



Мы в «Русской водке знаем Татьяну Кочегарову со времени основания журнала. В 90-е годы Таня работала на знаменитом тогда Туласпирте. Потом Туласпирт, как у нас водится, разгромили. И Татьяна, слава Тебе, оказалась в Москве, в «Столичном тресте». Создатель фирмы Владимир Виноградов дал Татьяне карт-бланш ДЕЛАТЬ ВСЁ ВОЗМОЖНОЕ И НЕВОЗМОЖНОЕ! Из её рук вышла водка «Столица Петропестольная платиновая», «Первопестольная Столица золотая», настойки «Виноградов перцовая», «Виноградов кедровая», водка серии «Охотничий клуб» и другие. А настойка «Ржица», производимая по уникальной технологии, получила в этом году золотую медаль и Звезду «ПРОДЭКСПО». На дегустационных конкурсах в рамках Международной выставки «ПРОДЭКСПО-2010» водка «Виноградов Оригинальная Люкс» награждена двумя золотыми медалями за высокое качество.



Татьяна Кочегарова,  
директор службы качества  
«Столичного треста»

## Выставку, как и жизнь

# ЗАХВАТИЛИ МАРКЕТОЛОГИ

### «Русская водка»:

— Поздравляем, Таня! Знаем, что вы гордитесь своей «Ржицей». Искренне рады, что вашими стараниями гамма русских напитков пополнилась принципиально новым товаром.

### Татьяна Кочегарова:

— «Ржицу» мы выпускаем давно, но на этот конкурс выставили впервые, с единственной целью рассказать о напитке потребителям. Напитки высокого качества стоят недешево, и об этом надо

знать. Настойки, наливки не могут быть экономическим сегментом, потому что натуральное сырьё стоит дорого, а их изготовление требует кропотливости.

### — Какие впечатления о выставке?

Сегодня ситуация складывается так, что фирмы боятся выставить новые бренды во избежание плагиата. «Столичный трест» приготовил четыре вида новой продукции, но и мы пока воздержались их демонстрировать... Сначала нужно закрепить свой бренд на рынке.

Что касается представленных проектов, я нашла немало, мягко говоря, ПОВТОРЕНИЙ. Фирмы копируют друг друга. Был «Серый гусь» — появилась «Дикая утка». Доходит до смешного, когда названия отличаются одной-двумя буквами. Например: была «Белуга» — появилась «Берлога». Если в названиях коньяков предпочитают разного цвета аистов, то на этикетках водки — гуси, журавли, озёра...

Есть по-настоящему интересные решения в оформлении бутылки, этикетки, но в целом НОВЫХ БРЕНДОВ НЕТ. Не хватает профессионалов, из отрасли выпадают классные специалисты. Это тенденция, первый звонок, и звонок не очень хороший для нашей отрасли.

### — Как вы относитесь к водке на спирте «Альфа»?

— На сегодняшний день этот спирт не востребован. Потому что, изменив технологию производства спирта, не изменили требования на производство ликёроводочной продукции. Всё должно быть взаимосвязано. Мы применяем спирт по специальным требованиям к качеству и обязательному набору микроэлементов, но простора особого для творчества нет, потому что требования в ГОСТах очень строги. И когда я слышу, что контролирующее качество алкоголя учреждения в разных регионах забраковали водку, как вредный для организма продукт — по превышению альдегидов на 0,6 мг/дм<sup>3</sup> (что входит в погрешность измерения), когда говорят, что бракует такую продукцию тоннами, я невольно делаю вывод, что многие такие «спецы» вообще не понимают, о чём речь — о качестве или о безопасности продукта? Или же они просто используют это как повод не пустить в свой регион определённого производителя.

50 лет в России выпускали водку по ГОСТам с содержанием альдегидов 8 мг/дм<sup>3</sup>, коньяки — 300 мг / дм<sup>3</sup>. У водки по новым требованиям должно быть не более 3 мг/дм<sup>3</sup> альдегидов. Это и приводит к тому, что для производства водок стали применять глубоко очищенные спирты. Но спирт по признанию всех химиков — это всё-таки яд, и только наличие микропримесей делает его веселящим, бодрящим и всё прочее. Так что есть проблема, требующая решения и проведения всевозможных исследований.

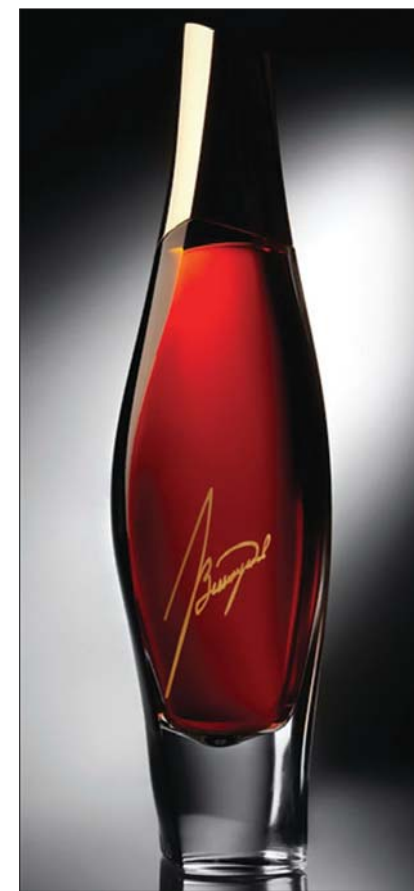
### — Такой «простенький» вопрос: как сделать хорошую водку?

— Не экономить! Водка — это тоже продукт дорогой. Технология производства спирта в последние годы совершенствовалась. Технология производства водки тоже ушла вперёд. Многие производители на этикетках пишут, что продукция делается по классической схеме, но при этом стараются наоборот убирать дорогостоящие технологические процессы, а оставить самые экономичные. Мне ближе позиция специалистов тех заводов, которые не гонятся за прибылью любой ценой. Многие заводы стали использовать

выдержку водки по 15, по 30 дней, стали понимать, что качественный продукт должен быть ассимилирован, он должен постоять, подышать, все компоненты должны СРАСТИСЬ друг с другом. Вот эти заводы на сегодняшний день на плаву.

### Я за классическую схему производства. Водка — это классика.

А всё остальное должно иметь другое название, например: коктейль. Не может продукт, при производстве которого используются инновационные технологии, называться водкой! В классическом варианте для производства водок мы используем берёзовый уголь, в котором в давние времена наблюдался и контролировался процесс адсорбции примесей из водно-спиртового раствора. А что в настоящее время адсорбировать, когда всё отделили в процессе глубокой ректификации. Примесей в спирте нет, общее содержание примесей в современных спиртах не более — 1,5 мг/дм<sup>3</sup>. Активные угли адсорбируют приблизительно 15% примесей, значит, нужно адсорбировать 0,3 мг/дм<sup>3</sup>. Кто это увидит? Поэтому сейчас процессам ассимиляции должно уделяться особое внимание. И угли должны быть не адсорбционные, а каталитические. То есть качество водок зависит от технологического уровня подготовки угольного производства. Мы, например, предъявляем поставщикам угля дополнительные требования, и они их соблюдают.



### — Технолог должен опираться на безусловное ДОВЕРИЕ своего руководителя, на его хорошее отношение к специалистам. Как в этом плане обстоят дела на «Столичном тресте»?

— Я себя чувствую очень комфортно. Приказать службе качества и технологической службе сделать что-то такое, что приведёт к выпуску некачественного продукта, никто не может. И не будет этого делать. Я семь лет возглавляю службу качества, и ни разу на меня не было оказано давления. Если служба качества констатирует, что какая-либо партия продукции не может быть допущена к розливу, то эта партия не может быть разлита, и не будет принята как готовый продукт.

### — И что будут делать с этой партией продукции?

— Её будут перерабатывать, дорабатывать или вообще активировать.

### — Ваше мнение о работе представителей фирм на стендах выставки?

— Выставку захватили маркетологи. Уровень тех, кто работает на стендах, не всегда высок. К примеру, подхожу на очередной стенд водочного производителя, спрашиваю: у вас свой спирт? — Да, свой. — Из чего получаете спирт? — Из пшеницы. — Вы применяете солод или ферменты? — Нет-нет, ни того, ни другого мы не применяем!

У отрасли сегодня нет общей площадки, где могут пообщаться технологи. В.И. Ярмош последний раз собрал в 2002-м специалистов отрасли стран СНГ и России, представителей отраслевых институтов, поставщиков сырья. С тех пор технологам общаться негде. Этого очень не хватает. Общение профессионалов воспитывает не меньше, чем учебное заведение. Подготовка молодых специалистов в учебных заведениях оставляет желать лучшего. Ну, что может понять будущий технолог, если у него практика за весь период обучения — две-три недели. Раньше три-четыре полноценные практики было: сначала — ознакомительная, потом настоящая рабочая практика, когда молодой специалист постигал специфику работы. А сейчас просто беда. Ту роль, которую играл наш старейшина Владимир Иванович Ярмош (ПКФ «Спирт») пока никто не может взять на себя.