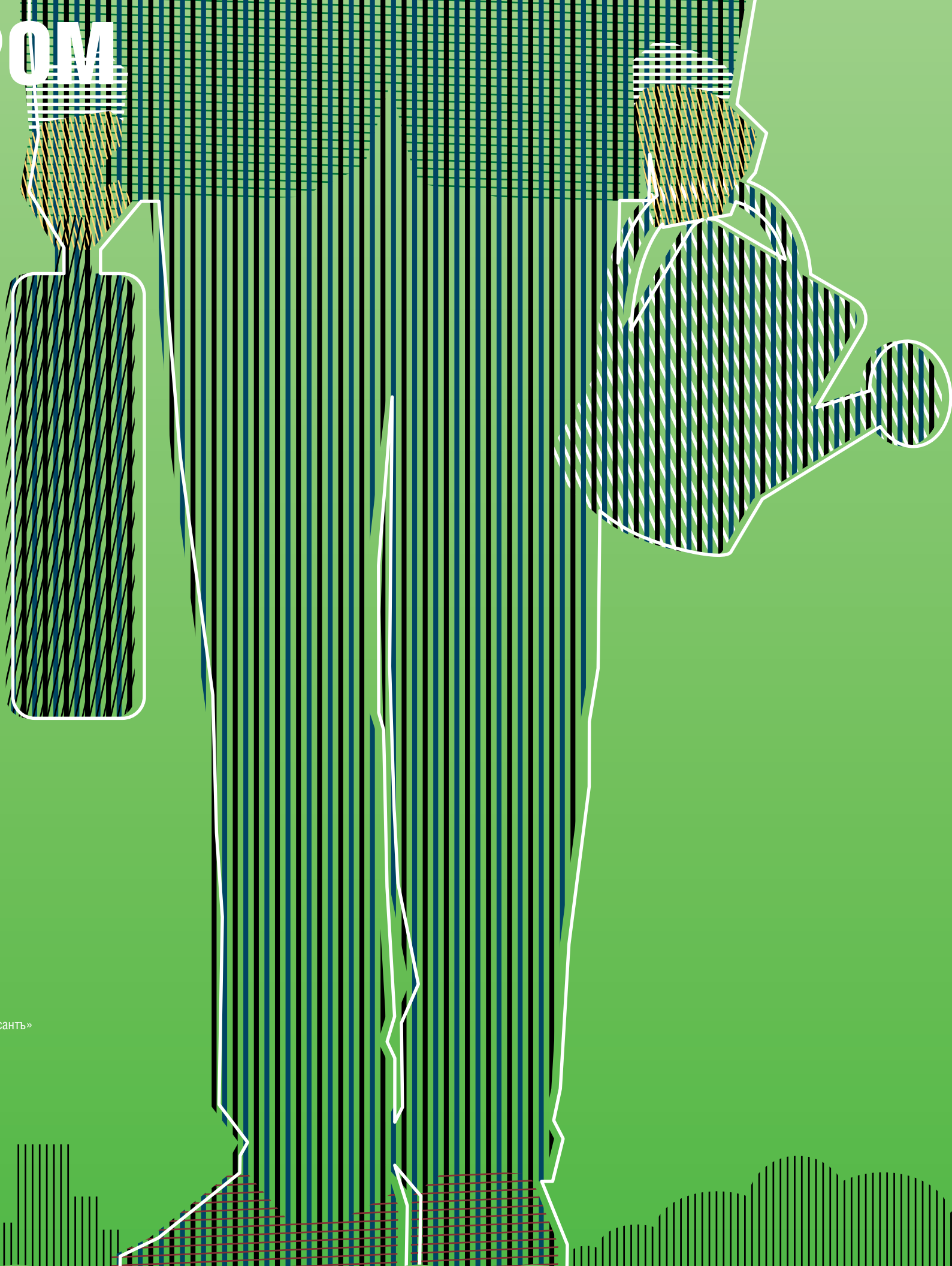


АГРОПРОМ

НОВЫЕ РЫНКИ СБЫТА
ПРОДУКЦИИ ПЕРМСКИХ
ФЕРМЕРОВ // 11
СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИЯ,
ПРОИЗВОДИМАЯ
В ПРИКАМЬЕ,
В ЦИФРАХ // 13
ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА
ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ
В РОССИИ // 14
ИВАН ОГОРДОВ
О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
В ПЕРМСКОМ КРАЕ // 16
ПОМОГУТ ЛИ АГРАРИЯМ
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СКИДОК
НА УДОБРЕНИЯ // 18
КТО ИЗ
ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ПОЛУЧИТ «РОССИЙСКИЙ
ЗНАК КАЧЕСТВА» // 20



ПЯТНИЦА, 27 МАРТА 2015 № 53
(№5563 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №9-22
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.
Распространяются только в составе газеты.

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

КОММЕРСАНТ.РУ

BUSINESS GUIDE ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ К ГАЗЕТЕ **КОММЕРСАНТЪ**





ИРИНА ПЕЛЯВИНА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«АГРОПРОМ»

ПОСЕЕМ И ПОЖНЕМ

В условиях импортозамещения власти пытаются стимулировать аграриев к увеличению объемов производства. При этом спрос на продукцию обещают обеспечить. Чиновники видят свою помощь не только в предоставлении грантов, но, например, и в организации регулярных ярмарок, на которых фермеры смогут сбывать свою продукцию. Это, по мнению некоторых, может не только подтолкнуть товаропроизводителей к большим производственным показателям, но и уменьшит цены на продукты для потребителей.

Однако здесь все не так просто. Дело в том, что продукция фермеров – это уникальный продукт, который не может стоить дешевле, чем то, что произведено индустриальным способом. Отсюда выше и цена на такие продукты.

Аграрии не хотят сбавлять цену за свой труд. Их проблема не в возможности реализации продукции, а в цене, которую готовы заплатить за нее те же ритейлеры, которые не охотно идут на контакт с мелкими производителями. Позиция ритейлеров тоже понятна – работать проще, когда есть регулярные поставки от крупного производителя, готового предоставить несколько позиций продуктовой линейки. Гарантировать же регулярные объемы поставок фермеры пока не могут. Тем не менее, спрос на фермерскую продукцию есть. И в таких условиях, когда с прилавков магазинов пропадают зарубежные продукты, аграрии смогут занять освободившиеся ниши. Но для этого нужны средства и гарантии, что с окончанием продовольственного эмбарго продукция местных производителей вновь не окажется неконкурентной.

СБЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ В УСЛОВИЯХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО КРАЕВЫЕ ВЛАСТИ РЕШАЮТ ПРОБЛЕМУ ДОСТУПА НАСЕЛЕНИЯ К ПРОДУКЦИИ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. ДЛЯ ЭТОГО В РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННО ПРОГРАММЫ БУДУТ ОРГАНИЗОВАНЫ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ЯРМАРКИ, НА КОТОРЫХ МЕСТНЫЕ ФЕРМЕРЫ СМОГУТ РЕАЛИЗОВАТЬ СВОЮ ПРОДУКЦИЮ. АГРОПРОИЗВОДИТЕЛЯМ ВИДИТСЯ ПРОБЛЕМА СБЫТА ПРОДУКЦИИ НАМНОГО ШИРЕ. ИРИНА ПЕЛЯВИНА



КРАЕВЫЕ ВЛАСТИ ХОТЯТ УВЕЛИЧИТЬ КОЛИЧЕСТВО ЯРМАРОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ ФЕРМЕРАМ В СБЫТЕ ПРОДУКЦИИ

ЯРМАРОЧНЫЙ СПРОС

По данным министерства сельского хозяйства Пермского края в прошлом году проведено более 200 сезонных сельскохозяйственных ярмарок и более 420 ярмарок выходного дня, на которых фермеры смогли представить свою продукцию. На территории города Перми организована ярмарка на постоянной основе, где реализуется продукция, произведенная сельхозтоваропроизводителями Пермского края. 26 августа 2014 подписан государственный контракт на оказание услуг по организации и проведению сельскохозяйственных ярмарок на территории города Перми и Пермского края с единым оператором на 2014 - 2016 годы, который обеспечивает предоставление бесплатных торговых мест фермер-

ским и личным подсобным хозяйствам для участия в ярмарках, перечень которых, утверждает- ся Министерством. Администрация города также участвует в проек- те. В прошлом году было поведено 50 ярмарок, а в этом стоит задача увеличить их количество как минимум до 75. По мнению чиновников это даст возможность местным производителям не только разово сбывать свою продукцию, но и за- помниться покупателям – создать «бренд свое- го продукта».

Проблему сбыта продукции обсудили на круглом столе «Развитие фермерских хозяйств Пермско- го края. Поиск новых рынков сбыта», который прошел в пресс-центре «Коммерсантъ в При- камье». Руководитель комиссии оп агробизне-

су ПРО «Опора России» Дарья Ронзина отметила, что по ее мнению, фермерская продукция поль- зуется спросом, у фермеров налаженные кон- такты с постоянными покупателями. «Как тако- вой проблемы сбыта нет. Не возникнет ли ситу- ация, когда при развитии сети ярмарок места бу- дут пустовать?», – заметила она. Замглавы Перми Виктор Агеев соглашается, что ярмарки довольно трудно укомплектовать продавцами. Фермеры в свою очередь отмечают, что ярмар- ки как инструмент для продвижения их продукции – не интересная для них тема. Фермеры выдели- ли несколько проблем, с которыми им приходит- ся сталкиваться при сбыте продукции: невозмож- ность конкурировать с крупными производителя- ми, которых также допускают на ярмарки, кроме



В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ ВОЗНИКЛО БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО НИШ, КУДА НЕ ПОЙДЕТ КРУПНЫЙ СЕЛЬХОЗТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЬ

того для того чтобы заниматься продажей фермеру необходимо собрать целый свод документов. «Я не хочу заниматься торговлей, мне это не интересно. Я хочу заниматься непосредственно сельским хозяйством, но я вынужден осваивать и торговлю тоже», - говорит фермер ИП Тюкалов из Чайковского района. По его мнению, необходимо рассмотреть вопрос о возрождении заготконтора, существовавших в советское время. Фермеры отмечают, что раньше, заготконторы забирали все: и мясо и кости и цена была фиксированная. Современный городской житель готов платить лишь за готовый продукт и не готов переплачивать за отходы производства. В результате, по подсчетам фермеров в случае реализации через посредников, производитель получает от розничной продажи мяса только 70%, а от молока – 50%. «Система государственных закупок, существовавшая в советское время была чудовищно неэффективной. Неудобной ни для государства, ни для сельхозпроизводителей даже в том виде, в котором они существовали, именно поэтому она развалилась вместе с системой сельхозпроизводителей. Она была неэффективной во всех ее стадиях. В моем понимании, если не случится масштабных социально-экономических потрясений, системы государственных заготконтор не будет. Это не нужно и если они появятся, это будет плохо. Иначе опять появится убыток. Потому что никогда в этом бизнесе государство не сможет быть таким же эффективным как частный продавец, даже если это посредник», - считает Виктор Агеев. Как отмечают ритейлеры вопрос стоит в том, кто будет оплачивать убытки. Раньше все убытки покрывали заготконторы. Поэтому сейчас, по мнению властей, чтобы выжить фермерам необходимо кооперироваться и осваивать не только производство, но и продажи.

«АВТОРСКИЙ» ПРОДУКТ

Руководитель сети магазинов «Ваш Фермер» Светлана Перминова рассказала, что как посредник между фермерами и покупателями сеть была создана три года назад по инициативе Минсельхоза. Началось все с интернет торговли, сейчас осуществляются продажи и через сеть розничных магазинов. По ее словам, в феврале спрос на фермерские продукты в сети упал ровно в два раза. Снижение платежеспособности населения может привести к тому, что падение спроса на фермерские продукты продолжится. Эксперты отмечают, что стимулировать продажи фермерских продуктов с помощью ярмарок нереально. Так как это продукты другого качества, выращенные не индустриальным способом, поэто-



РИТЕЙЛЕРЫ ГОТОВЫ БРАТЬ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ДЕФИЦИТНУЮ ФЕРМЕРСКУЮ ПРОДУКЦИЮ

му они стоят дороже и ориентироваться необходимо на более высокий сегмент покупателей, чем тех, кто посещает ярмарки. Директор продуктовой розничной сети «Семья» Елена Гилязова рассказала, что сеть начала работать с фермерами и спрос на такую продукцию есть. По ее мнению, фермерская продукция интересна потребителю, если это продукция иного качества. «Фермер имеет свою нишу. Он может представить «авторский» продукт», - уточняет она. Покупатель должен сделать выбор между заводским и фермерским. «Это другой продукт и поэтому у него другая цена. Фермерский продукт – это дорогой сегмент. Когда же работают на ярмарках целевая аудитория – низкоплатежный спрос. Для них основной критерий, не качество продукции, а цена. Поэтому возникает такого рода диссонанс», - полагает она. Виктор Агеев согласен, что фермерам необходимо ориентироваться прежде всего на покупателей премиум класса. «Это продукты для людей со

вкусами, которые могут себе это позволить. И в этой нише фермер и должен конкурировать. Ниша эксклюзивных продуктов должна расчиститься от импортных поставок», - полагает он. Секрет успеха фермерских продуктов эксперты видят в том, чтобы в условиях продовольственного эмбарго занять те ниши, которые окажутся свободными. «Сейчас в условиях санкций возникло большое количество ниш, куда не пойдет крупный сельхозтоваропроизводитель. Прежде чем начать что-то производить необходимо понять: какова потребность рынка?», - говорит Елена Гилязова. Светлана Перминова соглашается, что фермеры, не изучив рынка начинают выращивать такие продукты, которые не являются дефицитными. В результате, не в состоянии конкурировать с крупными производителями по цене, они сталкиваются с проблемой реализации. Елена Гилязова рассказала, что в сети «Семья» уже есть дефицит овощей, речной рыбы, зелени. Так, например сети при-

шлось продавать кабачки по 300 руб., хотя себестоимость этого продукта, выращенного в нашем регионе – копейки. Фермеры нужны там, где есть дефицит, например по зелени – это руккола или салат «Айсберг», который можно выращивать и в наших широтах. Между тем, местные производители продолжают выращивать зеленый лук. «Я не могу заставить своих покупателей есть один зеленый лук. Они хотят рукколу и айсберг. Я готова взять это на реализацию, а они говорят, что вырастили лук. Вот мы и не договорились», - резюмирует Егоспожа Гилязова. Кроме того, ритейлеры отмечают, что производителям нужно не только заниматься выращиванием, но и готовить товар к продаже. «Не хочет сегодня потребитель покупать тот продукт, который требует серьезной дальнейшей переработки. Это его право. Задача каждого бизнеса суметь свой продукт продать», - подытожила Елена Гилязова. ■



Настоящее
от фермеров
Семьи

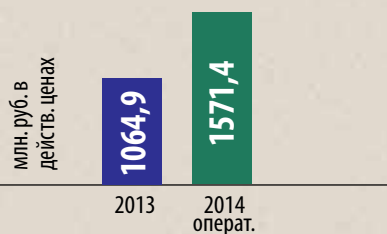


СЕЛЬХОЗПРОИЗВОДИТЕЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ

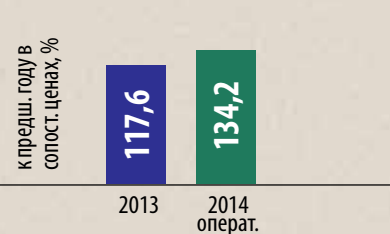
ВСЕГО В ПЕРМСКОМ КРАЕ **900** КРЕСТЬЯНСКИХ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ, ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
И БОЛЕЕ **300 ТЫС.** ЛИЧНЫХ ПОДСОБНЫХ ХОЗЯЙСТВ

ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ. ВАЛОВАЯ ПРОДУКЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

КРЕСТЬЯНСКИЕ (ФЕРМЕРСКИЕ) ХОЗЯЙСТВА

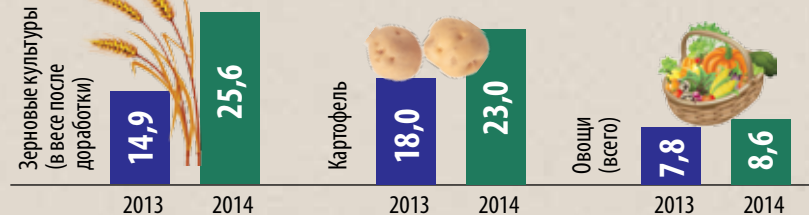


ИНДЕКС ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА

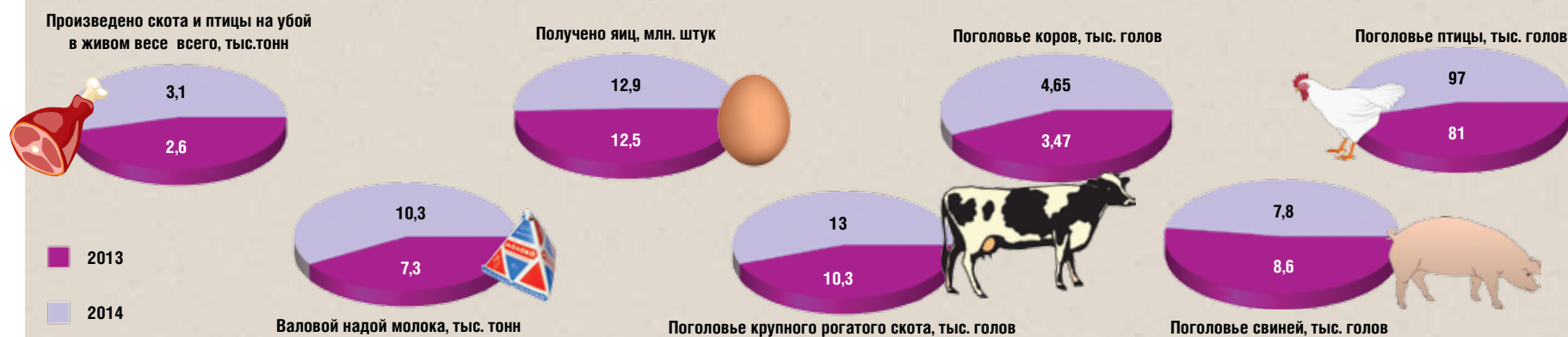


ПРОИЗВОДСТВО ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ РАСТЕНИЕВОДСТВА (ТЫС. ТОНН)

КРЕСТЬЯНСКИЕ (ФЕРМЕРСКИЕ) ХОЗЯЙСТВА



КРЕСТЬЯНСКИЕ (ФЕРМЕРСКИЕ) ХОЗЯЙСТВА И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ



По данным Министерства сельского хозяйства Пермского края

ЭНЕРГИЯ РОСТА

Филиал ОАО «МРСК Урала» — «Пермэнерго» в рамках соглашения с Минсельхозом Пермского края реализует программу поддержки предприятий агропромышленного комплекса и пищевой промышленности. В результате многие агропроизводители в разных районах края были присоединены к электрическим сетям и получили возможность планировать дальнейшее развитие собственных производственных мощностей.

Соглашение о реализации мероприятий по поддержке сельскохозяйственных товаропроизводителей и организаций агропромышленного комплекса региона было заключено осенью 2014 года директором филиала ОАО «МРСК Урала» — «Пермэнерго» Олегом Ждановым и министром сельского хозяйства и продовольствия Пермского края Иваном Огородовым. Данный документ предполагает объединение усилий для поддержки отечественных предприятий пищевой промышленности, сельского хозяйства и агропромышленного комплекса на территории региона, а также создание благоприятных условий для их развития.

За шесть месяцев (с октября 2014 года по март 2015 года) «Пермэнерго» подключило к электрообеспечению несколько перспективных сельхозпроизводителей в Кунгурском, Ординском, Частинском, Сивинском, Березовском, Лысьвенском, Ильинском, Большесосновском и других районах. В результате эти хозяйства получили перспективы дальнейшего развития своего производства.

Так, в деревне Дубовое Кунгурского района специалисты «Пермэнерго» присоединили к электри-

ческим сетям новую ферму по разведению крупного рогатого скота. Для этого было проложено более 450 метров воздушной ЛЭП 0,4 кВ. Крестьянское хозяйство в деревне Дубовое, принадлежащее ИП Татьяна Мальцевой, занимается производством мяса высокого качества — «мраморной говядины», пользующегося высоким спросом на рынке. Сейчас на ферме 56 коров и бычков британской герефордской породы. В планах фермера увеличить поголовье к 2018 году до 380 голов, а валовый прирост до 73 тонн.

Молочно-товарная ферма, построенная сельскохозяйственным производственным кооперативом «Заря» в деревне Подволошино Березовского района, получила мощность 65 кВт. Энергетики проложили к новой ферме 140 метров воздушной ЛЭП 0,4 кВ. Сейчас здесь уже содержится 250 коров чернопестрой породы. Введение в эксплуатацию нового здания фермы позволит увеличить поголовье молочного стада.

В деревне Олены Лысьвенского района к электрическим сетям были присоединены ферма, убойный и перерабатывающий цеха. Перспективное хозяйство местного фермера Надежды Федосеевой

занимается развитием мясо-молочного направления. В здании новой фермы по разведению крупного рогатого скота содержится более ста голов коров, телят и бычков. Перерабатывающий цех оснащен современным оборудованием: тестомесилкой, фаршемешалкой, аппаратами для изготовленияпельменей и котлет, специальной пилой, мясорубкой и объемным морозильником. Предприятие занимается производством пельменей, котлет, голубцов, фарша и суповых наборов.

Вблизи деревни Баляковка Ординского района была электрифицирована новая ферма по разведению гусей, насчитывающая более 6 тыс. голов водоплавающей птицы. Площадь птичника составляет более 700 кв. м. Для того чтобы обеспечить хозяйство необходимой мощностью, энергетикам понадобилось проложить более 700 метров воздушной ЛЭП 10 кВ и порядка 300 метров воздушной ЛЭП 0,4 кВ с применением самонесущего изолированного провода. Помимо этого, в центре электрических нагрузок установлена комплектная трансформаторная подстанция.

Еще одна ферма по разведению гусей была электрифицирована в деревне Кленовка Большесосновского района. В соответствии с разрабатываемым руководителем хозяйства Ольгой Туровой бизнес-планом здесь планируется выращивать и разводить более тысячи голов водоплавающей птицы.

Тепличное хозяйство и птичник в деревне Вятчана Сивинского



района в результате работы энергетиков получили необходимую мощность в объеме 50 кВт. Для этого было проложено около 150 метров воздушной ЛЭП 0,4 кВ. Сейчас в хозяйстве фермера Светланы Щепотиной круглогодично выращивается садовая ремонтантная земляника сорта «Королева Елизавета Вторая», а также содержатся куры-несушки продуктивного кросса «Ломан Браун классик». К середине 2015 года фермер планирует довести поголовье птиц до нескольких сотен.

Для свинофермы вблизи деревни Опалиха Частинского района специалисты «Пермэнерго» проложили более 500 метров воздушной ЛЭП 0,4 кВ. Присоединение к сетям делает планы по развитию фермы с 80 до 150 голов свиней вполне осуществимыми.

«Соглашение с «Пермэнерго» абсолютно рабочее, оно реаль-

но помогает упростить и ускорить процедуру подключения к электросетевой инфраструктуре объектов сельхозпроизводства», — комментирует предварительные результаты реализации Соглашения министр сельского хозяйства и продовольствия Пермского края Иван Огородов.

В настоящее время Минсельхоз актуализирует список предприятий, по которым будет вестись совместная работа с энергетиками. Как пояснили в министерстве, важным целевым показателем, по которому будет оцениваться эффективность реализации заключенного Соглашения, — прирост продукции, производимой аграриями, обеспеченными электроэнергией.

Опыт первых шести месяцев выполнения Соглашения позволяет рассчитывать на позитивные результаты.

БЛИЖЕ К ЗЕМЛЕ

ТУЧНЫЕ ГОДЫ, ЗАКОНЧИВШИЕСЯ СЕГОДНЯШНИМ КРИЗИСОМ, СФОРМИРОВАЛИ МОДУ НА ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ: БОЛЬШЕ ПОЛОВИНЫ РОССИЯН ГОТОВЫ ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ ЗА ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ. СПРОС ОБГОНЯЕТ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ЧТО ДАЕТ УЧАСТНИКАМ ЭКОРЫНКА УВЕРЕННОСТЬ В ЕГО ПОТЕНЦИАЛЕ. РАЗВИТИЮ СЕГМЕНТА НЕ ПОМЕШАЕТ ДАЖЕ КРИЗИС: ЭКСПЕРТЫ ОЖИДАЮТ РОСТА СБЫТА В ЭТОМ СЕГМЕНТЕ НА 10–15% В НЫНЕШНЕМ ГОДУ.

МАРИЯ КАРНАУХ

Российские производители предлагают покупателям органические молоко и молочные продукты, овощи, фрукты, мясо, муку и мед. Главное отличие экопродукции от «обычной» — отсутствие ГМО (генетически модифицированных организмов), ядохимикатов, пищевых добавок, гормонов роста и антибиотиков. Экопродукты выращиваются без применения пестицидов и обязательно на «чистой» земле: до высадки семян она отдыхает два-три года на конверсии. Соответствие международным стандартам подтверждается сертификатами ICEA (Италия), EU 834/07 (Евросоюз), JAS (Япония), USDA (США).

Растущий спрос на «органику» в течение последних лет стабильно превышает предложение, отмечает Яков Любовецкий, исполнительный директор Союза органического земледелия. По его данным, порядка 58% россиян хотят покупать продукты без химии и вредных веществ. Речь идет о потребителях в возрасте от 22 до 45 лет, озабоченных здоровьем, прежде всего родителей, следящих за рационом детей. За экопродукты они готовы платить больше — разница с «обычными» составляет от 20% (если речь идет об овощах) до 300–500% (при покупке рыбы или мяса).

В то же время желающих продавать органические продукты значительно меньше, чем желающих купить. По данным Союза органического земледелия, в России не более 100 таких производителей. Долю «органического» сегмента его участники оценивают от 0,2 до 5% от общего объема продуктового рынка страны. Особенно активно «натуральный» сегмент развивается в последние три года: по данным Михаила Николаева, управляющего директора компании «Николаев и сыновья», торгующей продуктами, рост составил более 20%.

Такое расхождение в цифрах — от 0,2 до 5% — Елена Симкина, директор департамента маркетинга корпорации «Органик», объясняет отсутствием четкого регулирования отечественного рынка. «В российском законодательстве пока нет обозначения «органический», поэтому разные эксперты и исследователи понимают под органикой разное», — поясняет эксперт. «Рынок органических продуктов в России, да и во всем мире, существует прежде всего как маркетинговая инициатива, — соглашается Алексей Андреев, сопредседатель Ассоциации брендинговых компаний России. — Маркетологи готовы наклеить «органический» ярлык на что угодно».

В результате российские компании делятся на тех, кто прошел европейскую сертификацию, тех, кто получил российскую, и тех, кто назвал свою про-



МАКСИМ КУМЕРЛАНГ

МНОГИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ МЕЛКИЕ И СРЕДНИЕ ФЕРМЕРЫ ПО ФАКТУ ПРОИЗВОДЯТ ОРГАНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ, НО НЕ СЕРТИФИЦИРУЮТ ЕЕ

дукцию органической или фермерской, не проходя проверку. Объем мирового рынка экопродукции в 2013 году IFOAM (Международная федерация органических сельскохозяйственных движений) оценила в \$63

млрд. На этом фоне российские \$148 млн (оценка из отчета сельскохозяйственного представительства США в России FAS US), выглядят довольно скромно. Российский органический рынок делят между со-

бой отечественные компании. Среди локальных сетей, специализирующихся на экопродукции, Елена Ключарова, консультант отдела исследований рынка CBRE, называет «Хлеб и молоко», «Подворье», «Клевер & Co.», «Био-маркет», LavkaLavka и «Морошка

ПО ДАННЫМ СОЮЗА ОРГАНИЧЕСКОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ, ФАКТИЧЕСКИЙ РЫНОК ПРОДУКЦИИ, ВЫРАЩИВАЕМОЙ НА ПРИНЦИПАХ ОРГАНИЧЕСКОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ В РОССИИ, ПРЕВЫШАЕТ 150 МЛРД РУБ.



ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ НЕСМОТЯ НА КРИЗИС ИЗ МОДЫ НЕ ВЫЙДУТ

маркет». Крупнейшими производителями эксперты называют ОАО «Рузское молоко», ООО «Эфирмас-ло», международное объединение «Экокластер». «На данный момент розничных зарубежных игроков на рынке нет, однако с доставкой в Россию функционируют онлайн-магазины органической продукции из США», — отмечает эксперт. Потенциал у российского рынка большой — прежде всего за счет его несертифицированности. По данным Союза органического земледелия, фактический рынок продукции, выращиваемой на принципах органического земледелия в России, превышает 150 млрд руб. «Многие отечественные мелкие и средние фермеры по факту производят органическую продукцию, но не сертифицируют ее», — говорит эксперт. Речь идет о тех, у кого нет денег на химизацию и другие средства интенсификации своей продукции. Их легализация даст скачкообразный рост: после принятия федерального закона об органическом сельском хозяйстве (его разработкой занимался Минсельхоз, а теперь —

комитет по аграрным вопросам Госдумы), техрегламента и нацстандарта такие участники рынка выйдут из тени и принесут ему более \$300 млн. В Национальном союзе производителей и потребителей органической продукции (НОС) уверены: именно развитие отечественного органического земледелия может стать отправной точкой для роста российского сельского хозяйства, которую ищут Минсельхоз и правительство РФ. «Потенциал развития отечественного органического сельского хозяйства огромен, — убежден председатель правления НОС Илья Калеткин. — В России 40 млн га залежных сельскохозяйственных земель, которые достаточно быстро и безболезненно можно было бы сертифицировать в соответствии с органическими стандартами». Из них под эконужды используется только 126,8 тыс. га, что составляет 0,06% от сельхозземель РФ (по данным IFOAM). Роль органических продуктов понимают и ученые. По данным НИИ питания РАМН (Российской академии медицинских наук), порядка 30–50% всех за-

болеваний россиян связаны с нарушениями питания. По словам заведующего лабораторией пищевой токсикологии НИИ питания РАМН Сергея Хотимченко, органические продукты встраиваются в общую структуру здорового питания населения и имеют непосредственное отношение к продовольственной безопасности. Рост спроса на экопродукты не остался незамеченным среди продуктовых ритейлеров. «Ряд московских премиальных продуктовых супермаркетов — «Зеленый перекресток», «Азбука вкуса» и т. д. — увеличивает долю экопродуктов в своем ассортименте. В отдельных случаях она достигает 30–40%», — говорит Елена Ключарова. Первой отечественной розничной сетью, предложившей российским фермерам реализовывать их продукцию в рознице, стала «Азбука вкуса». Сеть закупает у фермеров мясо, молоко и молочные продукты, овощи, орехи, мед. Поступающая продукция проверяется собственным департаментом по качеству и лабораторией, в которой идет фи-

зико-химический и микробиологический анализ, рассказывает руководитель пресс-службы «Азбуки вкуса» Андрей Голубков. Проверяются не только продукты, но и финансовое состояние партнерских фермерских хозяйств — с помощью регулярного аудита. Часть средств, вырученных от продажи органических товаров, идет на поддержку самих фермерских хозяйств — закупку техники и внедрение новых технологий. Несмотря на кризис, участники экорынка по-прежнему ожидают роста, пусть и ниже запланированного, но как минимум в размере 10–15%. «В этом году планируется принятие закона и стандартов об органической продукции, усиление эмбарго к европейской продукции создает идеальные условия для импортозамещения, в том числе на рынке органической продукции», — говорит Яков Любоведский. К тому же мода на «органику» вряд ли исчезнет из-за падения доходов и роста цен: вряд ли те, кто озабочен своим здоровьем, махнут на него рукой. ■

НЕСМОТЯ НА КРИЗИС, УЧАСТНИКИ ЭКОРЫНКА ЖДУТ ЕГО РОСТА НА 10–15%. МОДА НА «ОРГАНИКУ» НЕ ИСЧЕЗНЕТ ИЗ-ЗА ПАДЕНИЯ ДОХОДОВ И РОСТА ЦЕН: ВРЯД ЛИ ТЕ, КТО ОЗАБОЧЕН СВОИМ ЗДОРОВЬЕМ, МАХНУТ НА НЕГО РУКОЙ

«ФЕРМЕРЫ В ОДИНОЧКУ НЕ СМОГУТ ВЫЖИТЬ»

УЖЕ ПОЧТИ ГОД В РОССИИ ДЕЙСТВУЕТ ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ. В ПРЕДДВЕРИИ ПОСЕВНОЙ МИНИСТР СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ПЕРМСКОГО КРАЯ ИВАН ОГОРОДОВ РАССКАЗАЛ О ТОМ, КАКИМИ ТЕМПАМИ РАЗВИВАЕТСЯ АГРОБИЗНЕС В ПРИКАМЬЕ.

ВЯЧЕСЛАВ СУХАНОВ

Business Guide: Программа по импортозамещению в сфере продуктов питания скоро год как работает. После введения Россией продуктового эмбарго произошла и сильная девальвация рубля. В таких «сказочных» условиях как развивается агробизнес Прикамья? Какие сферы сельского хозяйства, по вашему мнению, гарантированно дадут отдачу как производителям, так и потребителям?

Иван Огородов: Предпосылки развития сельского хозяйства в Прикамье есть, продукция нашего агропрома однозначно востребована. На взгляд краевого Минсельхоза, сейчас наиболее выгодно развивать четыре ключевые темы: молочное животноводство и дальнейшую его переработку (как в промышленных масштабах, так и фермерских хозяйствах); мясное животноводство; овощи закрытого грунта и зелень, а также овощи открытого грунта (особенно лук, чеснок, весь суповой набор — морковь, капуста). Четвертое направление — картофель.

Все проекты в вышеперечисленных отраслях пригодны для развития в Пермском крае в первую очередь из-за природно-климатических условий. В Прикамье бесполезно выращивать арбузы или сахарную свеклу.

Повторюсь, в каждом продукте есть два ключевых сегмента: это индустриальное и фермерское производство. Индустриальные масштабы агробизнеса, допустим, птицы или того же картофеля, заряжены на высокую производительность, на технологии, на оборудование. По сути, это такие же городские промпредприятия. Фермерское направление, как правило, с меньшим использованием технологий, с большим количеством труда, но его продукты считаются более экологически чистыми. На мой взгляд, сегодня оба сегмента востребованы. Индустриальное производство ориентировано на потребителя со средними и небольшими доходами и меньшими притязаниями на качество, его задача накормить, условно говоря, произвести недорогую калорию. Что касается фермерского продукта (домашнего, с личного подсобного хозяйства) — такого продукта производится довольно много. Но ключевая проблема с ожиданием производителя по цене, а также с логистикой и хранением. Задача личных хозяйств и фермеров в том, чтобы на условиях кооперации они объединялись, создавали свои хранилища, небольшие цеха по переработке и фасовке. Федеральный Минсельхоз эти инициативы поддерживает и выделяет на эти цели гранты. Сколько бы мы ни говорили, что частное предпринимательство преодолевает любые преграды, фермеры в одиночку не смогут выжить.

BG: Из обозначенных продуктовых проектов к каким наибольший интерес проявляется со стороны инвесторов?



МАКСИМ ИМЕРТИНГ

И.О.: Индустриальное производство — это в первую очередь масштабные инвестиции. Для того чтобы построить стандартную молочную ферму на 1500 голов, необходимо минимум 280 млн руб. Это только в строительство. Еще 100–150 млн руб. — в поголовье. Точно такие же суммы неизбежны при строительстве картофелехранилища, мощностей птицефабрик. Или в современном высокопроизводительном тепличном хозяйстве сумма инвестиций на один гектар современных индустриальных теплиц с досветкой — 120–140 млн рублей. Все это инвестиционная задача, и она не каждому по плечу. Здесь мы ставку делаем на действующие предприятия и на новых инвесторов, с которыми активно встречаемся и выстраиваем долгосрочную кредитную стратегию.

Несколько проще со стартапами фермерского хозяйства. Здесь нужно меньше инвестиций, но больше личного участия. Кроме того, фермерам оказывается массированная поддержка, где порой не нужен стартовый капитал. Фермер приходит в первую очередь в район. В большей степени мы заинтересованы в тех людях, семьях, которые уже работают в формате крупного личного подсобного хозяйства или уже развиваются как крестьянско-фермерское хозяйство. Мы даем им грант в 1,5 млн руб., и они дальше двигаются в развитии.

И тот и другой сегменты точно будут развиваться в Пермском крае. Во всем мире они не противостоят друг другу, они развиваются параллельно. Продуктам из промышленных хозяйств прямая дорога

в «Пятерочки» и «Ашаны». Фермерским продуктам сложно попасть в сети, нужна ритмичная поставка, нужен стандартизованный продукт, который нужно на полку класть каждый день.

BG: Готовы ли фермеры к объединению?

И.О.: Они очень сложно кооперируются. Наверное, все это идет от недоверия к ведению бизнеса, сложившегося в 90-е годы XX века. Но те, кто успешно проходят объединение и корпоративные, а иногда и личностные шероховатости, празднуют успех. Чтобы выжить, нужно либо много инвестировать, либо идти кооперироваться — чудес не бывает. Многие небольшие хозяйства, к сожалению, даже с соседом-то кооперироваться не хотят. В Прикамье имеет место вертикальная интеграция, когда, к примеру, переработчики молока покупа-

ЗАДАЧА ЛИЧНЫХ ХОЗЯЙСТВ И ФЕРМЕРОВ В ТОМ, ЧТОБЫ НА УСЛОВИЯХ КООПЕРАЦИИ ОНИ ОБЪЕДИНЯЛИСЬ, СОЗДАВАЛИ СВОИ ХРАНИЛИЩА, НЕБОЛЬШИЕ ЦЕХА ПО ПЕРЕРАБОТКЕ И ФАСОВКЕ.



АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС

ют хозяйства, модернизируют их, выводят на хороший уровень производства и получают нормальный бизнес.

ВГ: Иван Петрович, с момента активной фазы кризиса прошло несколько месяцев. Чувствует ли Минсельхоз шевеление на агорынке, оправились ли наши крестьяне от первоначального шока, вызванного ростом кредитных ресурсов? Есть ли у аграриев предпринимательская жилка, чтобы заполнить освободившуюся от импорта продуктовую нишу?

И.О.: Производство молока (сырья) в Прикамье растет ежемесячно. Главное — не потерять эту динамику. Опасения связаны с оборотными средствами: необходимо входить в посевную, готовиться к заготовке кормов, это надо делать сейчас, в условиях, когда кредит стоит 20–23%.

ВГ: 23%? А где же тогда рентабельность в сельском хозяйстве?

И.О.: На федеральном уровне принято решение, что из этих 23% бюджет будет субсидировать крестьянам 17,5%. Всем сельхозпроизводителям без исключения, которые взяли кредит на проведение весенних полевых работ, купили удобрения, ГСМ, запчастей, семена, то есть целевой кредит на проведение весенних полевых работ.

Сейчас наша ключевая задача — добиться, чтобы аграрии брали инвестиционные кредиты. Сейчас «Росагролизинг» предлагает технику в лизинг под 4–5%: пожалуйста, покупай-забирай. Это федеральный лизинг. У того же «Росагролизинга» есть коммерческий лизинг — под 12–15%. Здесь край готов возмещать проценты в составе лизингового платежа в размере ставки рефинансирования. Допустим, лизинг 16%, мы возмещаем 8,25%. Лизинговым инструментом пользоваться точно нужно.

ВГ: Кроме «молочки», где-то еще рост наблюдается?

И.О.: В производстве мяса есть положительная динамика. Сейчас нам важно сконцентрироваться на овоще-картофельном направлении и заложить основу урожая 2015 года. Есть несколько новых инвестиционных проектов по овощам в закрытом грунте — в Оханском и Пермском районах.

ВГ: Это действующие аграрии или новые для отрасли инвесторы?

И.О.: Абсолютно новые предприниматели. Они имеют деньги, площадки, но пока не имеют достаточ-

ного опыта. Построить ферму — не самое сложное в агробизнесе. Самое сложное — войти в бизнес с точки зрения эффективности и производительности труда, сгенерировать финансовый поток. Прежде чем вбабахать рубли или доллары, необходимо везде посмотреть, изучить самые лучшие опыты, и тогда вкладывать эти средства. Например, у нас активно начали заниматься производством мяса инвесторы в Березовке, Кунгуре, Сиве, Лысьве — и это Личности с большой буквы, которые понимают, что такое крупнотоварное мясное скотоводство. В таком деле нужны компетенции и длинные деньги.

ВГ: С деньгами понятно, а как быть с компетенциями?

И.О.: Мы помогаем хозяйствам в вопросе обучения персонала. Руководители хозяйств активно работают с техникумами, даже более активно, чем с сельхозакадемией. Ребята, которые оканчивают техникумы, более адаптированные иногда бывают. Правительство дает подъемные для выпускников вузов и техникумов, жилье, помогает строить. Если у молодого специалиста уже есть семья, тогда сумма государственной поддержки на строительство жилья будет гораздо выше, уже под миллион рублей, что в районах считается серьезным подспорьем.

ВГ: Вы ожидаете первые результаты уже по итогам посевной?

И.О.: Да. Сейчас наша задача — помочь обеспечению хозяйств удобрениями, семенами, запчастями, техникой.

ВГ: Фермеры высказывают опасения, что сейчас увеличат производство сельхозпродукции, а закончится эмбарго или вырастет цена на нефть, и их товары опять никому не будут нужны?

— Повторюсь: выход — в совместном сбыте. Ты вырастил три мешка картошки и не знаешь, куда их девать. По идее, их раньше покупал крайпотребсоюз или потребительское общество. Да, они покупают. Но часто не дают тех цен, которые бы были интересны производителям, и не во всех муниципалитетах осталась их база. Поэтому губернатор нам поставил задачу — нанести на карту Пермского края точки, где действует система закупок крайпотребсоюза и там ее активизировать, а где этих точек нет, там необходимо объединять сбыт фермеров.



ПРОИЗВОДСТВО МОЛОКА (СЫРЬЯ) В ПРИКАМЬЕ РАСТЕТ ЕЖЕМЕСЯЧНО.

ВГ: Другая проблема фермеров — их продукцию неохотно берут сети.

И.О.: На самом деле они готовы это брать. Весь вопрос в том, готов ли фермер обеспечивать ритмичность поставок и ровный объем. Чтобы не было так: привез товар, месяц его продавал, он закончился и ждешь следующего урожая.

ВГ: Минсельхоз активно развивает такую антикризисную тему, как торговля продукцией аграриев с колес, выездные ярмарки. Это действительно делает продукцию дешевле?

И.О.: Мы считаем, что потребителю это нужно. Важно, чтобы с колес торговал не отдельный житель, который забил у себя тушу во дворе, а именно полностью сертифицированный производитель. Опять же торговой надбавки нет, а она бывает 20–50%. Посетитель гипермаркетов оплачивает ритейлерам все: торговое помещение, продавец, кассу, рекламу, холодильники, стоянку и охрану, лизинг. Все это оплачивает потребитель. Ярмарки с колес платят только за подключение электричества и за уборку территории.

ВГ: Единственный минус — у передвижных ярмарок ассортимент бедноват...

И.О.: Согласен. Заходишь в магазин — здесь у тебя и хлебобулочные изделия, и мясные продукты разные, и консервация разная, и грибы с ягодами, и кукуруза с зеленым горошком, и пиво. Ярмарка — немного другой формат, там мы должны дать возможность реализовать нашим производителям то, на чем они специализируются. ■

ЧТОБЫ ВЫЖИТЬ, НУЖНО ЛИБО МНОГО ИНВЕСТИРОВАТЬ, ЛИБО ИДТИ КООПЕРИРОВАТЬСЯ — ЧУДЕС НЕ БЫВАЕТ.



В ЭТОМ ГОДУ В ПОСЕВНОЙ СЕЗОН АГРАРИИ ВХОДЯТ В ЭКОНОМИЧЕСКИ СЛОЖНОЙ СИТУАЦИИ



НЕ СЧИТАЛ, НО УДОБРЯЮ

ЦЕНА УДОБРЕНИЙ В РЕЗУЛЬТАТЕ ДЕВАЛЬВАЦИИ РУБЛЯ ВЫРОСЛА НА 30–55%. ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКИХ АГРАРИЕВ МИНСЕЛЬХОЗ ДОГОВОРИЛСЯ С ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ УДОБРЕНИЙ О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ СКИДОК. ЭКСПЕРТЫ СЧИТАЮТ, ЧТО СКИДКИ — НЕ ЛУЧШИЙ ВАРИАНТ ПОДДЕРЖКИ, ТАК КАК ХИМИКИ ТАКЖЕ НЕ ДОЛЖНЫ РАБОТАТЬ СЕБЕ В УБЫТОК.

ВЯЧЕСЛАВ СУХАНОВ

Российские производители минудобрений согласились предоставить аграриям на время посевной скидки на свою продукцию до 33%, сообщил в марте глава Федеральной антимонопольной службы Игорь Артемьев. В основном это касается аммиачной селитры, которая занимает более 60% в объеме российского потребления. По словам главы антимонопольного ведомства, скидка будет привязана к цене на сырье на китайском рынке и должна быть плавающей. Таким образом, производители удобрений избежат санкций со стороны правительства, в виде роста экспортных пошлин. Конфликт между аграриями и химиками возник после резкой девальвации рубля: стоимость удобрений на внутреннем рынке, привязанная к экспортной цене, выросла на 30–55%. Уже в декабре 2014 года производители удобрений обещали аграриям скидку 15–20% на время посевной, в действительности в феврале она составила почти 30%, но и этого, по мнению Минсельхоза, было недостаточно. Министерство предложило ввести экспортные пошлины 35%, которые могли бы снизить EBITDA крупнейших компаний на 60–90% в 2015 году. В минсельхозе Пермского края подтверждают, что перед посевной 2015 года цена на удобрения значительно выросла: аммиачная селитра подорожала на 40%, карбамид — на 30%. Директор агрофирмы «Труд» Юрий Юшков говорит, что тонна аммиачной селитры в физическом весе стоит 15 тыс. руб., тонна нитроаммофоски — 22 тыс. руб. Согласно письму замминистра Минсельхоза РФ Андрея Волкова, направленному 3 марта в часть регионов РФ (есть в распоряжении ВГ), средняя цена тонны аммиачной селитры в физическом весе должна составить 11,4 тыс. руб., а с учетом НДС, тары и транспортных расходов — 14,2 тыс. руб. Согласно этому письму субъекты РФ должны в кратчайшие сроки провести работу совместно с производителями минеральных удобрений по заключению соглашений на поставку удобрений с обязательным указанием ежемесячных объемов и сроков их поставок для проведения весенних полевых работ (февраль — май включительно), совместно с производителями удобрений определить дистрибьюторов, провести разъяснительную работу с дистрибьюторами и сельхозтоваропроизводителями о недопущении перепродажи удобрений в другие регионы, а также за пределы Российской Федерации. В Прикамье расположены крупнейшие российские производители удобрений — «Уралкалий» (хлоркалий) и предприятия холдинга «Уралхим» — пермские «Минудобрения» и березни-



РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МИНУДОБРЕНИЙ СОГЛАСИЛИСЬ ПРЕДОСТАВИТЬ АГРАРИЯМ НА ВРЕМЯ ПОСЕВНОЙ СКИДКИ НА СВОЮ ПРОДУКЦИЮ ДО 33%,

ковский «Азот» (аммиачная селитра, карбамид). В «Уралкалии» сообщили ВГ, что выполняют поставки пермским аграриям на все 100%, не скавав о скидках. В «Уралхиме» заявили, что ввели дополнительные скидки на аммиачную селитру от деклариро-

ванных на февраль и март цен, и уже начали поставки этой продукции в регионы. «Этот шаг является дополнением к программе поддержки отечественных сельхозпроизводителей, инициированной „Уралхимом“ в конце прошлого года. Предпринимаемые в рамках программы меры

направлены на повышение экономической эффективности использования удобрений российскими сельхозпроизводителями, стимулирование спроса на удобрения и снижение затрат аграриев в расчете на единицу производимой продукции», — поясняют в компании.

**ВЫГОДА ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
В ПРОДАЖЕ ПРОДУКЦИИ
С ДИСКОНТОМ МОЖЕТ
ЗАКЛЮЧАТЬСЯ В ТОМ,
ЧТО УДАТСЯ ПРОДАТЬ БОЛЬШЕ
УДОБРЕНИЙ**



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА

«Для компании внутренний рынок всегда был и остается приоритетным, — отмечает генеральный директор ОАО «ОХК „Уралхим“» Дмитрий Коняев. — На внутреннем рынке и рынке СНГ реализуется почти 50% выпускаемой компанией аммиачной селитры — самого востребованного вида удобрений в России. Мы рассчитываем, что льготные условия ценообразования будут стимулировать спрос и позволят сельхозпроизводителям сохранить объемы внесения удобрений, а также будут способствовать повышению урожайности и доступности сельхозпродукции». Конкретную стоимость тонны удобрений после скидки в компании не называют.

Ежегодно хозяйства Пермского края вносят в обрабатываемые участки 12–15 тыс. тонн действующего вещества (д.в.) минеральных удобрений. Самыми популярными удобрениями являются азотные. В год аграрии покупают 7,7 тыс. тонн д.в. азотных удобрений. Из них 2,7 тыс. тонн д.в. аммиачной селитры и 3,6 тонн д.в. карбамида. На втором месте по популярности фосфорные удобрения — их закупается порядка 2,7 тыс. тонн д.в. На третьем месте — калийные (1,9 тыс. тонн.). Замыкают список сложные минеральные удобрения (примерно 1,2 тыс. тонн д.в.).

Для выращивания зерновых в основном используется азот. Более быструю отдачу овощей и картофеля ждут при внесении калийных и сложных удобрений. При этом доходность от внесения удобрений будет примерно следующая: 1 кг действующего вещества даст 5 кг зерна, 20 кг картофеля или 40 кг овощей.

Пермские аграрии отмечают, что пока обещанной скидки они не получили. «Рост составил от 40 до 50%. Сложные удобрения мы покупаем за 21–22 тыс. руб. за тонну. В то же время мы идем навстречу властям, которые просят нас не поднимать цены на молоко. С августа мы продаем молоко по старой цене», — говорит гендиректор ООО «Агрофирма „Труд“» Юрий Юшков. По его словам, во времена СССР в Прикамье сеяли 2 млн га и одного субботника пермских химкомбинатов хватало, чтобы обеспечить всех крестьян удобрениями. «Сейчас обрабатывается 600–700 тыс. га, это часа четыре работы всех комбинатов, чтобы нас обеспечить», — полагает господин Юшков. Он отмечает, что заводы не торопятся исполнять договоренности с правительством: «Цены снизятся, когда все растает и надо будет выезжать на поля».

Министр сельского хозяйства края Иван Огородов заявляет, что его ведомство предпринимает все усилия, чтобы сгладить эффект от резкого роста цен на удобрения. «Это, в первую очередь, своевременная выплата субсидий для поддержки крестьян. Обычно мы выплачивали ее в апреле-мае, сейчас крестьяне получили ее в марте. Это 300 млн руб.», — говорит министр.

Эксперты считают, что у производителей удобрений не было другого выбора, кроме как повысить цены на свою продукцию. «Ситуация в экономике в 2014 году развивалась по кризисному сценарию: стремительно увеличивающаяся инфляция, значительные колебания курсов валют не оставляли компаниям иного выбора. Вырос-

ли цены на сырье, расходные материалы и комплектующие, прочие товары и услуги, которые используют в своей работе компании, и они не могли не отреагировать на это, ведь не могут же они работать себе в убыток, — считает ведущий эксперт УК «Финам Менеджмент» Дмитрий Баранов. — Кроме того, такое повышение объясняется и началом весны, увеличением объемов работ в сельском хозяйстве, что традиционно сопровождается ростом цен».

Однако озвученный чиновниками края размер повышения стоимости удобрений вызвал удивление у эксперта. По данным Росстата в январе 2015 года, средняя цена у производителей тонны азотных минеральных или химических удобрений составила 13 299 руб., а в феврале — 14 609 руб., то есть рост составил 9,85%. Средняя цена тонны калийных химических или минеральных удобрений составила в январе 2015 года 11 394 руб., а в феврале — 14 774 руб., то есть рост составил 29,66%. А стоимость фосфорных минеральных или химических удобрений не изменилась: и в январе, и в феврале тонна их у производителей стоила 11 000 руб. То есть никакого 40–50%-ного повышения не наблюдается, считает господин Баранов: «Возможно, что во всем виноваты посредники, и они еще накручивают цены, но в этом нельзя обвинять производителей удобрений».

«Выбивание» скидки из производителей тоже чревато неприятностями, полагает эксперт: «Они не могут работать себе в убыток, и такое постоянное давление на них может привести к тому, что экономическое состояние производителей ухудшится. Может, они и не обанкротятся, но могут существенно сократить объемы производства удобрений, что вряд ли обрадует аграриев. Так что не имеет смысла требовать снижения цен только от производителей. Логичнее проанализировать всю цепочку: от производителя до потребителя и там найти ресурсы для снижения стоимости удобрений».

Теоретически выгода для производителей в продаже продукции с дисконтом может заключаться в том, что удастся продать больше удобрений. Однако здесь все не так просто. Во-первых, больше, чем им нужно, крестьяне удобрений не купят. Во-вторых, экономическая ситуация сейчас такова, что все стремятся экономить, и аграрии — не исключение. Вряд ли у них есть значительные свободные средства, чтобы купить больше удобрений. Так что не факт, что выгода для производителей удобрений от продажи их с дисконтом будет вообще, добавляет господин Баранов. «Ситуация в экономике в целом, и производстве удобрений в частности постоянно меняется, а значит, вряд ли возможно выработать какие-то постоянные «правила игры», которые будут действовать всегда. Скорее всего, сторонам придется договариваться каждый год, с учетом того, как будет складываться ситуация в экономике. Однако, так как они зависят друг от друга, считаю, что они смогут находить точки соприкосновения и договариваться о взаимной выгоде», — резюмирует эксперт. ■



ПЕРМСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МИНЕРАЛЬНЫХ УДОБРЕНИЙ ГОТОВЫ ПОМОЧЬ КРЕСТЬЯНАМ СКИДКАМИ

АГРАРИИ СЧИТАЮТ, ЧТО СМОГУТ ПОЛУЧИТЬ СО СКИДКОЙ УДОБРЕНИЯ ТОЛЬКО В АПРЕЛЕ, И ТОЛЬКО ПО 100% ПРЕДОПЛАТЕ. НО К ЭТОМУ ВРЕМЕНИ УЖЕ НАЧНЕТСЯ ПОСЕВНАЯ



РОССИЙСКОЕ ЗНАЧИТ ОТЛИЧНОЕ

ПРОЕКТ ДОБРОВОЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ РОССИЙСКОЙ ПРОДУКЦИИ «РОССИЙСКИЙ ЗНАК КАЧЕСТВА», РАЗРАБОТАННЫЙ МИНПРОМТОРГОМ РФ, ГОТОВ К ЗАПУСКУ. ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ НЕОДНОЗНАЧНО ОТНОСЯТСЯ К НОВОМУ СИМВОЛУ.

ЕКАТЕРИНА МИНИНА

Собственные знаки качества существуют во многих странах. В Евросоюзе товары маркируются отметкой CE-mark, которая означает соответствие продукции нормам ЕС. В Германии знак DIN CERTCO (DIN) подтверждает качество множества продуктов и специализированных услуг. В Финляндии продукты, маркированные знаком «Белый лебедь» (huvaa suomesta), считаются безопасными и качественными. Комиссия США по безопасности потребительских продуктов (United States Consumer Product Safety Commission) также маркирует проверенные ею продукты.

ЗАБЫТЫЕ ЗНАКИ Проект стимулирования отечественного производителя присвоением его продукции «Знака качества» возник полтора года назад, во время встречи премьера Дмитрия Медведева с представителями бизнес-сообщества. Разрабатывать знак поручили Минпромторгу, который привлёк к процессу более 30 отраслевых и потребительских сообществ. В частности, анализ проектов стандартов на продукцию в рамках системы проводили Ассоциация компаний розничной торговли и Ассоциация производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз».

Система добровольной сертификации призвана дать потребителю ориентир, который позволит ему найти качественный российский товар. Знак качества может присваиваться любым российским товарам независимо от того, кому принадлежат предприятия, на которых они выпущены. Важно лишь, что эти предприятия находятся в России. Конкурс на изображение знака завершился предсказуемо: победил эскиз «Российского знака качества», который очень похож на аналогичный советский символ. Этот эскиз предложил Дмитрий Мордвинцев, арт-директор студии «Акопов дизайн», возглавляемой Валерием Акоповым, соавтором советского знака качества 1967 года (он входил и в жюри нынешнего конкурса). Новый знак качества представляет собой пятиугольник с белой буквой «К» на красном фоне.

Определять соответствие продукта стандартам качества будет создаваемая правительством АНО «Российская система качества», которая будет проводить проверки маркированных знаком товаров из розничных магазинов, оценивая их соответствие заявленным стандартам.

По словам представителей Минпромторга, система готова к запуску. «К началу 2015 года мы подошли в полной готовности системы качества», — сообщил «Ъ» статс-секретарь — заместитель министра промышленности и торговли РФ Виктор Евтухов и добавил, что «проведение стартовых испытаний и процедур системы займет ещё некоторое время».

СОЗДАТЕЛИ ТОРГОВОГО ЗНАКА КРОВНО ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ЕГО НЕКОРРУПЦИОННОСТИ, ИНАЧЕ ИХ ТРУД ПРОПАДЕТ: ПОТРЕБИТЕЛЬ ПОЙМЕТ, ЧТО ЭТОТ ЗНАК СТОИТ НЕ НА ТОВАРАХ ОСОБОГО КАЧЕСТВА, А НА ТОВАРАХ «ПРОПЛАЧЕННЫХ»



У ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПОЯВИТСЯ СВОЙ ЗНАК КАЧЕСТВА

КАЧЕСТВО — ДЕЛО ДОБРОВОЛЬНОЕ

Первыми из продукции пищевой промышленности будут сертифицироваться подсолнечное масло, майонез, соль, филе трески и тихоокеанский лосось. Предложения протестировать эту продукцию поступили от участников рынка, сообщили в Минпромторге.

«Систему ожидают сами участники рынка, которые прогнозируют увеличение продаж продукции, маркированной «Российским знаком качества», — говорит господин Евтухов. — Для министерства актуален вопрос повышения общего уровня качества производимой в России продукции и формирование потребительского предпочтения к приобретению отечественных товаров. Изучив аналогичные зарубежные проекты, можно сделать вывод о положительном влиянии знака качества на повышение доверия потребителей к национальным товарам». Рост доверия потребителей к российским товарам должен привести в среднесрочной перспективе к повышению конкурентоспособности российских товаров и успешному импортозамещению в области продуктового ритейла.

В профессиональной среде пищевиков нет однозначной оценки внедряемой системы добровольной сертификации.

Председатель совета директоров ГК АГАМА Юрий Алашеев настроен оптимистично: он считает, что знак будет присваиваться действительно каче-

ственным продуктам. «В добровольности его получения заложена надежда на то, что знак будет реальным. Создатели кровно заинтересованы в его некоррупционности, иначе их труд пропадет: потребитель поймет, что этот знак стоит не на товарах особого качества, а на товарах «проплаченных». Тогда быстро пропадет и смысл покупать такой знак».

Мушер Мамиконян, президента Мясного совета ЕЭП, идею возрождения советского знака считает «хорошей, но достаточно трафаретной». «Я опасюсь, что мы можем сделать очередную вещь, которая не очень эффективна, — пояснил господин Мамиконян. — Первый вопрос, который надо будет решить: кто будет экспертами. Практически невозможно найти консолидированную группу людей, которые могут иметь единообразное представление о полезности и соответствии каким-то стандартам тех или иных продуктов — все имеют свои представления, свои цели и задачи, если мы говорим о бизнесе. Если это будут официальные эксперты, формализованно мыслящие о продуктах, у нас будет закрепление архаичности в пищевой промышленности, которая не нужна».

Господин Мамиконян уверен, что в плане борьбы за качество производителю дали четкие ориентиры ещё три года назад: «Я не люблю ссылаться на руководство страны, но на самом деле директивные указания президента было бы неплохо почи-

тать всем: от министра и замминистра. Например, указ N598 и распоряжение правительства РФ от 30 июня 2012 года во исполнение этого указа. У нас в избытке регламентирующие документы — мы их исполнить никак не можем».

Ритейлеры, для которых маркетинговые инициативы Минпромторга важны не меньше, чем для производителей, заняли выжидательную позицию. Директор по качеству X5 Retail Group Светлана Чебарова считает, что рано ещё делать прогнозы на будущее, тем более что в свободном доступе нет пока положения об этой системе добровольной сертификации. Вместе с тем госпожа Чебарова предупреждает о возможных трудностях: «Номинанты на получение этого «знака отличия» должны отдавать себе отчет в том, что система «Российское качество» со временем станет узнаваемой потребителем и в случае нестабильного качества продукции, выявления фактов фальсификации и т. п. система может потерять доверие, а в глазах потребителей наличие надписи будет рассцениваться как очередной маркетинговый ход». В связи с этим представитель российской розницы предлагает подтверждать решение о присвоении продукции знака «Российское качество» не только единичными лабораторными исследованиями, но и дополнительной информацией, в том числе о фактах выявления и отзыва некачественной продукции из продажи. ■



Подписываемся под каждым словом. Подпишитесь и вы.



Подпишитесь в редакции по самой низкой цене*
на ежедневную газету «Коммерсантъ»,
и цветные тематические приложения

207 4990

dostavka@kommersant.perm.ru



*Стоимость полугодовой подписки с доставкой — 1760 руб. реклама 16+

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ
ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ



**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА
СМЕЖНИКИ
ИНВЕТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС**

реклама



**BUSINESS
GUIDE**



ОБНОВИТЕ ВАШ АВТОМОБИЛЬ ДО LEXUS RX



LEXUS



Сегодня надежность и качество ценятся особенно высоко. Не упустите возможность использовать это в ваших интересах. Воспользуйтесь программой Trade-In для покупки Lexus RX. В рамках программы имеющийся у вас автомобиль будет достоин оценен в соответствии с текущей рыночной ситуацией, а привлекательная ставка по кредиту сделает приобретение Lexus RX более доступным. Оставляйтесь в выигрышном положении при любых обстоятельствах вместе с Lexus. Обновите ваш автомобиль до Lexus RX прямо сейчас.

реклама

При поддержке

ООО «Тойота Мотор»

Служба клиентской поддержки:

8 800 200-38-38

www.lexus.ru

ЛЕКСУС – ПЕРМЬ

ПЕРМЬ, УЛ. ГЕРОЕВ ХАСАНА, 81
(342) 264-30-30 | www.lexus59.ru



* Трейдинг.

** Ставка указана по кредиту «Выгодный» при первоначальном взносе (ПВ) от 70% и сроке кредита (СК) 12 мес. Условия кредита: годовая процентная ставка при ПВ от 70% и СК 12 мес. – 5,9%, при СК от 13 до 24 мес. – 7,9%, при СК от 25 до 36 мес. – 10%; при ПВ от 40 до 69,9% и СК 12 мес. – 9,9%, при СК от 13 до 24 мес. – 13,9%, при СК от 25 до 36 мес. – 16%. Валюта кредита – рубль РФ. Минимальная сумма кредита 90 000 руб. Погашение равными ежемесячными платежами. Обязательная передача автомобиля в залог ЗАО «Тойота Банк» и страхование авто по программе КАСКО. Кредитование осуществляется ЗАО «Тойота Банк» в регионах присутствия Банка. Подробности об организаторе акции, порядке ее проведения на сайте www.lexus59.ru и по телефону (342) 264-30-30. Количество автомобилей ограничено.

*** Полногибридный привод Lexus. В отношении моделей с гибридным приводом Lexus гарантия на определенные компоненты гибридной установки (высоковольтная батарея, управляющий модуль гибридной установки, инвертор и конвертер гибридной установки) действует в течение пяти лет или 100 000 км пробега со дня передачи нового автомобиля владельцу в зависимости от того, что наступит раньше.