

Нелинейное восприятие кормовых добавок

Иван КЮРШУНОВ, ведущий менеджер по продажам
Компания «Фидлэнд Групп»



Российский рынок кормовых добавок перенасыщен. Специалистам предприятий приходится выбирать из десятков и даже сотен аналогичных продуктов. При этом критерием выбора все чаще становится именно стоимость. По сути, все кормовые добавки, представленные сегодня на российском рынке, можно разделить на три категории: коммодити, дженерики и продукты, обладающие уникальными характеристиками.

Коммодити (Commodity) относятся витамины, аминокислоты, микроэлементы, цены на которые зависят от общей ситуации на рынке и постоянно меняются, реагируя на различные события, будь то введение каких-либо запретов на импорт или экспорт, остановка производства одного из крупных участников, эпизоотическая ситуация и другие факторы.

К дженерикам (Generics) можно отнести большинство имеющихся сегодня кормовых добавок. Не секрет, что они являются более или менее удачными копиями когда-то выведенных на рынок инновационных продуктов. Это касается преобладающей доли представленных сотнями наименований и различных вариантов ветеринарных препаратов, средств для борьбы с микотоксинами и ферментов. При этом цены на такие продукты могут различаться в несколько раз и чаще всего определяются брендом компании-производителя, уровнем рекламно-маркетинговой поддержки и «исторически» предпочтениями потребителей.

К третьей категории кормовых добавок относят уникальные инновационные продукты (UIP), имеющие крайне мало аналогов или не имеющие их совсем. При производстве продуктов UIP, как правило, используют запатентованные технологии. В этих добавках заложен принципиально новый механизм действия, отличающийся от механизма действия продуктов первой и второй категорий. Кормовые добавки, от-

носящиеся к третьей категории, имеют достаточно высокую стоимость, и при первоначальном расчете может показаться, что их применение приведет к удорожанию рациона.

Из-за отсутствия аналогов трудно провести первоначальное сравнение с похожими кормовыми добавками и, соответственно, принять решение по использованию этих продуктов на сельхозпредприятии. Единственным критерием выбора становится наличие подтвержденных данных производственных опытов *in vivo*, по которым определяют экономическую эффективность того или иного продукта.

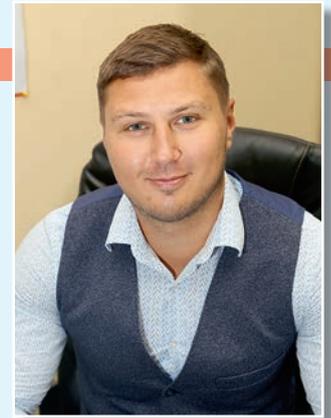
В качестве примера можно привести масштабное исследование по влиянию кормовой добавки Formi NDF (ADDCON, Германия) на продуктивность бройлеров в условиях производства. В эксперименте задействовали свыше 1,5 млн голов птицы. Опыт был проведен в 2019 г. на одном из крупнейших российских сельскохозяйственных предприятий. Диформиат натрия (Formi NDF) вводили в рационы для бройлеров опытной группы с 14-го по 40-й день включительно. Данные, полученные в опытной группе, сравнивали с результатами, полученными в контрольной группе, где птица потребляла стандартный рацион.

Несмотря на то что стоимость корма в опытной группе была на 200 руб. выше, чем в контрольной, использование кормовой добавки обеспечило улучшение продуктивности бройлеров по ос-

новным показателям: среднесуточным привесам, сохранности поголовья, конверсии корма и т.д. В итоге в опытной группе было дополнительно получено более 50 т мяса, а общий экономический эффект от применения кормовой добавки превысил 1,5 млн руб. Таким образом, 1 рубль, вложенный в эту кормовую добавку, вернулся 4 рублями дополнительной прибыли. Другими словами, каждый бройлер опытной группы принес предприятию на 1,5 руб. больше прибыли, чем бройлер контрольной группы.

Как показывает опыт, использование кормовых добавок, обладающих уникальными характеристиками, обеспечивает повышение продуктивности животных по всем производственным показателям. Несмотря на первоначальное удорожание корма, предприятие получило дополнительную прибыль за счет увеличения продуктивности птицы. При этом одним из косвенных, но очень важных результатов применения добавки Formi NDF стала возможность отказа от использования кормовых антибиотиков при выращивании сельскохозяйственных животных и птицы.

ЖР



ООО «Фидлэнд Групп»

Москва,

Большой Гнезниковский пер., д. 7

Тел.: +7 (495) 663 71 56

E-mail: info@feedland.ru

www.feedland.ru