

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.

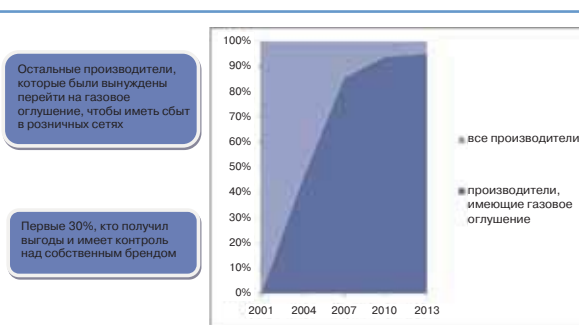
Контролируя потребительский спрос на свой продукт, можно сформировать свой собственный гарантированный рынок сбыта.

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