

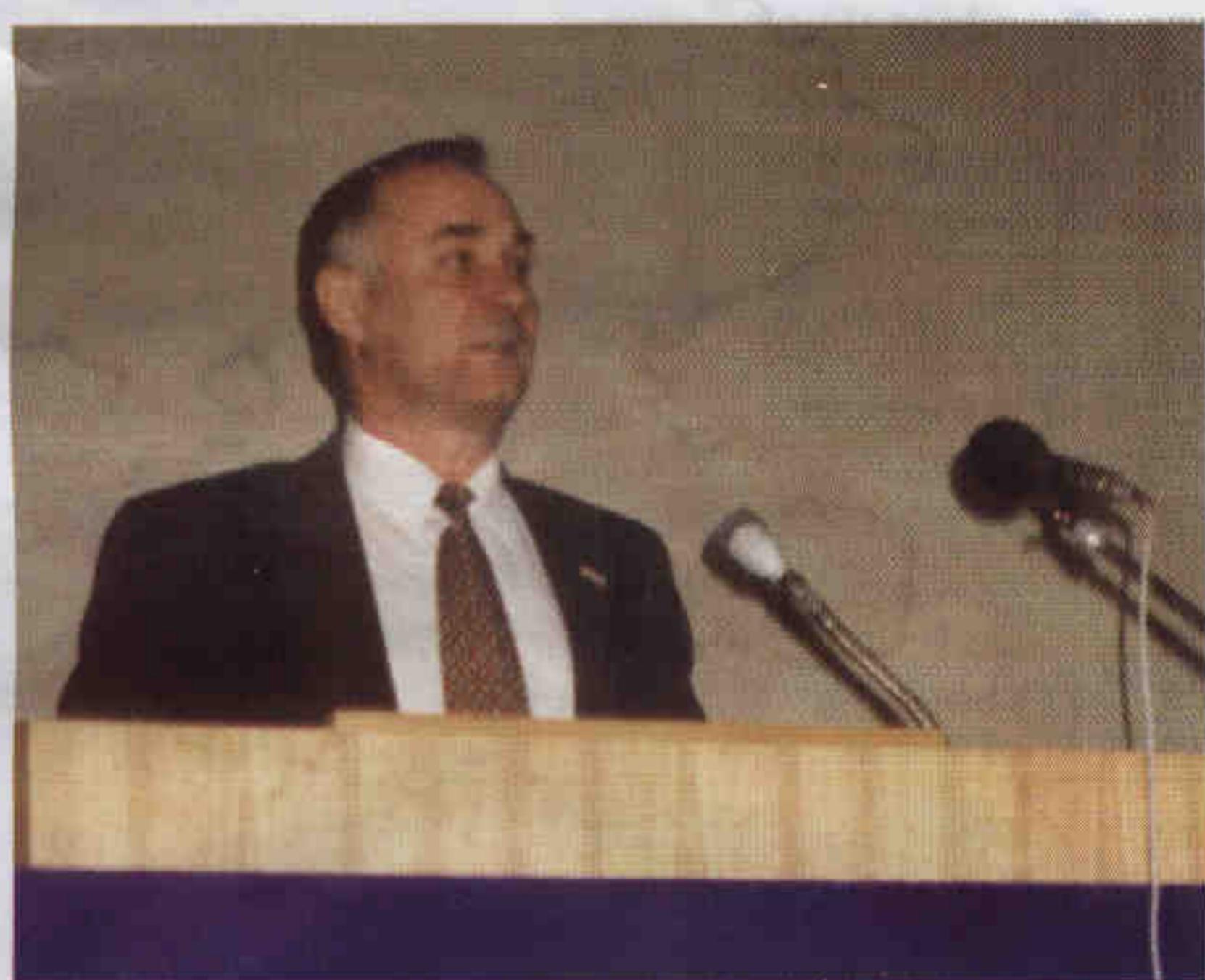
# Третий съезд мороженщиков России



Третий съезд мороженщиков России, приуроченный к Первой Международной специализированной выставке «Мир мороженого и холода - 2003», прошел 12 февраля 2003 г. В его работе приняли участие до 200 представителей от 155 предприятий. С основным докладом на съезде выступил президент ОАО РТПК «Росмясомолторг», председатель правления Союза мороженщиков России В. А. Выгодин.

Ниже публикуется сокращенный вариант доклада в изложении.

## Вместе к общей цели



**В. А. ВЫГОДИН**, президент ОАО РТПК «Росмясомолторг», председатель правления Союза мороженщиков России

С первых же слов докладчик четко определил проблемы, которые должен обсудить съезд: тенденции на мировом, российском и региональных рынках мороженого; качество продукции; создание взаимовыгодных отношений между производителями мороженого и торгующими организациями.

В докладе были представлены общие итоги работы предприятий пищевой промышленности страны, в том числе производителей мороженого. Отмечено, что в 2002 г. его было выпущено 376 тыс. т, что на 12 тыс. т, или на 3,4%, больше, чем в 2001 г.

Наблюдается постепенное увеличение поставок отечественного мороженого за рубеж (ориентировочно около 13 тыс. т в год). По предварительным данным, объем импорта мороженого не превысил

показателей 2001 г. и находится на уровне 3–3,5 тыс. т.

В прошедшем году отечественный рынок продемонстрировал немало новых марок и видов мороженого. Безусловным фаворитом летнего сезона стал фруктовый лед.

Многие предприятия наряду с расширением ассортимента применяют тактику брэндинга: выпускают несколько видов наиболее покупаемой продукции. Идет процесс структуризации рынка с укрупнением компаний. Появляются и новые производители, а также совместные торговые организации.

### Качество мороженого

Одной из ключевых проблем остается качество продукции, которое требует повышенного внимания.

Проведенные летом прошлого года 74 территориальными управлениями Госторгинспекции РФ контрольные проверки качества показали, что из почти 2 тыс. т мороженого было признано нестандартным или забраковано 178,3 т, т. е. 16,2 %.

Самыми массовыми были нарушения в оформлении упаковки продукции, так как отсутствовала информация о ее составе. Браковалось мороженое по физико-химическим и бактериологическим показателям.

С такими нарушениями, безусловно, надо бороться. Но самое главное, во всей работе по повышению качества мороженого должна быть системность, а не кампанийщина.

Одно из важных средств в этом направлении – сертификация производства по системе ХАССП и ИСО. Для ее ускорения в связи с предстоящим вступлением России в ВТО Союз мороженщиков заключил договор с ВНИИ стандартизации – центральным органом по сертификации ХАССП Госстандарта России.

Но главным барьером на пути проникновения на рынок некачественного мороженого может стать только ГОСТ. Как известно, принято решение о поэтапной подготовке трех ГОСТов на мороженое по его сырьевому различию. Первый ГОСТ – на мороженое на молочной основе – в ближайшее время уже должен поступить для рассмотрения в Технический комитет. Однако и он требует, как минимум, двух методик контроля. Всего же в области государственной системы стандартизации отрасли нужно издать, по меньшей мере, три стандарта формата общетехнических условий и восемь аттестованных, а желательно и стандартизованных методик контроля. Иначе возникнет реальная угроза запрета выпуска молочно-растительного и плодово-ягодного видов мороженого.

В настоящее время Союз мороженщиков и Росмасомолторг совместно с ВНИХИ и Госстандартом разрабатывают мероприятия, которые позволят вывести отрасль из правового тупика.

Однако для их реализации необходимы большие средства, по самым скромным подсчетам, – 1,5 млн руб. Чтобы собрать их, созда-

ется фонд средств для разработки ГОСТов, технического регламента и методик контроля качества продукции и открыт специальный расчетный счет.

### Тенденции на рынке мороженого

На мировом, российском и региональных рынках мороженого продолжают расти цены на основные виды сырья, причем не только в связи с инфляцией. Это связано и с увеличением стоимости ввозимого оборудования и сырья из-за увеличения таможенных пошлин. Так, например, по этой причине сахар уже подорожал на 20–25 %. После введения дополнительной таможенной пошлины в размере 5% на импортное масло, объемы поставок которого продолжают расти, цены на него также увеличились. В тоже время эта защитная мера сразу привела к повышению цен и на отечественную продукцию.

По прогнозам аналитиков, в текущем сезоне следует ожидать скачка цен на пальмовое и кокосовое масло в результате снижения урожая высокомасличных культур за последние два года. В прошлом году резко увеличилась цена на какаобобы – с 500 до 2100 долл. за тонну.

Таким образом, из сказанного ясно одно – рассчитывать в перспективе на снижение цен нельзя.

Кроме того, естественные монополисты поднимают цены на энергоресурсы. Повышается также стоимость транспортных и других услуг.

Учитывая, что уровень рентабельности продукции у большинства предприятий невысок (10–15%), большого запаса прочности для сдерживания роста цен на мороженое нет. К тому же в стране идет процесс инфляции, замедляется рост ВВП, ухудшается динамика в основных отраслях производства. Все это наряду с агрессивной рекламой других товаров может вызвать снижение покупательского спроса на мороженое.

### Что предстоит сделать

Прежде всего следует оптимизировать ассортимент и ценовую политику, исходя из популярности конкретных видов мороженого.

Определяющим станет оптимальное соотношение качества и

цены. Выиграют те, кто с учетом подорожания сырья и других составляющих смогут удержать цены на свою продукцию на прежнем уровне или допустят лишь минимальное их повышение.

Велико значение мер, способствующих сокращению производственных затрат, а значит, росту рентабельности продукции. К примеру, Технический комитет Союза мороженщиков во главе с главным инженером Росмясомолторга К.В.Дедовым и НПО «Технохолод» уже начал заниматься вопросами энергосбережения на предприятиях. Подготовлена программа проведения энергоаудита предприятий, есть технические решения экономии электроэнергии.

Особая роль принадлежит согласованным корпоративным действиям, прежде всего в сфере закупок сырья и оборудования. В частности, если бы Росмясомолторг и Торговый дом «Выгода» организовали оптовые закупки для нескольких предприятий одновременно, это наверняка снизило бы их стоимость.

Важным является определение мер для организации диалога между производителями и торговыми организациями, направленного на создание равноправных партнерских отношений на рынке, что, в свою очередь, сделает несоизмеримой прибыль производителей и торгующих организаций. Правда, пока попытки наладить диалог между игроками рынка не увенчались успехом, но отказываться от решения этой проблемы, надеясь, что все произойдет само собой, дальше нельзя.

Целесообразно образовать рабочую группу, которая изучила бы ситуацию и выработала взаимоприемлемые условия для ведения переговоров. Возглавить эту группу предложено В. С. Лутовинову – президенту группы компаний «АльтерВест», имеющему большой опыт как в области торговли, так и в производстве мороженого.

В немалой степени успех зависит от согласованных совместных действий предприятий отрасли в продвижении потребительских свойств и самого мороженого на рынок.

Ведущую роль здесь могут сыграть праздники мороженого, география проведения которых расширяется с каждым годом. Обычно они проходят в канун лета, а в 2003 г. день их проведения совпадает с Международным днем защиты детей.

Общему успеху будет способствовать и федеральная программа развития производства и реализации мороженого, которую разрабатывает Союз. Ее цель – объединить возможности предприятий и различных государственных структур для решения этой задачи.

### Итоги деятельности Союза мороженщиков России

Деятельность Союза мороженщиков России становится все более масштабной, нацеленной на перспективу. Так, Союз выступил организатором разработки ГОСТа на мороженое и планомерно занимается решением этой проблемы, отыскивая источники финансирования. Он взял в свои руки проведение ежегодной отраслевой выставки «Мир мороженого и холода». Под эгидой Союза создается отраслевая система обучения и повышения квалификации кадров, организуются крупные научно-практические конференции.

Достигнута договоренность с вице-премьером Правительства России А.В.Гордеевым, руководителями Госдумы, Федерального собрания и Администрацией Президента РФ о поддержке праздников мороженого.

Развивается информационно-аналитическая деятельность Союза. Работает пресс-центр, издаются собственная газета «Мороженщик России», ежегодник, пополняется база сайта в Интернете. Укрепляется сотрудничество с министерствами, ведомствами, союзами и ассоциациями, общественными организациями, что позволяет эффективно отстаивать интересы предприятий отрасли.

Созданный при Союзе Торговый дом «Выгода» оказывает содействие предприятиям в приобретении сырья, оборудования, транспорта, подбирает партнеров по бизнесу, рекомендует финансовые и страховые структуры для сотрудничества.

## ИЗ ВЫСТУПЛЕНИЙ УЧАСТНИКОВ СЪЕЗДА

В прениях по докладу В.А. Выгодина выступили 13 участников съезда. Основными темами обсуждения были: проблема улучшения качества продукции, модернизация производства, наращивание объемов выпуска продукции, новый ГОСТ на мороженое, рекламная кампания, проблемы реализации продукции и т. д.

Так, депутат Госдумы России, председатель Совета Ассоциации отраслевых Союзов АПК В.А. Семенов выразил серьезную озабоченность в связи с ситуацией на потребительском рынке России, в том числе на рынке мороженого и быстрозамороженных продуктов.

О качестве мороженого, а следовательно, о степени его безопасности для здоровья человека говорила представитель Госторгинспекции Л.А. Березина. В частности, она отметила недостатки, выявляемые при плановых проверках.

Менеджер компании «Нестле» Е. Сорокина дала краткую характеристику мирового рынка мороженого. Его лидерами являются Северная Америка, Австралия, Новая Зеландия. Россия по производству мороженого на душу населения находится на 6-м месте.

Негативным тенденциям на отечественном рынке мороженого посвятил свое выступление генеральный директор Российской ассоциации производителей мороженого Э.А. Багирян. Важную роль в развитии рынка, по его словам, призвано сыграть укрепление контактов между производителями и продавцами.

Свой взгляд на взаимоотношения продавцов и покупателей высказал президент группы компаний «Альтер-Вест» В.С. Лутовинов.

Руководитель холдинга «Торговый дом «Холод» А.О. Миненков подчеркнул, что успех компании обусловлен агрессивной системой продаж, взаимовыгодным сотрудничеством с каждым поставщиком.

О положении дел в молочной отрасли проинформировала заместитель исполнительного директора Молочного союза России Т.И. Крикун. Были названы интересные цифры: около 13 % пищевой продукции приходится на долю «молочников» и производителей мороженого. Из всего количества сырья, поступающего на переработку, на изготовление мороженого затрачивается только 1 %.

С программой работы Комитета по технической политике ознакомил участников съезда главный инженер «Росмясомолторга» К.В. Дедов. Члены комитета продолжают изучать материально-техническое состояние предприятий, активно занимаются проблемами сбережения энергоресурсов, охраны труда и техники безопасности.

Директор Гипрохолода В.А. Черняк изложил новые подходы, которые стираются реализовать в своей деятельности институт в соответствии с требованиями рынка. В настоящее время Гипрохолод является единственной организацией, имеющей одновременно две лицензии: на экспертизование объектов Госстроя России и Госгортехнадзора. Получена лицензия и на право проведения тендров.

Интересные соображения высказали в своих выступлениях Н.П. Иванушкин (страховая компания «Отечество»), А.В. Томадзе (ЗАО ПО «Гамми», г. Нижний Новгород), А.В. Мартемьянов (фирма «Серебряный снег», Башкортостан) и многие другие.

Участники съезда поддержали основные направления деятельности Союза по дальнейшему развитию отрасли производства мороженого. Съезд принял резолюцию, одобравшую работу Союза по проведению отраслевой выставки, программу развития производства и реализации мороженого на 2003–2005 гг., концепцию разработки ГОСТов на мороженое. Принято решение о создании Комитета по согласованию взаимодействия производителей мороженого и торговых организаций, намечены мероприятия по проведению праздников мороженого в России.

После окончания работы съезда состоялось общее собрание членов Союза мороженщиков России, в котором приняло участие 137 представителей от 98 предприятий и организаций – членов Союза, в том числе 15 ассоциированных участников.

На собрании были вручены свидетельства 12 новым членам Союза; заслушан и одобрен отчет о работе Союза в период с февраля 2002 г. по февраль 2003 г.; утверждены заключение Ревизионной комиссии о расходовании средств бюджета Союза и бюджет Союза на 2003 г., пролонгированы полномочия Правления и Ревизионной комиссии Союза.



11–14 февраля 2003 г. в павильоне № 57 Всероссийского выставочного центра (Москва) прошла Первая Международная специализированная выставка «Мир мороженого и холода-2003». Она была организована Союзом мороженщиков России и ОАО «Росмясомолторг» при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства экономического развития и торговли РФ, Министерства имущественных отношений РФ, Торгово-промышленной палаты РФ, Российского союза товаропроизводителей, Национального фонда защиты потребителей и при содействии Правительства Москвы, отраслевых союзов и ассоциаций. Генеральный спонсор выставки – фирма «Простор Л». На площади более 7000 м<sup>2</sup> свою продукцию разместили свыше 183 экспонентов из 38 регионов России и 14 зарубежных государств.

Около 60 фирм и организаций предлагали излюбленное лакомство всевозможных видов и форм: с шоколадной и белой глазурью, фруктовыми, ягодными и ореховыми наполнителями, сахарные рожки, оригинальные торты-мороженое и рулеты и многое, многое другое. И, что особенно приятно, почти на всех стенах было не только традиционное мороженое, но и интересные новинки. В числе их производителей – известные столичные фирмы «Русский холод», «Рамзай», Торговый дом «Холод», «АльтерВест», «Волшебный фонарь» и др.

Со столичным мороженым успешно конкурировало региональное. Широкий ассортимент продукции в красочной упаковке предлагали Кировский, Окский и Ульяновский хладокомбинаты, «Пензахолод», Пермский хладокомбинат «Созвездие», «Серебряный снег» (Уфа), «Тамбов-Холод», «Холод-Славмо» (Петрозаводск) и др.

Многие предприятия поставляют на рынок наряду с мороженым и быстрозамороженные пельмени, блинчики, мясные полуфабрикаты, овощи, ягоды, грибы, различные смеси