

УДК 636.5 : 636.083 : 637.54 : 637.4

ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТЬ В ПРОЦЕССЕ ПРОИЗВОДСТВА ПТИЦЕВОДЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ — КЛЮЧЕВОЙ КРИТЕРИЙ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Давлеев А.Д., вице-президент Международной программы развития птицеводства (IPDP), президент консалтинговой компании AGRIFOOD Strategies

Аннотация: В статье обоснована необходимость внедрения на птицеводческих предприятиях системы прослеживаемости, как важнейшего фактора их конкурентоспособности и коммерческой эффективности.

Summary: The necessity of traceability system introduction at poultry industry enterprises has been proved as the traceability to be the main factor for their competitiveness and commercial effectiveness.

Ключевые слова: птицеводческая продукция, прослеживаемость, сертификация, качество, безопасность, конкурентоспособность.

Key Words: poultry products, traceability, certification, quality, safety, competitiveness.

Вступление в силу Технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции», предстоящие обсуждение проекта техрегламента ТС по мясу птицы и окончательное утверждение финальной редакции Федерального закона «О ветеринарии» обязывают птицеводов всерьез задуматься о внедрении систем прослеживаемости готовой продукции.

Однако эта обязанность все больше становится не столько нормативно-законодательной реальностью, сколько одним из решающих факторов конкурентоспособности и коммерческой эффективности птицеводческих компаний.

Публичные скандалы с обнаружением незадекларированной конины в составе мясных продуктов на рынках нескольких европейских стран, вспышка сальмонеллеза в Калифорнии, вызванная недоброкачественной курятиной от ведущего местного производителя, неоднократные обвинения российской и украинской птицеводческой продукции в ее ненадлежащем качестве и недостаточной безопасности со стороны контролирующих органов Казахстана стали наиболее яркими примерами остроты проблемы прослеживаемости в уходящем 2013 году.

По мере насыщения рынка мяса птицы, отмечающегося в России на протяжении последних двух лет, конкурентная борьба отечествен-

ных птицеводов все больше сводится к способности максимально использовать рыночный потенциал реализации своей продукции через крупнейшие розничные сети и так называемую несистемную торговлю — через дистрибьюторов, оптовиков и переработчиков. И если в последнем случае для клиентов более важным фактором является цена закупки, то в случае с розничными сетями или современными операторами общественного питания вопрос прослеживаемости и подтвержденных с ее помощью гарантий безопасности готовой продукции становится решающим. Причем если раньше высокую планку требований к безопасности и прослеживаемости задавали в основном западные компании («Метро», «Ашан», «Глобус»), то в последнее время российские розничные сети (группа X5, «Магнит», «Лента», «ОК» и др.) применяют не менее жесткие критерии отбора поставщиков. Сегодня каждая сеть не только имеет своих санитарных и ветеринарных специалистов, но и вводит должность менеджера по качеству на большинстве своих торговых точек. Именно в их обязанности входит детальная сверка всех данных о производителях продуктов, проверка на соответствие спецификациям, датам реализации, условиям транспортировки и хранения, а также ввод этих данных в информационные системы сетей для мак-

симально быстрой идентификации цепочки поставок, начиная с исходного сырья, использованного при производстве продукции.

С заметным ростом в России западных сетей быстрого питания («Макдональдс», «КФС», «Вендис», «Бургер Кинг», «Техас Чикен» и др.) фактор прослеживаемости исходного сырья приобрел еще большее значение. Поскольку продукты из мяса курицы, реализуемые в приготовленном виде в ресторанах «фаст фуд», не имеют идентификации происхождения (упаковки, этикетки, маркировки), вся ответственность за их безопасность и качество возлагается непосредственно на оператора сети. Он отвечает перед потребителем не только за внешний вид и чистоту заведения, персонал и вкус продуктов, но и — чисто юридически — за потенциальный физический, материальный и моральный ущерб здоровью посетителей в случае отравления или инфицирования. Помимо этого он вынужден учитывать еще и ряд этических и гуманитарных аспектов, которые могут стать препятствием для реализации продукции. Например, требования отдельных сетей к так называемому благополучию животных запрещают производителям превышать плотность посадки птицы 17 гол/м². Или использовать в рационах мясокостную муку и соевый шрот, изготовленный из бобов, выращенных в бассейне Амазонки.

Для подтверждения соответствия таким требованиям производителям приходится создавать целые системы цифровых отчетов со смежниками и поставщиками, которые строго перепроверяются независимыми аудиторами, как на регулярной основе, так и без предупреждения.

Базовые требования к современным системам прослеживаемости со стороны розничных клиентов, сетей общественного питания и переработчиков продукции птицеводства довольно просты:

- приоритизация параметров — выделение ключевых факторов;
- включение данных по горизонтальному уровню (последовательность процессов производства) и вертикальному уровню (смежники, дополнительные процессы и материалы);
- точность и регулярность введения данных;
- простота отчетов и возможность их форматирования под различные степени детализации;
- невозможность изменения введенных данных с целью их фальсификации;
- возможность обработки, передачи и хранения данных в электронном виде.

Следует особо отметить, что в силу разнородности сырьевой базы для производства готовой продукции, как на мировом уровне, так и в отдельных странах, требования к системам прослеживаемости даже у одних и тех же компаний могут различаться. Существует два-три базовых уровня критериев, из которых одни имеют обязательный характер (наличие системы HACCP, полная вертикальная интеграция, отсутствие антибиотиков в мясе, наличие металлодетектора на производстве и т.п.), а другие — временный характер, они более гибкие и используются в переходный период «доводки» требований до стандартных и применяемых во всем мире. Например, если у российской птицеводческой компании в настоящее время нет возможности полностью перейти на корма растительного происхождения, как этого требует клиент, но она готова это сделать, ей разрешают осуществлять поставки продукции при усло-

вии создания надежной и прозрачной системы прослеживаемости, которая будет периодически проверяться и сертифицироваться.

Сегодня контроль параметров прослеживаемости продукции птицеводства в оптовой и розничной мировой торговле, транспортно-экспедиторских компаниях и секторе общественного питания осуществляют профессионалы, специально подготовленные по программе обучения *supply chain management* (управление цепочками поставок). Эти специалисты разрабатывают и выполняют как единые, так и специфические требования к системам прослеживаемости сырья и готовой продукции.

Однако с ростом конкуренции и консолидации как производителей и консолидации как производителей, так и их B2B клиентов (розница, фуд-сервис, переработка) требования к системам прослеживаемости и сертификации все больше унифицируются. К примеру, в 1990-х гг. в Германии для поставщиков розничных сетей была разработана система IFA (*Integrated Farm Assurance* — «Интегрированные гарантии от ферм»), которая предоставляла услуги аудита и сертификации поставщикам животных и птицы для уоя и переработки. С ростом клиентской базы она стала общеевропейской, а потом и международной и даже сменила название на *GlobalGAP*. Сегодня ее сертификаты требуют от поставщиков такие компании, как *Walmart, Tesco, Lidl, Sisco, Rewe, Spar, Metro, McDonald's*, и десятки других международных и национальных операторов розницы и фуд-сервиса. Прослеживаемость в системе *GlobalGAP* используют 1400 инспекторов и 142 организации в 112 странах, которые осуществляют контроль на уровне поставок инкубационного яйца, производства кормов, содержания родительского стада и коммерческого поголовья. Из 304 критических точек контроля в системе сертификации *GlobalGAP* параметры безопасности продукции и прослеживаемости процессов откорма птицы составляют более половины, а для трех других аспектов сертификации (контроль окружающей среды, благополучие персонала и бла-

гополучие стада) прослеживаемость является рабочей платформой.

Участие в системе *GlobalGAP* взаимовыгодно для партнеров: внедряя систему прослеживаемости, поставщики получают конкурентные преимущества, а их клиенты — гарантии безопасности продукции, которую они реализуют. Именно с помощью сертификации *GlobalGAP* к традиционным поставщикам мяса птицы для *McDonald's* (*OSI* и *Cargill*) присоединились британская *MoyPark* и бразильские *Sadia, Seara, PenaSul* и др., которые выстроили единую систему прослеживаемости для продукции, поставляемой в рестораны и сети разных стран мира. Сегодня к этой системе начинают подключаться и российские производители.

Однако при достаточной распространенности и надежности, ставшая международной европейская система *GlobalGAP*, так же, как и американские информационно-управленческие комплексы *AgfiSoft, CyberAgra, CAT2, MetaFarms* и ряд других, позволяет проследить параметры безопасности только до уоя и переработки. Кстати, совсем недавно на российский рынок вышел новый продукт *Chicken Way* данной серии от украинской компании.

За редким исключением, функцию прослеживаемости продукции на птицеперерабатывающем комплексе частично осуществляют системы HACCP, программы управления линией уоя и разделки, а также программы автоматизации складского комплекса. Системы прослеживаемости в крупных зарубежных птицеводческих компаниях, как правило, не являются автономными и интегрируются либо в системы комплексного управления предприятием, такие как *ERP, SAP* и *Oracle*, либо в системы сертификации *ISO, GMP, BRC* (частично — HACCP и HIMP); так же работает и российская система управления IC8. Это объясняется тем, что в любой системе управления и сертификации производство описывается на базе логической цепочки производственных процессов, цифровые параметры которых в виде конкретных целей или фактических данных и составляют цепочку прослеживаемости.

Исключением же являются интегрированные (комбинированные) системы управления производством и переработкой продукции птицеводства, с помощью которых менеджмент разного уровня может анализировать конкретные данные со всех участков производства с максимальной степенью детализации: от поставок племенного яйца для родительского стада до отгрузки конкретных партий товара. И хотя главным достоинством этих систем является возможность анализа данных в денежном выражении, прогноза и планирования всех аспектов производства мяса птицы, именно такие системы, в силу гигантского объема вводимых в них данных, представляют собой самый совершенный механизм прослеживаемости.

Наиболее ярким практическим примером в этой области является система управления *M-Tech Systems*, используемая 120 крупнейшими птицеводческими и свиноводческими компаниями мира, в том числе в России. Созданная в конце 1990-х гг. на базе IT-подразделений *Tyson Foods* и *Cargill*, компания разработала серию из 14 модулей, соответствующих различным производственным единицам птицеводческого комплекса. Структура ввода, обработки, систематизации и хранения данных позволяет проследить в об-

ратном порядке весь путь продукта: от его розничной упаковки по всей цепи переработки продукции, доставки птицы на убой, ее откорма, и до конкретных птичников и стада прародителей, от которых получено родительское поголовье. В программу интегрируются управленческий «софт» поставщиков оборудования (по инкубации, вентиляции, освещению, поению, кормлению, кормопроизводству, убойным линиям, холодильным машинам, диспетчеризации и т.п.), складские программы учета сырья и материалов, бухгалтерские проводки. Программа построена на платформе *SQL*, полностью совместима с продуктами *Microsoft*, *1C*, *SAP* и *Oracle*. При этом в систему вносятся максимально подробные характеристики абсолютно всех кормовых ингредиентов, ветеринарных препаратов, дезинфицирующих средств, партий подстилки, состава воды для систем поения и других материалов, используемых в родительском стаде, на откорме, при убое и переработке. Таким же образом регистрируются технологические параметры и режимы работы оборудования на всех участках выращивания и переработки птицы, упаковки и отправки готовой продукции: температура, влажность, напряжение, освещение, состав газо-

вых смесей и т.п. Данные вводятся в режиме реального времени в единый сервер компании, причем с нескольких производств одновременно, и из этого массива информации всегда можно получить максимально подробные сведения по каждой партии готового товара.

Такие системы позволяют птицеводческим компаниям-клиентам *MTech Systems* тщательно контролировать безопасность и качество своей продукции, поставляемой как на внутренние, так и на внешние рынки. Особенно важно внедрять такие системы в России и с их помощью предоставлять гарантии прослеживаемости отечественным производителям, задумывающимся об экспорте мяса птицы и яиц на очень привлекательные с точки зрения прибыли рынки Европы, Азии и Африки. Помимо возможности контролировать и снижать себестоимость производства мяса птицы на всех этапах его производства, российские птицеводы смогут на равных конкурировать с ведущими зарубежными производителями и избегать торговых барьеров за счет прозрачной и эффективной системы прослеживаемости. □

*Для контактов с автором:
Давлеев Альберт Дамирович
e-mail: a.davleyev@agrifoodstrata.com
Тел.: +7 (495) 781-92-00*

УДК 339.13

«РОСКАР»: КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ — ЗАЛОГ УСПЕХА

Жемчужников М.Е., заместитель коммерческого директора, канд. техн. наук
ЗАО «Птицефабрика «Роскар»

Аннотация: В статье рассказывается об опыте ЗАО «Птицефабрика «Роскар» по обеспечению конкурентоспособности производимой продукции на потребительском рынке.

Summary: *The experience of "Roskar" Poultry Factory" ZAO is told in the paper in products produced competitiveness guarantee at the consumer market.*

Ключевые слова: птицефабрика «Роскар», конкурентоспособность, качество продукции, ассортимент, системы прослеживаемости.

Key Words: *"Roskar" poultry factory, competitiveness, products quality, assortment, traceability systems.*

Конкуренция является одной из главных движущих сил развития любого предприятия. Борьба между производителями за рынки сбыта,

за формирование и сохранение лояльности целевой аудитории влияет на скорость и направление их развития гораздо сильнее, чем многочис-

ленные внешние факторы (текущая экономическая и демографическая ситуация в регионе, покупательская способность и т.д.).