

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 "Rosckar" Poultry Factory ZAO is told in the paper in products produced competitiveness guarantee at the consumer market.

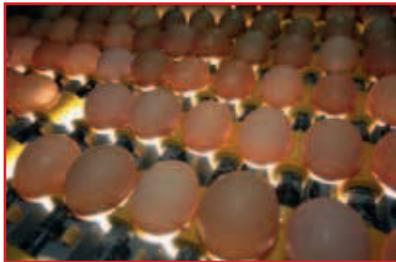
Ключевые слова: птицефабрика «Роскар», конкурентоспособность, качество продукции, ассортимент, системы прослеживаемости.

Key Words: "Rosckar" 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.).



В своем соперничестве за покупателя предприятия одного профиля зачастую придерживаются одной из трех основных рыночных стратегий, предлагая потребителю либо наименьшую цену, либо наивысшее качество, либо добиваясь наибольшей доли рынка. Эти три параметра-цели находятся в зависимости друг от друга, будучи заключены в своеобразный треугольник, вершинами которого являются «качество — отпускная цена (себестоимость) — реализуемый объем». Изменение каждой из вершин этого треугольника влияет на две другие. При выборе ориентации на высокое качество неизбежным следствием является высокая себестоимость и трудности с увеличением рыночной доли.

Очевидно, что сложнее всего добиться качества и безопасности выпускаемой продукции. Здесь любое превосходство над конкурентами достигается высокой ценой — существенные инвестиции в технологии и оборудование, обеспечение жесткой системы контроля бизнес-процессов, регулярное обучение сотрудников. Но есть и плюсы. Как известно, лучшая конкуренция — это ее отсутствие. Предприятие, которое концентрируется на достижении наивысшего качества и разработке инновационных продуктов, на какое-то время может вырваться далеко вперед и стать недостижимым для конкурентов. При этом есть свой ряд проблем. В этом случае нужно отметить и изначально более высокую себестоимость, и необходимость формирования спроса на продукт, и нагоняющих конкурентов. При выборе этого пути необходима постоянная работа в направлении улучшения качества, совершенствования функционально-технологических параметров продукта, разработки новых продуктов и продвижении их на рынок. Фактически, это и есть те задачи, выполнение которых руководство птицефабрики «Роскар» ставит своей целью.

Сама постановка задачи предприятия в такой форме является нашим основным конкурентным преимуществом.

Рынки В2В и В2С

Руководство птицефабрики «Роскар» заинтересовано в успехе как на В2С, так и на В2В рынках. Для нас рынок В2С — это поставки товарного яйца и мяса птицы, рынок В2В — поставки продуктов переработки яиц, поставка разделки мяса, мытого и дезинфицированного яйца.

Основное направление деятельности птицефабрики «Роскар» — производство обогащенных яиц. Сложность продажи яиц с повышенным содержанием полезных веществ в том, что внешне они не отличаются от обычных яиц, их ценность определяется только содержанием. При этом важно не только количество питательных веществ, которые оказываются в яйце, но и их усвояемость человеком. Для привлечения своей целевой аудитории и демонстрации конкурентных преимуществ своей продукции, руководство предприятия вкладывает средства в рекламные компании и акции.

Собственное сырье и замкнутый производственный цикл (от родительского стада и собственного комбикормового завода до цеха сортировки и упаковки яиц/убоя и разделки мяса) обеспечивают условия для достижения высокой конкурентоспособности. Такая организация производства помимо обеспечения гарантий качества выпускаемой продукции дает нам возможность быстро реагировать на малейшие изменения потребительских предпочтений, отслеживать новые тренды и реализовывать новые смелые идеи. Возникает синергизм в действиях отдела маркетинга и производства.

Ассортиментная политика

Еще один важный аспект повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции — широта и продуманность ассортиментной политики. Грамотно сформировать ассортимент достаточно сложно. С одной стороны, он должен быть достаточно широким и гибким, чтобы удовлетворять высокие запросы по-

требителей. С другой — ограниченным и строго продуманным, чтобы позволять предприятию работать с максимальной эффективностью, не заостряя внимание на мелких и поэтому невыгодных заказах. Для этого «Роскар» самостоятельно проводит маркетинговые исследования и анализирует рынок.

Преимущества «Роскара»

Одно из главных конкурентных преимуществ «Роскара» на рынке продуктов переработки яиц — это свое надежно контролируемое сырье. Благодаря внедренным на предприятии системам прослеживаемости конечный продукт можно проследить от птичника. Это позволяет контролировать качество и обеспечивать воспроизводимость функционально-технологических характеристик продуктов от партии к партии без применения «корректирующих» добавок.

Среди потребителей продуктов переработки яиц в России есть много представителей мультинациональных компаний. Быть поставщиком таких компаний как почетно, так и сложно — зачастую их требования к качеству и безопасности входящих ингредиентов намного превышают требования СанПиНа и другой нормативной документации, на которую опираются отечественные потребители при составлении спецификаций на закупаемый товар. Эти требования предписываются филиалам в России головными управлениями, которые каждый год ужесточают контроль за поставщиками на всех стадиях производства. Это ежегодные трехсторонние аудиты, проведение перекрестных анализов на проверку сходности, контрольные выработки, пересмотры спецификаций и т.д. С каждым годом присутствие на нашем рынке компаний с иностранным капиталом



становится все ощутимее, крупные холдинги скупают отечественных производителей. Таких примеров много — *Fazer, Orkla, Atria, Kraft Foods, Nestle* и т.д. Таким образом, стремление к партнерским отношениям с иностранными компаниями мотивирует «Роскар» повышать свое мастерство и, как результат, ценность своего продукта. Например, для некоторых клиентов мы отгружаем меланж с такими показателями КМАФАНМ, которые на порядок (в 10 раз) превосходят требования СанПиНа.

В 2003 г. на нашем предприятии была внедрена система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов НАССР. С 2009 г. система качества предприятия сертифи-

цирована по ГОСТ Р ИСО 22000-2007 «Система менеджмента безопасности пищевой продукции». В начале 2009 г. продукция предприятия прошла экологическую сертификацию. В 2012 г. была сертифицирована интегрированная система менеджмента в области охраны труда и окружающей среды, соответствующая требованиям ГОСТ Р ИСО 14001-2007 и OHSAS 18001-2007. В 2012 г. система безопасности пищевых продуктов сертифицирована в соответствии с международной схемой FSSC 22000, включающей в себя требования стандартов ISO 22000:2005 «Система менеджмента безопасности пищевой продукции» и ISO/TS 22002-1:2009 «Программы предварительных

требований по безопасности пищевой продукции. Часть 1. Производство пищевой продукции». Все эти усилия и достижения подтверждают высокое качество продукции, являются этапами повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции на потребительском рынке. Главная задача — донести до ритейлеров и конечных потребителей, что покупается не цена продукта, а соотношение цены и качества. □

Для контактов с автором:

Жемчужников

Максим Евгеньевич

e-mail: sales2@roskar-spb.ru

Тел.: +7 (921) 186-38-29

Птица
и ПТИЦЕПРОДУКТЫ
Poultry & Chicken Products



Подписка
2014

Журнал выходит 6 раз в год

ПОДПИСКУ МОЖНО ОФОРМИТЬ
ПО КАТАЛОГУ «РОСПЕЧАТЬ» И В РЕДАКЦИИ

Подписной индекс **80334**

Цена годовой подписки через редакцию,
включая доставку - **2574 руб.** (в т.ч. 10% НДС)
В комплект входят 2 выпуска дайджеста «Яичный мир»

Банковские реквизиты:
КМЦ ГНУ ВНИИПП
ИНН 5044003400 КПП 504402001
Отделение 1 Московского ГТУ
Банк России г. Москва 705
л/с 20736Щ09990
р/с 40501810600002000079
БИК 044583001

Адрес редакции:
141552 Московская область, Солнечногорский р-н,
п. Ржавки, КМЦ ГНУ ВНИИПП
Телефон/факс: (495) 944-6158, 944-5626
e-mail: kmc@dinfo.ru www.vniipp.ru