



УДК 637.543.2

## ИННОВАЦИИ И МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ И РЕАЛИЗАЦИИ МЯСА БРОЙЛЕРОВ

**Яковлева Н.Д.**, полномочный представитель компании Anglia Autoflow в РФ и СНГ  
ГК «АВИС»

**Аннотация:** Автор рассказывает о значении модернизации производства мяса птицы в современных условиях. В центре ее внимания — возможности технологии газового оглушения птицы.

**Summary:** The author tells about the importance of modernization in poultry meat production in modern conditions. In her focus there are technology features of the gas stunning.

**Ключевые слова:** птицеводство, рынок, инновации, брендинг, запросы потребителей, газовое оглушение.

**Key Words:** poultry industry, market, innovations, branding, consumers demands, gas stunning.

Мировое развитие птицеводства идет не только интенсивным путем, но и за счет формирования рынков сбыта, соответствующих ожиданиям и вкусам потребителя. Для поддержания успешных позиций отдельно взятого производителя необходимо все усилия по приданию ожидаемых позитивных качеств производимого продукта закрепить собственным брендом. Иначе награда за все инвестиционные вложения в инновационные технологии достанется розничным сетям или конкурентам.

потребителями или сформирован производителем);

- рост спроса на продукт с новыми свойствами;
- устойчивый спрос на продукт с новыми свойствами;
- сформированное рыночное требование к продукту с новыми свойствами (когда прочие производители вынуждены приобрести технологию).

Новое сформированное требование к продукту приводит к обязательствам остальных участников рынка следовать сформировавшимся там правилам.

уже не зная названий местных производителей. Розничная сеть контролирует потребительские предпочтения и требования к производству. Например, требования к гуманному убою птицы со стороны общественных организаций, имеющих влияние на правительство и социальное мнение, переросли в обязательные требования к производителям оглушать птицу в газовой среде и отказаться от старого электрического способа. Все бонусы и лояльность потребителей от этой дорогостоящей модернизации птицеводческой отрасли достались розничным сетям. Высококачественную продукцию большинства английских птицеводов просто упаковывают в тару местных торговых сетей. Производитель потерял возможность самостоятельно формировать спрос на свою продукцию и цены на нее, он вынужден просто соответствовать требованиям ритейла.

Инвестиции в инновации

Придание уникальности  
собственному продукту

Бренд

**Из мировой практики: инновации всегда приходят к производителю. На передовые предприятия они приходят по инициативе самого производителя в поиске путей улучшения продукта и снижения себестоимости, к остальным — вынужденно, по требованию рынка. Все выгоды достаются тем, кто первым совершит технологический прорыв.**

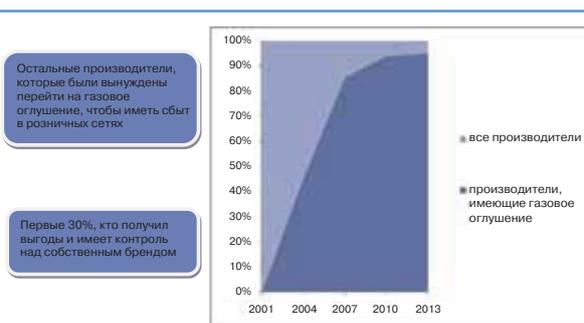
Контролируя потребительский спрос на свой продукт, можно сформировать свой собственный гарантированный рынок сбыта.

Инновационные технологии могут быть предназначены для модернизации и снижения себестоимости производства продукции (или процесса) и/или для создания нового продукта.

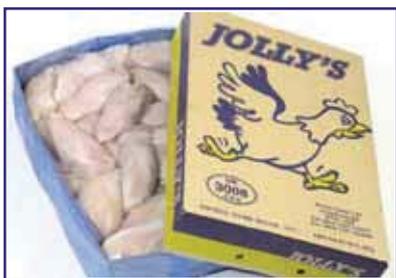
Из моих личных наблюдений жизненный цикл инновации во втором случае состоит из следующих этапов:

- интерес рынка к новым свойствам продукта (вызван самими

Около 20 лет назад в Англии было представлено около 50 различных брендов производителей мяса бройлеров. На сегодняшний день потребитель распознает только несколько из них. Англичане приобретают продукцию под брендом розничной сети,



**Процесс перехода английских производителей на гуманный метод оглушения птицы (бройлер, несушка, утка, индейка)**



Инновации помогли компании *Deans Foods* стать самым успешным и крупнейшим предприятием в Великобритании и на международном рынке по переработке несущки и родительского поголовья. Благодаря тому, что они стали первым заводом в мире, применившим прогрессивные экологичные технологии ослушения птицы в газовой среде, компания *Deans Foods* является самым успешным производителем мяса птицы. На сегодняшний день большая часть производимой продукции идет на экспорт под брендом *Jolly's*. Предприятие *Deans Foods* расположено в Гейнсборо, графство Ланкашир. Мощность завода составляет 7 тыс. гол./ч (масса несущки — 2 кг живой массы, масса птицы родительского стада — 4 кг).



Марк Гаскин, один из директоров *Deans Foods Ltd*, говорит: «**Без сомнений, единственный наиболее важный фактор успеха был для нас в приобретении газовой системы ослушения от *Anglia Autoflow*, поскольку это самая лучшая и экологичная система ослушения, доступная в птицеводстве.** Мы также очень впечатлены улучшением условий труда для персонала и отмечаем большие перемены в качестве мяса. **Мы стремились к определенному уровню выпускаемой продукции, но**

### реальные результаты далеко их превзошли».

Еще одна английская компания, *Grampian Chicken* (Шотландия), предпринимала попытки вернуть свой бренд, утраченный за счет политики продаж розничных сетей. Примерно в 2006 году, после того, как компания, истратив около £15 млн на телерекламу, рекламу в журналах и газетах, добилась, что потребители стали узнавать ее бренд, розничные сети просто перестали их размещать на выгодных торговых площадях. Продукцию *Grampian Chicken* потребитель мог найти только на неприметных полках и «непроходных» точках магазинов. Так были потрачены усилия и утрачены надежды на восстановление собственного бренда. Зависимость сельхозпроизводителей от розничных сетей очевидна во всем мире.

Потребители ожидают определенное качество продукции и его получают — или напрямую от производителя, или через торговые сети. Успешные предприятия делают это первыми и получают положительный экономический эффект, что дает возможность поддерживать собственный бренд продукта, контролируя будущее своей компании.

Определенно, Европа перевооружает свои предприятия новым методом ослушения птицы. Этот тренд охватил Великобританию, Германию, Бельгию и другие страны Европы. Приобретение Германией в прошлом году пяти установок для газового ослушения птицы говорит о серьезных намерениях немецкой индустрии птицеводства в модернизации и о том, что требования к качеству выпускаемой продукции в Европе начинают быстро расти.

### Разница в качестве мяса, полученного в результате газового и электрического метода, очевидна.

Свои заказы на производство оборудования газового ослушения на заводе *Anglia Autoflow* размещают многие страны мира, включая, конечно, Канаду и Соединенные Штаты Америки. Канадские и американские производители реализуют мясо бройлеров под собственными брендами. В разрез с мнением о государ-

ственной поддержке сельхозпроизводителей, в Канаде производитель должен приобрести квоты, дающие право на производство определенного объема мяса бройлеров и реализацию своей продукции. Конечно, при такой системе рынок Канады закрыт для импорта.

В России пока нет сформированного понимания необходимости внедрения системы газового ослушения птицы. Но предсказать направление развития отрасли достаточно просто. По моим наблюдениям, на нашем рынке много некорректно поданной информации о технологии газового ослушения. Технология газового ослушения не проста, поэтому и успеха в производстве оборудования для этого процесса добилась только английская компания *Anglia Autoflow*, которая уже более 10 лет является экспертом и ведет разработки в этой области. Считая многих иностранных производителей экспертами в технологиях, производители получают некорректные советы, с поправкой на товарный ассортимент, производимый «экспертом». Ошибки в принятии решений очень дороги. Так, пострадало одно предприятие из Швеции с мощностью переработки 12 тыс. гол./ч, которое вынуждено было произвести замену оборудования газового ослушения птицы, приобретенного 2 года назад у очень известного производителя в переработке птицы, но с опытом в вопросе газового ослушения не более 2-х лет. После 2-х лет эксплуатации приобретенного ранее оборудования, производитель принял решение заменить систему газового ослушения на *Anglia Autoflow*.

Модернизация предприятия — крайне дорогой, но вместе с тем и выгодный шаг. Имея правильный стратегический план развития предприятия, зная основные мировые тренды в индустрии, проанализировав опыт успеха и ошибок крупных мировых компаний, у России есть уникальная возможность сделать нашу отрасль сильной, успешной и готовой к конкуренции. ☐

**Для контактов с автором:  
Яковлева Наталья Дмитриевна  
e-mail: [Natalya@avisvet.ru](mailto:Natalya@avisvet.ru)**