

# Индустрия пищевых ингредиентов: итоги 2015 года

Прошедший 2015 год оказался весьма непростым для всех, кто связан с пищевым бизнесом – и для производителей продуктов и напитков, и для поставщиков сырья и ингредиентов. Основные трудности были связаны с ростом цен на сырье и ингредиенты. Цены на российские сырьевые ком-

поненты выросли после введения санкций на поставки отдельных видов продукции из некоторых стран, на импортные сырье и ингредиенты – в связи с ростом стоимости доллара и евро. Кроме того, в СМИ усилились потоки негативной, часто недостоверной, информации о некоторых пище-

менными. Все это привело к изменениям в ассортименте продуктов питания, и как следствие в пищевых технологиях, решение этих вопросов невозможно без применения качественных и отвечающих регламентируемым требованиям безопасности микроингредиентов.

Мировые тенденции развития производства и использования пищевых микроингредиентов связаны с разнообразием их технологических функций, а их применение позволяет создавать широкий ассортимент пищевых продуктов с высоким уровнем качества, так как в современных рыночных условиях продукты должны быть не только вкусными и полезными для здоровья, но и конкурентоспособными. Решению всех этих задач способствуют инновационные технологии разработки и использования микроингредиентов.

Традиционно основными потребителями пищевых ингредиентов являются мясоперерабатывающая, кондитерская, хлебопекарная, молочная, масложировая, пищекокцентратная отрасли, а также производство безалкогольных и алкогольных напитков, фармацевтическая и косметическая промышленности. За последние годы значительно расширился ассортимент пищевых продуктов в целом, в том числе продуктов для здорового питания, что, безусловно, связано с ростом потребности в безопасных и качественных пищевых ингредиентах, которые получили широкое применение и в России, и за рубежом. Использование пищевых

добавках. Некоторые фракции Государственной Думы выступили с законодательными инициативами, которые должны запретить применение ряда пищевых добавок, ГМО, пальмового масла и изменить их маркировку на упаковке. Все это только усложнило ситуацию на рынке.

и биологически активных добавок, функциональных компонентов, ароматизаторов, технологических функциональных веществ является одним из важнейших условий современного производства пищевых продуктов заданного состава и свойств, сохраняющих качество и безопасность в течение всего срока годности, интенсификации переработки пищевого сырья, совершенствования технологий, расширения их ассортимента.

Применение пищевых ингредиентов требует понимания сложных процессов и превращений, которые претерпевает пищевая система в ходе технологического потока, с учетом ее состава, свойств; функциональных свойств пищевых добавок, эффекта синергизма, особенности технологий их внесения, оценки эффективности их использования, в том числе экономической.

Включение пищевых микроингредиентов в перечень продукции, запрещенной к ввозу РФ, поставило предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности в довольно сложную ситуацию, так как Россия является высоко импортзависимой по данной группе товаров. Оперативное решение этого вопроса за счет внесения соответствующих изменений в постановление и разрешение поставок микроингредиентов свидетельствует, с одной стороны, о понимании значения пищевых микроингредиентов в выпуске пищевой продукции, а с другой стороны – это сигнал о необходимости развития собственной индустрии

пищевых ингредиентов. В противном случае решить вопросы продовольственной безопасности страны невозможно, так как можно иметь сырье, но его не перерабатывать в полноценные пищевые продукты и ингредиенты. И это сигнал федеральными органами власти был принят во внимание: определены новые направления развития АПК, готовятся программы поддержки производителей, созданы экономические зоны.

Представители компаний, поставляющих пищевые ингредиенты, рассказали о том, каким был прошедший год для их бизнеса и всего рынка в целом, какие тенденции проявились наиболее ярко, что ожидает, по их мнению, индустрию пищевых ингредиентов в ближайшем будущем.

Необходимость наличия в стране собственного развитого производства пищевых микроингредиентов была очевидна и ранее, а события двух последних лет стали своеобразным катализатором для принятия решения о подготовке Программы развития производства микроингредиентов на период до 2030 года (далее Программа). Разработка проекта Программы осуществляется совместными усилиями двух организаций – Союзом производителей пищевых ингредиентов и ВНИИ пищевых добавок. В основу проекта Программы положена Концепция развития отечественного производства пищевых микроингредиентов, разработанная ВНИИПД на период до 2025 года. Бизнес-сообщество отрасли рассчитывает на успешную реализацию данного направления деятельности СППИ.

Сегодня, когда пищевые ингредиенты играют грандиозную роль в создании продуктов питания, а рынок пищевых ингредиентов стремительно развивается, координация предпринимательской деятельности в данной об-

ласти, представительство и защита коллективных интересов участников рынка ингредиентов, информационное обеспечение производителей, потребителей достоверными сведениями о пищевых ингредиентах и принципах их применения стали насущной необходимостью!

**Сергей Краус, д.т.н., председатель Правления Союза Производителей Пищевых ингредиентов**



Сегодня можно с полной уверенностью сказать, что наличие координирующего органа отрасли ингредиентов, который был создан в 2001 году, является насущной необходимостью как с целью формирования и развития общенационального рынка пищевых ингредиентов (пищевых и биологически активных добавок, ароматизаторов, технологических вспомогательных средств) в России, и странах ЕАЭС, так и для представительства и защиты коллективных интересов его членов в государственных органах власти и органах местного самоуправления, общественных и иных организациях, обеспечения государственно-правовой помощи участникам рынка пищевых ингредиентов, направленной в первую очередь на поддержку национальных производителей, основу производства которых составляют современные технологии, способы управления и контроля качества продукции. Важной сферой деятельности является и информационное обеспечение производителей, потребителей и граждан России достоверными сведениями о пищевых ингредиентах, особенно с учетом массового «мракобесия» СМИ и телевидения, и постоянных атак на производителей продуктов питания.

По поводу многих пищевых добавок и сырьевых компонентов на уровне узких специали-

стов идут научные споры, отголоски которых доходят и до общественного сознания. Многие в этих спорах не имеют ничего общего со здоровьем, а определяется экономикой и провоцируется тривиальной конкурентной борьбой. Человеку, который не является специалистом в этой области, сложно разобраться в клубке противоречивых мнений, постоянно выплескивающихся в СМИ: и это вредно, и то вызывает аллергию. Но вредным может стать вообще любое вещество, если не знать меры и «пихать» его куда попало. Применение же каждой пищевой добавки регламентируется соответствующими нормативными документами, которые в нашей стране проходят экспертизу в Роспотребнадзоре и НИИ питания. Ничего опасного для здоровья к использованию в пищевой промышленности эти государственные учреждения не пропускают!

Не без сожаления, приходится констатировать тот факт, что и многие госслужащие, обладающие законодотворческой функцией, подвержены соблазну популизма и выплескивают в СМИ очередные законодотворческие инициативы (то о запрете пищевых добавок, пальмового масла, продукции с ГМО, сладостей и безалкогольных напитков с высоким уровнем сахара и прочее, то введение дополнительных акцизов и сборов), будоражащие общественное сознание, тем самым спекулируя на вопросах здоровья потребителей и защиты их прав. Борьба с некачественной, фальсифицированной продукцией, недобросовестными производителями должна проводиться в рамках административного и уголовного кодексов РФ, соответствующие статьи и меры наказания там хорошо прописаны, и это вполне действующий инструмент.

Введение же ограничительных мер на применение отдельных сырьевых компонентов, ограничения перечня пищевых добавок, дополнительных требований к маркировке не решают вопросов борьбы с фальсификатами, обеспечения качества и безопасности продуктов питания в целом, не повысит культуру промышленного производства, так как только строгое соблюдение действующих нормативных актов РФ и

ЕАЭС, надлежащий контроль со стороны надзорных органов, а также применение норм административного и уголовного кодекса в части соблюдения требований Технических регламентов способно обеспечить достойный уровень качества пищевой продукции для потребителей. Меры должны приниматься к недобросовестному производителю! В целом большинство инициатив в отношении регулирования пищевой отрасли составляются без учета действующего национального законодательства и международных обязательств Российской Федерации и являются популистской мерой, направленной на расшатывание такого важного сектора экономики РФ как пищевая и перерабатывающая промышленность и дестабилизацию внутреннего потребительского рынка!

Отраслевые объединения, ассоциации и союзы, в том числе и СППИ, ведут активную работу по оценке законодательных инициатив, и анализу их влияния на развитие пищевой индустрии. За эти годы СППИ была проделана большая работа по объединению усилий многих участников рынка пищевых ингредиентов для становления и развития отечественной индустрии ингредиентов и успешной деятельности каждого производителя. Мы верим, что совместные усилия бизнес-сообщества, государственных органов и научных организаций позволят создать и возродить промышленное производство микроингредиентов в РФ и повысить уровень их профессионального применения в пищевых производствах.

Я думаю, что не буду оригинальна, перечисляя те очевидные трудности, с которыми столкнулось большинство компаний, оперирующих на российском рынке пищевых ингредиентов. Любопытно, что для меня значение и приоритетность этих факторов существенно поменялись в течение года. Ранее моей задачей была защита интересов и продвижение на российском рынке интересов зарубежных производителей пищевых ингредиентов. Отслеживание всех нюансов введенного запрета на ввоз тех или иных ингредиентов, поиск альтернативных продуктов и поставщиков для сохранения возможности поставок продукции клиентам – все это было первоочередной задачей в период ввода запретов на поставки ряда продуктов из европейских стран. Но могу не отметить поддержку со стороны Союза производителей пищевых ингредиентов и то, как быстро он отреагировал на прошлогодние события, в значительной мере поспешествовав корректировке перечня ингредиентов, попавших под санкции.

Моей задачей также стал поиск тех новых направлений и продуктов, которые помогли бы компании оптимизировать продуктовую матрицу и предложить российским производителям продуктов питания новые ингредиенты, привлекательные как с точки зрения создания новых продуктов, так и с точки зрения экономической эффективности. Ярким примером могут являться различные белковые ингредиенты, такие, например, как концентраты, изоляты и гидролизаты сывороточных и молочных белков. Использование подобных ингредиентов позволило многим производителям молочных продуктов решить проблемы, связанные с нестабильностью качества молочного сырья и недостаточным уровнем содержания белка в поставляемом молоке. Особое значение увеличение поставок белковых ингредиентов – концентратов сывороточных и молочных белков, коллагена и т.д. – сыграло в развитии индустрии спортивного питания. До недавнего времени данный сегмент рынка практически полностью контролировался иностранными производителями, резкое сни-

Эмбарго, снижение курса рубля и общее снижение покупательной способности, связанное с кризисом

**Яна Петыш, директор по маркетингу ООО «РУСХЛЕБ»**



Эмбарго, снижение курса рубля и общее снижение покупательной способности, связанное с кризисом

жение курса рубля дало возможность российским производителям нарастить объемы производства и предложить потребителю аналогичную продукцию по более привлекательным ценам.

Импортозамещение на российском рынке в прошлом году можно было наблюдать не только на рынке конечной продукции, но и на рынке пищевых ингредиентов в связи с запуском российского производства тех или иных продуктов. Меня всегда интересовала возможность развития отечественного производства пищевых ингредиентов и тем приятнее мне представлять интересы нового российского производителя – компании «РУСХЛЕБ», созданной в сотрудничестве с ведущим научным центром хлебопекарной и макаронной промышленности России ГосНИИХП. В данном случае, основной сложностью стало то, что компания является абсолютно новым игроком на рынке и производители хлебопекарной продукции только начинают с ней знакомиться. В этом смысле для меня это стало это весьма интересной и амбициозной задачей – способствовать скорейшему продвижению «РУСХЛЕБА» на российском рынке ингредиентов и выводу компании на лидерские позиции. Естественно, что выход на рынок нового игрока в условиях кризиса – это задача действительно непростая. С другой стороны, именно сейчас производители заинтересованы в максимально возможном снижении себестоимости своей продукции без потери в качестве. «РУСХЛЕБ» предлагает такую возможность, предлагая производителям хлеба не просто сэкономить на издержках на сырье, но и зафиксировать цену на сырье на длительный период времени, что особенно актуально в условиях нестабильного курса рубля.

На мой взгляд, тенденция импортозамещения, которая уже очевидна в пищевой промышленности в целом, все в большей мере будет проявляться и в сегменте пищевых ингредиентов. Естественно, что мы не сможем достичь 100% замены импортных ингредиентов, и я не считаю, что в этом есть необходимость – все мы понимаем, что есть объективные причины, не позволяющие производить на территории

России те или иные ингредиенты. Самый очевидный пример – концентраты соков экзотических фруктов и ягод, которые просто не растут на территории России.

Между тем, есть и ингредиенты, производство которых на российском рынке вполне возможно. Запуск производства хлебопекарных улучшителей, посыпок и смесей ООО «РУСХЛЕБ» в Санкт-Петербурге; запуск в Белогорье производства пектина, строительство первой очереди завода по глубокой переработке сои на территории ТОР «Белогорск»; планы по производству жидкого лецитина компанией «Юг Сибири»; начало производства мицелированных форм натуральных пищевых ингредиентов, запущенное компанией «Акванова Рус», – все это примеры, подтверждающие рост доли российских производителей на рынке ингредиентов. На мой взгляд, в текущем году мы также сможем наблюдать как появление новых отечественных производителей на рынке пищевых ингредиентов, так и увеличение локализации импортной продукции – ведь уже сейчас многие из иностранных производителей не просто ввозят свою продукцию на территорию России, но и запускают локальное производство в целях снижения издержек.

Что касается российского пищевого рынка, на мой взгляд, скорее всего мы увидим очередное нарастание отставания от Западных стран. Мы и ранее наблюдали то, как с опозданием на несколько месяцев, а порой, и на несколько лет, на российском рынке появлялись продукты, уже давно известные и популярные на рынках Европы, – низкокалорийные, безглютеновые, продукты с необычными вкусами, необычной формы и цвета. Сейчас, к сожалению, многие производители не готовы запускать подобные новинки, опираясь на то, что потребитель в условиях кризиса скорее будет покупать продукты традиционные и давно знакомые. Я могу лишь отчасти согласиться с подобной позицией. Во-первых, отказываясь от новинок в период кризиса, производитель сам себя лишает возможности привлечения новых потребителей, возможности отстройки от конкурентов. Кризис – это не только время, когда по-

ра экономить, но и то время, когда нужно рисковать и завоевывать освобождающиеся рыночные ниши. Кроме того, мы все понимаем, что потребитель даже в условиях кризиса не готов лишать себя удовольствий – да, его доходы сократились; да, изменилась структура его покупок, но тем не менее никто из нас не готов отказать себе в удовольствии угоститься вкусной булочкой или печеньем – наградить себя чем-то вкусным после напряженного и непростого рабочего дня. В отношении кондитерского рынка, мы, скорее всего, будем наблюдать сдвиг потребительского спроса от сахаристых в сторону мучных кондитерских и хлебобулочных изделий. На фоне общего подорожания сырья в целом и какао-продуктов, в частности, влекущего за собой существенное удорожание шоколада, конфет и других видов сахаристых кондитерских изделий, мучная кондитерская и хлебобулочная продукция становится все более привлекательной для потребителя. Тем более, сейчас как никогда велико разнообразие продукции, которые предлагаются хлебопекарными производителями – многозерновые хлеба, булочки, хлебные и зерновые снеки, печенье, подушечки, разнообразная выпечка и т.д. Понятно, что российские производители вряд ли предложат потребителю такие радикальные новинки, как то, что можно увидеть сейчас на рынке Европы и США (например, зерновые снеки и чипсы из синей кукурузы или зеленый хлеб с чаем матча), но тем не менее на рынке есть как возможность предложить потребителю вкусные и интересные новинки, так и интерес к ним со стороны потребителя.

Естественно, что немаловажным моментом является и экономический аспект. Мы все наблюдали снижение интереса производителей к возможному запуску новинок – функциональные продукты, фитнес-продукты, продукты линии «здорового питания» – все это воспринималось производителями как не столько неинтересное для потребителя с точки зрения вкуса, сколько неинтересное с точки зрения затрат. На первый план вышел вопрос экономии – сможем ли мы снизить себестоимость продукции, повысить экономическую

эффективность предприятия. Сможем ли мы заменить сырье, запрещенное в рамках эмбарго, и не снизить уровень качества готовой продукции? Опять-таки, в подобных условиях основная задача импортозамещения – предложение российских ингредиентов, привлекательных не только с экономической точки зрения, но и с точки зрения качества, становится все более востребованным.

Особое значение эта проблема приобретает на рынке хлебопекарных ингредиентов. Невысокая маржинальность хлебопекарной промышленности – давняя беда российских хлебозаводов. Наиболее маржинальными позициями, приносящими хлебозаводам основную часть прибыли, являются как раз те позиции, о которых мы уже говорили ранее, – многозерновые, функциональные хлеба. Проблема состоит лишь в том, что при производстве таких хлебов предприятие зависит от поставок импортного сырья и, соответственно, высоких и нестабильных цен на ингредиенты.

Существенная доля российского рынка хлебопекарных ингредиентов (смесей, улучшителей, посыпок, заквасок и т.д.) на настоящий момент регулируется иностранными компаниями. Очевидно, что повышение доли российского сырья на рынке хлебопекарных ингредиентов и предложение отечественным производителям ингредиентов российского производства, не уступающих по своим характеристикам иностранным аналогам, позволило бы снизить зависимость отрасли от поставок импортной продукции.

**Александр Иванов, заместитель генерального директора по маркетингу и продажам B2B ТД «НМЖК»**



Масложировая отрасль, как в прочем и другие секторы экономики,

переживала и переживает серьезные экономические потрясения, которые, с одной стороны, сыграли в положительную сторону, с другой, имели негативный эффект.

Безусловным препятствием в развитии, с которым пришлось столкнуться B2B направлению НМЖК, был непредсказуемый рост курса доллара, что напрямую сказывалось на изменении цен в сторону повышения, так как большая часть ингредиентов масложировой отрасли является биржевыми валютными позициями, в то время как потребительский рынок не был способен к таким молниеносным изменениям и реагировал с серьезным запозданием.

Но, как лень, так и кризис являются двигателем прогресса и побуждают бизнес и науку к поиску новых решений. И НМЖК, понимая потребности и задачи рынка, предложила своим партнерам линейку высокофункциональных продуктов, направленных на поддержку производителей мучных кондитерских и хлебобулочных изделий в период экономической нестабильности. Эти новые антикризисные, высокоинтеллектуальные продукты помогли нашим клиентам найти ответ на основной вопрос – как снизить/удержать себестоимость продукции в период всеобщего повышения цен без изменения/ухудшения качества.

Являясь поставщиком ингредиентов в основном для хлебобулочной, мучной и сахаристой кондитерской отрасли, хотелось бы отметить для начала самый главный тренд сегодняшнего дня – люди никогда не перестанут баловать себя. А сладкое – это одно из самых близких и доступных удовольствий!

Если серьезно, то в России, безусловно, на лицо явное снижение покупательской способности населения. Рост курса доллара на 55% за год сказался на перераспределении предпочтений в сторону более доступных продуктов. Более того, учитывая общемировое повышение цен на какао-продукты в связи с низкой урожайностью какао-бобов, шоколад все более приобретает облик недосыгаемого продукта, в то время как мучные кондитерские изделия занимают большее место в потребительской корзине.

Как ни странно, несмотря на кризис, в нашей стране активно развивается общемировой тренд «Здорового питания». Конечные потребители, находясь в стесненных финансовых обстоятельствах, с большим пристрастием относятся к выбору продуктов питания. В супермаркетах они внимательно изучают этикетки, вчитываясь в состав продуктов. Важную роль здесь играет и работа СМИ, активно пропагандирующая здоровый образ жизни и освещающих вопросы применения и производства пищевых ингредиентов. Для потребителей тренд здорового питания связан с такими факторами, как уход от применения искусственных добавок в пользу натуральных компонентов и употребление низкокалорийных продуктов для сбалансированного питания.

Что касается предпочтения производителей мучных кондитерских и хлебобулочных изделий в ингредиентах, то они напрямую отражают требования конечных потребителей – высокофункциональные продукты, интересные с точки зрения экономики и сохранения качества конечной продукции, плюс «Здоровое питание» и «Чистая этикетка».

Если говорить о развитии пищевых отраслей в ближайшем будущем, то, на мой взгляд, в хлебобулочном и кондитерском производстве падение объемов не прогнозируется.

Но пока Россия будет находиться в кризисе, и благосостояние граждан продолжит снижаться, тенденция перераспределения с сектора премиум-товаров на масс-маркет будет продолжаться. Для сохранения своих позиций на рынке, производители пищевой отрасли будут стремиться к оптимизации себестоимости и сохранению качества выпускаемой продукции.

Таким образом, популярность будут набирать технологичные и функциональные ингредиенты, решающие базовые задачи по снижению себестоимости продукции и обеспечению достойного качества. Также далеко не последнее место займут продукты с добавленной стоимостью (помимо функционала) – продукты так называемой серии «БЕЗ»: без трансизомеров, без Е-кодов и т.д.

Очевидно, что потребители ответственно относятся к тому, чем питаются. Поэтому производителям и в дальнейшем предстоит искать новые формы для воплощения идеи здорового питания. Поддерживая модную концепцию здоровья, пищевой индустрии предстоит не только доставлять своим покупателям удовольствие, но и быть гарантом качественного стиля жизни, отличных эмоций, фактора красоты и долголетия.

**Марина Куксова, и.о. генерального директора ООО «ХАНТЕХ Сервис»**

2015 год поставил перед всей нашей страной непростые задачи: мировой экономический кризис, затронувший практически все отрасли, не обошел стороной и бизнес пищевых ингредиентов. Однако любой кризис – это возможность стабилизировать и расширить свое присутствие на рынке.

С одной стороны, продовольственное эмбарго создало благоприятные условия для отечественных производителей продуктов питания, послужив стимулом для наращивания выпуска собственной продукции за счет импортозамещения. В результате ассортиментная линейка многих предприятий существенно расширилась, особенно наглядно это прослеживается на примере производства таких продуктов как сыр, творог, мясные изделия. Значительно возросла и инновационная активность производителей. Однако на сегодняшний момент этот потенциал реализован далеко не полностью, что создает прекрасные шансы для дальнейшей реализации процесса импортозамещения несмотря на непростые экономические условия внутри страны.

С другой стороны, колебания курса рубля не могли не сказаться на поведении и покупательной

способности потребителей. В результате основной задачей, вставшей перед производителями пищевых продуктов, явился выпуск недорогой продукции с сохранением высоких стандартов качества.

Сложившаяся ситуация открывает перед производителями пищевых добавок новые амбициозные возможности. Будучи поставщиками не только пищевых ингредиентов, но и индивидуальных комплексных решений, предлагая отечественным производителям, деловые контакты с которыми насчитывают уже не одно десятилетие, идеи новых продуктов, мы видим свою цель в обеспечении решения триединой задачи: разработки нового продукта или оптимизации уже существующего варианта с сохранением высоких стандартов качества и гарантией эффективности затрат. Так, например, в условиях нехватки молочного/мясного сырья высокую актуальность приобретают решения, направленные на обеспечение выпуска товаров с высокими потребительскими свойствами с использованием альтернативных видов сырья.

**Константин Иванов, руководитель отдела продаж ООО «КПФ «МИЛОРАДА»**



Основная проблема в последние два года, наверное, общая для всех компаний, как и ООО КПФ «МИЛОРАДА» – сотрудничество с европейскими производителями пищевых ингредиентов, заключается в наложении санкций на ряд ввозимой продукции на территорию РФ. В результате основным решением проблемы зачастую становится поиск новых поставщиков.

Именно здесь и начинаются сложности. Дело в том, что качественные ингредиенты в странах, не попавших под эмбарго,

а также особенности и вкусовые пристрастия этих стран не всегда схожи с нашими. Даже неплохой опыт работы нашей компании со странами Южной Америки, такими как Перу или Чили, не позволяет нам найти на этом континенте полную замену аналогам европейского происхождения. Другой вариант решения этой проблемы – замена импортных ингредиентов отечественными, не представляется возможным в полной мере.

Рассмотрим на примере витаминов. К сожалению, в нашей стране нет заводов, обеспечивающих потребность нашего рынка в минералах и витаминах. А ведь витаминизация продуктов питания была, есть и остается важнейшей задачей для пищевой промышленности. Такие сегменты, как детское, специальное и профилактическое питание, не могут обойтись без импортного сырья и ингредиентов на сегодняшний день.

О перспективах отечественной индустрии пищевых ингредиентов можно сказать следующее. Несомненно, одним из приоритетных направлений развития пищевой индустрии для нашей страны является подъем отечественного производства на новый уровень. Проблема заключается не только в строительстве заводов по производству необходимых ингредиентов, добавок и сырья, но также должен соблюдаться контроль качества, к которому уже привыкли наши производители пищевых продуктов, работая с зарубежными партнерами. Естественно, на каждом этапе «претворения в жизнь» планов по строительству заводов, разработке продуктов, контролю качества и т.д., должны стоять грамотные специалисты. К сожалению, на сегодняшний день качественное технологическое образование по пищевому направлению получить уже негде, по крайней мере, в Москве. На наш взгляд, решение этих проблем и определяет направление развития российской индустрии пищевых ингредиентов в ближайшее время.

На российском рынке сегодня прослеживается тенденция по снижению закупок тех ингредиентов, которые входили в состав не только дорогостоящих продуктовых линеек, но и достаточ-

но экзотических, не всегда востребованных на рынке. Также отмечается закрытие новых проектов. Основная задача, стоящая сейчас перед разработчиком, это снижение затрат на производство.

Наша компания всегда отличалась тем, что предлагала на рынке только высококачественные ингредиенты, и какие бы тяжелые времена ни наступали в нашей стране, мы старались не снижать планку. Сегодня перед нами стоит задача – найти по-прежнему высококачественные ингредиенты и сырьевые составляющие, и обеспечить ими своих клиентов.

Мы плотно сотрудничаем с нашими европейскими коллегами, и наше близкое расположение подразумевает тесный контакт наших экономик, к тому же, предпочтения наших рынков часто аналогичны. Можно также отметить, что тенденции европейского рынка рано или поздно проявляются на нашем рынке. Так, например, настороженное отношение к красителям синтетического происхождения, которое наблюдалось в Европе лет 10 назад, спустя пять лет отразилось и в нашем законодательстве.

Но, не смотря, на трудности, существующие в нашей стране, пищевая промышленность и высококлассные специалисты, менеджеры и технологи делают все возможное для того, чтобы развитие отрасли продолжалось. И тема здорового, полезного и безопасного питания для населения остается интересной нашему рынку. Тенденция применения мировых трендов продолжает внедряться в отечественную пищевую промышленность. Так, использование различных новых источников белка растительного происхождения находит, подчас, нестандартное применение. Дефицит белков различного происхождения всегда был острым вопросом отрасли.

Структура рынка пищевых ингредиентов меняется. Некоторое время назад намечалась тенденция укрупнения бизнеса. Крупные холдинги скупали предприятия и увеличивали товарооборот, расширяли продуктовые линейки. В прошлом году и в начале этого года наметилась тенденция по продаже концернами некоторых предприятий хол-

дингов. В целом, можно говорить о том, что если 2015 год прошел под эгидой «удержать объем выпускаемого товара», то 2016 год, по нашим наблюдениям, должен пройти под эгидой «сокращения производственных затрат».

**Оксана Бодруг, генеральный директор ООО «Гланбиа»**



ООО «Гланбиа», являющаяся российским дочерним предприятием компании Glanbia Nutritionals, занимается поставками витаминных, минеральных, нуклеотидных и аминокислотных премиксов, а также специализированных ингредиентов. Наша компания импортирует сырье для пищевой промышленности, в том числе для производства детского питания и БАДов, из Германии и Китая и реализует его отечественным производителям пищевой продукции. Как и все участники внешнеэкономической деятельности мы ощутили непосредственное влияние вальютности российского рубля на свой бизнес. Чтобы наши клиенты (отечественные компании) смогли выстоять в этой непростой ситуации и продолжить выпуск высококачественной продукции, мы проявляли индивидуальный подход к каждой компании и предлагали наиболее оптимальные решения в области отсрочки платежей, фиксирования курса валют, обеспечения сейфти стока на складах в России и многое другое, что позволяло снизить влияние нестабильной позиции российского рубля на стоимость готовой продукции.

Частично наш бизнес оказался в поле влияния продуктового эмбарго, которое Российское правительство ввело в 2014 году и которое продолжало действовать и в прошлом году. Конечно, наша компания с первых дней

введения эмбарго подключила к работе китайский завод Glanbia Nutritionals, и в 2015 году мы смогли уже делать поставки продукции, произведенной на заводе в Китае. Многие наши клиенты отметили нашу гибкость и скорость в реализации таких проектов.

К сожалению, в очередной раз мы должны отметить сложности, связанные с вступлением в силу технических регламентов таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» и ТР ТС 029/2019 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств». Несмотря на то, что эти регламенты вступили в действие еще в 2013 году, мы все еще имеем достаточно много нерешенных вопросов, осложняющих реализацию нашей продукции: расхождения между участниками таможенного союза по идентификации сырья для пищевой промышленности (премиксы витаминные, витаминно-минеральные, аминокислотные, нуклеотидные, минеральные) и формам его оценки, отсутствие четких критериев оценки (микробиологические параметры, содержание тяжелых металлов) для каждого вида сырья. Стоит отметить, что важную роль в реализации Плана мероприятий по внедрению перечисленных выше регламентов решает Союз производителей пищевых ингредиентов, являясь надежной опорой для всего бизнес-сообщества.

Компания Glanbia Nutritionals имеет мощную маркетинговую базу и старается анализировать не только мировые (глобальные) тренды, но и локальные тенденции рынка. Так, например, ООО «Гланбиа» каждый год участвует в выставке Ingredients Russia, которая проходит в марте в Москве, я лично регулярно посещаю и другие выставки, в том числе из смежных отраслей, и по моим наблюдениям, следует особо отметить рост спроса в России на ингредиенты спортивного питания – аминокислоты, витамины, минералы. Это мировой тренд, который в России, на мой взгляд, обусловлен помимо глобальных факторов, в частности, увеличением числа людей, занимающихся спортом, еще и рядом

локальных – политикой импортозамещения и отчасти ростом курса валют. Согласно статистике порядка 90% рынка спортивного питания в России – это импортная готовая продукция и лишь около 10% это продукция отечественного производства. Конечно, в контексте слабеющего рубля, импортная готовая продукция порой становится не доступной для многих людей, занимающихся спортом, поэтому появляется спрос на отечественный товар. В прошлом году этим активно воспользовались не только действующие компании – производители спортивного питания, но и, так называемые стартаперы. Последние в большей степени нуждаются не только в поставках сырья, но и в технологическом сопровождении, наших наработках в области производства батончиков, протеиновых смесей, аминокислотных комплексов. Наша компания активно поддерживает компании-производители любого уровня, так как мы можем поставлять партии сырья любого объема, а наша экспертиза в области разработки и качества помогает компаниям выводить на рынок продукты в короткие сроки. Я очень люблю работать в этом сегменте, так как здесь реализуются наши сильные стороны не только как производителя и поставщика сырья, но и компании, которая является настоящим партнером, который растет вместе со своими клиентами.

Оценивая перспективы индустрии пищевых ингредиентов на ближайшее будущее, нужно заметить, что, на наш взгляд, предпочтения потребителей будут быстро меняться. Это будет обуславливать низкую степень их приверженности к торговым маркам. Следовательно, в большой степени возрастет роль значительных инноваций.

В то же время, более строгое правовое регулирование производства будет требовать соответствия качества продукции все более высоким стандартам.

Сокращение жизненного цикла продуктов будет диктовать необходимость более коротких сроков для вывода товара на рынок, поэтому компании – производители пищевых ингредиентов должны будут непрерывно совершенствовать уровень сервиса, по-

мимо обеспечения высочайшего качества своей продукции, о котором говорилось выше.

**Елена Русанова, генеральный директор ООО «Зеленые Линии», производственного подразделения группы компаний «СОЮЗСНАБ»**



Прошлый год прошел в достаточно сложных и нестабильных политических и экономических условиях. Конечно, одним из важнейших факторов, повлиявших на развитие пищевой промышленности, стали санкции. Однако этот фактор стал импульсом к развитию собственного производства, и ГК «СОЮЗСНАБ» активно включилась в программу импортозамещения, расширив свой ассортимент рядом актуальных продуктов и новых разработок:

- стабилизаторы и смесь молочных белков для мороженого;
- заквасочные и пробиотические культуры для кисломолочных продуктов и биомороженого, набирающего все большую популярность на российском рынке;
- заквасочные культуры со стремительным временем сквашивания (от 3 часов) без риска развития нежелательной микрофлоры, обеспечивающие готовую продукцию премиальный сливочный вкус.
- улучшители серии ЭЖО, которые являются не только полноценной заменой импортным аналогам, но и обеспечивают «чистую» этикетку хлебобулочной продукции.
- натуральный консервант для хлебобулочных и мясных продуктов;
- мягкие сливочные сыры (аналоги «Маскорпоне» и «Филадельфия»).

Нам удалось, с одной стороны, остаться в рамках мировых трендов пищевого рынка – «чистая

этикетка», «здоровое питание», «экопродукты», а с другой – предложить производителям по конкурентоспособной цене продукцию к отечественному сырью и технологическим особенностям производств, а также вкусам российских потребителей.

Аналитики отмечают, что положительные тенденции развития отрасли связаны, в основном, с ростом производства продукции сельского хозяйства, в том числе с хорошими показателями по сбору урожая текущего года. Мы считаем развитие сельскохозяйственного сектора весьма перспективным в сложившейся экономической ситуации и расширяем собственный агропромышленный комплекс в Калужской области, который сегодня включает молочные животноводческие фермы, яблоневые и ягодные сады, поля с посевами зерновых культур, пасеку. Развитие комплекса позволяет нам увеличивать долю собственного сырья в производстве пищевых ингредиентов.

Учитывая актуальные тенденции российского рынка продуктов питания и, соответственно, задачи, стоящие перед производителями, развитие индустрии пищевых ингредиентов пойдет по пути расширения функциональности предлагаемых продуктов. В частности, в рамках расширения коллекции ароматизаторов и вкусоароматических добавок наша компания работает над созданием так называемой «умной» ароматики, основные функции которой не только формирования вкуса и аромата, но и маскировка нежелательных вкусоароматических нот, усиление ощущения сладости при снижении содержания сахара в продукте, усиление сливочных нот во вкусе при снижении массовой доли жира в продукте. С помощью ароматизаторов нового поколения возможно достижение «чувственных» эффектов, таких как ощущение тепла, холода, «сочности» и т.д. К органолептическому восприятию конечного продукта подключаются дополнительные рецепторы, позволяя по-новому почувствовать и заново открыть для себя давно знакомые вкусы.

Кроме того, будет расширяться ассортимент ингредиентов, обеспечивающих «чистую этикетку» и обогащающих продукты питания полезными свойствами. Сегодня предпочтения потребителя смещаются в сторону более качественных, натуральных и экологически чистых продуктов. Вследствие этого, одна из ведущих тенденций – расширение ассортимента ингредиентов, повышающих пользу продуктов питания, обеспечивающих «чистую этикетку». Данная тенденция, безусловно, является отражением мировых трендов.

Кроме того, я считаю, что актуальной тенденцией для российского рынка ингредиентов является акцент на партнерстве со странами азиатского региона. К 2030 году около 2 млрд людей в Азии войдут в средний класс с соответствующими стандартами потребления, в том числе продовольственной продукции.

Население в Азии не только растет, но и богатеет. И требуется продовольствие, чтобы удовлетворить этот спрос. Предложение, которое могло бы такой спрос удовлетворить, может быть сформировано на российском рынке. В частности, ГК «СОЮЗСНАБ» в 2015 году вышла на рынки Китая и Индии с рядом своих ингредиентов для молочной промышленности: заквасочные и пробиотические культуры, фруктово-ягодные начинки и т.п. Надо отметить, что с Китаем ГК «СОЮЗСНАБ» связывает долгосрочное и плодотворное сотрудничество уже на протяжении 10 лет. За это время был успешно реализован ряд совместных проектов. Один из последних – вывод на китайский рынок ряженки. Молочное предприятие «Саньюань», которое входит в четверку крупнейших игроков рынка, наладило производство ряженки на заквасочных культурах нашей компании и первым познакомило китайских потребителей с этим полезным продуктом.

На сегодняшний день специалисты ГК «СОЮЗСНАБ» ведут переговоры с китайскими производителями о выпуске на заквасочных культурах таких кисломолочных продуктов, как творог, творожные десерты, мацони и кефир. Уже подписаны долгосрочные контракты на поставки заквасочных и пробиотических культур.