечно. Спросом пользуется наше оборудование для разделки мяса (ручные и электрические пилы, ножи, мясорубки и др.), холодильное и нестандартное технологическое оборудование. Хорошо известны и наши недорогие высококачественные копильные камеры производительностью от 10 кг до нескольких тонн в день.

**Насколько доступна стоимость вашей продукции?**

Мы поддерживаем низкий уровень цен при высоком качестве, придерживаемся гибкой ценовой политики и всегда идем навстречу заказчикам. Предлагаем выгодные кредитные и лизинговые программы в партнерстве с лизинговыми компаниями и банками — «Росагролизинг», «Россельхозбанк», «Сбербанк Лизинг», «ВТБ-лизинг» и др. А участие в проекте «Развитие АПК» дает предпринимателям возможность вернуть весомую часть средств, затраченных на создание убойного цеха.

**Что еще позволяет вам удерживать прочные позиции на рынке?**

Высокое качество оборудования, консалтинга и сервисного обслуживания, короткие сроки поставок (создание убойного цеха может занимать всего месяц), максимально надежная и быстрая доставка оборудования в любую точку России с минимальными затратами для клиента. Кроме того, компания «ДиПиПром» является надежным бизнес-партнером. Мы на 100% выполняем свои обязательства, не используем серых схем для «оптимизации» налоговых платежей, работаем прозрачно и честно, не делаем наших клиентов мишенью для налоговиков, что в сегодняшних непростых условиях весьма ценно.



# ДОЛИНА-СЕРВИС

## Развитие — неизменный курс



ДОЛИНА СЕРВИС®  
ПРЕСТАВЛЯЕТ СЕБЯ КАК КОМПАНИЮ С ВЫСОКИМ УРОВНЕМ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА



**При нашем не очень благоприятном и в то же время труднопредсказуемом бизнес-климате, в условиях периодически возникающих кризисных штормов держать постоянный курс на развитие на протяжении многих лет удается редким компаниям. ООО «Долина Сервис» из подмосковного города Ступино — одна из них. Стабильное развитие — именно оно является характерной чертой компании в каждый из моментов ее уже почти двадцатилетней истории. Наш собеседник — коммерческий директор ООО «Долина-Сервис» Сергей Валерьевич Нефедов.**



**Сергей Валерьевич, ваше предприятие, хотя и не относится к промышленным гигантам, впечатление оставляет очень солидное. Прежде всего по количеству и качеству станочного парка. Но начинали вы много лет назад, наверное, с малого?**

Начинали мы с одного простенького токарного станка в небольшом приспособленном помещении размером с обыкновенный гараж. Тогда, в конце 90-х, в Ступино многие высококвалифицированные мастера рабочих специальностей были невостребованы. Мы их организовали, объединили в небольшой поначалу коллектив, дали возможность применить свои знания и опыт на практике. Занимались монтажом и мелкими доработками, ремонтом, наладкой оборудования на заводе одного из мировых лидеров по производству кондитерской продукции.

Успешно справлялись со всеми задачами, и запросы заказчика постепенно стали возрастать, нам поручали все более сложные работы. Соответственно и мы стремились расширить наши возможности, чтобы этим запросам соответствовать. Вскоре купили фрезерный станок, другое необходимое оборудование, хороший ручной инструмент, который был тогда в дефиците. Освоили изготовление деталей, запчастей для оборудования.

**Начинали вы с обслуживания одного предприятия. Откуда появились другие клиенты?**

Слухом земля полнится. У нас постепенно сформировалась репутация небольшой, но надежной команды, где работают мастера на все руки. Такие фирмы тогда без работы не оставались. Это сейчас, с распространением электронных торгов, заказчик выбирает подрядчика фактически «вслепую», ориентируясь в основном на цену услуг, а в то время стремились заключать договоры с фирмами, которые способны были обеспечить результат — и по срокам, и по качеству. К тому же крупным предприятиям небольшие, но в то же время достаточно сложные заказы были неинтересны, мы же от них не отказывались.

Конечно, сыграло свою роль и то, что мы работаем в Ступинском районе Подмосковья. Здесь для инвесторов были созданы очень хорошие условия, в районе размещали свои производства многие, в том числе и зарубежные компании. И наличие таких предприятий, как наше, было как нельзя кстати.



Что касается дальнейшего развития, оно во многом было обусловлено спросом, потребностями наших клиентов. Мы построили собственную производственную базу площадью около 2 тыс. кв. м. Практически ежегодно пополнялся станочный парк, росли технологические возможности. От простого токарного станка — до сложных станков с ЧПУ лучших мировых производителей. От обыкновенной механической рубки металла ножницами — к лазерной резке. Мы сейчас приобретаем станки высокого уровня от лучших производителей.

## **Это, соответственно, расширяет ваши возможности...**

Конечно. В первые годы мы занимались почти исключительно упаковочным оборудованием. Позже включили в сферу своей деятельности процессное. Сегодня, после приобретения необходимых станков, мы имеем возможность изготавливать и емкостное оборудование. Это пригодилось, например, когда иностранная компания — производитель майонеза — обратилась к нам с просьбой модернизировать уже действующую производственную линию для увеличения ее мощности. Мы провели проектные работы, изготовили новые емкости, установили другое расходомерное оснащение, программное обеспечение. В итоге модернизированное таким образом производство позволило вдвое увеличить выход продукции.

Со временем мы занялись автоматизацией систем управления — начиная от разработки схем, программного обеспечения до сборки шкафов управления, монтажа, «привязки» к оборудованию, подключения, пуско-наладочных работ. На предприятии сформировалось свое подразделение АСУ. Мы, как члены соответствующей саморегулируемой организации, уже имеем все необходимое для проведения таких работ лицензией. Наша измерительная лаборатория проводит испытания и измерения параметров энергоустановок и сооружений.

То есть сейчас мы целиком готовы и спроектировать, и изготовить многие виды оборудования, предоставить заказчику систему управления, смонтировать, провести пуско-наладку и сдать в эксплуатацию.

## **Получается, что выпуском серийной продукции вы практически не занимаетесь?**

Да, это действительно так. Большинство заказов носит эксклюзивный характер. Например, мы уже давно сотрудничаем с компаний OCS Checkweighers GmbH производителя металлодетекторов Mesutronic Германия, которые, в частности, используются и в пищевом производстве. Мы проектируем и изготавли-

ваем оборудование, которое позволяет встраивать эти металлодетекторы в уже действующие производственные линии. Для каждого конкретного случая изготавливается эксклюзивное оснащение в зависимости от типа продукции, конфигурации помещения, где оно установлено, других факторов.

## **Ваши заказчики — это предприятия, расположенные исключительно в Московской области?**

Нет, география гораздо шире: от Санкт-Петербурга до Урала. Иногда качество нашей работы имеют возможность оценить и за рубежом. Однажды для российского предприятия одной из зарубежных фирм мы изготовили «паровой тоннель» — приспособление для обработки продуктов паром. Заказчик остался очень доволен и сразу же заказал нам еще два таких же изделия — для предприятия компании, расположенного в Мексике. Так что, получается, и на экспорт сработали.

## **Работа для предприятий пищевой промышленности — ваш постоянный приоритет?**

Да, 70–80% заказов у нас от предприятий этой отрасли. Она достаточно специфична, здесь к продукции предъявляется



много требований, которых нет в других отраслях. Но мы с этой спецификой прекрасно знакомы: за годы работы накопили колоссальный опыт. Думаю, что сегодня никакие требования заказчика из пищевой отрасли не могут поставить нас в тупик.

В то же время уникальность нашей продукции имеет и обратную сторону. Возникают проблемы с загрузкой оборудования. Поэтому мы не отказываемся от заказов предприятий других отраслей, если понимаем, что в состоянии их вы-

полнить качественно, в срок и без ущерба для основного производства. Сейчас, например, наладили перспективное сотрудничество с ОАО «Коломенский завод». Согласитесь, таким партнером можно гордиться.

## **Нынешний экономический кризис — уже третий за время существования предприятия. Он сказывается на вашей работе?**

Конечно влияние кризиса ощущается. По нашим впечатлениям, он — самый серьезный из трех, так как длится уже долго, но при этом не ясны перспективы выхода из него. Сегодня многие наши постоянные и потенциальные клиенты практически не думают о развитии, свернули свои планы в этом направлении. Состояние неопределенности, отсутствие уверенности в завтрашнем дне — не лучшее для бизнеса. Тем не менее, сейчас мы участвуем сразу в нескольких проектах по модернизации пищевых производств, хотя, если бы не кризис, таких проектов было бы больше.

Одним из основных направлений нашей работы были и остаются ремонт и обслуживание оборудования заказчика, изготовление запчастей. Тут нагрузка не уменьшается. Производство запчастей по сравнению с предыдущими годами растет. Это естественно: оборудование изнашивается. А оборудование в основном импортное. Сейчас вместо того, чтобы заказывать и везти из-за границы какую-либо деталь, проще обратиться за помощью к нам. Тем более, что руководство этих компаний знает: «Долина-Сервис» изготовит все необходимое и быстро, и качественно.

## **Но, с другой стороны, количество фирм, предлагающих примерно такие же услуги, как и вы, тоже за последние годы выросло, и конкуренция обострилась?**

Да, это действительно так. Но мы достаточно уверенно чувствуем себя на этом конкурентном рынке, поскольку прошли хорошую школу. Учитывая то, что с самого начала работы основными нашими клиентами были крупные компании с зарубежным участием, нам фактически приходилось конкурировать с иностранными поставщиками продукции и услуг. И мы справились, заработали очень высокую репутацию, которая дорогого стоит. Совсем недавно завершили строительство нового цеха площадью 1500 кв. м. С прицелом на перспективу — для размещения нового оборудования. Вроде бы не самое удачное время для этого выбрали, но я уверен: пустовать цех не будет. Развитие «Долины-Сервис» продолжается.

## Лучшие российские инженерные решения для пищевой промышленности и HoReCa

**В этом году компания «Изобретатель» отмечает пятнадцатилетний юбилей. Это событие ознаменовано выводом на рынок новой разработки фирмы — электрической дозирующей машины «Шедна», которая с успехом прошла испытания на производстве. Нет сомнений в том, что она займет достойное место в ряду других давно ставших популярными разработок «Изобретателя». Особенно важно то, что все они полностью — от идеи до внедрения в производство — собственные и не являются копиями зарубежного оборудования. По технологическим характеристикам оборудование компании не только не уступает, но и во многих случаях превосходит импортные аналоги, а по соотношению «цена-качество» стоит вне конкуренции. Не случайно клиентами компании являются известные производители продуктов и предприятия общественного питания, такие как компания «Русское море» и сеть кафе «РусПыш». Разработки «Изобретателя» и опыт этой организации приобретают особую актуальность сегодня, в условиях импортозамещения. О работе компании и о том, какое оборудование она предлагает для нужд пищевой промышленности и индустрии HoReCa, рассказал генеральный директор Владимир Ильич Смирнов.**



**Генеральный директор — Владимир Ильич Смирнов.** Инженер с более чем 40-летним стажем. Работал в ГНЦ ФГУП «Центр Келдыша» (НИИ тепловых процессов). Имеет многочисленные патенты на собственные изобретения. В 2001 г. создал и возглавил ООО «Изобретатель». Своим главным профессиональным принципом называет честность.

**Каковы основные направления деятельности вашей компании?**

«Изобретатель» является разработчиком и поставщиком серийного и не-серийного оборудования, в том числе для пищевой промышленности.

В этой сфере большим спросом пользуются пончиковый автомат «АПФ-350/40», экспресс-анализатор конси-

стенции (вязкости) «ЭАК-2М» и ручной дозатор начинки «РДН-10». Мы не стоим на месте и постоянно совершенствуем оборудование. В частности, пончиковый автомат сейчас представлен в четвертой модификации, измеритель консистенции — в третьей, а дозатор начинки — во второй. Недавно мы объявили о начале продаж новой разработки наших специалистов — электрической дозирующей машины «Шедна».

Также мы осуществляем разработку специального оборудования под заказ. Клиентов, которые испытывают в этом потребность, много. Так, например, к нам обращались за созданием автомата для резки сыра. А для производителя сухариков «Три корочки» ЗАО «Бриджтаун Фудс» мы сделали станок, который снимает с буханок хлеба темную верхнюю корку, а затем разрезает буханку пополам. Ранее эта операция выполнялась вручную, а теперь наш станок включен в общий конвейер производства.

**Ваш пончиковый автомат не раз был отмечен на международных выставках. Почему он пользуется таким успехом?**

Пончиковый автомат «АПФ-350/40» без преувеличения является уникальным изобре-

тением. В основу его работы положен новый вертикальный принцип жарки. Но главное — фритюр в нем не портится. Дело в том, что в обычных фритюрницах уровень канцерогенов во фритюре быстро достигает предельно допустимых концентраций, и масло приходится менять. В нашем автомате этого удалось избежать за счет технологического ноу-хау «Изобретателя». Благодаря этому «АПФ-350/40» позволяет существенно экономить на себестоимости продукции. Подсчитано, что месячная выручка от продаж пончиков, приготовленных на этом оборудовании, в пять раз выше стоимости самого автомата. При этом производительность соответствует потребностям любых торговых точек. Не случайно сеть кафе «РусПыш», которая продает пончики в многолюдных местах «на очередь», выбрала для старта своего бизнеса именно наше оборудование, и каждое кафе имеет 6–8 таких автоматов. И сегодня компания продолжает работать на нем. Всего за несколько лет мы продали несколько сотен пончиковых автоматов, в том числе и за рубеж, и получили много хороших отзывов от покупателей.

**Какие преимущества дает использование другого вашего оборудования для производства пищевых продуктов?**

Экспресс-анализатор консистенции «ЭАК-2М»



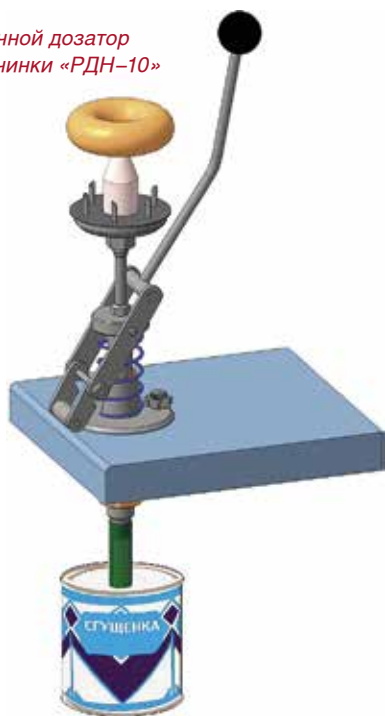
Пончиковый автомат «АПФ-350/40»



*Экспресс-анализатор  
консистенции «ЭАК-2М»*

дает возможность контролировать качество продукции на всех этапах производственного цикла. Примечательно, что используют его в совершенно разных сферах. Например, при производстве строительных смесей. Но и в пищевой промышленности он нашел самое широкое применение, так как прибор позволяет контролировать вязкость теста, начинки, соусов и мн. др. Компания «Русское море», например, закупила это оборудование для того, чтобы измерять с его помощью консистенцию икры.

*Ручной дозатор начинки «РДН-10»*



Ручной дозатор начинки «РДН-10» и электрическую дозирующую машину «Шедна» мы создали на волне импортозамещения. В связи с падением курсовой стоимости рубля стоимость импортного оборудования сильно возросла. Вот «Изобретатель» и предложил клиентам замену. Причем наше оборудование по качеству заметно превосходит зарубежные аналоги. «Шедна», например, значительно проще в управлении. Кроме того, она легко перепрограммируется на разные дозировки начинки вплоть до самых маленьких. И, что очень важно, в зависимости от потребностей заказчика она может дозировать начинки как по весу в граммах, так и по объему в миллилитрах.

## **Как строится работа вашей компании с клиентами, и какой ценовой политики вы придерживаетесь?**

Наш основной принцип — индивидуальный подход и уважительное отношение к клиентам. Что касается серийного оборудования, то на него установлены фиксированные цены. В целом можно сказать, что оно существенно дешевле импортных аналогов. Для заказчиков действует система скидок в зависимости от объема заказа.

Процесс создания оборудования под заказ начинается со встречи с клиентом, определения его потребностей и ознакомления с технологическим процессом, требующим модернизации. В результате, как правило, мы предлагаем клиенту лучшее с инженерной точки зрения решение, чем он ожидал. Очевидно, что процесс создания нового оборудования — вопрос не одного дня, но мы стараемся работать как можно быстрее. Стоимость индивидуальных заказов определяется исходя из объема работ.

## **Штат вашей компании насчитывает всего шесть человек. Как при такой малой численности сотрудников вам удалось наладить производственный процесс?**

Действительно, в штате «Изобретателя» шесть человек. Все они — высококлассные специалисты, способные реализовать инженерный проект от идеи до создания опытного образца. Что касается производства, то оно налажено благодаря тому, что у нас хорошие и про-

сложной ситуации после того, как попытки приспособить советские промышленные предприятия к рыночным условиям провалились. Время было непростое, но профессию бросать я не собирался, понимая, что к тому времени стал уже опытным, грамотным специалистом. На протяжении некоторого времени я предлагал свои разработки разным организациям, но они либо не проявляли заинтересованности в сотрудничестве, либо просто обманывали.

Поэтому в 2001 г. мы с коллегами пришли к выводу о необходимости создания собственной компании, и не ошиблись. Продажи оборудования «Изобретателя» начались сразу. Вначале мы вывели на рынок две разработки, не имеющие отношения к пищевой промышленности, — это лабораторный ректификационный комплекс «ЛУММАРК» и аппарат точечной сварки «БЛИЦ». Они и сейчас с успехом продаются. Например, свароч-

*Электрическая  
дозировочная  
машина  
«Шедна»*



**Процесс создания оборудования под заказ начинается со встречи с клиентом, определения его потребностей и ознакомления с технологическим процессом, требующим модернизации. В результате, как правило, мы предлагаем клиенту лучшее с инженерной точки зрения решение, чем он ожидал.**

веренные временем партнеры в России и Белоруссии. Например, на протяжении многих лет мы успешно сотрудничаем с ООО «Руспромтехнология», которое имеет очень хорошую производственную базу в Дубне.

## **Компанию «Изобретатель» можно назвать пока еще редким для России примером инженерной фирмы, которая с успехом коммерциализирует свои разработки. Как возникла идея ее создания и какие этапы в своем развитии она прошла?**

В советское время я работал в оборонном комплексе. И, как многие инженеры, в середине 90-х оказался в весьма

ными аппаратами регулярно пополняют свой производственный арсенал такие известные предприятия авиадвигателестроения, как ФГУП «НПЦ газотурбостроения «Салют» и ПАО «НПО «Сатурн».

Затем стартовали продажи нашего пончикового автомата. С этого момента и началось активное сотрудничество «Изобретателя» с производителями продуктов и сетями общепита.

В целом я считаю, что сейчас компания находится на этапе стабильного развития. Конечно, кризис повлиял и на наш бизнес, но мы с оптимизмом смотрим в будущее. Основанием для этого является опыт, показавший, что продукция «Изобретателя» востребована на рынке.



# ИСИТ

## Ваш промышленный партнер в информационном веке



[www.i-tech.ru](http://www.i-tech.ru)

**Выращивание скота и изготовление мясной продукции требуют высоких затрат, поэтому поддержание рентабельности в этом бизнесе связано с особыми усилиями. По всему миру растут производство и потребление мяса, расширяется ассортимент мясных полуфабрикатов. Эти факторы вызывают необходимость оптимизации и повышения производительности в мясной отрасли. Усиливающаяся роль автоматизации всего цикла мясопереработки тесно связана с расширением использования информационных технологий. В интересах производителя и конечного потребителя мясной продукции компания «ИСИТ» предлагает интеллектуальную систему мониторинга всех производственных процессов.**



**АЛЕКСЕЙ ПОВАЛЯЕВ,**  
генеральный директор

Современный рынок программного обеспечения весьма обширен. В каталогах широко представлены отраслевые решения для любой, даже самой специфичной деятельности, для каждой из них уже разработаны и отлажены IT-технологии.

Сельское хозяйство — не самая популярная отрасль для разработчиков IT-решений. В то же время внедрение комплексных программ на различных производственных площадках для участников этого рынка абсолютно необходимо, прежде всего для того, чтобы удержаться в нем, а также чтобы расширить сферу своего влияния. Сегодня уровень распространения IT-решений в мясопереработке в сравнении с остальными отраслями пищевой промышленности, к примеру, молочной или кондитерской, относительно низок. Однако с точки зрения скорости наращивания технологий мясоперерабатывающая отрасль в настоящее время развивается наиболее динамично. Вместе с тем данная отрасль наиболее сложна

с точки зрения автоматизации, поэтому IT-решения по комплексной автоматизации, разрабатываемые для внедрения на мясоперерабатывающих предприятиях, как правило, основаны на самых последних достижениях в области IT.

Ошибка с выбором необходимой информационной системы дорого обходится предприятию. После приобретения и внедрения «не того» программного продукта его могут вообще перестать использовать. Возможен и еще более худший вариант: сотрудники будут тратить время на ввод данных, но в итоге не получат никакой пользы (нет нужных отчетов, нет аналитики). В этом случае IT-бюджет будет расходоваться не просто с низкой эффективностью, а с нулевой или даже отрицательной.

Компания «ИСИТ» поставляет программное обеспечение на основе MES (управление производственными процессами), которое не только обеспечивает учет материальных потоков на мясоперерабатывающем производстве, но и способно управлять абсолютно всем имеющимся оборудованием и производственными процессами на предприятии.

Очевидно, что ни одно IT-решение в стандартной поставке не будет в полной мере соответствовать специфическим запросам и потребностям того или иного заказчика. И здесь справедливо возникает вопрос о гибкости продукта. Распространенная ошибка — брать, что дают, полагаясь на сведения про лучшие практики отрасли, на которых будет построена автоматизация. Если после внедрения информационной системы какие-то бизнес-процессы перестанут нормально работать — это шаг назад, а не вперед. Поэтому крайне важно, чтобы выбранная программа была адаптируема «под клиента».

Специалисты компании «ИСИТ» совместно со специалистами мясоперерабатывающих предприятий стремятся разрабатывать новые, более совершенные алгоритмы контроля и категоризации сырья, чтобы оптимизировать технологии переработки мяса с учетом нестабильных качественных показателей сырья и специфики каждого конкретного предприятия.

В отрасли, где конкуренция с каждым днем все острее, производствам, работающим со свежими продуктами питания, необходимо успевать за растущими запросами розничных сетей и потребителей. В первую очередь это касается качества, безопасности пищевых продуктов; визуальной привлекательности предлагаемых продуктов; прозрачности предоставляемой продовольственной информации о товаре, в частности о его происхождении, ингредиентах, которые могут вызвать аллергическую реакцию.

Чтобы успевать за требованиями сетей розничной торговли и потребителей, мясоперерабатывающим предприятиям требуется быстро и точно реализовывать необходимые факторы автоматизации и предоставлять потребителям качественную, свежую продукцию. При этом огромное значение имеют соблюдение санитарно-гигиенических норм и отслеживание всего рабочего цикла.

Производители европейской мясной промышленности в настоящее время ставят перед собой следующие задачи:

- ✓ добиться минимума потерь при максимуме эффективности;
- ✓ создать трудосберегающую и эргономичную рабочую среду;
- ✓ организовать кратчайший цикл переработки, увеличить срок годности продукции;
- ✓ обеспечить поточный процесс с контролем каждого этапа и каждого участка.



Программное обеспечение **ISIT: для управления производством** — это современное комплексное решение для перерабатывающих предприятий, охватывающее весь рабочий цикл — от получения сырья до отправки продукции и обеспечивающее для каждого этапа все основные производственные показатели. К ним относятся выход продукции, производительность, эффективность, отклонения в весе (перевес), уровень качества, объем складских запасов, потери продаж и рентабельность. Чтобы отслеживать самые важные показатели в режиме реального времени, программа ISIT: предполагает гибкую интеграцию в рабочий цикл оборудования, что обеспечивает оптимальную производительность. В то же время управление и автоматический сбор данных с отдельных устройств и со всей производственной системы позволяют управлять предприятием с большей эффективностью благодаря удобной системе отчетности в программах «ИСИТ».

Для мясной отрасли в компании «ИСИТ» разработаны специальные

программные продукты. В частности, для уоя и первичной переработки предназначена программа **ISIT::Slaughter («ИСИТ::Бойня»)**. Этот программный продукт состоит из нескольких модулей, решающих весь комплекс производственных задач в отделениях приемки, уоя и первичной переработки.

IT-решение **ISIT::Meat & ISIT::Manufacture («Мясосырье и Производство»)** позволяет прослеживать движение продукта в течение всего технологического процесса, анализировать ситуацию и управлять потерями, возникающими на различных этапах, а также контролировать соблюдение требуемых технологических характеристик.

IT-решение управления складом **ISIT::WMS («Адресный склад»)** предназначено для автоматизации всего спектра логистических бизнес-процессов на складе. Система автоматизированного адресного склада подразумевает интеллектуальное управление складскими операциями с помощью заданий (автоматически сформированный алгоритм

или рекомендаций (с возможностью выбора последующих действий), поступающих на терминалы сбора данных сотрудников.

**Система «MES::ИСИТ»** обеспечивает эффективность производства и адаптивного управления производственными процессами из единого диспетчерского пункта, единую информационную среду производства, интеграцию с данными АСУ инженерных систем и систем безопасности производственного предприятия.

В заключение хочется отметить, что «ИСИТ» — российский разработчик IT-решений. И если говорить об отечественных IT-разработках, то они по сравнению с зарубежными располагают рядом преимуществ. К явным плюсам можно отнести территориальную близость разработчика, его ориентацию на российские предприятия (специфика отчетности, менталитет работающих с ПО людей). Кроме того, по сравнению с западными разработками отечественные решения не имеют за собой многолетней истории (зачастую насчитывающей десятилетия) применения, а располагают более гибкой основой, на которой должно быть построено настоящее ПО, используемое для управления каждым отдельно взятым предприятием.

Актуальность, востребованность, гибкость, инновационность разработанных специалистами компании «ИСИТ» программных продуктов подтверждены десятками успешно реализованных проектов на крупнейших предприятиях мясной отрасли: в ООО «ГК Агро-Белогорье», агрохолдинге «Охотно», МПЗ «САВА», МПЗ «Ратимир», ООО «Дымовское колбасное производство», ЗАО «Краснобор», на мясокомбинате «Селтунь» и многих других.





# ИТП «ПРОМБИОФИТ»

ПРОМБИОФИТ®

## РОССИЙСКОЕ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОДУКТОВ

**В России принято считать, что любая импортная техника и оборудование всегда лучше отечественных аналогов. В противовес этому мнению ООО ИТП «ПРОМБИОФИТ» более 23 лет выводит на российский рынок технологическое оборудование собственной разработки, которое все эти годы пользуется неизменным спросом.**



**Генеральный директор, кандидат физико-математических наук — Владимир Вадимович Аверкиев.** Родился в Москве в 1948 г. В 1972 г. окончил МИФИ (факультет экспериментальной и теоретической ядерной физики), где проработал более 20 лет, является одним из соучредителей (1993 г.) и постоянным сотрудником «ПРОМБИОФИТ» и с 2005 г. — генеральным директором этого предприятия. С интересом решает вместе с партнерами сложные инженерные задачи.

**Заместитель генерального директора — Нина Ивановна Свершова.** Химик-технолог, окончила Московский институт тонкой химической технологии по специальности «процессы, аппараты и автоматизация химических производств».

**Владимир Вадимович, значит, ваше оборудование не уступает импортным аналогам?**

Наша компания уже более 20 лет предлагает российским предпринимателям импортозамещающее оборудование. Скажу больше: есть примеры, когда наше оборудование смогло вытеснить с российского рынка немецких коллег, предлагающих аналогичную технику. Наше предложение имеет лучшее соотношение «цена-качество», кроме того, оно более

удобное и простое в эксплуатации. Речь идет о полуавтомате УУ-5 для вакуумной укупорки банок крышками «Твист-Офф».

Практика показала, что оборудование ИТП «ПРОМБИОФИТ» может использоваться не только в пищевой промышленности, но и в производстве косметики, бытовой, строительной и автохимии, лакокрасочных материалов, топливных эмульсий, клеев, смазок и др., т. е. у нашего оборудования очень широкий спектр применения.

**Какое оборудование предлагаете сегодня?**

В настоящее время мы предлагаем оборудование, которое способно обеспечить полный цикл производства, куда входит приготовление пищевой продукции, ее последующая фасовка в тару, укупорка тары, а также наклейка этикетки и упаковка в термоусадочную пленку. При этом возможно использование различных видов тары и укупорочных средств, а нанесение этикеток производится на тару различной формы — плоскую, цилиндрическую, овальную в сечении. Интересное новое решение мы предлагаем для хлебозаводов и пекарен — оборудование по производству водомасляной эмульсии для смазывания хлебных форм, которое позволяет значительно сэкономить расход масла при выпечке хлебобулочных изделий без потери качества готовой продукции. Это же оборудование можно использовать при повторной переработке возвратного хлеба. К новым инновационным разработкам предприятия можно отнести также установки для отработки технологии производства новых видов продукции (см. фото). Фасовочное, упаковочное, этикетировочное и технологическое оборудование, выпускаемое инновационно-техническим предприятием «ПРОМБИОФИТ», в настоящее время надежно и эффективно работает на тысячах предприятий России и стран СНГ.

**Вероятно, вы дорабатываете оборудование под требования заказчика?**

Мы обязательно учитываем индивидуальные особенности каждого заказа.



Практически каждый заказ включает элементы конструкторской и даже научной разработки — значительная часть наших технических решений защищена патентами и свидетельствами на изобретения.

**Расскажите подробнее о ваших предложениях.**

Стабильно уже на протяжении более 20 лет востребована наша универсальная машина УД-2, которая широко используется производителями пищевой продукции для дозированного розлива молочной и кисломолочной продукции, майонезов, кетчупов, паст, варенья, горчицы, меда, а также соков, напитков, растительного масла и других жидких и пастообразных продуктов. Оборудование имеет высокие эксплуатационные характеристики: надежно, удобно и не требовательно в обслуживании.

Пользуется высоким спросом и оборудование для розлива питьевой воды в 19-литровые бутылки для кулеров.

Особого внимания заслуживает группа этикетировочных машин ЭМ-4П. Мини. С полной уверенностью могу сказать, что в этом сегменте мы составляем достойную конкуренцию аналогичному импортному оборудованию.

Наша цель — обеспечить предприятия малого и среднего бизнеса эффективным отечественным оборудованием. И в достижении этой цели у нас есть существенные успехи. Многие наши разработки отмечены знаками «Лучшее оборудование для АПК» и «Качество XXI века», золотыми медалями выставок и дипломами, но главная награда — положительные отзывы предпринимателей.





ООО «ФармБерри» работает на рынке замороженных продуктов с 2004 года. Основная направленность бизнеса – снабжение перерабатывающих предприятий, кондитерских производств, комбинатов общественного питания качественными свежеморожеными фруктами, ягодами, овощами, грибами и картофелем фри. Основные поставки компания осуществляет из Польши, Китая и Бельгии.



**100% свежести**



- Свежемороженые фрукты, ягоды
- Свежемороженые овощи, овощные смеси
- Свежемороженые грибы, грибные смеси
- Картофель фри из Бельгии
- Фруктовые пюре в асептической упаковке
- Постоянное наличие товара на складе в Москве



105122, г. Москва, Шелковское шоссе, д. 9  
Тел.: +7 (495) 212-20-93, 212-20-94  
Моб.: +7 (495) 971-88-76 / Skype: farmaopt  
E-mail: farmaopt@inbox.ru / www.farmberry.ru



# КВАДРАТ



## Хлеб высшего качества

**Рост цен на многие товары и падение доходов населения привели к снижению покупательской способности. И многие производители пищевых продуктов в борьбе за покупателя прибегают к различным маркетинговым уловкам, например, уменьшая вес или объем товара. Кто-то меняет рецептуру, используя вместо традиционных ингредиентов более дешевые и менее качественные заменители. Но есть и такие производители, которые остаются верны принципу честности и своей позиции — всегда предлагать только высококачественный продукт. Один из таких производителей — компания «Квадрат», выпускающая хлеб по различным национальным рецептам. О деятельности предприятия рассказывает руководитель отдела развития — Артем Александрович Бузов.**



**АРТЕМ АЛЕКСАНДРОВИЧ БУЗОВ,**  
руководитель отдела развития  
компании «Квадрат»

**Компания «Квадрат» работает на московском рынке с 2010 г. Каких успехов ей удалось добиться за это время?**

Мы начинали с небольшого по объему производства пшеничных роллов, а сейчас наша продукция постоянно представлена в таких торговых сетях, как «Ашан», «Дикси», «Билла», «Пятерочка», «Перекресток». Недавно мы переехали в собственное здание и установили дополнительную производственную линию, которая позволила в несколько раз увеличить объем выпуска пшеничных роллов — ведь спрос на них постоянно растет. Кроме того, мы купили оборудование для производства и других видов хлеба. Уже сейчас выпускаем узбекские лепешки — выпекаем в тандырных печах. А в скором времени, по завершении пусконаладочных работ, ассортимент компании «Квадрат» пополнят хачапури и матнакаш (национальный армянский хлеб).

**За счет чего растет спрос на продукцию вашей компании?**

Главная причина популярности наших изделий — их высокое качество. В них нет

никаких химических добавок — только натуральные ингредиенты. Все необходимое сырье закупаем в экологически чистых регионах, а воду берем из собственной артезианской скважины. Чтобы добиться идеального качества воды, мы установили высокоэффективную систему фильтрации.

Немаловажно и то, что наш производственный цех оснащен самыми современными автоматическими линиями, благодаря которым сведен к минимуму человеческий фактор и, соответственно, брак.

Хочу также отметить работников цеха. Все они мастера своего дела, и словосочетание «высокое качество продукции» для них — не пустой звук. Да и вообще — все сотрудники компании болеют за общее дело, и потому не могут себе позволить опуститься в работе ниже планки, которую поднял в начале деятельности предприятия наш генеральный директор — Армен Усикович Арутюнян.

**Вы работаете с ритейлерами напрямую или через посредников?**

Мы поставляем продукцию заказчиком (для этого используем собственный автопарк, который недавно был увеличен), а они уже развозят товар по торговым точкам. А наши заказчики — это

**Главная причина популярности наших изделий — их высокое качество.**

крупные и известные предприятия, среди которых, например, комбинат «Черемушки», БКК «Коломенский», хлебокомбинат «Пролетарец», хлебозаводы №№22, 24 и 28, ТД «Настюша», «Ивантеевский хлебокомбинат», АО «По-

дольскхлеб», «Александровский хлебокомбинат».

**Какова стоимость вашей продукции?**

Мы не стремимся удешевлять собственную продукцию в ущерб качеству. Например, используем муку исключительно высшего сорта. Но при этом стараемся держать цены на приемлемом для подавляющего большинства покупателей уровне. Если же цена на нашу продукцию и увеличивается, то происходит это не по причине нашей жадности, не от желания нажиться на покупателе, а под влиянием экономической ситуации. Кстати, стоимость нпродукции повышалась последний раз больше года тому назад — тогда это было связано с резким скачком цен на муку.

**Компания «Квадрат» работает в основном с предприятиями из Москвы и Московской области. Существуют ли планы по расширению географии поставок?**

Нам часто звонят из различных регионов России, например, из Нижнего Новгорода и Ставропольского края, с просьбами о поставках нашего товара. Но в настоящее время мы сосредоточены на работе в Московском регионе и ближайших к нему областях. Так, благодаря сотрудничеству с «Александровским хлебокомбинатом» продукция компании «Квадрат» доступна жителям Владимирской области. Сейчас ведем переговоры с «Переславским хлебозаводом», и я надеюсь, что в ближайшее время наш товар окажется на прилавках магазинов Ярославской области.

Хочу добавить, что перед нами стоит много задач: уверен, что постепенно мы все их решим.



# КОНДИТЕРСКАЯ ФИРМА «ЗОДИАК»



**За последние два года из-за роста цен значительно упал спрос на ряд продуктов питания. Но некоторые виды продукции пищевой промышленности, например торты и пирожные, продолжают пользоваться большим спросом. Между производителями этих кондитерских изделий идет жесточайшая конкурентная борьба, выживают в которой сильнейшие. Одна из таких сильных компаний — ООО «Кондитерская фирма «Зодиак», начальник производства которой — Татьяна Валерьевна Сарычева — рассказала нам о работе предприятия, его продукции и планах на будущее.**

**С какого времени ведет свою историю компания?**

Предприятие появилось 15 лет назад. Небольшой командой мы работали в скромном арендованном цехе, а наша продуктовая линейка состояла всего лишь из 10 видов тортов.

**А что теперь?**

Сейчас в ассортименте — более 100 наименований. А усилиями многочисленного высокопрофессионального коллектива нам удалось войти в ряд ведущих производителей тортов и пирожных в Московском регионе. Площадь собственных производственных помещений составляет более 2000 кв. м, кроме того, есть парк автомобилей с холодильными установками.

**Какие виды тортов вы предлагаете потребителям?**

Ассортимент изделий нашего предприятия включает в себя как торты, известные всем нам с детства, например, классические «Сказка», «Прага», «Полет», «Птичье молоко», так и торты, изготовленные по новым оригинальным рецептурам. Например, торты на блинной основе, муссы, чизкейки. Кроме того, мы предлагаем целую серию детских тортов.

**Кто ваши заказчики?**

Мы поставляем продукцию как торговым сетям, так и отдельным магазинам. А скоро при производстве откроется магазин, в котором можно будет купить любой торт, выбрав его из каталога, либо сделав заказ на изготовление торта оригинального вида и состава.

**Какова география поставок продукции кондитерской компании «Зодиак»?**

Много заказчиков в Москве и Подмосковье. Помимо того, обеспечиваем магазины Калужской, Рязанской, Тверской, Тульской, Владимирской и Ивановской областей.

**Сказался ли нынешний экономический кризис на деятельности вашей компании?**

Общая экономическая ситуация в стране не может не сказаться на положении отдельно взятого предприятия. Поэтому и у нас возникли «кризисные» проблемы, связанные, например, с ростом цен на сырье. Но мы принимаем это как данность, просто понимаем, что в кризис нужно чуть больше работать, более творчески подходить к своему делу, постоянно внедрять новые технологии и рецептуры, искать новых клиентов. И, естественно, поддерживать качество на самом высоком уровне. Вот недавно внедрили на предприятии системы менеджмента качества ISO 9001:2008 и пищевой безопасности ISO 22000–2005. В результате численность сотрудников у нас не сокращается, зарплаты индексируются и увеличиваются. А оборот компании за первое полугодие 2016 г. вырос на 18% по сравнению с тем же периодом 2015 г.

**Рынок кондитерских изделий в Московском регионе отличает высокий уровень конкуренции. За счет чего вам удалось войти в число ведущих производителей тортов и пирожных?**

Важнейшей составляющей успеха компании «Зодиак» является высокое качество всех производимых ею продуктов. Его удается достичь благодаря нашей политике использования натуральных ингредиентов, строгим контролем на всех этапах производства и высоким профессионализмом кондитеров. Недаром в этом году наши торты стали победителями регионального этапа конкурса «100 лучших товаров России» в номинации «Продовольственные товары».

**В ваших тортах и пирожных совсем нет «химии»?**

В современном кондитерском деле невозможно обойтись без таких продуктов, которые в обиходе называют «химией».

У нас, например, это — гели или цветные глазури, но все эти добавки сертифицированы, проходят регулярные лабораторные проверки и совершенно безопасны для здоровья. Подавляющая же часть ингредиентов в любом нашем изделии — абсолютно натуральные продукты.

**По каким критериям вы отбираете поставщиков сырья?**

В основном наши партнеры — солидные российские компании, которые давно на рынке и заслужили высокую репутацию качеством своей продукции и ведением бизнеса. Но это не означает, что мы закрыты для новых поставщиков: если качество вашей продукции соответствует высоким стандартам, если вы готовы вместе с нами расти и развиваться — мы рассмотрим ваши коммерческие предложения.

**Существуют ли планы по развитию бизнеса на ближайшую и отдаленную перспективы?**

Конечно. Ведь если не двигаться вперед, а стоять на месте, можно сильно отстать и в итоге потерять бизнес. Поэтому постоянно стараемся разрабатывать и внедрять новые виды пирожных и тортов. Работаем над расширением рынка сбыта, сейчас ведем переговоры с несколькими сетями, в ближайшее время наши торты можно будет купить в магазинах Новгородской области. Кроме того, планируем в будущем создать сеть кондитерских магазинов.





## Пионеры импортозамещения

**Сегодня слово «импортозамещение» у всех на слуху. Но еще задолго до обмена санкциями между Россией и рядом экономически развитых государств в 2014–2015 гг., экономического кризиса 2008–2009 гг. и девальвации рубля в 1998 г. у нас создавались компании, ориентированные на производство товаров, замещающих импорт. Одна из них — ОАО «РЕАТЭКС».**

**О деятельности предприятия рассказывает ее генеральный директор — Геворг Арутюнович Кесоян.**

**Геворг Арутюнович, когда и при каких обстоятельствах была создана компания «РЕАТЭКС»?**

Компания «РЕАТЭКС» была создана в 1992 г. на базе Опытного завода им. Л.А. Костандова, введенного в эксплуатацию еще в 1929 г. Завод осуществлял многотоннажное производство химреактивов и занимался совместно с московским институтом НИУИФ разработкой технологических процессов получения фосфоросодержащих удобрений и экстракционной фосфорной кислоты. После распада СССР, когда были нарушены все связи, пришлось серьезно подумать о перепрофилировании предприятия. Руководство приняло решение начать выпуск солей фосфорной кислоты (фосфатов) для нужд пищевой промышленности. Тогда в нашей стране отсутствовало производство пищевых фосфатов, а необходимые для изготовления различных продуктов питания фосфатные добавки закупались за рубежом. Так что, разработав и реализовав программу по производству широкого спектра пищевых фосфатов, мы уже в 90-х годах прошлого века стали заниматься импортозамещением.



**Генеральный директор, к. т. н., заслуженный химик России, лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники, кавалер ордена Дружбы, — Геворг Арутюнович Кесоян.**

Родился в Батуми. Окончил Московский химико-технологический институт им. Д.И. Менделеева. С 1968 г. работает на Опытном заводе НИУИФ (которому позже было присвоено имя Леонида Аркадьевича Костандова — выдающегося организатора химической промышленности СССР). В 1985 г. был назначен на должность директора завода.

**В каких отраслях пищевой промышленности используется ваша продукция?**

Например, пищевые фосфаты «Полифан», «Фонакон» и «АР-ВИК», а также кристаллогидраты пищевых солей натрия и калия — вывод на рынок которых я считаю одним из самых ярких достижений нашего производственного коллектива — применяются преимущественно в мясоперерабатывающей промышленности и в производстве плавленных сыров. Кроме того, наша продукция находит свое применение в молочной и кондитерской отраслях.

**Простые потребители с недоверием относятся к «химии» в пищевых продуктах. В связи с этим — вопрос: насколько безопасна ваша продукция?**

Пищевых фосфатов, производимых компанией «РЕАТЭКС», совершенно не стоит бояться, поскольку они соответствуют всем требованиям, предъявляемым к качеству пищевых продуктов Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций, а также Всемирной организацией здравоохранения.

**Можно ли назвать вашу продукцию уникальной?**

Уникальными я бы назвал технологии производства продукции, поскольку они являются нашими собственными разработками и внедрены с использованием стандартного и нестандартного отечественного оборудования. Эти технологии запатентованы в РФ. Один из примеров — патент №2183188 «Способ получения пищевых фосфатов натрия».

А что касается продукции, то она соответствует всем требованиям Технического регламента Таможенного союза «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» и не уступает по качеству зарубежным аналогам.

**Насколько востребована ваша продукция в России и за рубежом?**

Ее покупают не только отечественные предприятия, но и компании из Белоруссии и Казахстана. А 12 лет назад нам даже удалось «прорубить окно в Европу», наладив поставки пищевых фосфатов во Францию. Но основными потребителями изделий от «РЕАТЭКС» являются российские компании. И мы постоянно работаем над задачей по увеличению доли

**12 лет тому назад нам даже удалось «прорубить окно в Европу», наладив поставки пищевых фосфатов во Францию.**

**Каковы нынешние направления деятельности компании?**

Основной сферой деятельности нашей компании является производство и реализация продукции для пищевой промышленности. Доля этой продукции в общем объеме составляет 94%. Остальные 6% — это реактивы, фосфорные кислоты и технические фосфаты, которые находят свое применение в химической, электронной и оборонной промышленности, а также в медицине.

нашей продукции на отечественном рынке пищевых фосфатов. Мощностей нашего предприятия по этим продуктам достаточно для удовлетворения потребностей всех мясоперерабатывающих компаний страны, но задействованы они не полностью, так как многие технологи с недоверием относятся к отечественным фосфатам. И мы прикладываем немало усилий, чтобы развенчать устоявшееся мнение о низком качестве пищевых фосфатов российского производства — ведь наша продукция соответствует всем международным стандартам.

## **С какими предприятиями пищевой промышленности сотрудничает ваша компания?**

Список партнеров достаточно большой, поэтому назову лишь несколько компаний: ОАО «Вимм-Билль-Данн», Московский завод плавленных сыров «Карат», ОАО «Царицыно», ОАО «Останкинский молочный комбинат», ОАО «Маслосырзавод «Порховский», ООО «Промконсервы», ОАО «Пучежский сыродельный завод», ООО «Узловский молочный комбинат», ЗАО «Сыродел», АО «Великолукский молочный комбинат», ООО «Специ Дона».

## **Есть ли у компании награды?**

Наша деятельность по достоинству оценена многочисленными наградами и дипломами выставок и конкурсов в России и за рубежом. Например, в 1997–1998 гг. за технологии производства фосфатов группы «Полифан» и пирофосфата натрия на 46-м и 47-м Всемирном салоне исследований и промышленных инноваций в Брюсселе завод был награжден золотыми медалями. В 1999 г. компания «РЕАТЭКС» была награждена платиновой звездой за качество продукции в Мадриде и серебряной медалью за высокие показатели качества пищевых фосфатов на 90-м Международном салоне изобретений в Париже. В 2008 и 2014 гг. мы становились победителями конкурса «Лучшее предприятие ЮВАО г. Москвы».

## **Повлиял ли кризис на деятельность вашей компании?**

Да. Так, например, немного снизился спрос на нашу продукцию, из-за чего объем производства в первом полугодии сократился на 5%. Но в целом выходная мощность предприятия остается относительно стабильной, так как продуктовая линейка нашей компании включает в себя более 30 наименований.

## **Есть ли у вас антикризисные предложения для клиентов? Предоставляете ли вы скидки и рассрочки?**

Несмотря на снижение показателей прибыли, но с учетом финансовой прочности предприятия, в 2016 г. мы не будем повышать отпускные цены на продукцию (поэтому предложения по скидкам считаем неуместными). Кроме того, мы предоставляем товарный кредит на срок до 45 дней.

## **Принимаете ли вы в связи с кризисом какие-нибудь меры по оптимизации работы предприятия?**

Во-первых, мы повышаем контроль за денежными потоками. Во-вторых, уменьшаем уровень товарного кредита. В-третьих, не отпускаем продукцию без предоплаты сомнительным потребителям. Кроме того, мы принимаем меры по экономии тепло- и энергоресурсов и снижению удельных норм расхода фактических затрат на единицу продукции.

## **Насколько сильна сейчас конкуренция на рынке пищевых фосфатов?**

В период кризиса конкурентная борьба обостряется. Но при прочих равных условиях (цена и качество) мы выигрываем у других компаний, действующих на вну-

примет первых пассажиров уже в сентябре.

## **Георг Арутюнович, расскажите о коллективе вашей компании.**

В нашей компании работает сплоченный, дружный коллектив, в рядах которого нет случайных людей. Костяк предприятия — многоопытные профессионалы высочайшего уровня, проработавшие в компании много лет. Я хотел бы рассказать о каждом из наших сотрудников, но поскольку рамки интервью не позволяют мне этого сделать, ограничусь тремя персонами.

Епифанова О.М. — директор по производству и развитию. Регулярно проводит оптимизацию технологических процессов, успешно решая задачи по повышению производительности труда и снижению себестоимости продукции. Гибкая политика и широкая эрудиция снискали ей большое уважение в коллективе.

Георгиева И.В. — директор по финансово-экономическим вопросам. Блестящие решения финансовых вопросов, грамотные консультации, высокая квалификация и профессионализм позволя-

**Мы выигрываем у других компаний, действующих на внутреннем рынке, так как у нас более высокий уровень производительности.**

треннем рынке, так как у нас более высокий уровень производительности.

Хочу также сказать, что любое кризисное явление мобилизует потенциал организации для преодоления трудностей. Поэтому мы не ждем «лучших времен», — они никогда не наступят — мы просто своевременно принимаем нужные (в случае необходимости — радикальные) решения.

## **Каковы на ваш взгляд главные достижения компании?**

Одним из главных достижений я считаю то, что нам удалось до настоящего времени сохранить предприятие и историческую память о предыдущем поколении специалистов, осваивавшем все технологические процессы на заводе.

Хочу также отметить наши достижения в области экологии. Еще в 90-х годах по собственной инициативе ликвидировали технологии по переработке токсичных видов сырья. Затем разработали программу природоохранных мероприятий, реализация которой позволила нам, например, сократить зону санитарной защиты с 800 до 35 м. И не случайно на расстоянии 25 м от заводского забора построили станцию «Волгоградская» Московского центрального кольца, которая

ют убедиться в правильности принятого мною много лет назад решения — назначить молодого специалиста на столь ответственную должность.

Дмитриева Л.А. — начальник отдела маркетинга и продаж. Обладает высоким уровнем компетенции, учитывает в своей работе и сезонность бизнеса, и скорость прохождения платежей клиентов, и многие другие факторы.

Есть у нас и перспективная молодежь, набирающаяся опыта под руководством старших товарищей.

## **Можете рассказать о планах компании?**

В основном наши планы связаны с расширением ассортимента выпускаемой продукции. Мы разработали вторую программу импортозамещения, согласно которой наше предприятие будет выпускать широкую гамму цитратов. Уже получена партия одного из продуктов (около 4 тонн) и скоро мы начнем его продвижение на рынок.

Собираемся заняться разработкой высоких технологий по извлечению полезных элементов из отходов. У нас уже есть концепция развития и бизнес-план. В ближайшее время мы приступим к реализации этой идеи.

# ЛАВ ПРОДУКТ



Компания «ЛАВ ПРОДУКТ», чья продукция хорошо известна в России и странах СНГ, в 2016 г. разработала новую линейку масла — «ЛАВ ПРОДУКТ НЕО», которое стало настоящим подарком для ценителей отличного качества по доступной цене.



**ТАТЬЯНА КАРЛИНА,**  
руководитель отдела маркетинга и рекламы

### Татьяна, как компания адаптировалась к новым экономическим условиям?

Благодаря своей гибкости, достаточно быстро. Сырье подорожало, и большинство производителей компенсируют затраты, повышая цены. А мы решили сократить маржинальность продукции в пользу ее конкурентоспособности. Сейчас стоимость масла «ЛАВ ПРОДУКТ» на 5–10% ниже, чем масла наших конкурентов, что сказывается на его популярности.

### На людей с каким уровнем достатка рассчитана ваша продукция?

Компания стремится охватить все слои населения с разным уровнем достатка. Мы разработали 4 торговые марки: ТМ «Щедрая Русь» — премиум-сегмент, ТМ «ЛАВ ПРОДУКТ» — средний ценовой

сегмент, ТМ «Солнечная Долина» — сегмент чуть ниже среднего, ТМ «Купавушка» — низкий ценовой сегмент. В прошлом году мы, как и многие ритейлеры, пересмотрели свой ассортимент и главную ставку сделали на продукт низкого ценового сегмента — «Купавушку».

### А в 2016 г. компания предложила покупателям принципиально новое сливочное масло...

Верно. «ЛАВ ПРОДУКТ НЕО» изготавливается из отборных сливок с фермерского хозяйства, где рацион коров четко сбалансирован. При обработке сливок используется воздействие повышенных температур, благодаря чему масло имеет специфический сливочный вкус. Сырье не хранится, а сразу идет в обработку, за счет этого в «ЛАВ ПРОДУКТ НЕО» сохранены все полезные и питательные свойства. Масло содержит витамины А, В5, Е и С и отлично подойдет людям, которые заботятся о своем здоровье.

### Какие еще сорта масла включает в себя ваш ассортимент?

Мы производим более 30 товарных позиций. Среди них сливочное масло сортов «Традиционное», «Крестьянское», «Сладкосливочное», «Шоколадное» и не менее полезные спреды «Крестьянский» и «Постный». Масло и спреды поставляем в «монолите» по 5, 10, 20 и 25 кг, в брикетах по 180, 200, 400, 500 г.

### Чем отличаются технологии производства сливочного масла и спреда?

Настоящее сливочное масло изготавливается на основе натурального молока и высококачественных сливок

без добавления красителей, консервантов, растительных жиров. А технология производства спреда предполагает обязательное использование растительных жиров. За счет них этот продукт содержит меньше холестерина и идеален для людей с вегетососудистыми заболеваниями.

Но если в Европе люди хорошо информированы о пользе этого продукта и огромный процент потребителей в выборе между сливочным маслом и спредом отдает предпочтение именно ему, то в России дело обстоит иначе. Наши потребители в большинстве своем все еще считают спред маргарином, «недомаслом», маслом эконом-сегмента. Очень сложно сломать этот барьер в их сознании.

### Насколько прочные позиции занимаете на рынке?

«ЛАВ ПРОДУКТ», которому в этом году исполнилось 12 лет, имеет высокотехнологичное производство, ориентированное на международные стандарты качества, 5 торговых марок различных ценовых сегментов и десятки тысяч клиентов. Изучая рынок масложировой продукции, совершенствуя технологии производства, компания смогла добиться соотношения достойного качества и доступной цены и не раз удостоивалась высоких наград на международных выставках и фестивалях.

Мы постоянно запускаем крупномасштабные акции в сетевых магазинах, постоянно расширяем рынки сбыта и всегда открыты для сотрудничества с оптовыми и розничными торговыми точками, а также локальными сетями во всех регионах России.

*Масло, сделанное с любовью для всей семьи!*



*Мы производим продукт, который дает нашим детям!*



Улучшенная рецептура и вкус  
Из натуральных сливок  
Без растительных жиров  
Без консервантов

ООО «ЛАВ ПРОДУКТ»  
Тел. +7 (495) 787-4476  
[www.lav-product.ru](http://www.lav-product.ru)



# НАРО-ФОМИНСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ



## Хранители качества

**Высокая скорость обработки грузов, возможность комплексного решения задач, надежное состояние холодильной техники, удачное местоположение — по этим критериям участники пищевой отрасли выбирают складской комплекс ОАО «Наро-Фоминский холодокомбинат». Услуги ответственного хранения продовольственных товаров он оказывает с 1992 г., и не в первый раз успешно прошел проверку кризисом на прочность.**



**Генеральный директор — Николай Савинский.** Окончил МИХМ по специальности «холодильные компрессорные машины и установки». Начал работу на Наро-Фоминском холодокомбинате в должности главного инженера, а затем возглавил его.

**Николай, насколько мне известно, Наро-Фоминский холодокомбинат выдержал еще одну серьезную проверку — аудит ХАССП?**

Действительно, в декабре 2014 г. на холодокомбинате была внедрена система менеджмента качества и безопасности пищевой продукции на основе принципов ХАССП, получен сертификат соответствия требованиям ГОСТ ИСО 22 000–2007 (ИСО 22 000–2005). Иными словами, предприятие отвечает международным требованиям к безопасности продукции. Год спустя в ходе планового повторного аудита был проведен анализ рисков и критических контрольных точек, внесены корректировки, что еще более повысило качество наших услуг.

**С какими продуктами работаете?**

В основном это самая сложная группа товаров — скоропортящаяся мясная,

молочная продукция, рыбо- и морепродукты, мясо птицы, предназначенные для розничной торговли и для переработки на предприятиях пищевого сектора. В нашем штате — технологи-товароведы, бактериологи, бухгалтеры-учетчики, имеющие большой опыт работы с продукцией именно этого класса.

**Как принимаете на хранение продукты и обеспечиваете их сохранность?**

При приеме товара используем современную весоизмерительную технику, электронные сканеры, проводим температурный контроль. Проверяем документацию, сроки годности, определяем условия и место хранения продуктов. Вся информация заносится в электронную систему учета.

Во время приема товара и его отпуска со склада груженный и порожний автотранспорт взвешиваем, работают системы видеонаблюдения. Условия хранения продукции контролируем ежедневно.

На холодокомбинате может храниться 12 тыс. тонн скоропортящихся грузов при температуре от  $-20^{\circ}\text{C}$  до  $+20^{\circ}\text{C}$ . Мы сочетаем два способа охлаждения — батарейное охлаждение и охлаждение воздушными охладителями, используя аммиачное оборудование для низкотемпературного хранения и холодильные установки, работающие на фреонах. Благодаря этому мы уверены в сохранности продукции при любых условиях.

Отмечу, что технический потенциал холодокомбината достаточно высок. Все оборудование систематически обновляется, в его составе используются только современные, в т.ч. инновационные комплектующие.

**Одно из преимуществ холодокомбината — удобное расположение?**

Местоположение очень удачное: в 50 км от МКАД на дороге, соединяющей трассы М3 «Украина» и М1 «Беларусь», в 10 км от крупнейшего в Европе железнодорожного сортировочного узла Бекасово. Наличие современных автотранспортных

развязок и собственной железнодорожной ветки позволяет без задержек доставлять и отправлять грузы. Общая длина погрузо-разгрузочных эстакад — почти 350 м, максимальный грузооборот — 1,5 тыс. тонн в сутки.

В 2016 г. у нас появилось еще одно преимущество: на примыкающем к складскому комплексу таможенному терминалу (СВХ) теперь можно оформлять экспорт и импорт скоропортящихся грузов, подконтрольных госветнадзору.

**Какие выводы помог сделать кризис?**

Мы не только сохранили своих специалистов, но и привлекли молодых, обучили их, и не ошиблись, потому что вместе с ними сохранили и приумножили наш профессионализм. Сегодня это очень помогает в конкурентной борьбе — ведь многие холодокомбинаты выживали, сокращая штат и одновременно утрачивая показатели скорости и качества работы.

Мы работаем быстро, несмотря на то, что качество упаковки товара средних и малых отечественных компаний оставляет желать лучшего, а штрих-код отсутствует или имеется, но отличается от международного стандарта, и данные на упаковках зачастую приходится переписывать вручную.

**Кто из известных производителей предпочли оперативность и качество вашей работы?**

«Нестле Россия», «Микояновский мясокомбинат», партнеры «Мираторг», «Айсберри», мясные и рыбные консервные заводы, в т.ч. и предприятия Белоруссии, крупные рыбные трейдеры и др. Более того, в 2016 г. мы успешно прошли аудит со стороны «Валео», и наши клиенты теперь могут осуществлять поставки на завод.



# РИВА РУС ЦЕНТР ГИГИЕНЫ

**RIWARUS**  
ЦЕНТР ГИГИЕНЫ

## Разноцветная чистота

*В бизнесе репутация надежного партнера дорогого стоит. Она складывается годами напряженной работы, отмеченной стремлением максимально учитывать потребности клиента, выполнять взятые на себя обязательства.*

**ООО «Рива Рус Центр Гигиены», работающее на рынке поставок профессионального уборочного инвентаря уже много лет, на практике демонстрирует надежность и стабильность в работе. Наш собеседник — генеральный директор компании Андрей Евгеньевич Викентьев.**



**АНДРЕЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ ВИКЕНТЬЕВ,**  
генеральный директор

**Андрей Евгеньевич, «Рива Рус Центр Гигиены» представляет достаточно специфический, узкоспециализированный сегмент рынка, работает на нем давно и успешно. Стабильность в работе — отличительная черта компании. За счет чего удалось ее добиться?**

Действительно, мы присутствуем на рынке уже десять лет и при этом работаем устойчиво даже в кризисные периоды. Как правило, небольшие фирмы, подобные нашей — не только в России, но и за рубежом — предпочитают находиться «под крылом» крупной, известной компании. И в нашем сегменте они предпочитают развиваться, продвигая товар известных брендов. Это — традиционный и более легкий путь. Но мы изначально решили пойти своей дорогой. В Европе, откуда мы получаем товар, очень высока

степень диверсификации производства. Схожий продукт можно получать с разных фабрик. Нам удалось сформировать целостную ассортиментную линейку из продукции разных известных производителей. При этом мы руководствовались принципом: «высочайшее качество — минимальная стоимость». Конечно, на это ушло немало времени, но опыт позволил нам отобрать лучшее из того, что предлагает сегодня рынок. Это — классная продукция. И в то же время она в среднем дешевле, чем аналоги, с которыми работают другие российские поставщики.

Мы во всем стараемся применять нестандартные подходы. Прежде всего, стремимся понять, насколько тот или иной товар будет сегодня востребован. Если потребности потенциальных клиентов и наши возможности совпадают, мы берем новую товарную группу, расширяем ассортимент. Таким образом, на сегодняшний день он включает уже примерно полторы тысячи артикулов.

**О каких видах товара идет, прежде всего, речь?**

На сегодняшний день мы полностью сконцентрировались на профессиональном уборочном инвентаре. Для несведущего человека уборочный инвентарь это — швабра, веник, совок. Но в нашем случае речь идет о профессиональном инструменте, предназначенном в первую очередь для предприятий пищевой промышленности.

Это всевозможные ручные щетки, щетки для пола, ерши, скребки, лопаты, ведра, ковши, инструмент с водоподачей и мн. др. Подробную информацию о нашей продукции можно получить на новом сайте компании [www.rivarus.ru](http://www.rivarus.ru).



Конечно, весь этот инвентарь разительно отличается от того, что используется при домашней уборке. Он изготовлен из специального непористого пластика, химически стойкого и способного выдерживать температуры от минус 20 до плюс 120 градусов. Благодаря этому есть возможность весь инвентарь обрабатывать в автоклавах или использовать моющие средства. Его преимущества — высочайшая прочность, монолитность поверхности, что препятствует размножению и проникновению бактерий. В щетках используется щетина из полиэстера PBT, которая не впитывает влагу, отличается высокой износостойкостью. Крепления для щетины сделаны из прочнейшей пищевой нержавеющей стали.

То, что поставляемый нами моющий инвентарь — это профессиональный инструмент, подразумевает свои подходы к использованию. Под каждый участок, под каждое отверстие, трубу, решетку мы предложим специальный инструмент, с помощью которого можно провести его очистку, причем сам процесс будет максимально удобным, комфортным для работника.

Огромный ассортимент предлагаемого нами инструмента все время расширяется, и надеюсь, что предела этому не будет.

Помимо того, что мы предлагаем уже готовый инструмент, нередко бывают нестандартные заказы. Мы работаем



и со щетками так называемого «английского стандарта», где щетина крепится с помощью скоб, а затем основание щетки заливают эпоксидной смолой. Есть в ассортименте и инвентарь, который можно обнаружить металлодетекторами – например в том случае, если отколется частичка. Передовые пищевые производства стремятся работать именно с таким инструментом.

**Нельзя не отметить и привлекательный вид предлагаемой вами продукции: разнообразие цветовых решений, например.**

Дело в том, что цвет инструмента имеет практический смысл. В Европе давно действует, а в России сейчас внедряется Система управления безопасностью пищевых продуктов — ХАССП (англ. Hazard Analysis and Critical Control Points — анализ рисков и критические точки контроля). Эта система обеспечивает контроль на всех этапах производства продуктов, в любой точке их производства, хранения и реализации, где могут возникнуть опасные ситуации, и используется предприятиями пищевой промышленности. Наша компания — стратегический поставщик профессионального уборочного инвентаря ХАССП в России ([www.fiwarus.ru](http://www.fiwarus.ru)).

Директора пищевых производств и, кстати, представители контролирующих органов хорошо знают, насколько может пострадать качество выпускаемых продуктов, если будет плохо выполнена уборка производственных площадей. В стандарте ХАССП подробно рассматривается организация уборочного процесса в цехах, так как это — один из немаловажных показателей того, что выпускаемая продукция безопасна и соответствует всем стандартам.



Специалистами стандарта ХАССП разработана система цветового кодирования. Суть ее заключается в разделении предприятия на зоны уборки по цветам для того, чтобы не произошло перекрестного загрязнения. Это препятствует переносу бактерий между зонами с высокой и малой бактериологической нагрузкой.

Прежде, чем купить уборочный инвентарь, необходимо определиться, для каких зон его планируется использовать. А следовательно, какого цвета нужно приобрести расходные материалы.

Данная система цветового кодирования уборочного инвентаря обеспечивает

полный контроль гигиены производства. Менеджмент персонала по уборке помещений также становится более рациональным, так как выстраивается четкое представление зон и того, какие инструменты нужны для уборки той или иной территории. Но главное — это исключение перекрестного загрязнения.

И цветовые решения множатся. Если 10 лет назад использовались только 4 цвета, то сегодня уже 10. Это общевропейская тенденция. Там увеличивают количество цветовых решений в связи с аллергенностью некоторых продуктов. Их производство требует цветового кодирования, так как это тоже — зона риска.



**Нам удалось сформировать целостную ассортиментную линейку из продукции разных известных производителей. При этом мы руководствовались принципом: «высочайшее качество — минимальная стоимость».**

**Технический регламент ЕАЭС «О безопасности пищевой продукции» обязывает предприятия пищевой промышленности внедрять процедуры, основанные на принципах ХАССП. Можно предположить, что спрос на ваш товар будет в связи с этим расти.**

Возможно. Наши сегодняшние клиенты — высокоэффективные компании, организация работы которых отвечает самым передовым мировым стандартам. Уверен, что их круг будет постепенно расширяться. Тем более что в пищевой отрасли все отчетливее видны перспективы организации экспорта продукции и соответствие производства требованиям ХАССП при этом будет дополнительным козырем в конкурентной борьбе.

Что касается спроса на нашу продукцию, то он растет в основном за счет появления в стране новых пищевых производств и особенно — благодаря расширению уже действующих. Новые производственные площади требуют нового уборочного инвентаря.

**Значит, перспективы дальнейшего роста очевидны?**

Да, конечно. Но дело в том, что при обширнейшем ассортименте предлагаемой продукции, при наличии десятков крупных постоянных клиентов, при нашей географии поставок — от Калининграда до Камчатки — мы были и остаемся небольшой компанией. Такова уж специфика нашего бизнеса: поставляем товар не фурами, не вагонами. Как правило, заказ уместа-

ется в одну-две коробки. И потребность в закупках нового уборочного инвентаря возникает у клиентов не так уж часто. Это «побочный эффект» высочайшего качества поставляемой нами продукции. Помимо всего прочего, оно долго служит, даже при ежедневном использовании в трехменном режиме — не меньше года.

Тем не менее я уверен, что и в дальнейшем наша компания будет работать стабильно.

**На чем основана эта уверенность?**

Мы предлагаем продукцию премиального качества: инструмент сам себя хвалит. Его по достоинству оценили уже

многие профессионалы пищевой отрасли. Высочайшее качество товара к тому же подтверждено сертификатами, множеством тестов и наград. Кстати, совсем недавно мы провели пересертификацию всей поставляемой продукции в соответствии с новыми требованиями. То есть клиенты получают инструменты со всеми необходимыми документами.

Наши партнеры успели по достоинству оценить и широкий ассортимент продукции, который всегда имеется на складе в Москве и оперативно доставляется заказчику проверенными логистическими компаниями. Основные принципы работы нашей фирмы — индивидуальный подход и высокий сервис для каждого клиента — мы успешно реализуем уже десять лет и поэтому имеем в нашем сегменте рынка прекрасную репутацию.

Очень благоприятная обстановка сложилась и внутри самой компании. Казалось бы, мы занимаемся уже много лет одним делом, которое многим может показаться рутинным. Но все члены нашей команды интереса к работе не теряют, стараются подходить к своему делу творчески.

Все это и позволяет нам с уверенностью смотреть в будущее.





# ПТП ФОМАЛЬГАУТ

## Мечта, воплощенная в жизнь

*Еще не так давно отечественный рынок полуфабрикатов из мяса птицы испытывал засилье со стороны зарубежных производителей, предлагавших зачастую не вполне качественную продукцию. Но снижение импортных поставок стало шансом для многих отечественных компаний.*

*Воспользовалась этим шансом и компания «ПТП Фомальгаут», о деятельности которой нам рассказал ее генеральный директор — Игорь Анатольевич Колесник.*



**Игорь Анатольевич, расскажите об истории создания вашей компании.**

Сразу после службы в армии я пошел работать грузчиком на предприятие «МДенер», занимавшееся производством куриных полуфабрикатов. Одним из этапов такого производства является обвалка, после которой остаются отходы в виде костей. Я увидел, что эти кости просто выбрасываются, и нашел им применение. А учредитель предприятия, обратив внимание на мою смекалку, предложил мне занять должность заведующего производством. Я влюбился в то дело, которым начал заниматься, так, что даже пошел учиться, чтобы иметь более глубокие знания в этой области. Проработав в качестве завпроизводством около трех лет, за которые фирма достигла очень хороших результатов, я почувствовал, что смогу добиться чего-то большего. Сначала мне предоставилась возможность получить бесценный опыт ведения дел на крупнейших предприятиях мясоперерабатывающей промышленности — ОАО «Царицыно» и ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат». А затем я сделал еще один шаг вперед и создал собственную компанию.

**Мы собираемся заняться выращиванием птицы: уже приобрели землю, на которой в следующем году начнем строить птичники.**

**Было ли у вас что-то еще, кроме опыта?**

Желание. Просто большое желание. Я стремился добиться в жизни чего-то значимого, а также хотел иметь возможность помогать родным и близким. У меня это получилось, хотя я и начинал с нуля. И я думаю, что каждый человек, если у него есть желание, сможет добиться в жизни многого.

**С чем связано название компании — «Фомальгаут»?**

Фомальгаут — это самая яркая звезда в созвездии Южной Рыбы. Когда-то мечта о собственной фирме казалась мне столь же недостижимой, как звезда с красивым именем. И когда я создал свою компанию, то решил дать ей это название в знак мечты, воплощенной в жизнь.

**Мы хотим предложить людям такой продукт, который можно сразу отправлять на сковородку или в духовку, не затрачивая времени на предварительную подготовку.**

**Какие направления деятельности стала осваивать созданная вами компания?**

Мы начали заниматься производством сырья на корм непродуктивным животным, мяса птицы механической обвалки и куриного фарша.

**Какое из этих направлений деятельности является основным?**

Пока основным направлением деятельности «ПТП Фомальгаут» является производство сырья, из которого затем изготавливают корма для животных. Но в данный момент мы осуществляем перезагрузку нашего предприятия с целью наладить выпуск продуктов питания, для чего собираемся переезжать на новую производственную площадку. И хотя мы уже давно выпускаем продукцию, которую используют в производстве мясных изделий для употребления в пищу людьми, теперь мы хотим существенно увеличить объем производства пищевых

товаров и расширить их ассортимент. Так, мы планируем выпускать натуральные охлажденные продукты быстрого приготовления — куриную разделку с уже добавленными специями и пряностями (что касается вкусоароматических композиций, то в деле их создания мы собираемся сказать свое собственное слово). В общем, мы хотим предложить людям такой продукт, который можно сразу отправлять на сковородку или в духовку, не затрачивая времени на предварительную подготовку.

**Что позволяет вашей компании крепко стоять на ногах и успешно развиваться?**

Во-первых, работа сплоченной команды «ПТП Фомальгаут», способной решать самые сложные задачи, какие только есть в нашем деле. Во-вторых, регулярное обновление и модернизация нашего производственного оборудования, ведь в немалой степени от него зависит качество выпускаемой продукции. В-третьих, отношение к клиентам. Мы всегда доброжелательны и во многом идем им навстречу, например, предоставляем отсрочку платежа за поставленный товар.

**Есть ли у вас еще какие-либо планы кроме переезда производства на новую площадку?**

Переезд — дело уже почти свершившееся. А планы, конечно, есть. Ведь отсутствие движения вперед — это верный шаг к разорению. Мы, например, собираемся заняться выращиванием птицы: уже приобрели землю, на которой в следующем году начнем строить птичники. Активно работаем над задачей по созданию собственных торговых мест, на которых и будем реализовывать произведенную из мяса птицы продукцию. Так что приглашаем заинтересованных лиц и организации к взаимовыгодному сотрудничеству.

# СПУМ ФУДС

**Spoon®**  
Luxurious  
syrup

## Кризис как катализатор развития

**Активный курс на импортозамещение взят в нашей стране в 2014 г. Однако в отрасли есть предприятия, которые гораздо раньше начали насыщать рынок отечественными продуктами, чтобы потеснить зарубежные. ООО «Спум Фудс» — постоянно растущая производственная компания, импортозамещение для которой составляет суть повседневной деятельности все восемь лет существования. Наш собеседник — генеральный директор компании Анна Анатольевна Базарнова.**

**Анна Анатольевна, когда и почему был создан «Спум Фудс»?**

Наверное, основной причиной возникновения компании стал экономический кризис. Не сегодняшний, а предыдущий, 2008 года. Я тогда возглавляла одну из производственных фирм пищевой отрасли, опыт работы имела уже солидный, и неожиданно для себя получила интересное предложение от компаний, продающих в России топпинги. Чтобы было понятно, поясню: топпинг — это наполнитель, десертный соус, который ко всему прочему служит для украшения блюд. Он очень широко используется, например, в ресторанах, барах, кафе, где подают мороженое. Если представить, сколько таких заведений у нас в стране, то станет понятно, что потребность в топпингах и тогда, и сегодня была значительная. Но в кризисные годы курс евро заметно вырос, а на нашем рынке топпинги были представлены только зарубежными производителями — из Италии, Франции, Чехии, Польши... Соответственно, цены взлетели вверх. Вот поэтому мне и предложили создать, по сути, импортозамещающую компанию, организовать производство российских топпингов.

**И вам это удалось...**

Да. Я смогла подобрать команду хороших специалистов, которые понимали сложность поставленной перед нами задачи, но при этом взялись за ее решение с азартом, увлеченно. Впрочем, как и я сама. Начинали мы, конечно, с изучения зарубежных аналогов, но при этом изначально решили, что копирование — не наш путь. Ориентировались на создание своих оригинальных рецептов, которые, как минимум, не уступали бы лучшим зарубежным образцам. «Испытывали» новинки на себе, своих родных и близких. Исходили из того, что вкус должен обязательно нравиться нам самим. Вскоре его по достоинству оценили и заказчики, как,



впрочем, и цену нашей продукции, которая была практически вдвое ниже импортных аналогов.

**Получается, что кризис явился и причиной появления, и катализатором развития вашей компании?**

Да. Причем нынешний кризис также послужил импульсом для роста. Мы давно подумывали над освоением выпуска сиропов, которые продолжают ввозить в Россию из-за рубежа. А тут — новый рост курса евро. И мы без малого два года назад освоили производство сиропов в стеклянной таре для баров и ресторанов. Сейчас выпускаем около 80-ти видов сиропов, скоро и до сотни доберемся.

**Ассортимент продукции расширяется. Вероятно, и объемы производства при этом возрастают?**

Конечно, и очень значительно. Наш бренд уже хорошо знают на рынке. Дилеры «Спум Фудс» есть во многих российских регионах, а также в Белоруссии,

Армении. Спрос на нашу продукцию постоянно растет.

**В производстве вы используете российское сырье?**

Сахар, конечно, российский, фруктовые соки — отчасти тоже. Но что касается натуральных ароматизаторов, то они в основном импортные. Хотя в последнее время стали появляться и вполне достойные отечественные образцы, что меня, честно говоря, очень радует. Если они отвечают всем нашим требованиям, мы охотно используем их. Здесь основной критерий — качество. Контролируем его очень тщательно, всегда соблюдаем все нормы и правила, предъявляемые к продукции, которую выпускаем. Мы должны убедить потребителя, что качество наших сиропов и топпингов ни в чем не уступает лучшим зарубежным аналогам всемирно известных брендов. Судя по производственным показателям, отзывам клиентов, росту востребованности продукции под маркой «Спум Фудс», нам это удастся.

# НПО «ТЕХНОЛОГИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ»



## Технологическое оборудование под заказчика

**Упаковка — это не просто оболочка, обеспечивающая сохранность того или иного продукта. Она является средством продвижения товара и увеличения продаж. Этим и объясняется колоссальное разнообразие индивидуальной (потребительской) упаковки. Но чтобы изготовить такую упаковку, необходимо оборудование, учитывающее ее конструкцию и дизайн, конкретные особенности производства, имеющиеся площади, коммуникации и т.д. Именно такое индивидуальное оборудование для каждого клиента разрабатывает и производит НПО «Технологии Машиностроения». О деятельности компании и ее положении на рынке рассказывает генеральный директор НПО «ТехноМ» — Валерий Анатольевич Анисимов.**



**ВАЛЕРИЙ АНАТОЛЬЕВИЧ  
АНИСИМОВ,**  
генеральный директор

**Валерий Анатольевич, расскажите о том, как было создано НПО «Технологии Машиностроения».**

В 2005 г. при перебалансировке компании было создано конструкторское подразделение, которое разрабатывало технологическое оборудование под ее нужды. Однако кризис 2008 г. сильно ударил по производителям продукции, в том числе и по перебалансированной фирме. Она закрылась, а на базе упомянутого мной подразделения было создано НПО «Технологии Машиностроения», сохранившее весь конструкторский коллектив.

**Что на сегодняшний день представляет собой ваша компания?**

Сегодня НПО «Технологии Машиностроения» — это компания, которая занимается разработкой, производством, установкой и наладкой упаковочного и технологического оборудования. У нас есть собственное конструкторское бюро, которое разрабатывает разнообразное технологическое оборудование, производственно-технологическая база, где по чертежам конструкторов изготавливают заказанную технику, и сборочное производство, на котором осуществляются финальная сборка и наладка оборудования.

**Какие типы оборудования предлагает ваша компания?**

Разрабатываем оборудование для индивидуальной и групповой упаковки продукции, оборудование для групповой упаковки в транспортную тару, комплексные автоматические линии для упаковки продукции под конкретные условия и задачи потребителя, проекты автоматизации производства. Кроме того, проектируем довольно сложное нестандартное оборудование, в том числе с использованием робототехнических комплексов для нужд других производств.

**Что отличает вашу компанию от конкурентов?**

Компания выпускает оборудование для упаковки продукции, которое в условиях разнообразия видов упаковки и с учетом специфических требований конкретного заказчика очень трудно поддается унификации и в то же время может максимально соответствовать требованиям заказчика. В нашем оборудовании используются комплектующие изделия таких известных компаний, как Festo, SMC, Omron, Rittal. И по техническим характеристикам наше оборудование не уступает европейскому. При этом цена на продукцию от НПО «ТехноМ» в среднем на 20–30% ниже цен на европейские аналоги. Кроме того, наличие собственной технологической базы, развитая кооперация с отечественными машиностроительными компаниями и долгосрочные партнерские взаимоотношения с поставщиками комплектующих изделий дают возможность оперативно решать возникающие проблемы, оказывать техническую поддержку и проводить сервисное обслуживание. Все это и создает наши конкурентные преимущества.

**Сказался ли кризис на деятельности предприятия?**

Да, сказался. У наших сотрудников, как и у большинства населения России, из-за роста инфляции значительно сни-

зились реальные доходы, и компания не могла не пойти на затраты, связанные с повышением заработной платы.

Пострадали от кризиса и наши потенциальные заказчики — боясь дальнейших потерь, они начали экономить, существенно сократив также и затраты на оборудование. И только сейчас наступила некая оттепель: многие уже привыкли к снижению доходности и готовы развиваться дальше, в том числе и за счет вложения средства в оборудование.

Но есть в кризисе и положительное для нас момент, заключающийся в том, что конкурировать по рублевым ценам стало проще.

**Расскажите о коллективе вашей компании.**

Наш дружный и творческий коллектив представляет собой сплав молодости и опыта. У нас трудятся люди разных возрастных поколений. В составе НПО «ТехноМ» — доктор технических наук, профессор, специалисты, имеющие опыт работы на предприятиях Минлегищемаша, специалисты, участвовавшие в создании орбитального корабля многоцелевого использования «Буран», молодые специалисты (выпускники МГТУ «Станкин»), прошедшие обучение по специализации «Робототехника и мехатроника». Есть у нас также программисты и люди других специальностей.

**Чего вы ждете от будущего?**

Преодоления кризисных явлений в экономике, роста деловой активности и увеличения потребности в дальнейшей автоматизации производств, в том числе и тех, на которых используется упаковочное оборудование. Оборудование НПО «Технологии Машиностроения», разрабатываемое и изготавливаемое с учетом специфических требований конкретного заказчика, поможет решить задачи автоматизации и повышения эффективности производств с наименьшими затратами.



**ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ\***



# ПРОД ЭКСПО

**6–10  
февраля 2017**



24-я международная  
выставка продуктов  
питания, напитков  
и сырья для их  
производства



Организатор:



При поддержке Министерства  
сельского хозяйства РФ

Под патронатом Торгово-промышленной  
палаты РФ

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

[www.prod-expo.ru](http://www.prod-expo.ru)

**Проверенные рецепты  
для успешного бизнеса**

\* Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее о рейтинге — [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)

18+



Реклама



## Рубрика: Герой номера

### **МЯСНОЙ КОМБИНАТ СТОЛИЧНЫЙ ООО....6, 4-я обл.**

**Адрес:** 129223, г. Москва, Проспект Мира, ВВЦ, д. 119, стр. 533  
**Тел.:** (499) 760-38-12  
**E-mail:** mks@bgtr.ru  
**http://www.stolichny.info**

## Рубрика: Экспертное мнение

### **Рыбная Биржа ООО ..... 10**

**Адрес:** 115419, г. Москва, 5-й Верхний Михайловский проезд, д. 6, стр. 3  
**Тел.:** (988) 081-20-89, (495) 954-90-87  
**E-mail:** gou-lili@mail.ru  
**http://www.rybnaya-birzha.ru**

## Рубрика: Лидер рынка

### **ПЛАТИРА ООО..... 14**

**Адрес:** 125599, г. Москва, Бусиновская Горка ул., д. 2  
**Тел.:** (966) 031-21-69, (903) 533-00-77, (903) 742-85-95  
**E-mail:** office@platira.com  
**http://www.platira.com**

### **МУКСУН ООО ..... 18**

**Адрес:** 125599, г. Москва, Ижорская ул., д. 3  
**Тел.:** (495) 755-03-99  
**E-mail:** info@sahafish.ru  
**http://www.sahafish.ru**

### **Солигаличский консервный завод СППК.....22**

**Адрес:** 157170, Костромская обл., Солигаличский район, ж.д. ст. Солигалич, д. 14  
**Тел.:** (49436) 5-14-21, (49436) 5-13-05  
*Московское представительство:*  
**Адрес:** 109029, г. Москва, Сибирский проезд, д. 2, стр. 8  
**Тел.:** (495) 787-66-42, (495) 787-66-43  
**E-mail:** solkonserv@inbox.ru  
**http://www.jamprom.ru**

## Рубрика: Прорыв

### **Примус Интер Парес ООО .....26**

**Адрес:** 117403, г. Москва, Востряковский проезд, д. 106, стр. 7, оф. 38  
**Тел.:** (495) 765-10-70, (495) 236-83-06  
**E-mail:** info@primusint.ru  
**http://www.stillmodul.ru**

### **А-сервис ООО .....30**

**Адрес:** 192102, г. Санкт-Петербург, Волковский пр-т, д. 140 лит. А  
**Тел.:** (812) 646-83-35, (800) 700-98-33  
**E-mail:** info@s24alitet.ru  
**http://www.a24service.ru**

### **А-tech/Эй-тек ООО .....34**

**Адрес:** 143002, Московская обл., Одинцовский р-н, г. Одинцово, Западная ул., д. 13  
**Тел.:** (499) 390-03-97  
**E-mail:** info@a-techgroup.ru  
**http://www.a-techgroup.ru**

### **ECOS group/ЭКОС групп ООО .....35**

**Адрес:** 105523, г. Москва, Щёлковское ш., д. 100  
**Тел.:** (495) 937-27-92  
**E-mail:** info@meati.ru  
**http://www.ecosgp.com**

### **Автоклавы НПО ООО.....36**

**Адрес:** 117279, г. Москва, Введенского ул., д. 30, стр. 2  
**Тел.:** (495) 999-09-92  
**E-mail:** info@autoclaves.ru  
**http://www.autoclaves.ru**

### **Агрин ООО .....38**

**Адрес:** 105318, г. Москва, Ибрагимовна ул., д. 31  
**Тел.:** (495) 627-77-13  
**E-mail:** info@agrin-f.ru  
**http://www.agrin-f.ru**

### **АИФ Групп ООО.....39**

**Адрес:** 127106, г. Москва, Алтуфьевское ш., д. 27  
**Тел.:** (495) 797-38-44  
**E-mail:** aif7@aifgroup.ru  
**http://www.aifgroup.ru**

### **Вахнина и Партнеры ООО ..... 13**

**Адрес:** 107061, г. Москва, Преображенская пл., д. 6  
**Тел.:** (495) 231-48-40  
**E-mail:** ip@vakhnina.ru  
**http://www.vakhnina.ru**

### **ГОФРОТАРА ООО .....40**

**Адрес:** 144002, Московская обл., г. Электросталь, Горького ул., д. 38  
**Тел.:** (499) 390-00-16, (499) 404-10-28  
**E-mail:** zakaz@gofrotara.biz  
**http://www.gofrotara.biz**

### **Даймонд Продукт ООО/ГК Даймонд.....42**

**Адрес:** 125284, г. Москва, Вишневая ул., д. 9, корп. 1  
**Тел.:** (495) 783-01-90  
**E-mail:** info@gc-diamond.com  
**http://www.gc-diamond.com, http://www.spelo-zrelo.ru**

### **ДиПиПром ООО .....43**

**Адрес:** 125212, г. Москва, Адмирала Макарова ул., д. 2  
**Тел.:** (800) 555-55-76, (499) 703-00-38, (920) 623-00-33, (920) 932-33-34, (926) 585-41-31  
**E-mail:** info@dpprom.ru  
**http://www.dpprom.ru, http://www.дипипром.рф**

### **Долина-Сервис ООО.....44**

**Адрес:** 142800, Московская обл., г. Ступино, Загородная ул., вл. 1, стр. 1  
**Тел.:** (496) 642-02-02, (496) 647-66-56  
**E-mail:** nefedov@dse-st.ru

### **ЗНАКИ.РУ ООО ..... 17**

**Адрес:** 107061, г. Москва, Преображенская пл., д. 6  
**Тел.:** (495) 960-42-88  
**E-mail:** info@znaki.ru  
**http://www.znaki.ru**

### **ИЗОБРЕТАТЕЛЬ ООО .....46**

**Адрес:** 115054, г. Москва, Дубининская ул., д. 57, стр. 6  
**Тел.:** (495) 748-87-41  
**E-mail:** izotel@yandex.ru  
**http://www.izobretatel.biz, http://www.ponciki.ru**

**ИСИТ ООО.....48**

**Адрес:** 121357, г. Москва, Верейская ул., д. 29 А, оф. 45  
**Тел./факс:** (495) 221-59-10  
**E-mail:** povalyaev.alexei@i-tech.ru, pan@i-tech.ru  
**http://www.i-tech.ru**

**ИТП ПРОМБИОФИТ ООО.....50**

**Адрес:** 127299, г. Москва, Клары Цеткин ул., д. 4  
**Тел.:** (499) 150-27-64, (495) 459-06-18, (916) 747-27-46  
**E-mail:** itp@prombiofit.com  
**http://www.prombiofit.com**

**КВАДРАТ ООО.....52**

**Адрес:** 105264, г. Москва, Парковая 10-я ул., д. 18, пом. 1, ком. 1  
**Тел.:** (496) 552-24-35  
**E-mail:** kvadrat404@yandex.ru  
**http://www.kvadratroll.ru**

**Кондитерская фирма Зодиак ООО.....53**

**Адрес:** 125599, г. Москва, Маршала Федоренко ул., д. 3, стр. 1  
**Тел.:** (495) 486-02-90, (495) 486-44-03  
**E-mail:** hello@zodiak-tort.ru  
**http://www.zodiak-tort.ru**

**КП ООО.....25**

**Адрес:** 125371, г. Москва, Волоколамское ш., д. 95  
**Тел.:** (495) 644-38-01  
**E-mail:** info@kreispack.ru  
**http://www.kreispack.ru**

**ЛАВ ПРОДУКТ ООО.....56**

**Адрес:** 141402, Московская обл., г. Химки, Вашутинское ш., д. 9, стр. А  
**Тел.:** (495) 787-44-76  
**E-mail:** lavproduct@mail.ru  
**http://www.lav-product.ru**

**Наро-Фоминский хладокомбинат ОАО.....57**

**Адрес:** 143300, Московская обл., г. Наро-Фоминск, Московская ул., д. 15  
**Тел.:** (495) 580-58-90  
**Факс:** (496) 343-53-74  
**E-mail:** info@nzk.ru, bro@nzk.ru  
**http://www.nzk.ru**

**ОЛЕКС ХОЛДИНГ ООО.....29**

**Адрес:** 107076, г. Москва, 3-я Бухвостова ул., д. 4  
**Тел.:** (495) 789-37-23  
**E-mail:** olex@olex.ru  
**http://www.olex.ru**

**ПТП Фомальгаут ООО.....60**

**Адрес:** 140560, Московская обл., Озерский р-н, г. Озеры, кв-л Текстильщики, д. 45  
**Тел.:** (499) 714-90-57, (901) 184-91-57  
**E-mail:** ptp-fomalgaut@mail.ru  
**http://www.ptp-fomalgaut.ru**

**Реатэкс ОАО.....54**

**Адрес:** 115088, г. Москва, Угрешская ул., д. 33  
**Тел.:** (495) 679-38-47, (495) 679-38-12  
**Факс:** (495) 679-19-92  
**E-mail:** secretary@reatex.ru  
**http://www.reatex.ru**

**Рива Рус Центр Гигиены ООО.....58**

**Тел.:** (926) 914-72-64, (917) 566-63-43  
**E-mail:** info@riwarus.com  
**http://www.riwarus.ru**

**Спум Фудс ООО.....61**

**Адрес:** 141070, Московская обл., г. Королев, Пионерская ул., д. 1  
**Тел.:** (495) 540-45-00  
**E-mail:** news@O2.ru  
**http://www.spoombar.ru**

**НПО ТехноМ ООО.....62**

**Адрес:** 125222, г. Москва, Генерала Белобородова ул., д. 18, пом. II, комната 3  
**Тел.:** (495) 967-34-26, (495) 544-73-64  
**E-mail:** npo28@yandex.ru  
**http://www.tehnoupak.ru**

**Траскон Текнолоджи ЗАО.....33**

**Адрес:** 115230, г. Москва, Нагатинская ул., д. 4а, этаж 5  
**Тел.:** (495) 956-64-50  
**Факс:** (495) 956-42-24  
**E-mail:** a@tta.ru  
**http://www.tta.ru**

**ФармБерри ООО.....51**

**Адрес:** 105122, г. Москва, Щелковское ш., д. 9  
**Тел.:** (495) 212-20-93  
**E-mail:** farmaopt@inbox.ru  
**http://www.farmberry.ru**

**БИЗНЕС  
СТОЛИЦЫ**

**Журнал «БИЗНЕС СТОЛИЦЫ»  
Рекламный выпуск  
«Пищевая промышленность,  
оборудование и HoReCa»**

**Учредитель — ООО «Редакция  
«Бизнес столицы»**  
Главный редактор Бесчаснова К. А.  
**E-mail:** bizstol@mail.ru  
**http://www.bizstol.com**

Издание зарегистрировано в Управлении  
Федеральной службы по надзору в сфере  
связи, информационных технологий  
и массовых коммуникаций по Центральному  
Федеральному округу.

Свидетельство о регистрации средства  
массовой информации  
ПИ № ТУ50-02083 от 16.09.2014

Знак информационной продукции: +16

При перепечатке материалов ссылка  
на журнал «Бизнес столицы» обязательна.

Редакция не несет ответственности  
за точность информации, предоставленной  
участниками журнала.

Адрес редакции и издателя: 107113, г. Москва,  
Сокольническая пл., д. 4 А, пом. III, комн. 34

Издание отпечатано в ООО «ВИВА-СТАР»  
Адрес типографии: 107023, г. Москва,  
ул. Электрозаводская, д. 20, стр. 3

Порядковый номер 6  
Тираж 5 000 экз. Цена свободная  
Подписано в печать 01.09.2016  
Дата выхода 09.09.2016

**По вопросам размещения информации  
и рекламы в журнале «Бизнес столицы»  
обращаться по телефонам:  
(495) 971-92-05, (495) 979-65-52,  
(926) 342-19-12**



# АГРОПРОДМАШ–2016

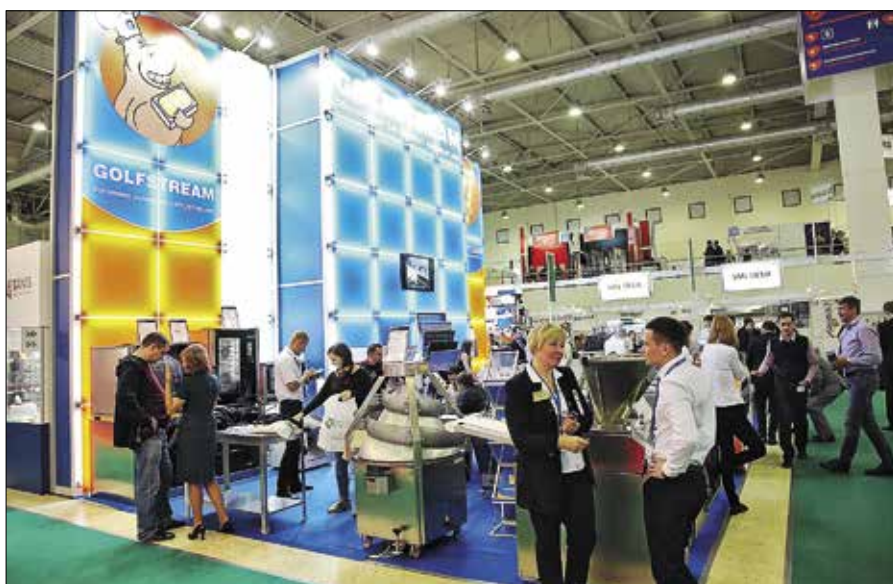


**АГРОПРОДМАШ**

**Ежегодно предприятия в поисках новых решений в области автоматизации производств, высокотехнологичного и энергоэффективного оборудования приходят на выставку «АГРОПРОДМАШ». Международная выставка «Оборудование, машины и ингредиенты для пищевой и перерабатывающей промышленности — «АГРОПРОДМАШ» демонстрирует технологические решения для 30 отраслей пищевой промышленности и всех этапов производства.**

В выставке участвуют более 700 компаний из 30 стран мира. На стендах участники демонстрируют возможности применения оборудования на российских заводах и фабриках, специализирующихся на переработке мяса, птицы, зерна, фруктов, овощей и производстве кондитерских изделий, молочных продуктов, консервов, соков, безалкогольных и спиртных напитков, пива, макаронных изделий, чая, кофе, молока и растительного масла. Прямой контакт с целевыми посетителями дает возможность предоставить развернутую и наглядную информацию о преимуществах внедрения специализированных решений на предприятиях.

По данным официального аудита в 2015 г. выставку посетило более 20 тыс. посетителей из 59 стран мира и более 1000 городов всех федеральных округов РФ. При этом 80 % посетителей — главы компаний, владельцы и руководители подразделений. 89 % участников отметили, что достигли целей при посещении выставки — установили и поддержали деловые контакты, нашли новых клиентов и рынки сбыта, увеличили объемы продаж, презентовали новые продукты. 90 % посетителей остались довольны составом участников и уровнем организации выставки, а также готовы рекомендовать партнерам посетить «Агропродмаш».



«Агропродмаш–2016» состоится 10–14 октября 2016 г. в Москве, в ЦВК «Экспоцентр». Выставка проходит при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, а также под патронатом Торгово–промышленной палаты РФ. Организатор выставки — ЗАО «Экспоцентр». Больше информации о выставке — <http://www.agroprod mash-expo.ru/>



# ВСЕ ОТРАСЛИ ПИЩЕПРОМА

21-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

[www.agroprod mash-expo.ru](http://www.agroprod mash-expo.ru)



# АГРО ПРОД МАШ

10–14  
октября 2016

## «АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2016»

8-я международная выставка-салон  
«Комплекующие, агрегаты  
и материалы для пищевого прома»



Выставка №1  
в России\*

Организатор:



При поддержке:  
- Министерства сельского хозяйства РФ  
- Министерства промышленности  
и торговли РФ

Под патронатом Торгово-промышленной  
палаты РФ

Генеральный  
информационный  
партнер:



Информационный  
партнер:



Официальный  
интернет-партнер:



\* Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.  
Подробнее – [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)







Качественная  
мясная гастрономия



**БОГАТЫРЬ**



**18 лет на рынке**  
колбас и мясных деликатесов

ООО «Мясной Комбинат Столичный»  
129223, г. Москва, Проспект Мира, ВВЦ, д. 119, стр. 533  
Тел: +7(499) 760 38 12  
[www.bgtr.ru](http://www.bgtr.ru)

