

Автор: Григорій Мазур, генеральний директор ГК «МНС Групп»

Доклад в рамках «IX Конференції по інкубації і птицеводству» 29.11.2016, г. Харків

# Нужно ли нам «идти» в Европу?

**Ч**то такое птицеводческий рынок Украины? Уважаемые коллеги, мы с вами живем в одной стране и прекрасно понимаем, как у нас изменился рынок за последние два года. На всех схемах, информация для которых взята из официальных источников, идет рост показателей с 2000 по 2014 год, наращивание объемов производства мяса птицы и яйца. В 2014 году у нас произошли определенные политические события, как следствие, снизился уровень жизни населения, и возникли дополнительные проблемы в отрасли. Чтобы спланировать стратегию дальнейшего функционирования птицеводческих хозяйств, нужно понимать реальную картину и определить пути развития.

## Проблемы отрасли птицеводства в Украине

Рассмотрим проблемы в Украине, с которыми сталкиваются производители продукции птицеводства:

- отсутствие кредитного ресурса;
- снижение внутреннего потребления;
- закрытый рынок РФ, квотирование в ЕС;
- ужесточившаяся конкуренция как на внешнем, так и на внутреннем рынке;
- импортозависимость (ветеринарные препараты, премиксы, корма, белок).

## Возможности экспорта

- У наших сельхозоваропроизводителей постоянно открываются новые возможности выхода на экспорт: реализация товаров в страны Африки, Ближнего и Среднего Востока, Азии.
- «Межрегиональный союз птицеводов и кормопроизводителей Украины» регулярно организует поездки в Марокко, Иорданию, на следующий год планируются поездки в Армению, Грузию – это потенциальные рынки сбыта нашей продукции.

- «В 2018 будет расширена квота на поставки мяса птицы и квота на поставки обычных яиц пищевых в Европейский Союз», – такое заявление прозвучало со стороны наших иностранных партнеров на презентации программы ЕС по гармонизации стандарта Украины к европейскому законодательству в ноябре 2016 года.

## Два вектора маркетинговой политики при экспорте

Если мы говорим о богатых европейских странах, куда Украина экспортирует продукты птицеводства, там есть возможность делать маркетинговую политику и продвигать здоровую пищу. Например, на полках супермаркетов в Германии есть два вида птицы: домашняя и промышленная, и у каждого покупателя есть выбор, при этом разница в цене – в 3 раза, и точно такая же ситуация с яйцом.

Но, если мы посмотрим на быстрорастущий азиатский рынок таких стран как Китай, Южная Корея, Япония, то этот рынок сейчас импортирует из Украины мяса птицы больше, чем вся Европа «вместе взятая», поэтому там нужен валовый объем и конкурентоспособная цена. Это вторая маркетинговая политика.

## «Подводные камни» при выходе на экспорт

При работе предприятия на внутреннем рынке, качество его продукции контролирует только Госпродпотребслужба Украины. При выходе предприятия на внешний рынок остро встает вопрос наличия международного сертификата. Такие стабильные сертификации как ISO 9000, ISO 22000, GMP+ – это уже норма для европейских производителей. Нет сертификации – «до свидания» с международного рынка.

## Перспективы развития

### 1. Диверсификация бизнеса

Сейчас на рынке наблюдается тен-

денция помимо бойни устанавливать цеха разделки птицы, переработку, что увеличивает рентабельность на 5-7%. При этом, кроме увеличения дохода, производитель выходит с новым продуктом на более широкий рынок.

### 2. Повышение рентабельности производства

При падении курса гривны, одна из самых больших проблем комбикормовой отрасли в описываемый период была нормализация комбикорма по импортным добавкам, премиксам и препаратам, которые сильно удорожали конечный продукт. Однако, сейчас в Украине производится множество качественных, конкурентоспособных ингредиентов и препаратов. Рынок меняется, надо не бояться, а пробовать, пользоваться отечественными товарами и технологиями, производить свою недорогую продукцию.

### 3. Развитие внутреннего потребления мяса птицы и яиц смежными отраслями (мясная, кондитерская промышленность).

Основные потребители яйца – это, безусловно, предприятия пищевой промышленности. Сейчас под эгидой немецко-украинской торговой палаты рассматривается создание кластеров на поставку пищевых продуктов из Украины в Германию, в такие сети супермаркетов, как Kaufland, Lidl и др., но под их торговыми марками.

## Производство мяса птицы в СНГ в 2016 году

Как можно увидеть на **Схеме 1**, суммарно странами СНГ было произведено 7,226 млн тонн мяса. Беларусь занимает лидирующее место в этом списке, производя 64,2% общего объема, на втором месте располагается Украина – 34,9%, на третьем находится Россия – 31,7%.

При этом Беларусь основную массу произведенной продукции экспортирует в Россию, внешний рынок Украины значительно шире, крупнейшие экспортеры: Ирак – 25,1%, Голландия – 9,5%, Казахстан и Узбекистан – по 9,1% и др.

## Производство птичьих яиц в СНГ в 2016 году

В странах СНГ в 2016 году произведено 75,01 млрд яиц. При этом потребление на душу населения в Украине – 330 шт/год, в России – 308, в Белоруссии – 295. Украина в прошлом году вошла в пятерку лидеров по экспорту яйца во всем мире. Основные страны-экспортеры: Ирак – 47,6%, ОАЭ – 32,1%, Гонконг – 4,4% и страны СНГ.

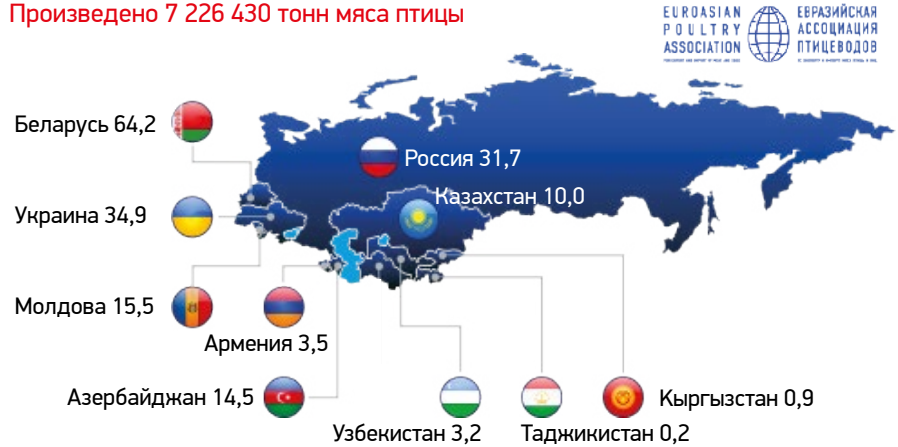
Основная проблема при экспорте яиц, на мой взгляд, заключается в сроке доставки яиц: срок хранения яйца в холодильнике – 1 месяц, при этом срок доставки контейнера морем, к примеру, в ОАЭ – 1 месяц. Что при этом произойдет с имиджем украинских продуктов в целом на рынке ОАЭ, когда они получат этот товар? Конечно, пойдет вниз.

### Выводы

Важный вопрос, который придется решать каждому предприятию – стратегическое планирование производства и реализации собственной продукции. Нашей стране нужно меняться с точки зрения понимания рынка: куда мы хотим продавать и как мы хотим продавать. 📍

## Схема 1. Производство мяса птицы в СНГ в 2016 году

Произведено 7 226 430 тонн мяса птицы



## Схема 2. Производство птичьих яиц в СНГ в 2016 году

Произведено 75 010 600 000 яиц



Автор: Эрика М. Вельтиен, специалист по кормлению птицы, Канада  
По материалам журнала «POULTRY INTERNATIONAL»

# Технологии выращивания бройлеров в аспекте удовлетворения потребительского спроса

По традиции производство бройлеров концентрировалось на оптимизации производственных показателей – темпы роста, эффективность кормления и жизнеспособность. Возрастающий интерес потребителей к качеству и безопасности продуктов питания и новые требования НАССР ко всем этапам производства изменили направленность птицеводства от производства птицы к производству мяса.

### Рост и развитие

В последние годы внимание потребителей к зависимости здоровья от качества продуктов питания привело к росту спроса на нежирное мясо. Это открыло неограниченные возможности для птицеводства. Если нам необходимо оптимизировать производство высококачественного диетического мяса, то нам следует прежде всего понять, каким образом птицы распреде-

ляют энергию и питательные вещества для поддержания жизнедеятельности и роста тканей.

Кости, мышцы и жировые ткани характеризуются различными темпами роста и соотношения этих тканей в теле постоянно изменяются в процессе роста птицы. Именно относительно этих трёх видов тканей в значительной степени определяют качество тушки. Кости растут очень быстро в течение

первых двух недель жизни, а затем их рост замедляется. Правильное развитие костной ткани необходимо для формирования скелета, который может стать хорошей опорой для набирающего вес тела птицы, но наибольший коммерческий интерес представляют мышечная ткань и жир.

Мышечная ткань состоит главным образом из воды и белка, а также небольшого количества минералов, ви-