

О пище вкусной и здоровой

Более двух десятков наших предприятий попали под временный запрет на поставки в Россию. Среди них — крупные мясокомбинаты и молочные заводы, продукция которых давно стала узнаваемым брэндом не только на внутреннем рынке, но и за пределами страны. От срывов контрактов несут издержки предприятия. Выбора популярных продуктов лишились российские покупатели. Острая проблема недавно обсуждалась на совещании у Президента. На урегулирование вопросов Александр Лукашенко отвел 10 дней.

Как отреагировали на претензии Россельхознадзора производители, оказавшиеся в «черном списке»? Насколько отвечают требованиям качества и безопасности белорусские продукты питания? Заинтересованный разговор по актуальным вопросам состоялся в конференц-зале «СБ». В нем участвовали: заместитель генерального директора РУП «Научно-практический центр НАН Беларуси по продовольствию» Александр Шепшелев, первый заместитель генерального директора совместного закрытого акционерного общества «Серволюкс» Валерий Попруга, председатель Минского общества защиты прав потребителей Ирина Астафьева, индивидуальный предприниматель из Смоленска Владимир Сорин.

В.Попруга: Сам факт попадания нашего предприятия в список Россельхознадзора вызвал большое удивление. На наш взгляд, оснований для ограничений на поставки нашей продукции нет. Мы являемся собственниками двух предприятий по производству мяса птицы — филиал «Серволюкс Агро» под Могилевом и ОАО «Смолевичи Бройлер». По филиалу «Серволюкс Агро» отмечены 3 случая несоответствия нашей продукции, датированные концом весны — летом. В двух из них взяты пробы у наших партнеров в Санкт-Петербурге, и возникли какие-то проблемы, о которых нам не сообщили либо сообщили достаточно поздно. Результаты испытаний мы не получили. По другому предприятию якобы найдены следы антибиотиков. Но тоже ни результатов испытаний, ни мест взятия пробы нам не представлено. Для нас такая ситуация непонятна. Да, в жизни бывают всякие случаи, когда обнаруживаются какие-то проблемы и производители отзывают свою продукцию. Любое индустриальное производство не бывает без проблем. Но разве можно брать за основу для принятия решения о запрете случай апреля — мая, а 24 ноября вдруг вводить запрет?



И.Астафьева: А вы знаете, сколько претензий к качеству ввозимых с территории России промышленных товаров? Особенно по сложнотехнической продукции — мобильным телефонам, смартфонам и т.д. По поводу откровенного брака в нашу организацию поступает по 20 жалоб в день! Это говорит в первую очередь о том, что нашим контролирующим органам стоит обратить самое серьезное внимание на эту проблему.

В.Попруга: Нам принципиально важно поддерживать стабильные и ответственные отношения с нашими партнерами, в том числе и в России. Потому что из 140 тысяч тонн продукции, которые произведем в этом году, около 40 процентов мы поставляем туда. Причем не как сырье, а как продукцию под брэндом «Петруха», которая идет конечным потребителям. Мы целенаправленно работаем с ключевыми игроками розничного рынка России. И, что интересно, для того чтобы стать официальным поставщиком таких сетей, необходимо пройти независимый аудит качества в независимой лаборатории. До запрета в нашей активной клиентской базе находилось около 500 крупнейших магазинов Центрального федерального округа,

получавших продукцию напрямую — через распределительные центры крупнейших сетей РФ, как X5, «Дикси», «Тандер» (сеть магазинов «Магнит»). Наши российские партнеры оказались в сложной ситуации, когда поставки сорвались в преддверии Нового года. И мы, и они рассчитывают, что наши предприятия будут допущены на рынок РФ.

Относительно управления качеством и безопасностью продукции на наших предприятиях у нас сомнений нет. Потому что внедрены и сертифицированы три системы: менеджмента качества, система HACCP и менеджмента безопасности пищевой продукции.

Приступили к разработке системы безопасности пищевой продукции по международной схеме сертификации FSSC 22000. Функционирование данных систем позволяет осуществлять контроль качества и безопасности выпускаемой продукции на всех этапах ее производства. Осуществляя мониторинг в своих лабораториях, мы проводим несколько сотен лабораторных испытаний в месяц, в год — десятки тысяч. Кроме того, мы проверяемся независимыми аккредитованными лабораториями. Приглашаем в том числе и журналистов посмотреть и убедиться в том, что мы делаем эту работу правильно.



В.Сорин: Мы вместе с сыном и командой единомышленников на рынке Смоленска занимаемся оптовой торговлей молочной продукцией. В нашем товарообороте 70 процентов занимает продукция из Беларуси, 30 — российская. Поставляем товар как в торговые сети, так и в небольшие магазины индивидуальных предпринимателей. Кроме нас, молочной продукцией занимается 5 оптовых фирм. Мясом, колбасой — около 15 — 20. Вместе с коллегами мы если не на 100 процентов, так на 98 — 99 обеспечиваем продовольственный рынок Смоленска. И большую часть продуктов питания жители города и области получают из Беларуси. Ежемесячно молочной продукции на Смоленщине продается на миллиарды российских рублей. Знаю, к примеру, что только через одну небольшую торговую сеть Смоленска

оборачивается молока, сметаны, йогуртов белорусского производства минимум на 20 миллионов российских рублей в месяц. И запрет, конечно, ударил по нам. Как представители бизнеса и как потребители заинтересованы в том, чтобы санкции как можно скорее сняли. Хочется в полную силу заняться делом.

«СБ»: Сегодня аграрный сектор — один из мощных экспортеров. Растет производство, расширяется ассортимент. Соответственно, все актуальнее вопрос конкурентоспособности продукции. Чего не хватает, чтобы мы уверенно чувствовали себя на внешнем рынке, чтобы в будущем не возникало подобных проблем?

А.Шепшелев: Показатель конкурентоспособности стоит рассматривать не только с позиции качества, хотя это одно из основных условий спроса на продукцию. Немаловажную роль играет ее себестоимость. Наши предприятия на сегодня либо завершили, либо проводят модернизацию. Специалисты нашего центра разрабатывают новые технологии продуктов, производство которых требует меньших затрат энергии, а конкурентоспособность обеспечивается за счет меньшей себестоимости и более высокого качества. Но открытым остается вопрос по рекламе новой продукции, что затрудняет реализацию.

В.Сорин: Россияне голосовали и голосуют за белорусскую продукцию рублем. Даже при том, что дешевизна ваших сыров, молока, сметаны и прочего уже стала мифом. Когда-то белорусская «молочка» была значительно дешевле российской. Потом цены примерно выравнялись. Сейчас ситуация изменилась: белорусские

заводы несколько раз за последнее время поднимали цены. Разрыв получился значительный. К примеру, если, условно говоря, пакет белорусского молока стоит 50 рублей, то такая же продукция российского производства — 40. Тем не менее спрос на белорусскую продукцию держится на высоком уровне.

«СБ»: То есть к качеству претензий нет?

В.Сорин: Пока нет. Хотя я как оптовик, уже лет семь торгующий белорусской «молочкой», вижу новые тенденции. Если раньше те, кто покупал молочные продукты из Беларуси, даже смотреть не хотели в сторону российских, то сейчас чаще покупают свое. Не потому, что белорусы стали делать продукты хуже. Скорее, россияне научились делать лучше. Иногда кажется, будто некоторые белорусские предприятия расслабились. Вкус порой не совсем тот, который ожидаешь. Есть одно–два таких предприятия... А вот продукты «Бабушкиной крынки» выше всяких похвал.

И.Астафьева: Когда мы проводим мониторинги в наших магазинах, обращаем внимание, что чаще всего предпочтение покупатели отдают именно белорусской продукции. Видят, что импортная имеет более длительные сроки годности, и понимают, что для ее изготовления использовалась какая–то химия. К нашей продукции доверие выше. Покупатели знают, что она здесь производилась в условиях более жесткого и многоступенчатого контроля. Могу точно сказать: жалоб по нашим продуктам, особенно по «молочке», практически нет.



А.Шепшелев: На протяжении последних лет наши предприятия ориентируются на мировые стандарты. Хотя это требует больших затрат и соответственно негативно влияет на реализацию. Речь не только о мясных и молочных продуктах. Вот, скажем, кондитерская отрасль. У нас, как и в Евросоюзе, разрешено использование эквивалентов какао–масла в производстве шоколадной глазури в количестве не более 5 процентов. Хотя наши соседи могут использовать эквиваленты какао–масла в неограниченном количестве, благодаря чему их продукция существенно дешевле. По поручению концерна «Белгоспищепром» НПЦ по продовольствию разрабатывает изменения в технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» с целью ужесточения требований к применению эквивалентов какао–масла на территории ТС.

В.Попруга: Те технологические результаты, которые мы сегодня имеем, являются не только лучшими в стране, но и лучшими в сравнении с результатами работы российских предприятий птицеводческой отрасли. Можно предположить, что именно это могло стать одной из причин того, что мы оказались, скажем так, неинтересными на какой–то период для российского рынка.

«СБ»: А что следует понимать под технологическими результатами?

В.Попруга: Общий индекс продуктивности, который складывается из трех параметров: среднесуточные привесы, конверсия корма и сохранность поголовья. Так вот, по этим параметрам мы превосходим предприятия и России, и Украины. Например, у нас среднесуточный привес составляет около 62 граммов, в России он не превышает 56 — 57 граммов. У нас значительно меньше расходуется корма на единицу привеса. По показателю сохранности поголовья мы имеем уровень не ниже 95 — 96 процентов. В России и Украине он ниже. Достигнуть таких результатов можно только на основе применения лучших, на уровне мировых, технологических решений и жесткого соблюдения бизнес–процессов и технологической дисциплины.

«СБ»: С первого января мы будем жить в Евразийском экономическом союзе. Сложнее или легче будет работать в новых условиях?



В.Попруга: Чтобы не было повторения нынешней ситуации с запретом на поставки, необходимы единые правила поведения всех контрольных и надзорных органов. Тогда все станет на свои места. И рынок, и потребитель, который голосует за качество своим рублем. Мы отвечаем за качество своего продукта. И за наш продукт голосуют рублем покупатели более полутысячи магазинов Центрального федерального округа России. Они покупают нашу продукцию именно там.

И.Астафьева: Если действительно претензии к белорусской продукции надуманны, то кто-то должен нести за это ответственность. Но это, возможно, будет только тогда, когда будут выработаны в рамках Евразийского союза всем понятные правила игры, установлены четкие процедуры разрешения конфликтных ситуаций.

«СБ»: А еще, наверное, стоит, помимо российского, осваивать новые рынки сбыта. Альтернатива должна быть всегда.

В.Попруга: Есть два важных аспекта, которые нужно учитывать. Срок годности охлажденного мяса птицы ограничен 5 сутками. Это накладывает серьезные ограничения на транспортную логистику. Плечо доставки такого продукта — не более 1 тысячи километров. И в этом радиусе доставки сегодня сконцентрировано до 70 процентов российского производства мяса птицы. Фактически мы стали конкурентами российским производителям. А выходить на более дальние регионы — значит увеличивать сроки годности хотя бы до 10 суток. И для этого нужно использовать совершенно новые технологии. В замороженном виде мясо птицы можно поставлять на большие расстояния. У нас есть партнеры и на Сахалине, и на Кольском полуострове, и в Сибири. Но на этих регионах мы пока не акцентируемся. Во-первых, у нас не хватает продукции, а во-вторых, там нужно работать через дистрибуционные каналы. Такая схема не в полной мере позволяет управлять системой продаж. А мы отвечаем за качество и должны быть полностью уверены, что и наши партнеры с той же степенью ответственности относятся к соблюдению всех требований.

В.Сорин: Сейчас большинство белорусских предприятий заключили контракты на поставку продукции в Москву и Петербург — наиболее привлекательные рынки сбыта. А российские регионы остались на втором плане. Ради поля для маневра нельзя забывать про российскую глубинку. Там тоже можно заработать.

В.Попруга: Знаете, при нынешнем курсе российского рубля о прибыльности вообще говорить не приходится. Но у рынка такое свойство: работая сегодня, ты готовишь себе завтра.

«СБ»: Да, предприятиям надо думать о перспективах. Как дальше работать на внешних рынках, с какой продукцией выходить? Что можно посоветовать?

А.Шепшелев: Приоритеты потребления пищевой продукции той или иной страны в мире обусловлены потребительскими предпочтениями. Во многом это определяется и культурой питания. В некоторых странах десятилетиями выполняются программы, направленные на здоровое питание, — к примеру, в Финляндии, Польше. И это объяснимо: проще организовать правильное питание и предупредить заболевания, чем потом лечить их. На мой взгляд, самый перспективный для наших предприятий ориентир — здоровое питание, натуральные продукты, без пищевых добавок или с их минимальным количеством. Хотелось бы призвать предприятия, чтобы они активнее взаимодействовали с наукой, ставили перед нами задачи по созданию новых видов пищевой продукции.