

**Совместное исследование**

АО «Корпорация Развития Дальнего Востока и Арктики»  
и НО «Рыбный Союз» на тему:

# **«Российская рыба в изобилии на столах россиян»**

Август 2022г.





## Иван Новиков

Заместитель генерального  
директора по развитию  
рыбохозяйственного комплекса.

Корпорации развития  
Дальнего Востока и Арктики.



Корпорация развития  
Дальнего Востока и Арктики

« Сегодня Россия столкнулась с беспрецедентными вызовами, связанными с действиями недружественных стран. Введённые санкции затронули многие сферы экономики, и рыбная отрасль не стала исключением.

Одна из ключевых задач в этом направлении - обеспечение внутренних потребностей страны качественной рыбной продукцией.

Значимую роль в этой связи играет слаженная работа наших дальневосточных и северных рыбаков, переработчиков рыбной продукции, логистов, дистрибьюторов, продовольственных сетей, точек общественного питания, образовательных и силовых учреждений.

От каждого из звеньев этой цепочки зависит и конечная цена продукта, и продовольственная безопасность страны, поэтому важен постоянный доверительных диалог. В целях анализа и формирования предложений по устранению узких мест и барьеров, препятствующих развитию внутреннего рынка рыбной продукции, **Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики** совместно с **Рыбным Союзом** провели исследование всех секторов товаропроводящей сети от добычи до конечного потребителя.

Участниками исследования стали представители более 30 крупнейших отраслевых компаний, объединений и экспертов. **На Дальнем Востоке и Арктике России добывается более 80% рыбы** и наша задача подготовить эффективные решения, которые позволят по итогам обеспечить доступность для населения богатого ассортимента рыбы и морепродуктов, добываемых в дальневосточных и северных морях, на столах наших граждан по всей России. »





## Александр Панин

Председатель НО  
«Рыбный союз»

« Реализуемая в настоящее время программа инвестиционных квот запустила долгосрочный и фундаментальный механизм реформирования рыбной отрасли в секторе рыболовства и первичной береговой рыбопереработки.

Вместе с тем, необходимо расширять меры государственного регулирования и поддержки во всех остальных сегментах рыбохозяйственного комплекса.

Мы обладаем богатейшими водными и биологическими ресурсами и должны максимально эффективно и рационально использовать их в интересах Российской Федерации и ее граждан.

Проведенный анализ в очередной раз показывает актуальность разработки полномасштабной государственной программы модернизации и поддержки рыбопереработки сегмента B2C и популяризации потребления рыбной продукции населением Российской Федерации. »



## Совместное исследование

АО «Корпорация Развития Дальнего Востока и Арктики» и НО «Рыбный Союз» на тему:

# «Российская рыба в изобилии на столах россиян»

Санкционная политика недружественных стран не обошла стороной рыбную отрасль, включая уже введённый запрет на экспорт российской продукции и ограничения на импорт продукции из водных биоресурсов.

**Эксперты отмечают значительные риски установления аналогичных запретов и в будущем.** Такая политика указывает на необходимость, в первую очередь, обратить внимание на самообеспечение рыбной продукцией российских потребителей.

На этом фоне дорожает российская и импортная продукция (в первую очередь из дикого и аквакультурного лосося). Существенное влияние на себестоимость рыбной продукции оказал рост цен на упаковку и ингредиенты.

**Рост потребительской стоимости товаров на прилавках магазинов ведет к снижению потребления рыбы в России.**

Рыбная продукция становится все менее доступной для социальных слоев населения страны. Отсутствие предложения новых продуктов из рыбы, в том числе в сегменте ready to cook и ready to eat, уменьшает интерес со стороны молодого и продвинутого поколения, что сказывается на уровне продаж по всем каналам реализации.

**Насыщение населения качественной, доступной и разнообразной продукцией,** полученной из рыбы и морепродуктов, добываемых в водах российской юрисдикции (90% которой приходится на дальневосточный и северный бассейны) и выращиваемых предприятиями аквакультуры, – в сложившихся реалиях **должно стать главным государственным приоритетом, поскольку это оказывает непосредственный эффект не только на продовольственную безопасность страны, но и на здоровье нации и будущих поколений.**

### Настоящее исследование призвано

Сформировать предложения руководству страны по механизмам и мерам, способствующим:

- **Расширению ассортимента;**
- **Снижению конечной стоимости** рыбной продукции на прилавках розничных магазинов;
- **Развитию** культуры потребления рыбы и морепродуктов;
- **Увеличению доли** российской рыбной продукции в гостинично-ресторанном и кейтеринговом бизнесе (HORECA) и на столах наших граждан.



# Сектор рыболовства и аквакультуры

В 2020 году **общемировой объём** продукции рыболовства и аквакультуры достиг **214 млн тонн** включая **178 млн тонн** водных животных, и **36 млн тонн** водорослей, что в значительной степени стало следствием развития аквакультуры в азиатских странах.

Водные животные  
Водоросли



Объём продукции **промышленного рыболовства** составил **90 млн тонн (51% от общего объема)**, а **объём продукции аквакультуры** – **88 млн тонн (49%)**. При этом на пищевые цели продукция аквакультуры вышла на первое место преодолев планку **56%**.

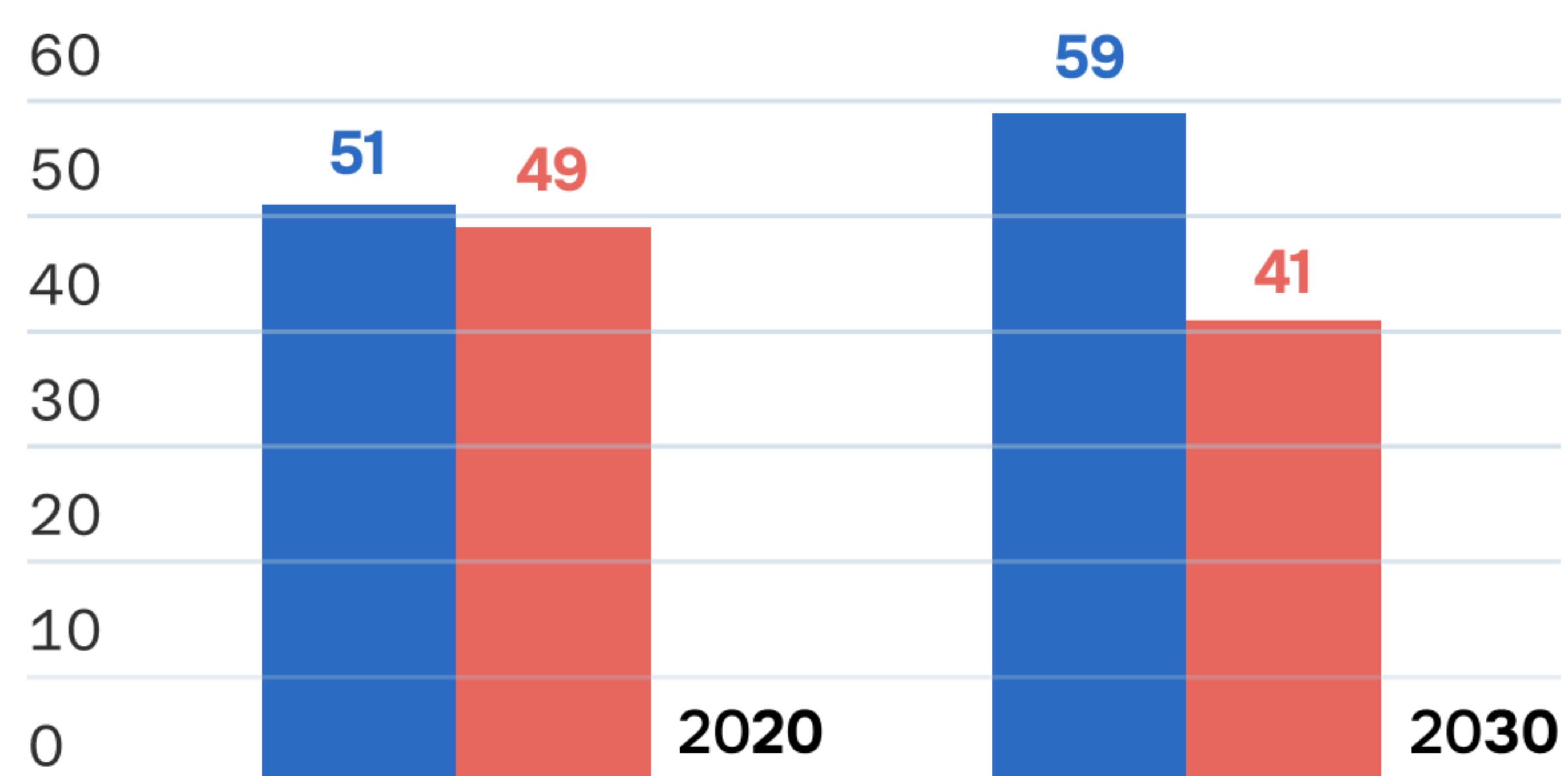
Промышленное рыболовство  
Аквакультура



**Согласно прогнозу ФАО ООН** данная динамика продолжится и к 2030 году соотношение будет уже **59%** и **41%** соответственно, что указывает на необходимость больших усилий и внимания развитию отечественной товарной аквакультуры, несмотря на её стабильный рост последние годы.

Если учитывать водные растения, то **аквакультура** опережает промышленное рыболовство в качестве основного источника производства рыбной продукции её доля в общем объёме производства достигла **57%**.

**Прогноз прироста** объёма промышленного рыболовства и аквакультуры, без водорослей до 2030 года, %



■ Продукция аквакультуры  
■ Продукция промышленного рыболовства

**Объём вылова рыбы по странам:**



Что касается остальных районов, то значительная доля продукции была произведена в **Азии, Северной и Южной Америке** и других странах.



После первой волны недружественной политики зарубежных стран, начавшейся в конце 2014 года, объемы вылова российскими рыбаками во всех районах Мирового океана выросли

на 17,5% с 4,3 млн тонн (2013 год) до 5,05 млн тонн (2021 год), из которых порядка 73% приходится на Дальний Восток и 18% на Арктику.

При этом доля Арктики снизилась с 23% (2013 год) до 18% (2021 год), а Дальний Восток, наоборот, увеличил свою долю в общероссийской добыче с 67% до 73%.

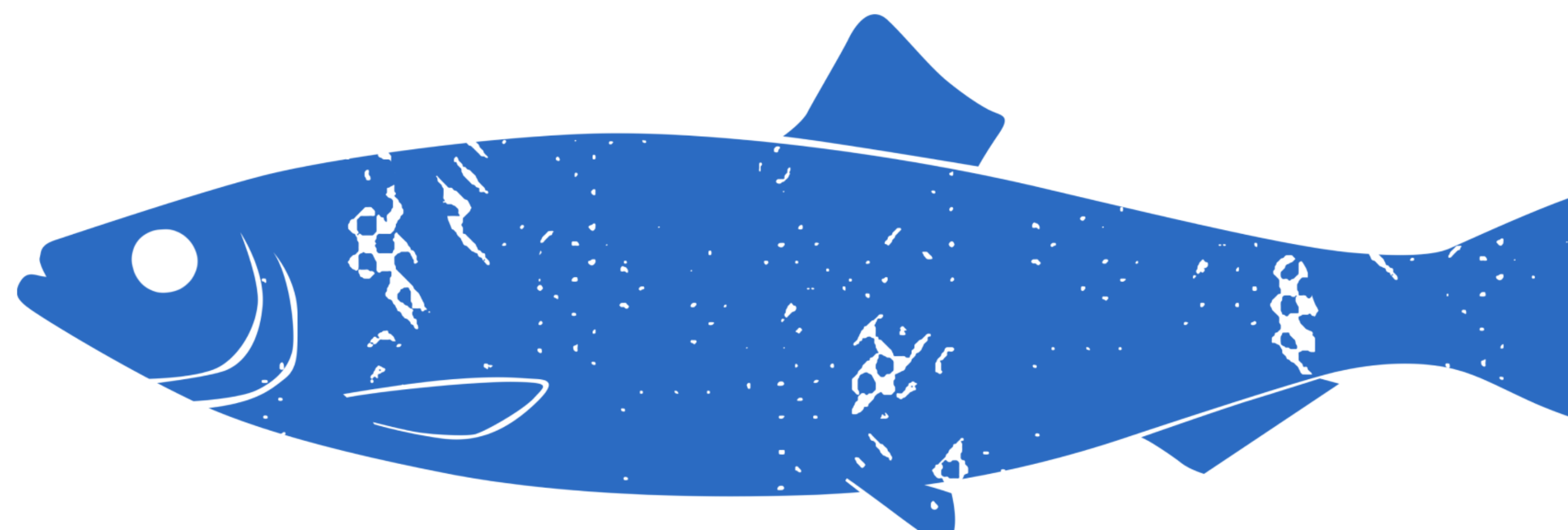
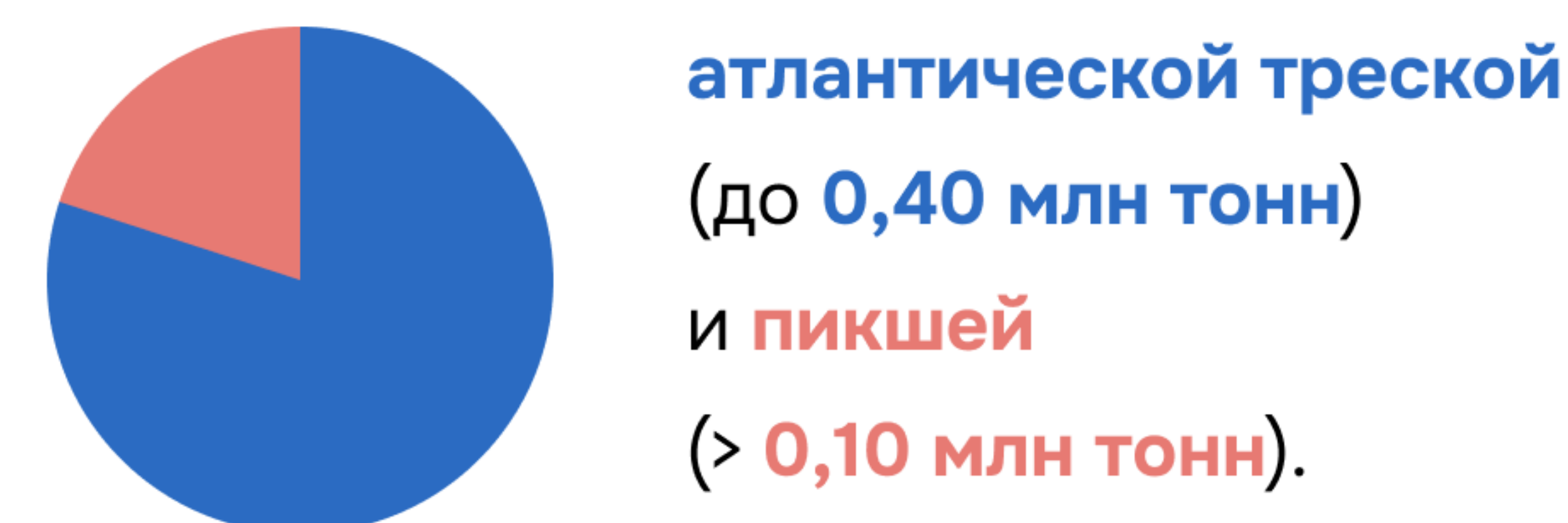


Основу российской добычи на Дальнем Востоке формируют:



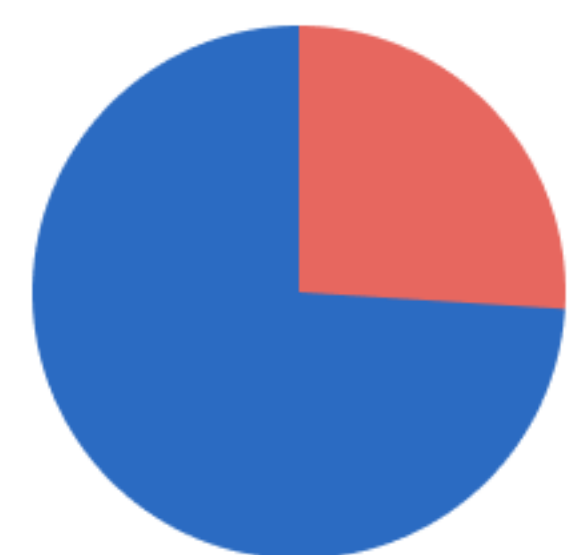
Эти же виды водных биоресурсов формируют практически весь объем сырьевого экспорта, который в 2021 году на 84% сформирован за счет сырья.

Арктическая зона славится





**Потенциал России в добыче водных биоресурсов не реализован в полном объеме, и российские рыбаки могут значительно увеличить объем вылова за счет добычи морских объектов промысла, общий допустимый улов которых не устанавливается (далее – неОДУемые).**

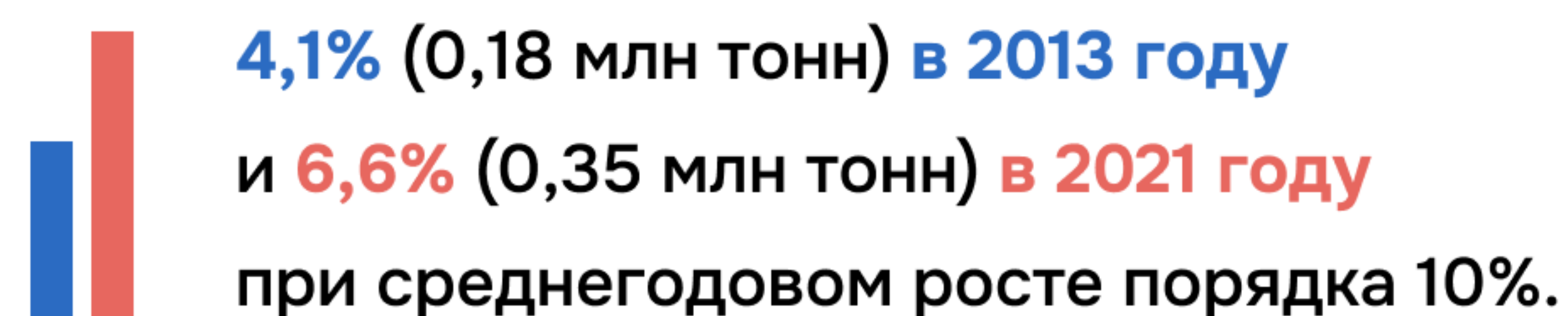


Только в Дальневосточном рыбохозяйственном бассейне на 2021 год отраслевой наукой был установлен рекомендованный вылов неОДУемых промысловых видов водных биоресурсов в размере **1,5 млн тонн** из которых освоено лишь **26% (0,4 млн тонн)**.

Таким образом потенциал наращивания объёмов добычи составляет порядка **1,1 млн тонн в год** (21,8% от общероссийского вылова).

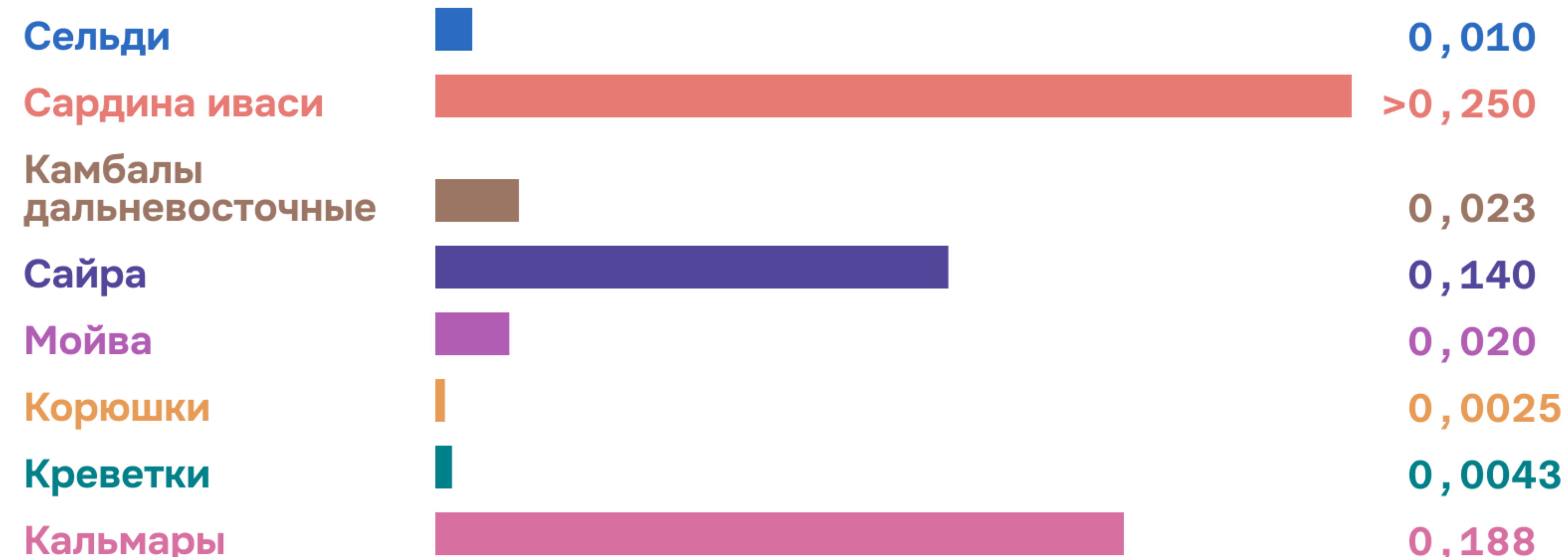
Несмотря на снижение доли Арктики в объемах добычи, данный макрорегион показывает хороший темп развития товарной аквакультуры, в частности лососевых видов рыб.

**Российское производство продукции аквакультуры в общероссийском показателе продукции рыболовства и аквакультуры составляет**



Совокупный рост объемов производства продукции аквакультуры за анализируемый период составляет почти **92%**. Главным образом это **карповые и лососевые**, где последние по итогам 2021 года в общем производстве занимают долю около 34%.

Практически 82% (более 0,9 млн тонн) из указанного объема приходится на следующие промысловые объекты:



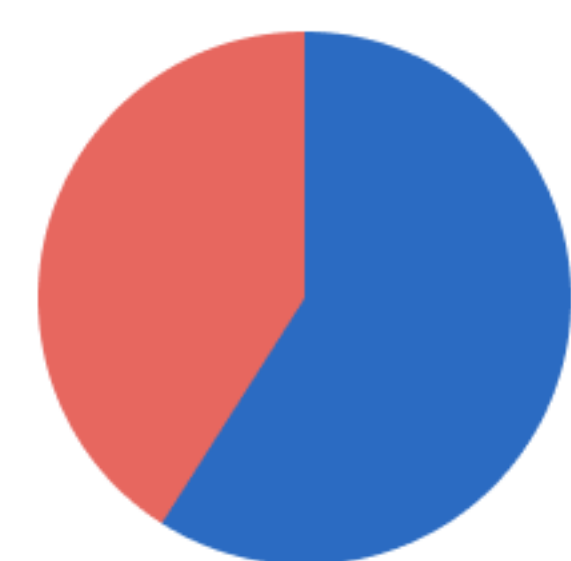
**Потенциально доступный вылов на Дальнем Востоке (млн тонн)**

Особое внимание уделяется сёмге и форели как главным импортным конкурентам на отечественном рынке в сегменте продукции из лососевых. Такая продукция в структуре продаж, как минимум последних 2 лет, в федеральных сетях занимает первые строчки в рейтинге по стоимости и объему продаж.

Реализация рыбы и морепродуктов федеральными сетями далее будет рассмотрена более детально.



Стоит отметить, что природно-климатические условия, необходимые для производства продукции товарной аквакультуры лососевых (семга, форель) наиболее благоприятны в северных морях страны, в следствии чего Северо-Западный федеральный округ исторически является ключевым в производстве товарной семги и форели.



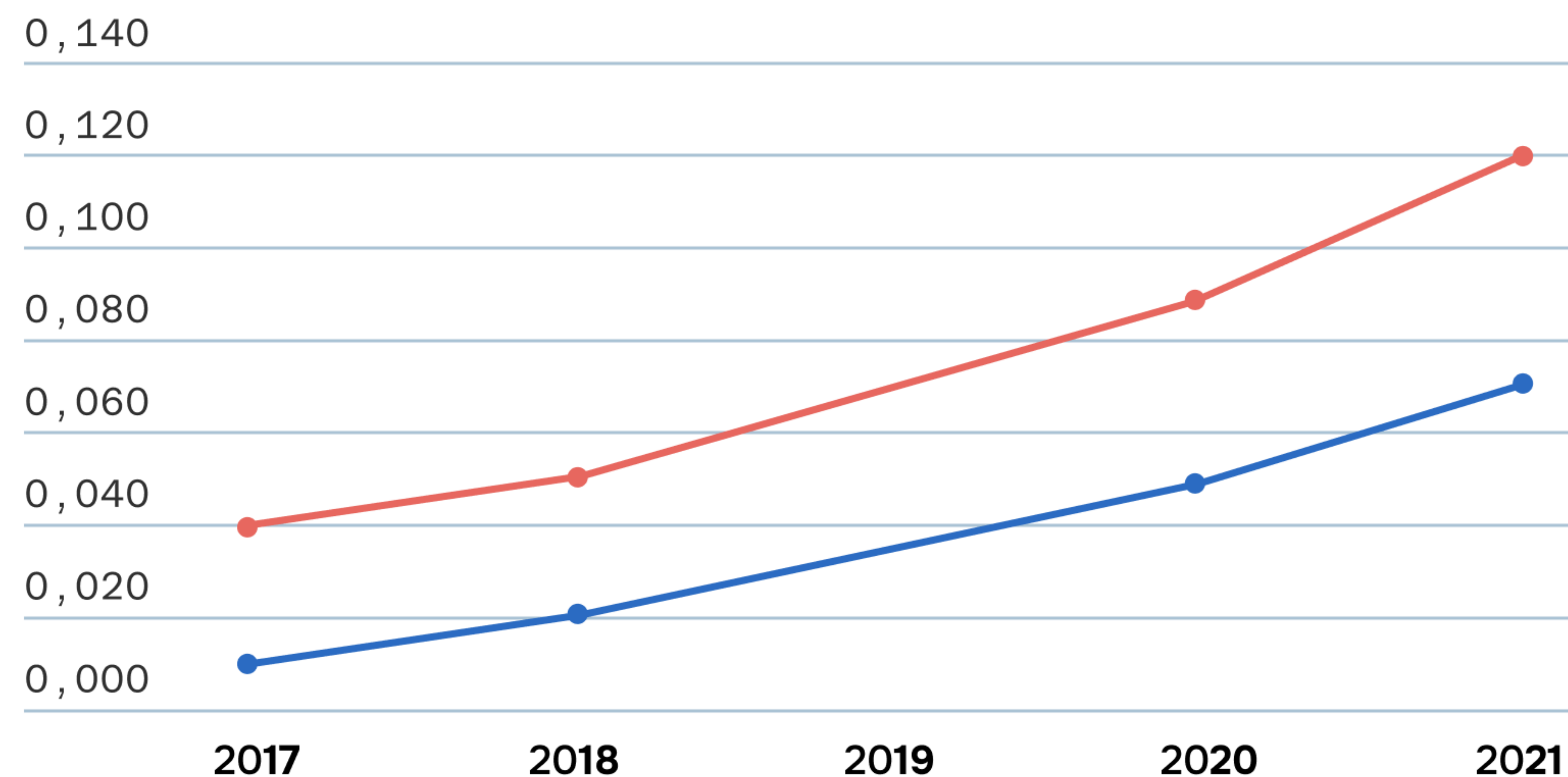
По итогам 2021 года на Севере страны объемы производства товарного лосося составили **0,12 млн тонн**, из которых **59% (0,07 млн тонн)** приходится на Мурманскую область, входящую в состав Арктической зоны Российской Федерации.

Среднегодовой показатель прироста товарного лосося в СЗФО составляет более 21% в год. При этом **Мурманская область** демонстрирует колоссальный темп роста, который позволил только за последние 5 лет **увеличить объемы производства более чем в 5 раз** с 0,01 до 0,07 млн тонн, при общем росте объема в округе в 2,5 раза с 0,04 до 0,12 млн тонн.

**Дальневосточная товарная аквакультура** стремится за темпом роста Севера и начиная с 2015 года активно наращивает объемы со средним годовым приростом более 35%, показав за последние 9 лет **ощутимый набор массы практически в 10 раз с 5,8 до 56,8 тыс. тонн**, из которых в 2021 году 57,7% или 32,8 тыс. тонн моллюсков (гребешки, устрицы, мидии) и иглокожих (трепанги, морские ежи).

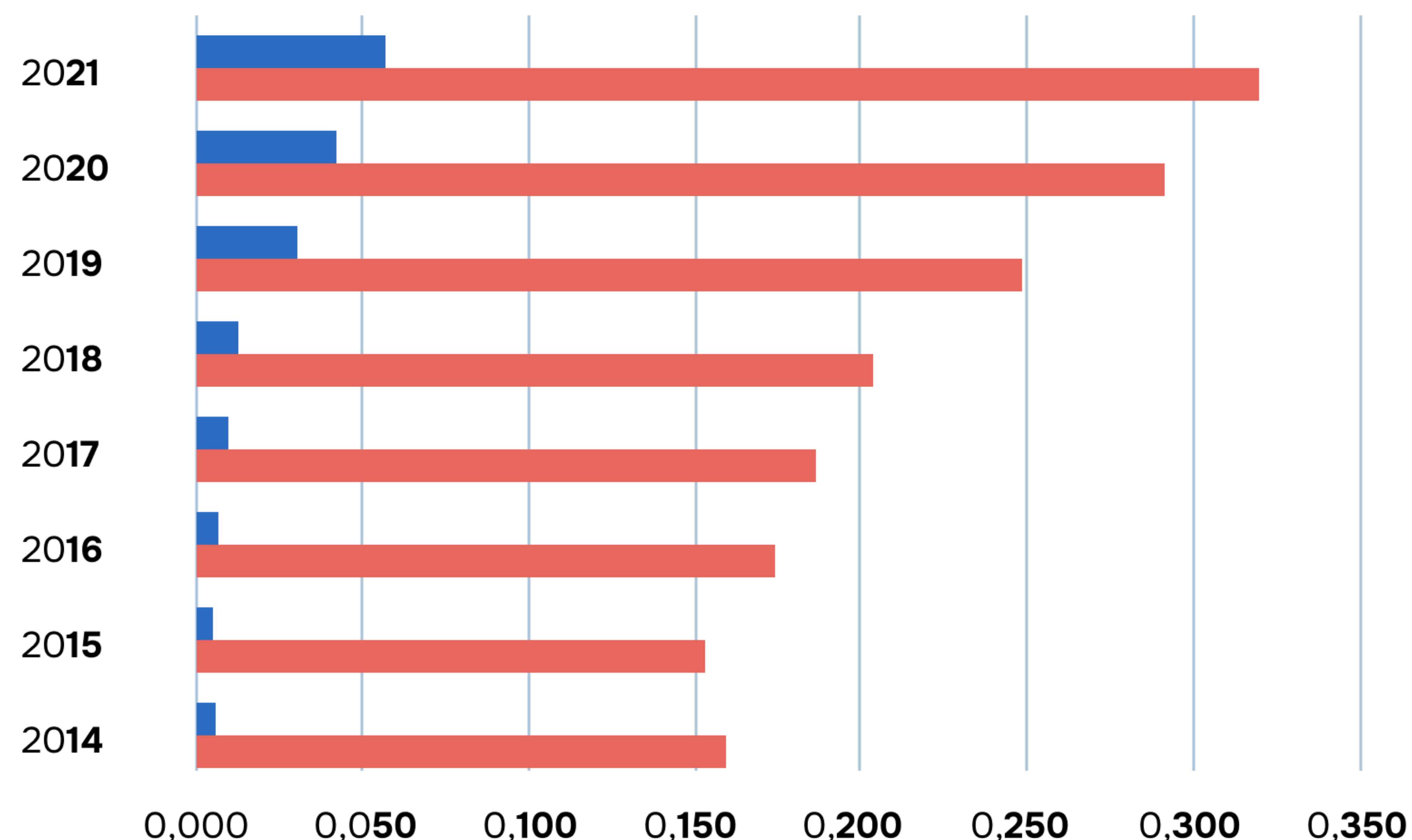
## Соотношение прироста производства товарного лосося

**Мурманской области к СЗФО** (млн тонн)



## Производство товарной аквакультуры

на **Дальнем Востоке и России** (млн тонн)





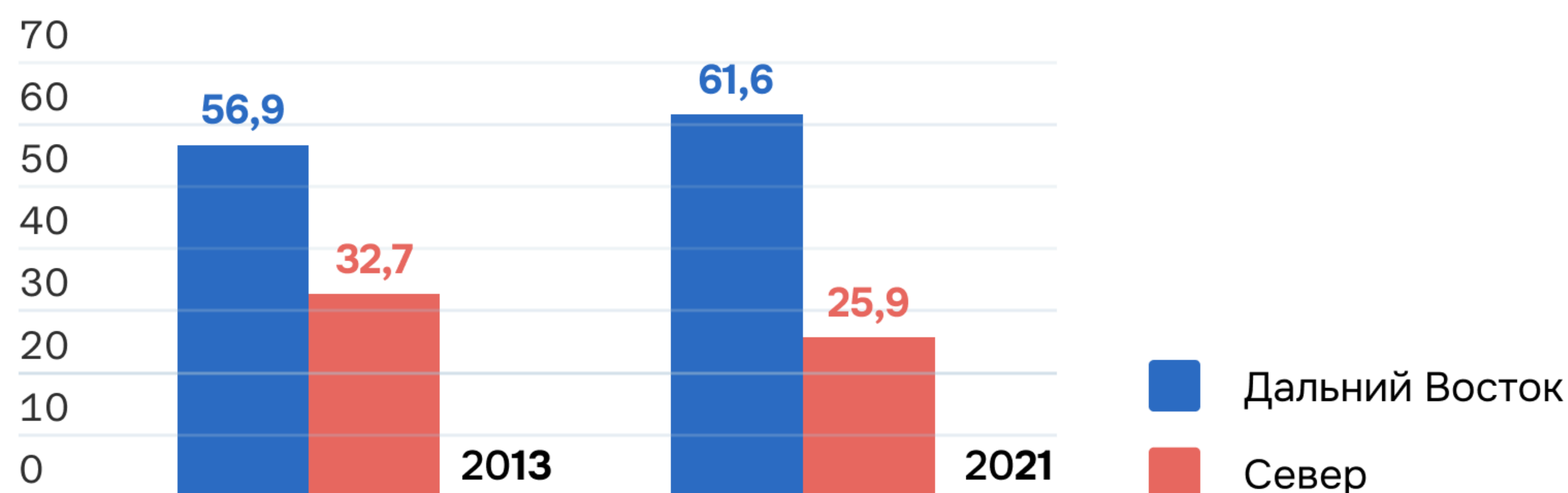


# Производство пищевой продукции из рыбы и морепродуктов

Производство пищевой продукции российскими организациями за анализируемый период, следуя тенденции роста объемов вылова и производства товарной аквакультуры, также показывает рост, меньший, но в среднем ежегодно около 1,8% и в совокупности составляет порядка 15% с 3,78 млн тонн (2013 год) до 4,36 млн тонн (2021 год).

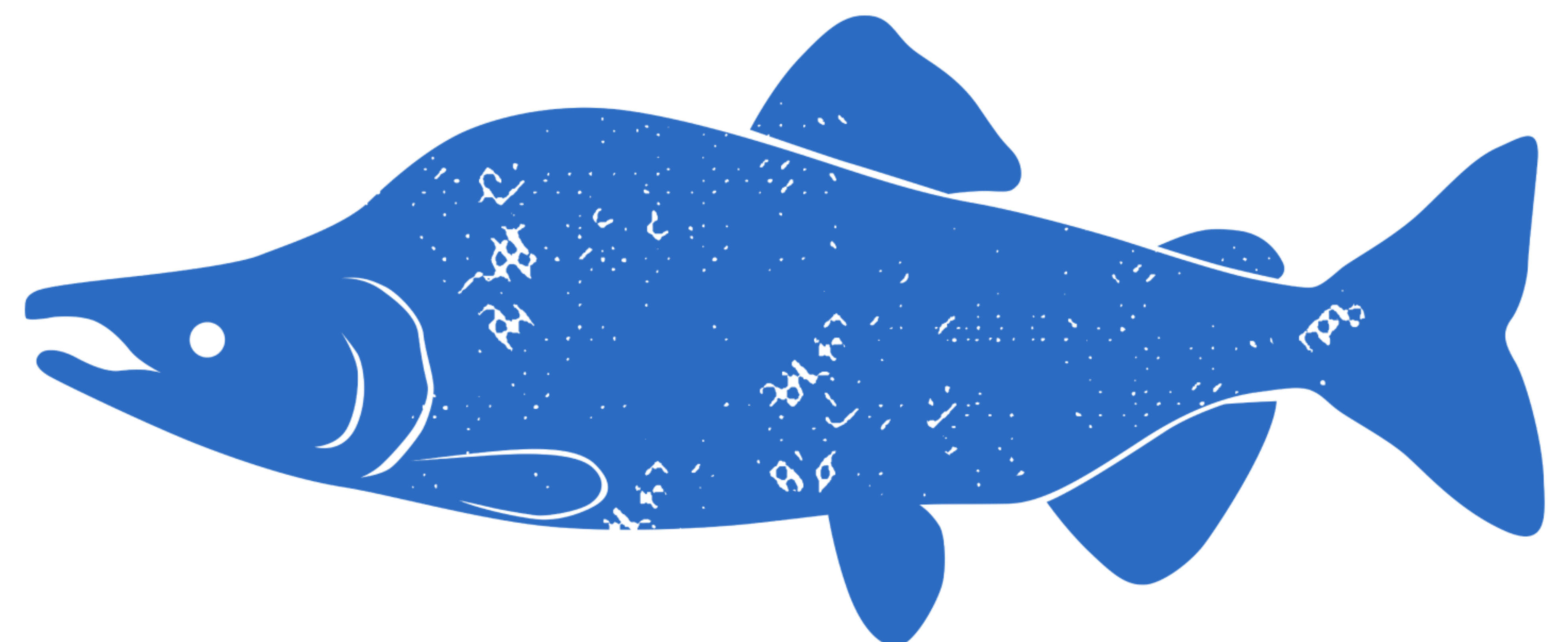
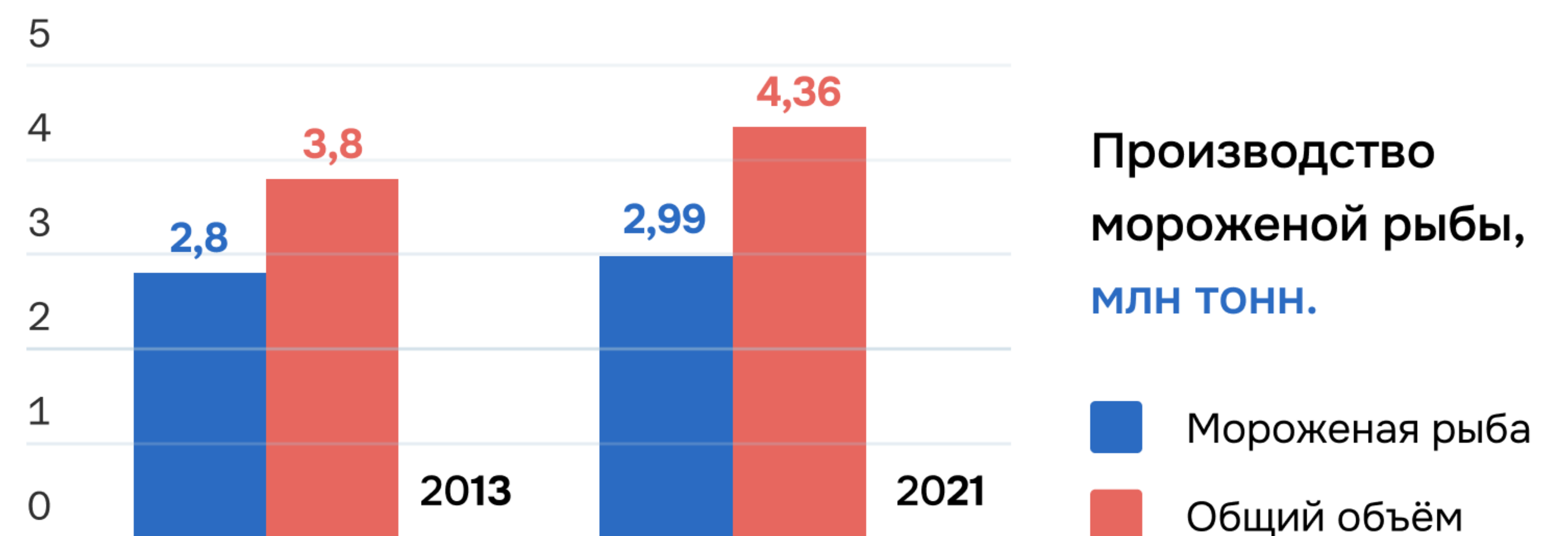
Долевое участие главных рыбных макрорегионов Дальнего Востока и Севера перераспределяется в сторону Дальнего Востока и из года в год и колеблется в диапазоне **56,9%** (2013 г.) – **61,6%** (2021 г.) и **25,9%** (2021 г.) – **32,7%** (2013 г.) соответственно.

## Долевое участие Дальнего Востока и Севера в производстве пищевой продукции, **млн тонн**



При этом за анализируемый период структура производства пищевой продукции постепенно менялась в сторону более глубокой степени переработки сырья, тем самым повышая экономическую отдачу с одной единицы ресурса.

В 2013 году в структуре производства основных пищевых продуктов **рыба мороженая** занимала практически **74%** (2,8 млн тонн). По итогам 2021 года составила **68,65%** упав на 5,31 процентных пункта, несмотря на то что общий объем вырос на 6,8% с **2,8** до **2,99** млн тонн. **Дальневосточная доля** увеличилась на 6 процентных пунктов и составила **70%**. **Северная доля** напротив упала на практически на 8 процентных пунктов и составила **25%**.

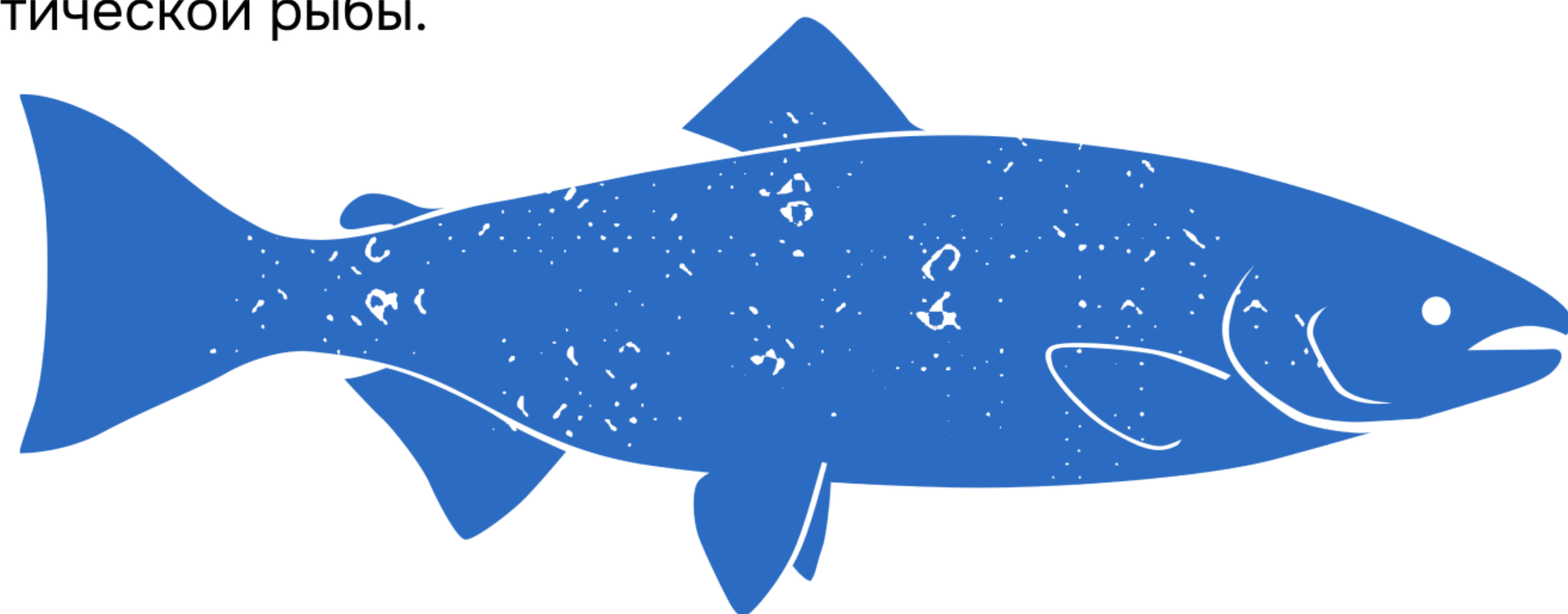




Филе и фарш из рыбы в общем объеме пищевой продукции суммарно занимали порядка **4%** (2013 год) или 0,14 млн тонн подняв планку до **6,56%** (2021 год) или 0,28 млн тонн при общем росте объема практически в 2 раза с **0,14 до 0,28 млн тонн**, что указывает на диверсификацию пищевого производства в сторону глубокой переработки и соответственно высокой добавленной стоимости.

Кроме того, в производстве рыбного филе наблюдается тенденция долевого перераспределения между Севером (61,2%) и Дальним Востоком (29,8%) за счет **увеличения объема производства филе дальневосточными предприятиями более чем в 4 раза с 0,033 до 0,14 млн тонн**. Рост связан в первую очередь с положительной динамикой добычи водных биоресурсов российскими рыбопромышленниками.

Северяне же снизили производство рыбного филе на 17,2% с 0,06 до 0,056 млн тонн, что в какой-то части связано с многолетней фазой снижения промысловых запасов арктической рыбы.



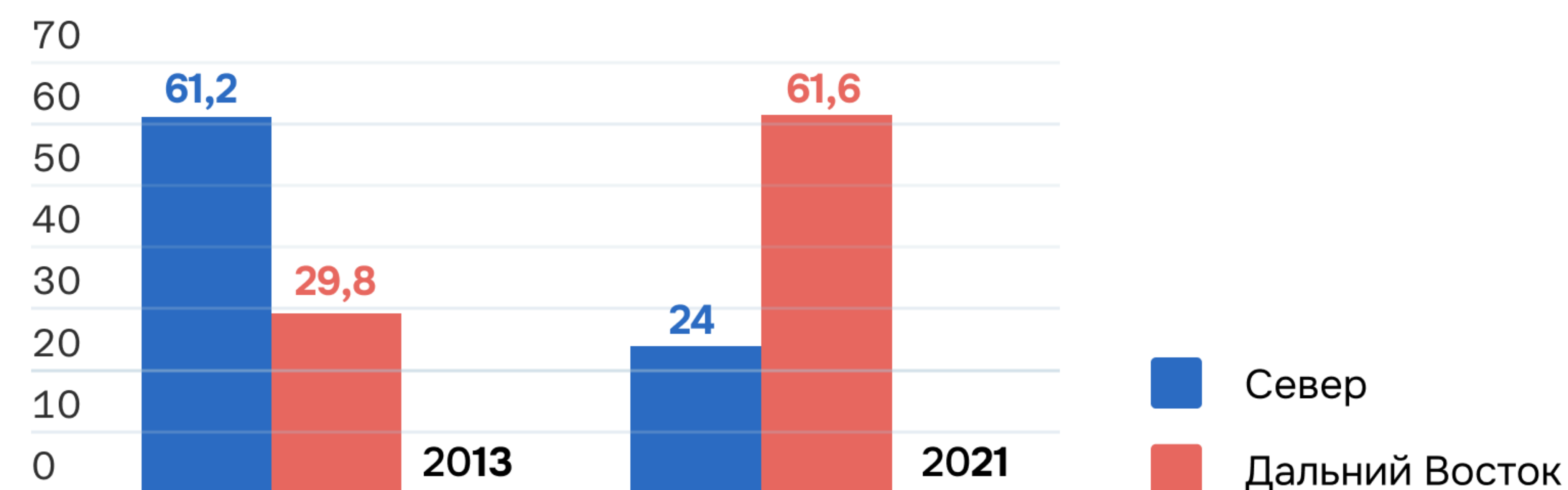
Также одним из факторов, сформировавших данную тенденцию может являться санкционная политика России в части введения продовольственного эмбарго, которым был **ограничен ввоз** на территорию страны всей группы товаров по коду ТН ВЭД ЕАЭС 03 «РЫБА И РАКООБРАЗНЫЕ, МОЛЛЮСКИ И ПРОЧИЕ ВОДНЫЕ БЕСПОЗВОНОЧНЫЕ»,

включая охлажденного и мороженого лосося, который служил для северных переработчиков сырьем для производства слабосоленого филе, что оказало влияние и на диверсификацию северного производства в сторону пресервов.

При этом следует отметить, что товарная номенклатура готовой продукции классифицируемая кода ТН ВЭД ЕАЭС 1604 и 1605 в санкционный перечень **не включена**.

В результате чего по итогам 2021 года доля **дальневосточного региона** в производстве филе достигла **61,6%** против **северных 24%**.

### Производство рыбного филе, %

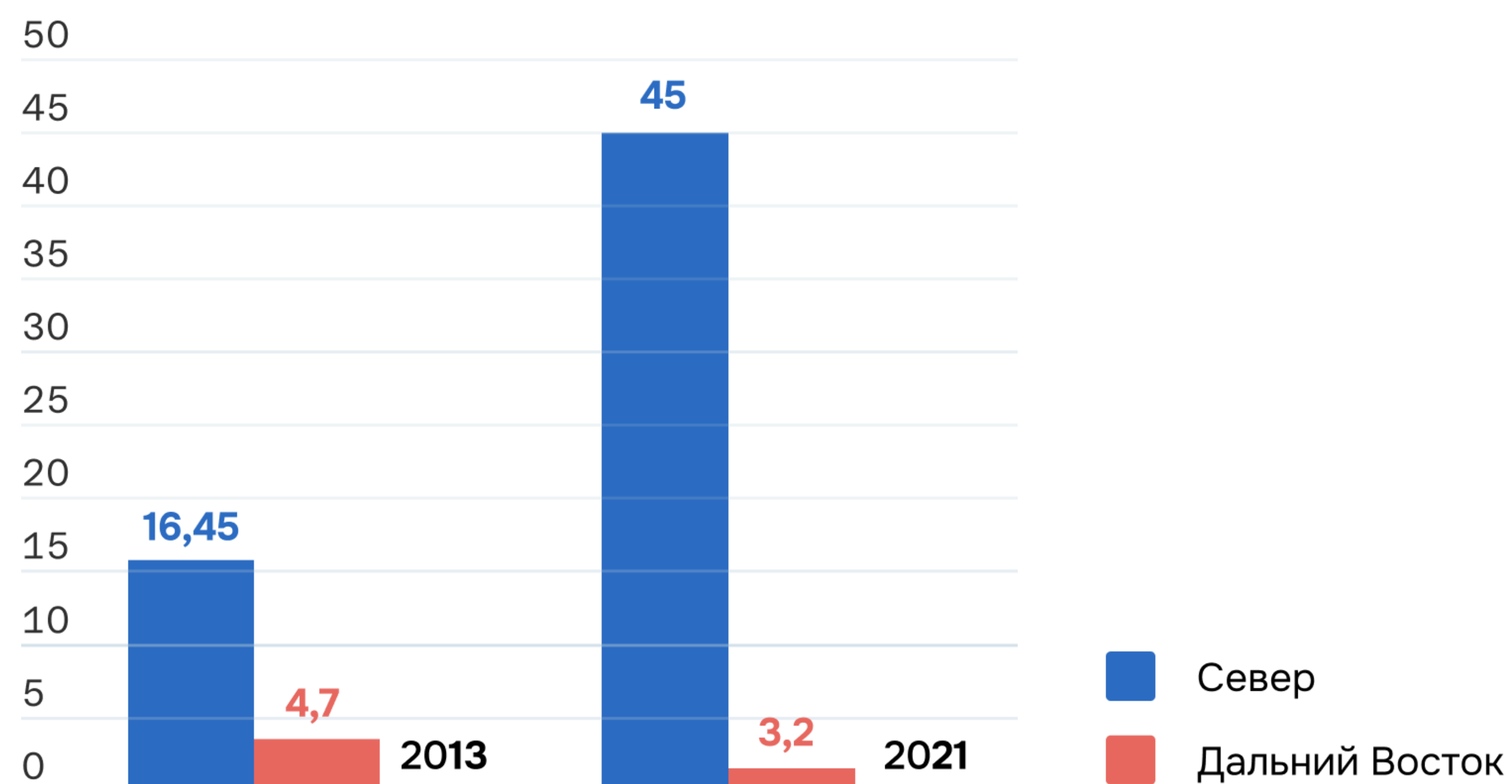




Также с 2013 по 2021 года практически вдвое **увеличилось производство пресервов из рыбы и морепродуктов** с 171,6 до 335,5 тыс. условных банок, увеличив долю в общем производстве на 3,2 процентных пункта с **4,5** до **7,7%**.

В отличии от тенденций в производстве филе, в производстве пресервов **северяне** укрепились и увеличили свою долю на 37,6 процентных пункта с 16,45% до 54%, когда **Дальний Восток** свою долю, незначительно, но снизил на 1,5 процентных пункта с 4,7 % до 3,2%.

### Производство пресервов из рыбы и морепродуктов, %



Выявленные тенденции соответствуют поставленным Правительством Российской Федерации целям стратегического развития рыбохозяйственного комплекса до 2030 года в части достижения доли продукции с высокой добавленной стоимостью 65% от общего объема производства пищевой продукции отрасли, а также увеличения продукции товарной аквакультуры (включая посадочный материал) до 0,61 млн тонн.

Таким образом ресурсная база Дальнего Востока и Арктика способна наращивать объемы и самостоятельно обеспечить российское производство пищевой продукции из водных биологических ресурсов необходимым сырьем дикого и аквакультурного происхождения, объёмы которого ежегодно растут, равно как и само производство, тем самым принося значительный вклад в развитие и экономику своих регионов за исключением промысловых объектов, не обитающих в российских водах.

В дальнейшей перспективе необходимо продолжать поддерживать тренд на диверсификацию пищевого производства в сторону глубокой переработки, сделать особый упор на развитие пастбищной и индустриальной аквакультуры лососевых видов рыб (темпы роста которых в ближайшие годы снизятся, ввиду неблагоприятной внешнеполитической обстановки и временных затрат на создание российского производства кормов и посадочного материала) в объеме необходимом для стабильного собственного производства товарной продукции и дальнейшего развития.

Одновременно с этим требуется стимулировать переход от экспортно-ориентированного сырьевого подхода на интенсивное развитие внутреннего рынка страны и снижение отраслевой импортозависимости.





# Сектор национального потребления рыбы и морепродуктов

Задача по обеспечению населения России рыбной продукцией базируется на положениях **Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 21 января 2020 г. № 20** и определяется показателями экономической и физической доступности для каждого гражданина страны в объемах не меньше рациональных норм потребления для активного и здорового образа жизни.

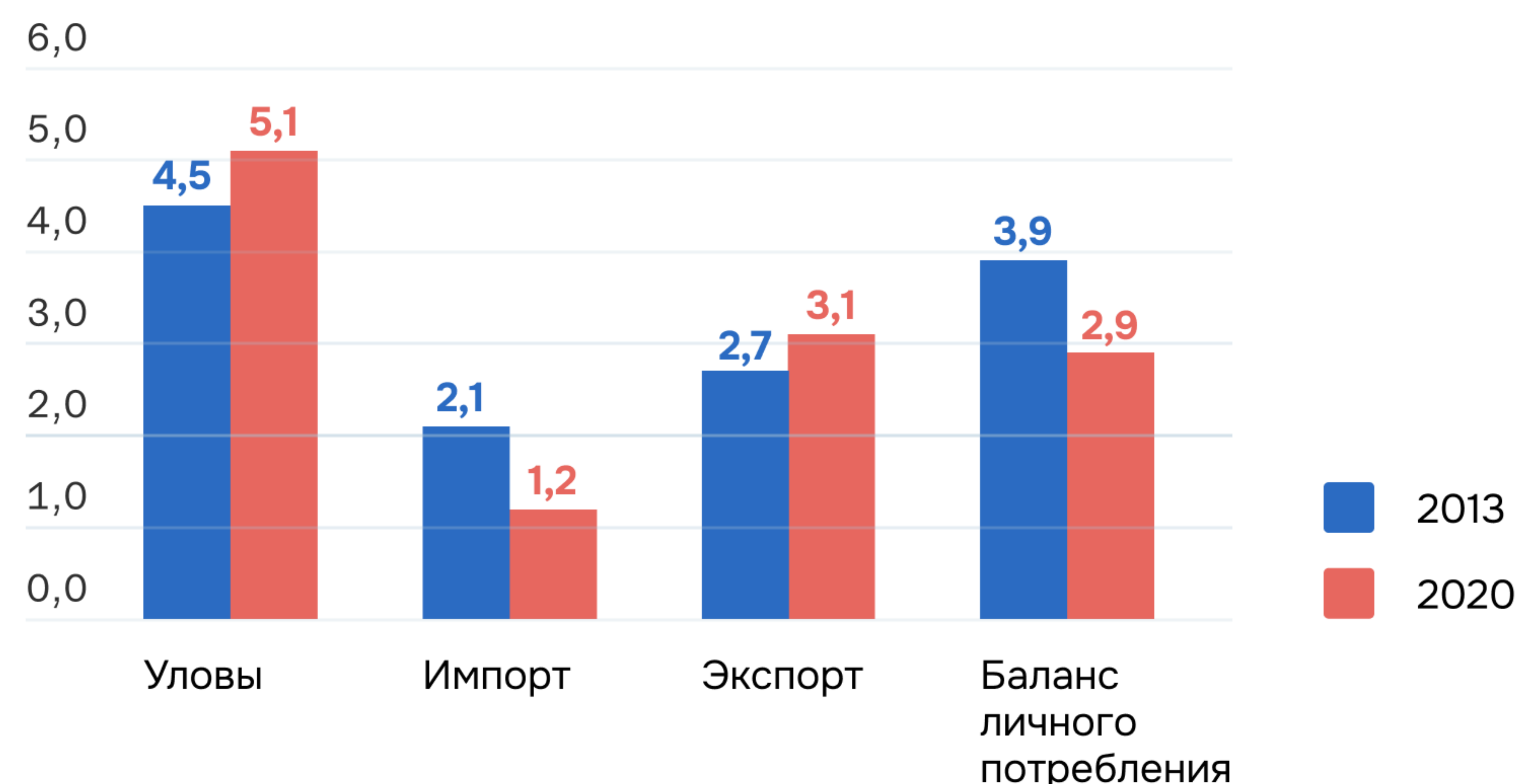
**Экономическая доступность** – это гарантия возможности приобретения населением пищевой рыбной продукции должного качества по сложившимся ценам, в объемах и ассортименте, которые соответствуют рекомендуемым рациональным нормам потребления, рассчитанным Минздравом России в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации № 296р от 10.02.2021 года. Статистическое наблюдение и формирование показателя о потреблении по видам продуктов питания на душу населения в год формирует Росстат.

**Методика составления баланса рыбы и рыбопродуктов для определения среднедушевого уровня их потребления утверждена Приказом Росстата от 16 июля 2020 года №389** (далее – Методика №389).

По данным Росстата к **2020** году по отношению к **2013** году произошли важные изменения показателей деятельности рыбохозяйственного комплекса России, демонстрирующие динамику среднедушевого потребления рыбы в России.

**За рассматриваемый период баланс ресурсов для личного потребления снизился на 25,6% за счет падения импорта на 43,2% и роста экспорта 16,6%.**

Показатели улова, импорта, экспорта и баланса личного потребления в весе рыбы сырца, **млн тонн.\***



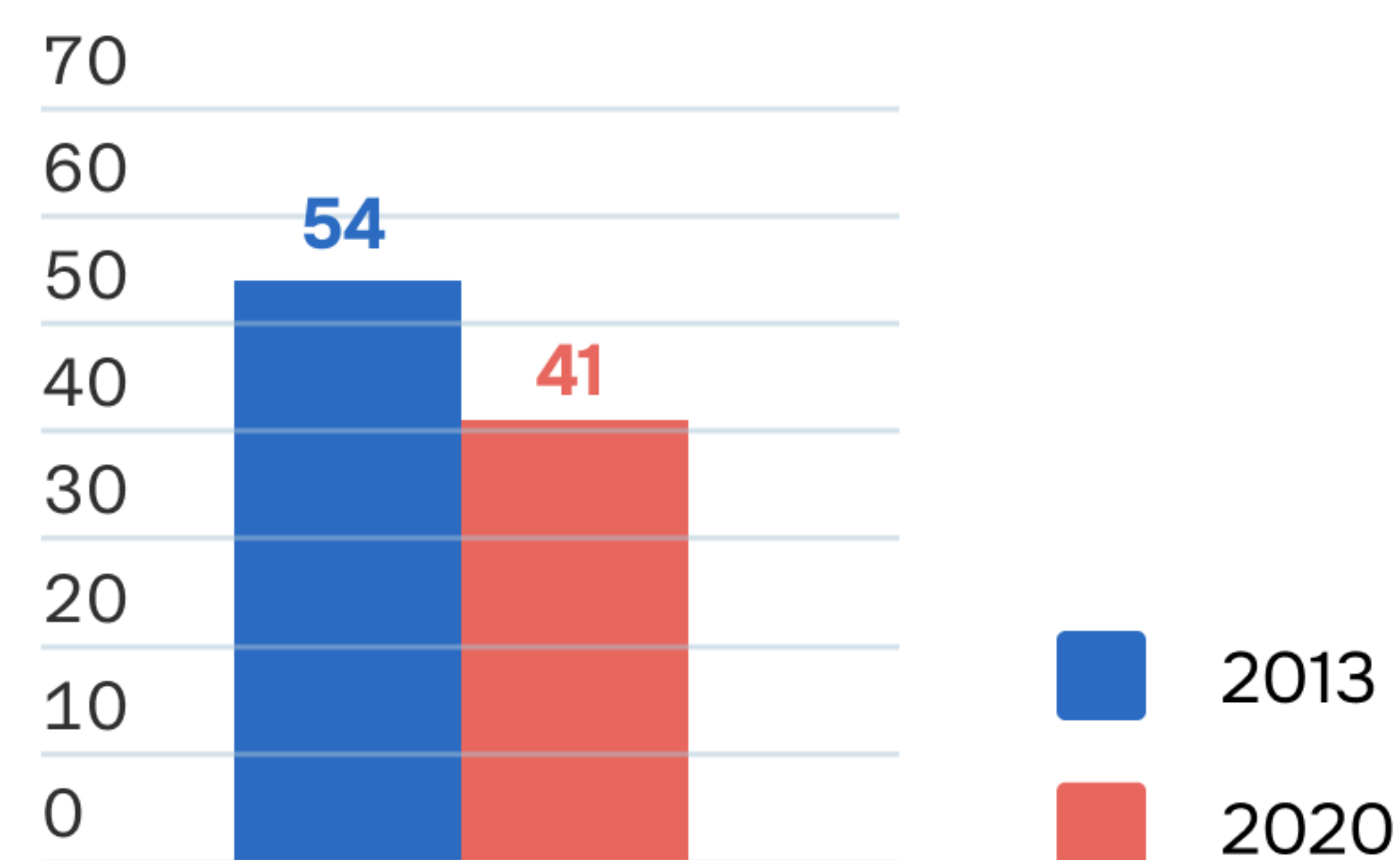
\*По данным Росстата о балансе ресурсов.



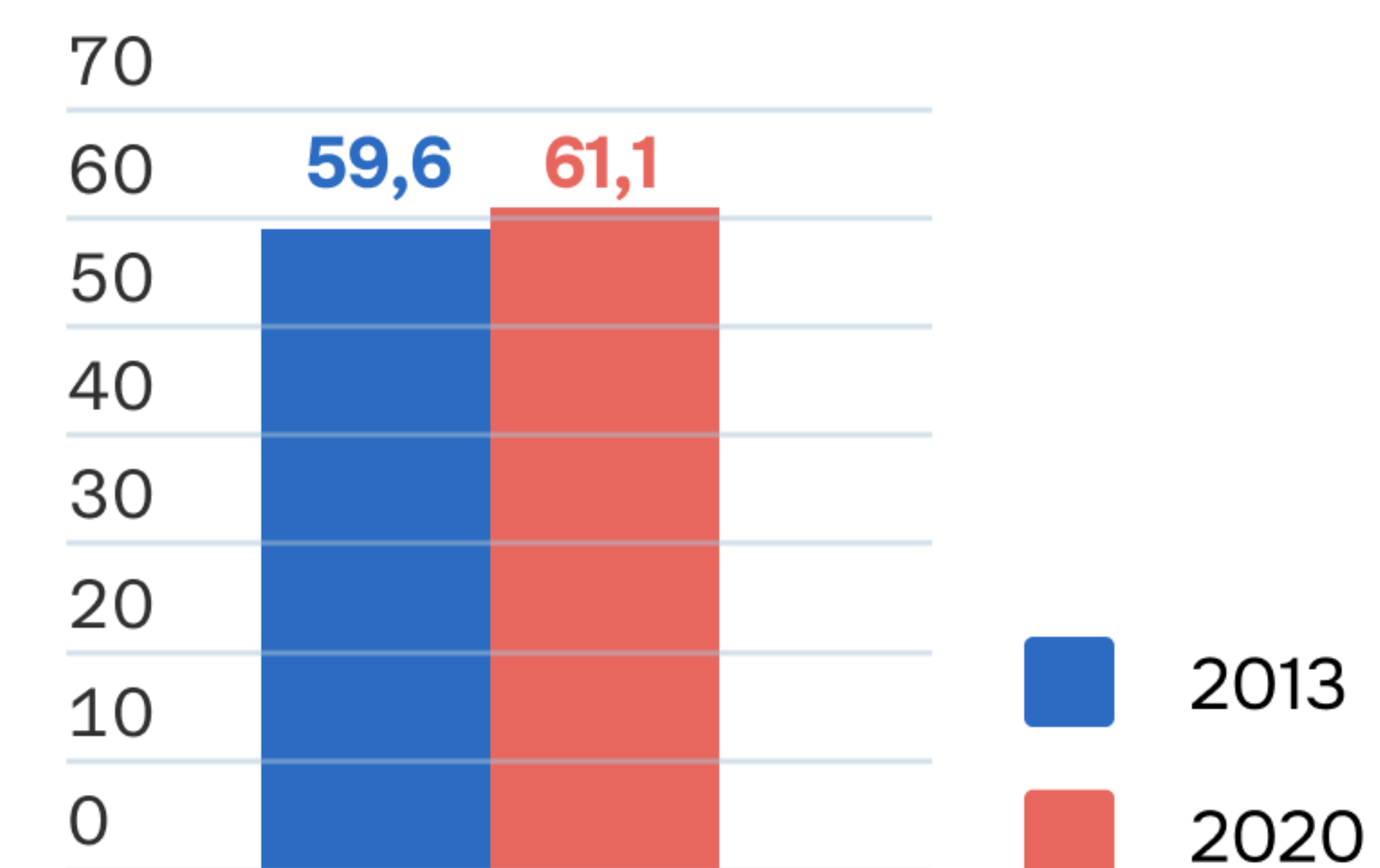
При этом доля импортной продукции на потребительском рынке снизилась на 13 процентных пунктов с **54%** в 2013 году до **41%** в 2020 году.

Одновременно с этим, незначительно, но растет доля экспорта (в сырце) в общих уловах на 1,5 процентных пункта с **59,6** до **61,1%**.

Доля импортных ВБР на потребительском рынке % \*



Доля экспорта в вылове % \*



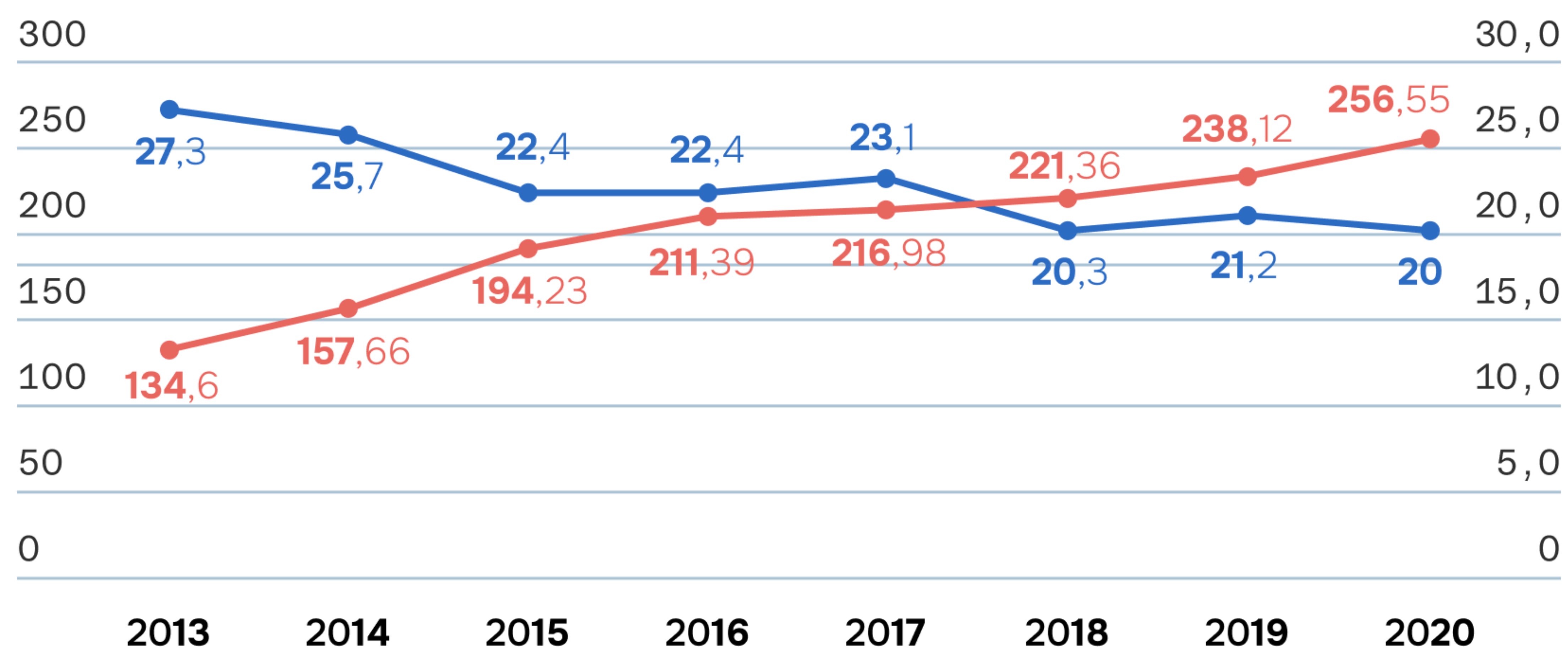
\*По данным Росстата о балансе ресурсов.

В 2013 году средняя цена 1 кг продукции составляла **134,6 Р.** и при этой цене уровень личного потребления составил **27,3** кг. В 2020 году средняя цена по отношению к 2013 году выросла на **90,6%** с параллельным падением среднедушевого потребления (по данным Росстат) на **26,7%**.

При этом доходы населения выросли на **55,3 %** или **6,9 % в год.** Средний рост цены за указанный период составил **11,3 % в год,** а падение потребления **3,3% в год.** Исходя из чего получается, что рост цен на рыбу и морепродукты превышает годовой рост доходов населения на **4,4 процентных пункта.**

Таким образом к падению на 1% потребления приводит чистый рост цены всего лишь на 1,3 % в год.

Зависимость уровня потребления от цены продукции в 2013-2020 годах



- Средняя цена на рыбу и морепродукты Р/кг
- Личное потребление в кг на человека в год (в сырце)

Данные показатели говорят о том, что платежеспособность населения и рост уровня цен на продовольствие неразрывно связаны и не могут иметь разнонаправленную динамику. Если растет цена и рост доходов населения не превышает его, то потребление неминуемо будет снижаться.



Для обеспечения постоянно проживающего в России населения, около 146 млн человек, при норме Минздрава России 22 кг на человека в год, требуется примерно 3,2 млн тонн обезглавленной потрошеной рыбы, что в весе сырца по расчёту экспертов составит около 4,8 млн. тонн рыбы.

**С учётом динамики вылова и импортно-экспортных операций дефицит сырья на внутреннем рынке, по оценкам экспертов, составит порядка 1,5 млн тонн.**

**Обеспечить выпадающий объем можно** за счёт стимулирования производства товарной аквакультуры, освоения водных биоресурсов, на который общий допустимый улов не устанавливается, а также путем стимулирования поставок сырья для переработки на внутренний рынок.

**В крайней ситуации** возможно рассмотреть вопрос стимулирования импорта сырья, путем внесения изменения в перечень кодов ТН ВЭД ЕАЭС, которые в настоящее время находятся под санкциями с одновременным ограничением доступа продукции с высокой степенью переработки тех же водных биоресурсов.

**Продукты массового потребления** в продажах занимают доли по объему 70,6% и по выручке 55,2%. При этом доля объема превышает долю в стоимости на 15,4 процентных пункта, что указывает на невысокий уровень цен по отношению к объему.

Следующая категория **«Продукты индивидуального потребительского предпочтения»** уже дает обратную картину, где доля в объеме 26,39% ниже на 10,8 процентных пункта чем доля в стоимости 37,2%.

Аналогичная ситуация наблюдается и в третьей **малой категории** где доля стоимости 7,6% превышает долю в объеме 3,01% на 4,5 процентных пункта.

Исходя из данной аналитики можно сделать вывод, что средний потребитель выбирает категории, в которых при меньшей стоимости может приобрести больший объем, что в свою очередь указывает на приоритет цены при выборе продуктов, в сегменте массового потребителя.

Анализ объемов реализации на внутреннем рынке продукции из рыбы и морепродуктов через федеральные сети за 2021 год сформировал три категории:

## 1 Продукты массового потребления

– консервы, пресервы из рыбы, тушка замороженная или охлажденная, морепродукты, сурими, копченая рыба;

## 2 Продукты индивидуального потребительского предпочтения

– пресервы из морепродуктов, рыбные намазки, слабосоленая рыба, стейки, филе и готовые блюда, включая снеки;

## 3 Продукция с минимальной долей на рынке

– полуфабрикаты кусковые, полуфабрикаты фаршевые, слабосоленая нарезка из рыбы, полуфабрикаты в маринаде.



# Потребление рыбы в 2021 году в разрезе категорий

Рейтинг по объёму



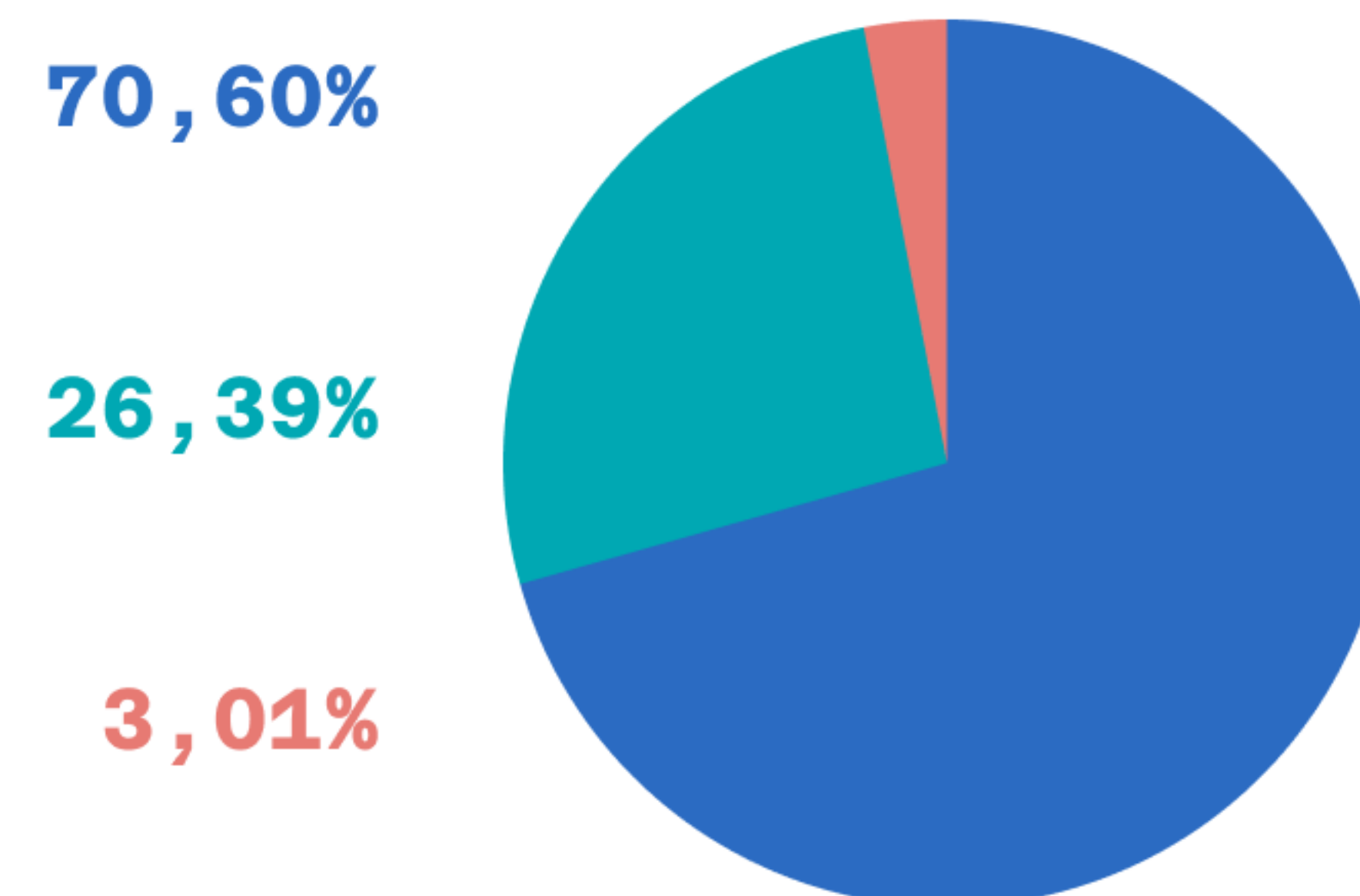
Категории	Объём, тонн			Выручка, тыс.руб			Сред. цена за 1 кг продукта
	26%	100%*	Доля,%	26%	100%*	Доля,%	
Общий итог	<b>395 815</b>	<b>1 522 305</b>	<b>100%</b>	<b>195 680 191</b>	<b>752 616 120</b>	<b>100%</b>	<b>494,37 ₺</b>
Консервы	73 573	282 960	18,59%	27 899 240	107 304 769	14,3%	<b>379,21 ₺</b>
Пресервы рыбные	63 841	245 534	16,13%	20 999 272	80 766 429	10,7%	<b>328,93 ₺</b>
Тушка	59 032	227 039	14,91%	22 703 314	87 320 437	11,6%	<b>384,59 ₺</b>
Морепродукты	41 689	160 336	10,53%	23 284 956	89 557 524	11,9%	<b>558,54 ₺</b>
Крабовые палочки	41 325	158 937	10,44%	13 211 135	50 812 059	6,8%	<b>319,69 ₺</b>
Рыба копченая	18 605	71 554	4,70%	11 865 410	45 636 191,35	6,1%	<b>637,76 ₺</b>
Филе	18 587	71 485	4,70%	11 836 235	45 523 982,38	6,0%	<b>636,81 ₺</b>
Пресервы из морепродуктов	14 509	55 803	3,67%	7 889 006	30 342 328,94	4,0%	<b>543,71 ₺</b>
Рыбные намазки	14 188	54 567	3,58%	7 809 974	30 038 360,35	4,0%	<b>550,46 ₺</b>
С/с кусок	10 714	41 206	2,71%	14 630 646	56 271 716,93	7,5%	<b>1 365,57 ₺</b>
Стейк	7 950	30 577	2,01%	6 644 506	25 555 792,31	3,4%	<b>835,76 ₺</b>
Филе в панировке	5 448	20 954	1,38%	1 969 063	7 573 318,70	1,0%	<b>361,41 ₺</b>
Готовые блюда	5 237	20 142	1,32%	2 807 061	10 796 388,85	1,4%	<b>535,99 ₺</b>
Снеки	5 011	19 273	1,27%	4 930 672	18 964 123,34	2,5%	<b>983,93 ₺</b>
Рыба вяленая	4 209	16 186	1,06%	2 332 924	8 972 784,01	1,2%	<b>554,33 ₺</b>
Полуфабрикаты кусковые	2 861	11 005	0,72%	944 127	3 631 255,92	0,5%	<b>329,94 ₺</b>
С/с нарезка	2 572	9 891	0,65%	3 611 858	13 891 760,65	1,8%	<b>1 404,46 ₺</b>
Полуфабрикаты фаршевые	2 444	9 399	0,62%	890 587	3 425 334,50	0,5%	<b>364,43 ₺</b>
Рыба живая	1 088	4 184	0,27%	441 298	1 697 299,76	0,2%	<b>405,68 ₺</b>
Полуфабрикаты в маринаде	149	574	0,04%	133 740	514 385,83	0,1%	<b>896,31 ₺</b>

\*математический расчет объема рынка розничных продаж исходя из 26% доли 9 федеральных сетей

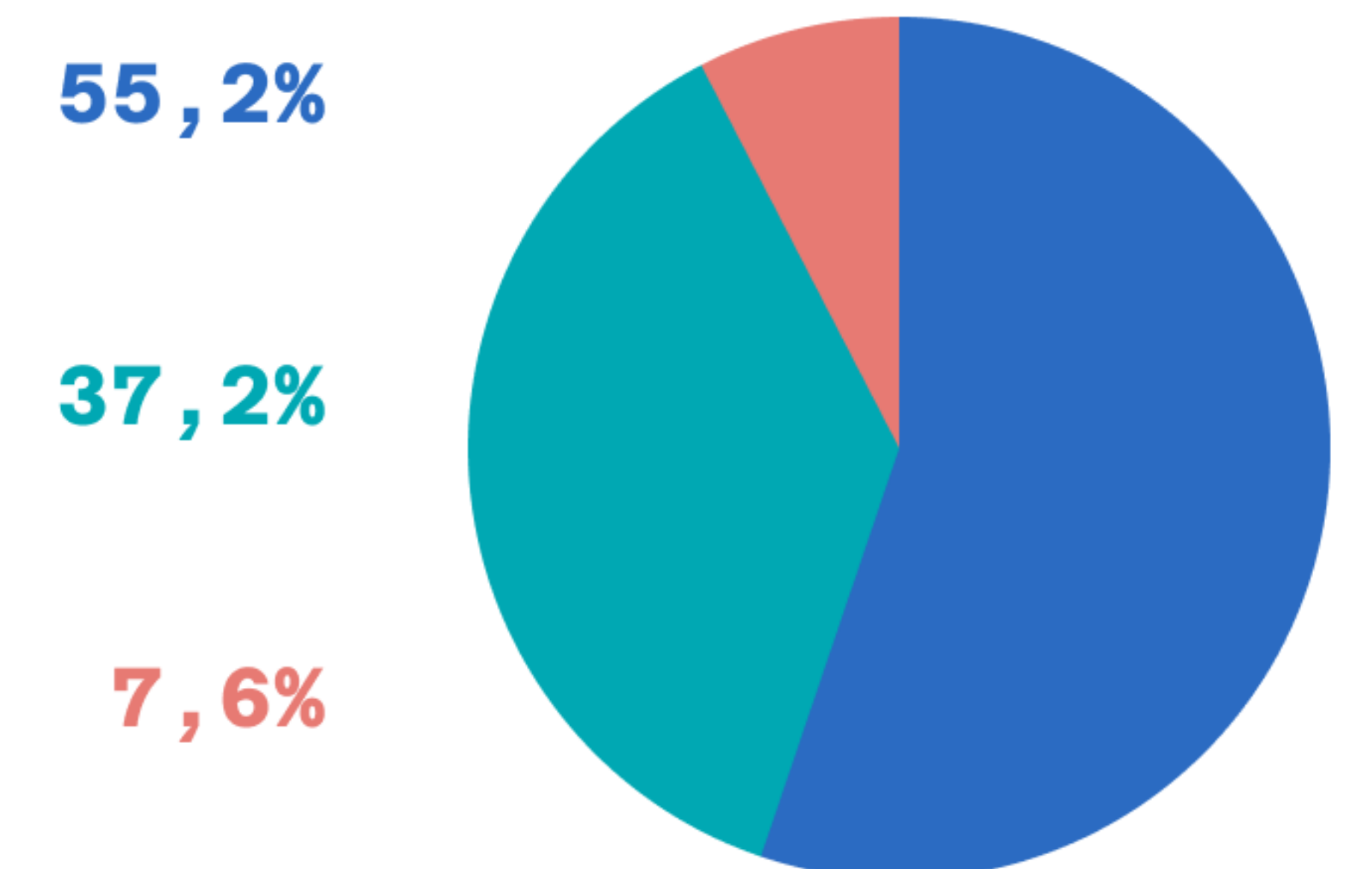


- Массовое потребление
- Продукция индивидуального потребительского предпочтения
- Продукция с минимальной долей рынка

Доля продаж в объеме



Доля продаж в выручке



### Топ-5 потребления охлажденной рыбы в 2021 году в разрезе видов ВБР

Вид ВБР	Объём, тонн			Выручка, млн.руб			Сред. цена
	26%	100%*	Доля,%	26%	100%*	Доля,%	
	<b>39 023</b>	<b>150 088</b>	<b>100%</b>	<b>25 738</b>	<b>98 992</b>	<b>100%</b>	
Лосось	12 883	49 550	33,9%	12 991	49 967	51,0%	<b>1 008,41 ₺</b>
Форель	9 423	36 243	24,1%	6 565	25 250	25,5%	<b>696,68 ₺</b>
Дорадо, сибас	3 044	11 709	8,0%	1 804	6 940	7,1%	<b>592,72 ₺</b>
Треска	1 586	6 102	4,1%	703	2 705	2,7%	<b>443,27 ₺</b>
Минтай	1 476	5 678	3,8%	298	1 145	1,2%	<b>201,57 ₺</b>
Прочие виды	9 123	35 090	24,0%	2 948	11 339	11,6%	<b>323,15 ₺</b>

\*математический расчет объема рынка розничных продаж исходя из 26% доли 9 федеральных сетей

Основными видами ВБР, реализующимися в свежем и охлажденном виде, являются лосось (семга) и форель, с суммарной долей 58% в объеме и 76,5 в стоимости. Популярными являются дорадо, и сибас с долей 8% в объёме и 7,1% в стоимости.

Стоит отметить, что наши потребители готовы платить более 1 тыс. рублей за кг при средней стоимости 1 кг чуть более 650 ₺. При этом, показательно то, что основной объём этого сектора потребительских предпочтений формируется за счёт охлажденно и замороженного аквакультурного лосося и форели российского и импортного происхождения.



Такие виды рыб как минтай, скумбрия, окунь, за исключением трески и пикши, в свежем и охлажденном виде на рынок не поставляются, а реализуются в рознице как размороженная рыба под видом охлажденной.

Картина таких продаж показывает, что продукция аквакультуры набирает всё большие обороты не только в мире, но и в России, что является зачастую следствием или результатом государственной политики популяризации и продвижения национальной продукции не только внутри страны, но и в мире.

Меры продвижения национальных продуктов на примерах мирового опыта будут рассмотрены подробнее в следующей части нашего исследования.

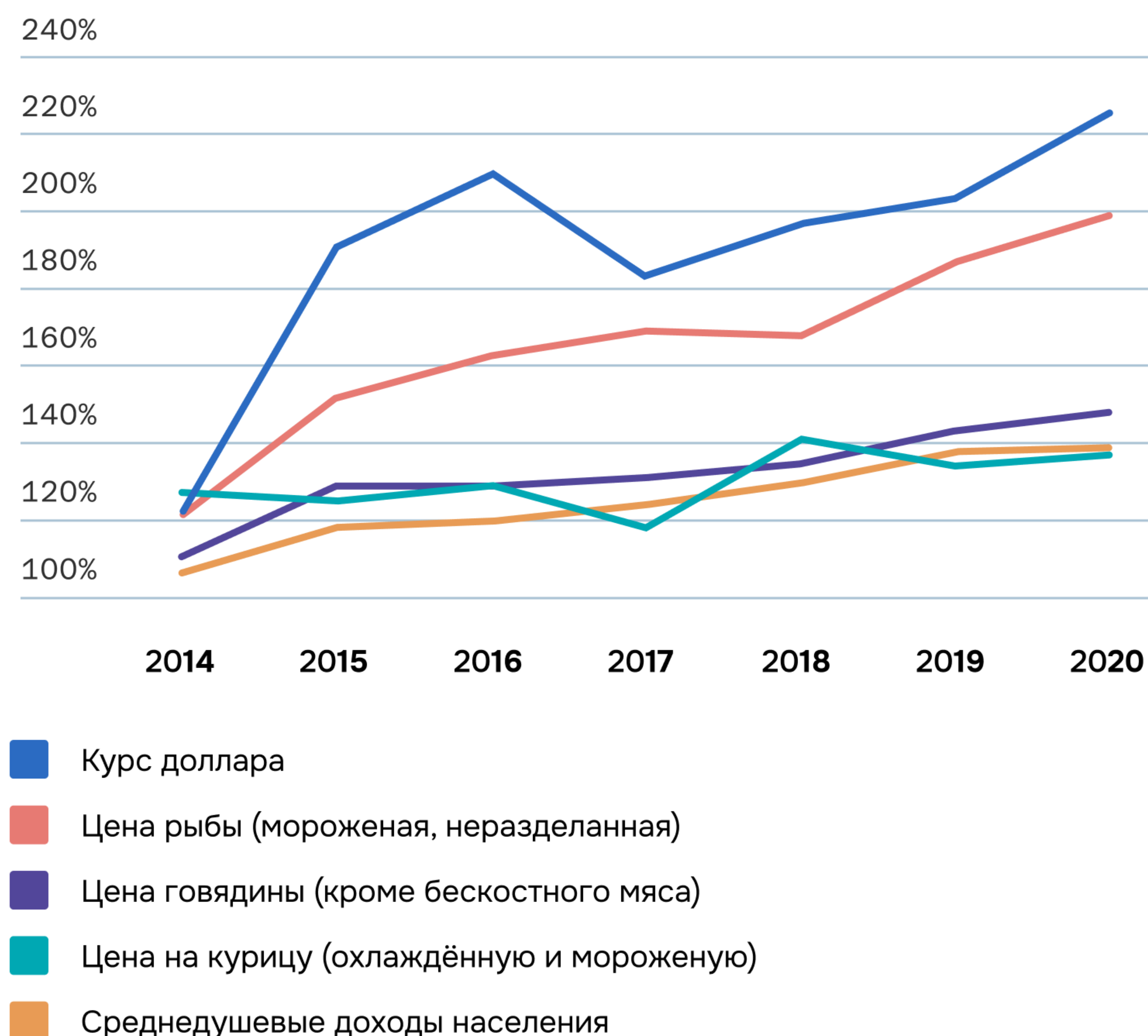
Но несмотря на это, общие данные за многолетний период показывают, что **цена продукции для населения остаётся одним из ключевых факторов при выборе.**

Сравнительный анализ покупательской способности населения и роста цен на основные продукты, содержащие белок животного происхождения, а именно рыбу и морепродукты, мясо и птицу за 2014–2020 гг. показывает, что цена на рыбу и морепродукты ежегодно и неизменно стремится за курсом валюты, таким образом указывая на зависимость от волатильности рубля.

За указанный период цена рыбы мороженой выросла практически **в 2 раза** при росте курса доллара **в 2,3 раза**. При этом разница между ростом среднедушевого дохода населения и ростом цены на рыбу составляет 60 процентных пунктов.

Данный разрыв указывает на то, что доходы населения и цена рыбы все больше расходятся, предопределяя выбор покупателя в сторону мяса и птицы с соответствующим влиянием и дестимулированием потребления рыбы.

**Соотношение роста цена на птицу 137% и мясо 148%** показывает, что эти категории продуктов наиболее близки к **росту доходов населения 139%**, где курица даже ниже на 2 процентных пункта и соответственно потребитель при выборе не испытывает чувства того, что птица и мясо постоянно дорожают, чего нельзя сказать про рыбу.

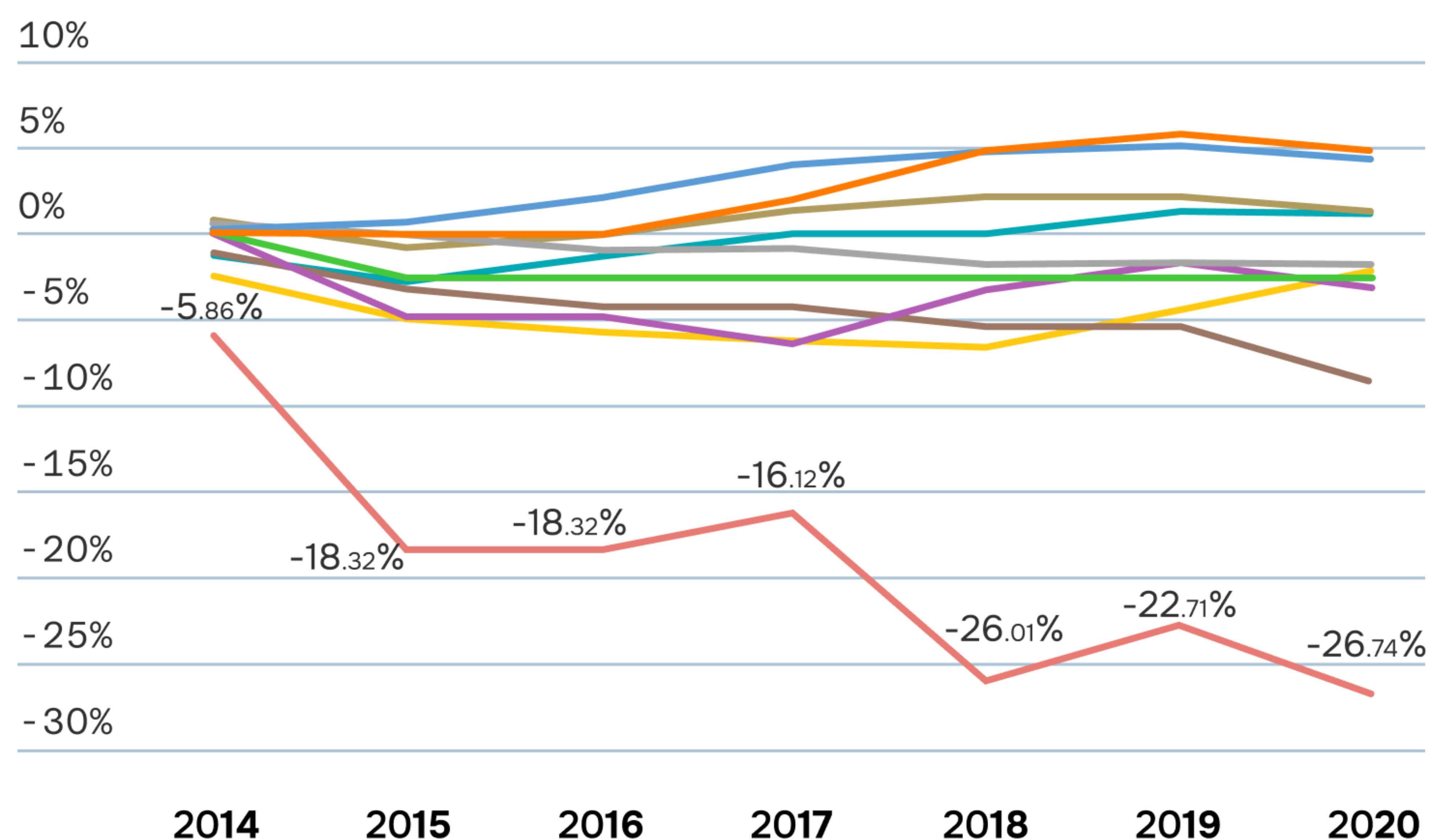




Данная картина связана в первую очередь с государственной политикой по поддержке и стимулированию производства аграрной продукции и её реализации на внутреннем рынке. Соответствие роста цен росту доходов населения делает потребление этой продукции стабильным на протяжении долгих лет, при одновременном росте производства и поэтапном развитии экспорта этой продукции.

Росстат публикует данные о потреблении, которые показывают, что яйца, овощи, масло и мясо за анализируемый период выросли на величину от 1,3 до 4,9% процентов, в то время как хлеб, молоко, сахар, фрукты, картофель упали в объемах потребления, но не более чем на 8,5%, при падении потребления рыбы на 26,7% за тот же период.

## Потребление основных продуктов питания в 2013-2020гг., Росстат



4,43%	Яйца и яйцепродукты
4,90%	Овощи и продовольственные бахчевые культуры
1,46%	Масло растительное
1,33%	Мясо и мясопродукты
-1,69%	Хлебные продукты
-2,04%	Молоко и молочные продукты
-2,50%	Сахар
-3,17%	Фрукты и ягоды
-8,51%	Картофель
-26,74%	Рыба и рыбопродукты

По данным Росстата, диаграммы Рыбный союз

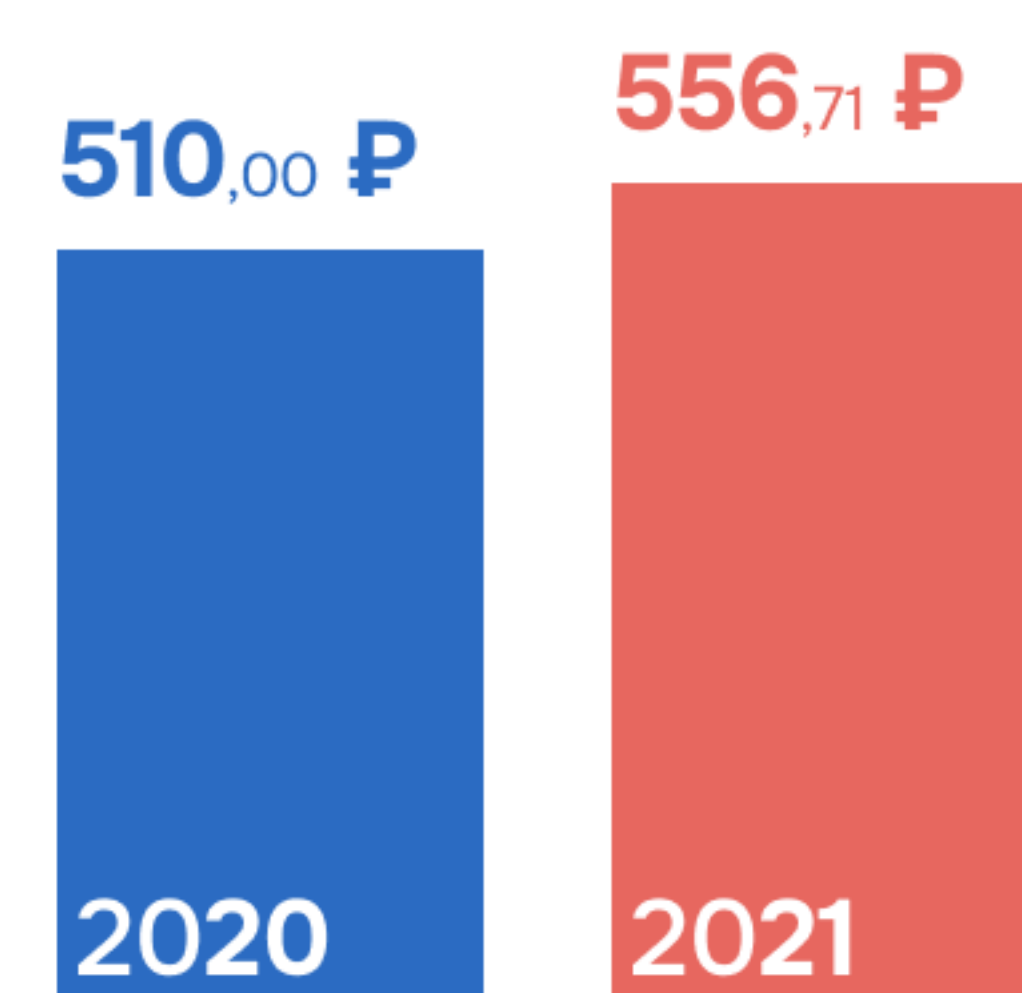
Исходя из данных Росстата о затратах на рыбную продукцию 1 человека в год, составляющих в 2020 году 6,1 тыс. руб. и в 2021 году 6,7 тыс. руб. и средней стоимости 1 кг по категориям продукции, каждый россиянин может приобрести достаточно для соблюдения норм потребления в объеме 22 кг, но данные розничных продаж федеральных сетей этого не подтверждают, так как, согласно их данным, средняя стоимость рыбы мороженой 385 ₽/кг против 241 ₽/кг по данным Росстата.

Соответственно исходя из затрат на рыбную продукцию в 2021 году и стоимости рыбы мороженой в федеральных сетях, по данным продаж розничных сетей, в год 1 человек может приобрести лишь 17,3 кг.

Подводя итог можно сказать, что при существующей покупательской способности населения и существующих ценах на рыбную продукцию, потребитель не в состоянии обеспечить себя рациональной нормой потребления, соответствующей рекомендациям Минздрава России, для ведения здорового образа жизни.



## Доступность рыбной продукции населению



Средние по РФ затраты на рыбу в месяц\*

\* Росстат, выборочное обследование расходов домохозяйств за 2020-2021 год.

<https://showdata.gks.ru/report/277136/>

\*\* Росстат, Средние потребительские цены (тарифы) на товары и услуги

<https://showdata.gks.ru/report/277328/>

Продажи рыбы в сегмент HoReCa в 2020 году претерпели существенные изменения в силу ограничений импорта в связи с распространением вируса COVID-19.

Из-за начавшегося локдауна доля импорта охлажденной продукции в период ввода ограничений на международные авиарейсы стремилась к нулю, и для реализации осталась только ранее импортированная рыба и морепродукты в замороженном виде.

В результате освободившуюся нишу успешно заняла российская рыба и морепродукты. Соотношение **импортной** рыбы и **российской** рыбы в целом в **2020** году составило **30% к 70%**.

## Количество рыбы, которую можно было купить в 2021 году, кг



Количество рыбы, которую можно купить рассчитывалось как отношение стоимости потребленной рыбы в 2021 г. (в среднем за месяц для одного человека) к средней цене рыбной продукции за 2021 г. \*\*

В **2021** году объемы поставок в натуральном выражении выросли примерно на 1/3 за счет возобновления импорта, что привело к изменению соотношения **импортной** и **российской** рыбы и морепродуктов, как соотношение **60%** к **40%**.

Многие рестораны хотят видеть в своём меню среди-земноморскую охлажденную рыбу и морепродукты.



Средняя цена оптовых поставок рыбы в сегмент HoReCa в 2021 году составила на российскую рыбу около **600–800** рублей за 1 кг барабульки черноморской, мясо рапана или мидии черноморские, гребешка или палтуса синекорого, а на импортную рыбу около **1500-2000** рублей за креветки из Аргентины, пагры и зубан из Египта.

Сегмент HORECA переживает очередной кризис вследствие санкционного давления, ограничений, вызванных эпидемией COVID-19, изменениями в международной логистике.

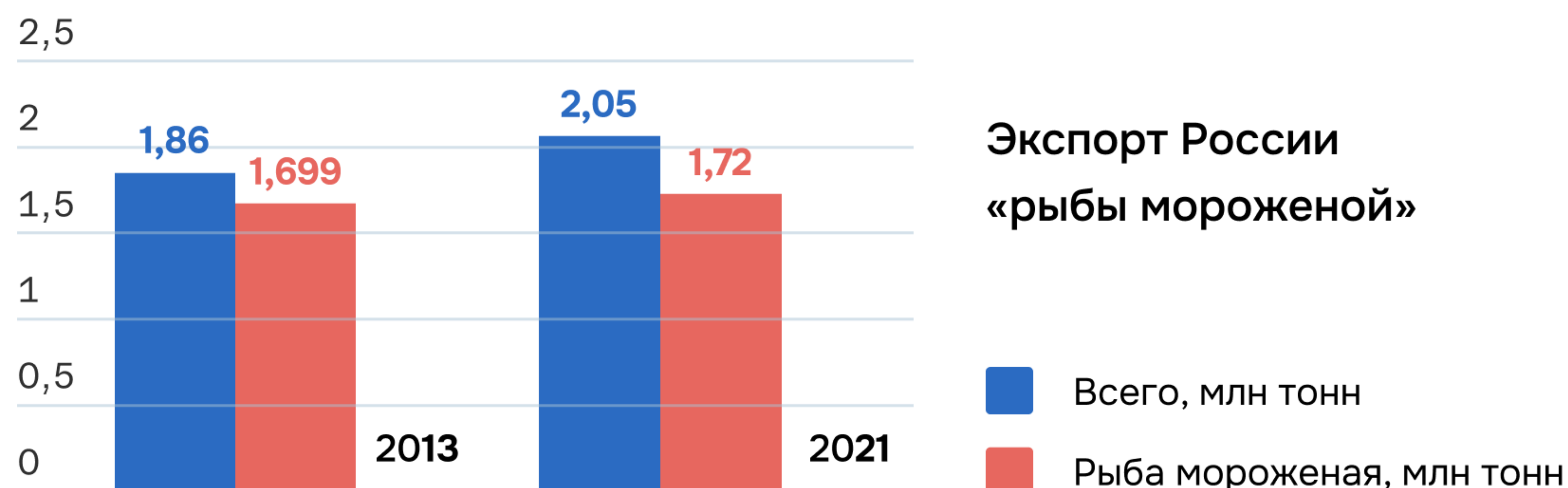
Резюмируя, аналитики пришли к выводу, что потребление рыбы и морепродуктов существенно сократилось в период с 2013 по 2018 год и дальше перешло в стагнацию. При этом уровень падения преодолел планку 26,7%. Основное влияние на это оказывает высокая цена, которая растёт более быстрыми темпами чем доходы населения. Основной вклад в рост средней цены даёт рост цен на дорогостоящую аквакультурную продукцию из сёмги и форели российского и импортного происхождения, а также деликатесная импортная рыба и морепродукты.

## IV

# Сектор внешнеэкономической деятельности

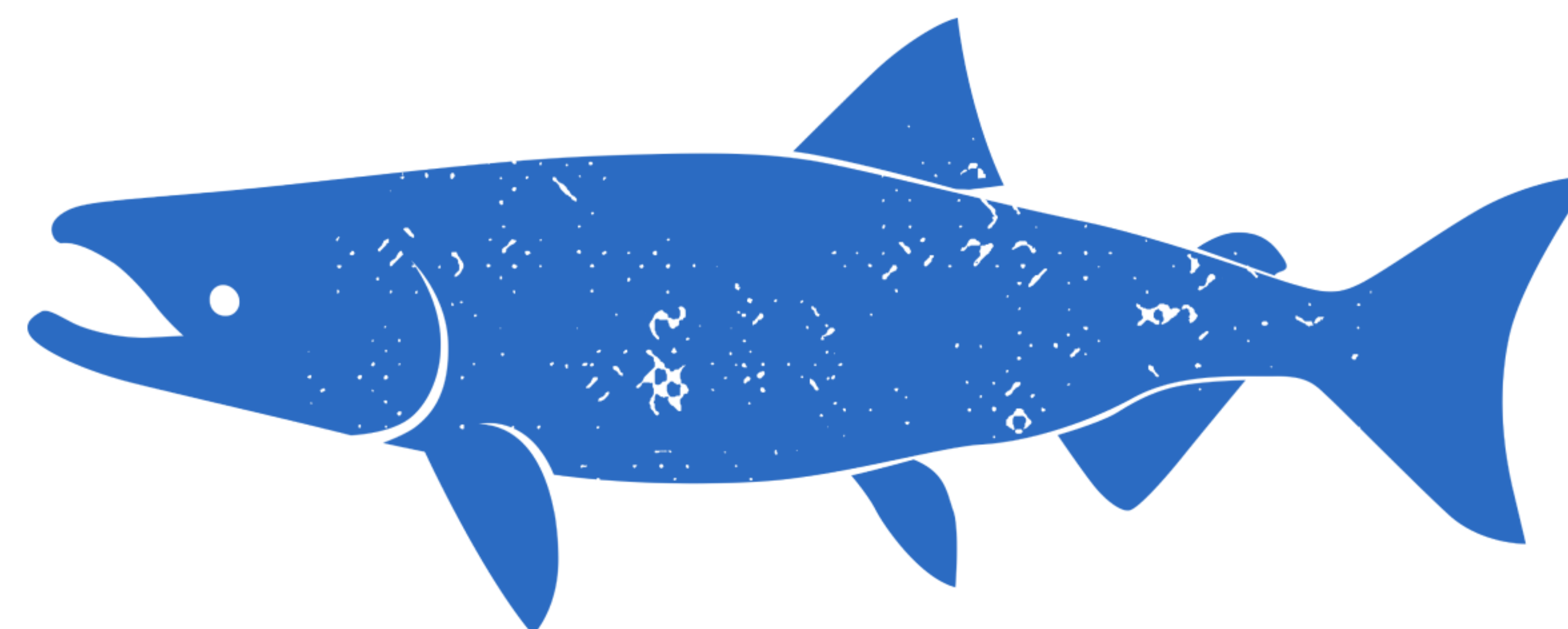
Структура экспорта также, как и пищевое производство из водных биоресурсов видоизменялась, поддерживая тренд на снижение доли сырья параллельно увеличивая долю продукции высокомаржинальной и глубокой степени переработки.

Из девяти анализируемых лет, в трех случаях наблюдается снижение натурального объема не более чем на **9%** и в двух случаях незначительное снижение стоимости на **2-3%**.



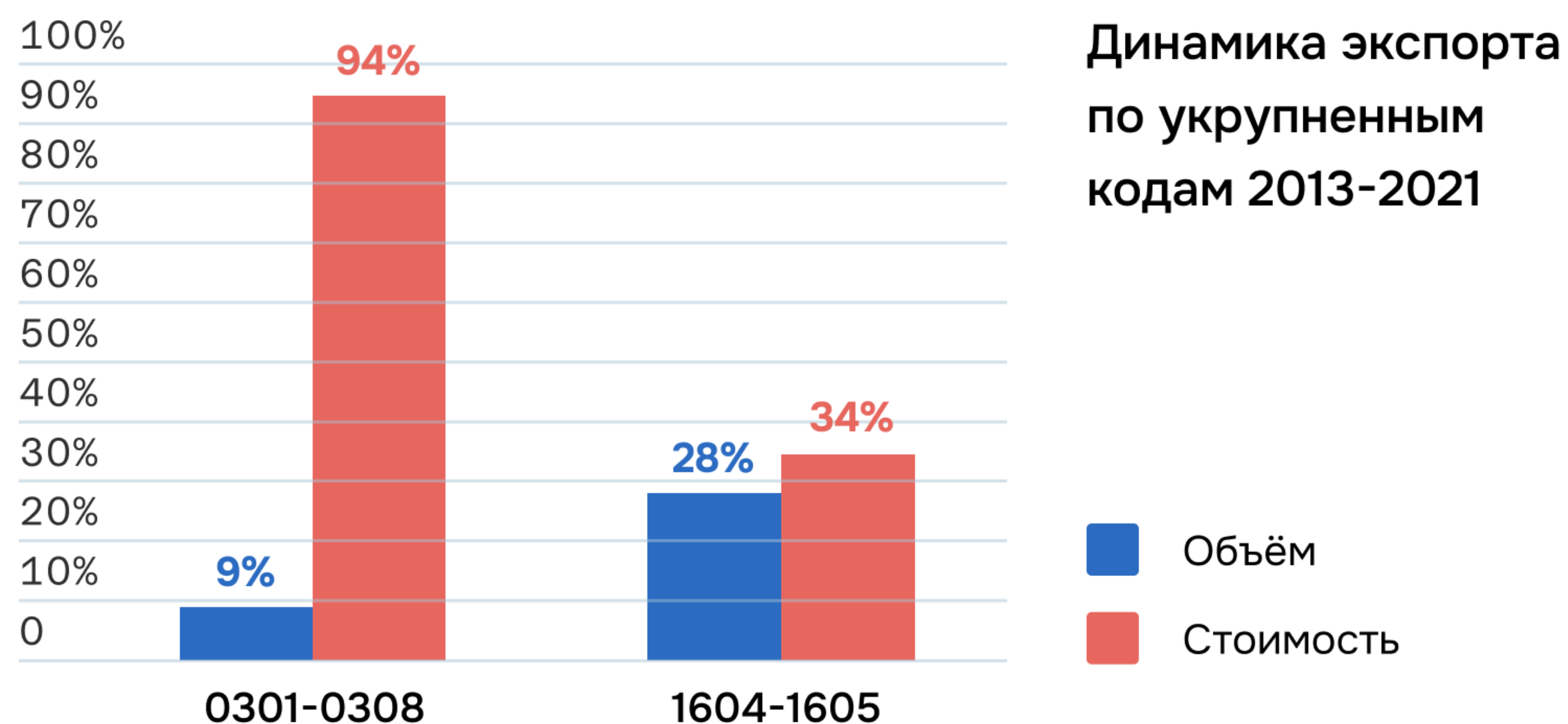
Несмотря на наличие случаев отрицательной динамики, в целом экспорт России в объёме вырос **на 9% с 1,86 млн. тонн (2013 г.) до 2,05 млн. тонн (2021 г.)** продемонстрировав значительно больший рост стоимости, практически **в 2 раза с 3,4 млн. долл. США до 6,63 млн. долл. США.**

Российский экспорт продолжает сохранять сырьевую направленность, натуральный объём которого фактически не изменился **в 2013 году 1,699 млн тонн против 1,72 млн тонн в 2021 году**, но за счет общего роста **снизилась доля сырья в общей структуре экспорта на 6 процентных пункта с 90% до 84%.**





В процентном соотношении большую динамику в объеме показал экспорт готовой или консервированной продукции (коды 1604-1605) на **28%** против уже указанных **9%** (коды 0301-0308), но с меньшей динамикой в стоимости лишь **34%** против **94%**.

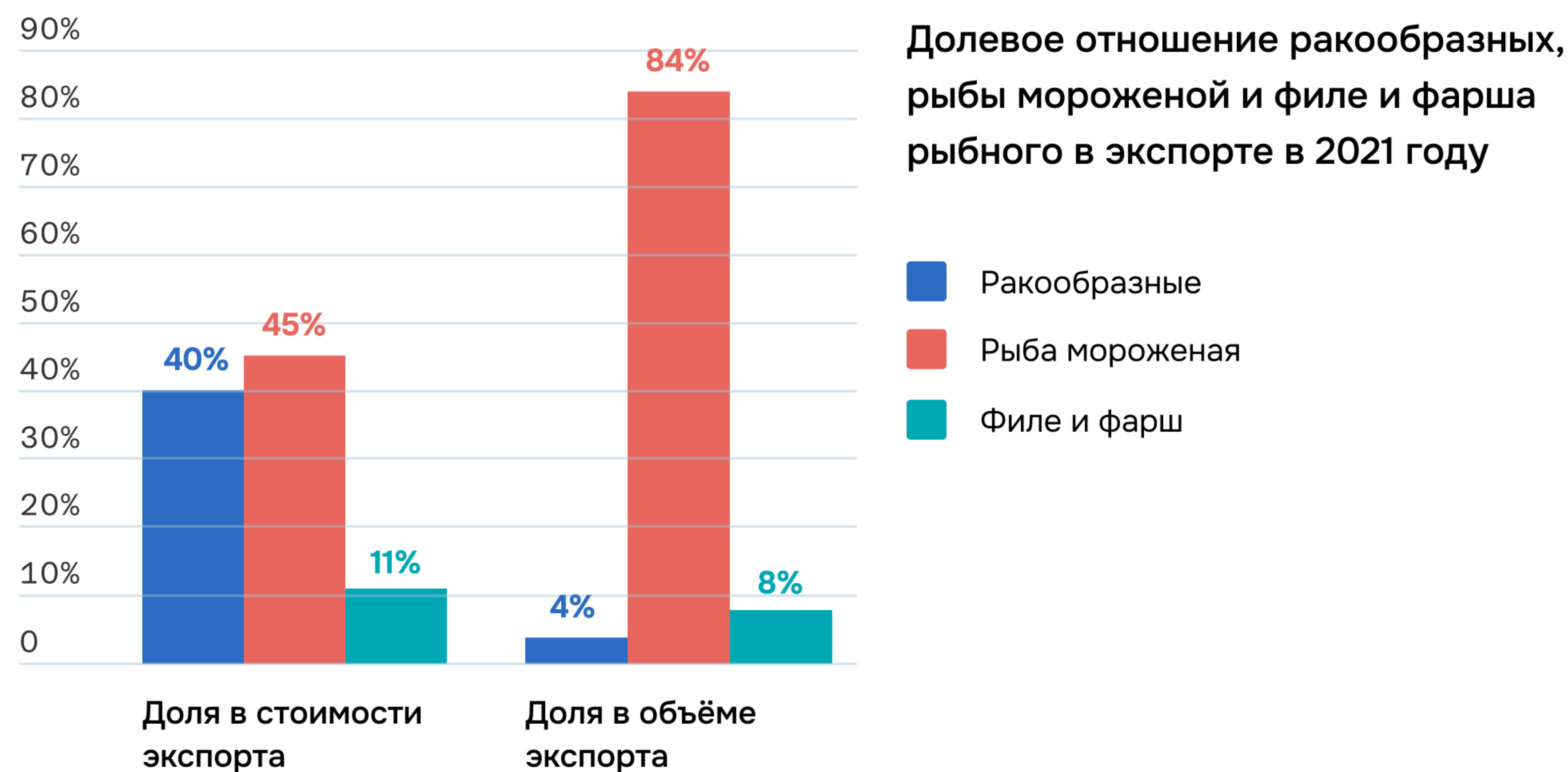


Группа товаров, которая повлияла на двукратный рост валютной выручки, является на сегодняшний день самой дорогостоящей продукцией за одну единицу ресурса (тонна) порядка **30,8 тыс. долл США** и классифицируется под укрупненным кодом 0306 «ракообразные, в панцире или без панциря, живые, свежие, охлажденные, мороженые, сушеные, соленые или в рассоле» ТН ВЭД ЕАЭС.

В общем объеме экспорта с таможенной территории России доля категории 0306 самая минимальная чуть больше **4%**, а в стоимости уступает только мороженой рыбе **5** процентных пункта и занимает вторую строчку в рейтинге вклада в валютную выручку с долей **40%** (2 665,2 млн долл. США).

В частности, данная группа формируется за счет **крабов**, доля которых в данной категории в объеме составляет **89,13%** (0,075 млн тонн) и в стоимости **96%** (2 561 млн долл. США).

За рассматриваемый период в категории «рыба свежая или охлажденная» (код 0302) произошли изменения как в объеме, так и в стоимости показав **рост более чем в 7 раз** несмотря на то, что эти показатели фактически крайне малы и составляют лишь **0,0075 млн тонн** стоимостью почти **15 млн. долл. США**.





Также отмечается рост продукции высокой степени переработки, такой как филе рыбное **+ 69%** (с 0,095 до 0,160 млн тонн) **в объёме** и **+ 86%** (с 386,2 до 720 млн. долл. США) **в стоимости**.

Следует отметить, что экспорт филе составляет **69%** (0,160 млн тонн) от объема филе, произведенного российскими организациями в том же **2021** году. В **2013** году доля экспорта филе от объема производства составляла более **85%** (0,095 млн тонн), что говорит о росте потребления данной категории продуктов на внутреннем рынке. Также эта тенденция в потребительских предпочтениях подтверждается аналитикой розничных продаж.

Рекордсменами за последние 9 лет стали группы товаров из ракообразных, которые ранее были рассмотрены и моллюсков. Моллюски в свою очередь (код 0307) приросли в **2,8 раза** с 0,010 до 0,028 млн тонн в объёме и по стоимости в **3,5 раза** (с 26,2 до 90,8 млн. долл. США).

Но возвращаясь к цели нашего исследования подчеркиваем, что одним из ключевых факторов в обеспечении внутреннего рынка отечественной продукцией из водных биоресурсов, является наличие современных рыбоперерабатывающих производств и соответственно их загрузка сырьем не менее чем на 80% годовой мощности.

Прямое существенное влияние на деятельность перерабатывающих производств оказывает структура и объемы экспорта рыбы, декларируемые кодами ТН ВЭД ЕАЭС 0302 «свежая или охлажденная рыба» и 0303 «рыба мороженая». Стоимость и объемы экспорта данных групп также отражают экономическую эффективность внешней торговли.

Россия в мире по экспорту рыбного сырья занимает лидирующую позицию, что не может не отражаться на обеспечении внутреннего рынка.

Объемы экспорта свежей и охлажденной рыбы (0302) как уже было описано ранее за весь период ничтожно малы, что нельзя сказать о категории «рыба мороженая» (0303).

Данная позиция в структуре экспорта за анализируемый период занимает первую строчку с долей в общем объёме **2013 года 90%** (1,699 млн тонн) и в стоимости **74%** (2 536 млн долл. США или 1,5 тыс. долл. США за тонну).

К концу 2021 года снизилась доля в общем экспорте на 6 процентных пункта до **84%**, только за счет общего роста объёма экспорта, так как натуральный объем претерпел изменения не более 1%, стоимость выросла на 17%, а рост цены за единицу ресурса не превышает 15%.

Исходя из чего можно сделать вывод, что российское сырье законтрактовано иностранными оптовиками на годы вперед с жесткими условиями по объёмам и стоимости.

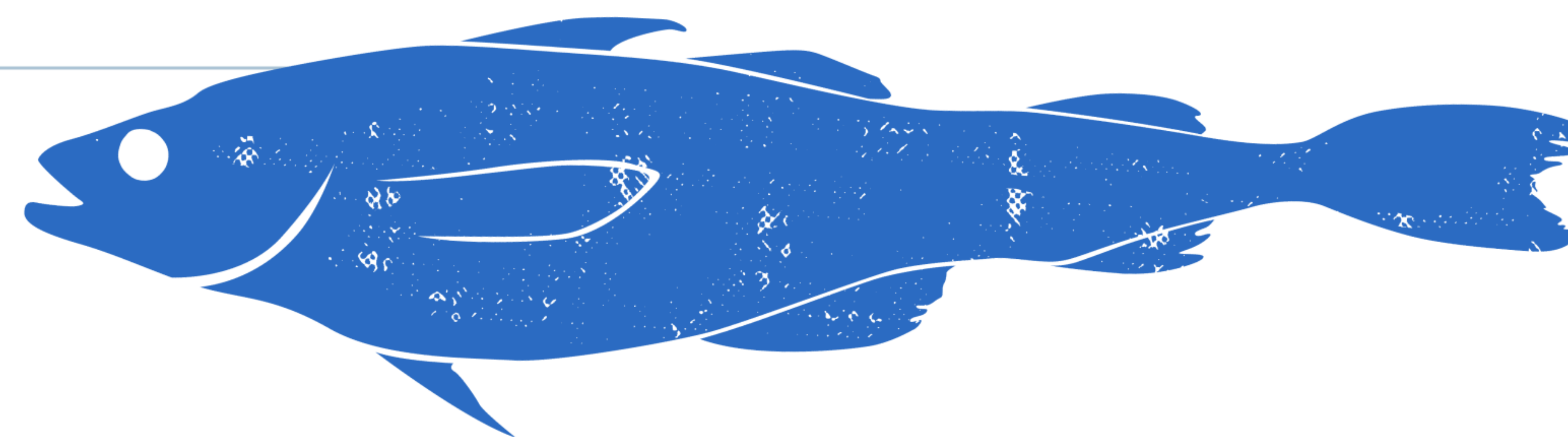


Российский экспорт 6-10 знаков в группе кодов 0302 и 0303 ТН ВЭД ЕАЭС в 2013 году сформировался на 76,4% (1,299 млн тонн) в объеме и 70,2% (1 782,4 млн. долл. США) в стоимости из продукции четырех видов рыб:

	Объём	Стоимость
Лососевые виды рыб	<b>11,1%</b> (0,189 млн тонн)	<b>18,6%</b> (472,1 млн долл. США)
Треска	<b>4,6%</b> (0,078 млн тонн)	<b>6,7%</b> (170,9 млн долл. США)
Сельдь	<b>14,8%</b> (0,252 млн тонн)	<b>7,6%</b> (192,1 млн долл. США)
Минтай	<b>45,9%</b> (0,780 млн тонн)	<b>37,3%</b> (947,1 млн долл. США)

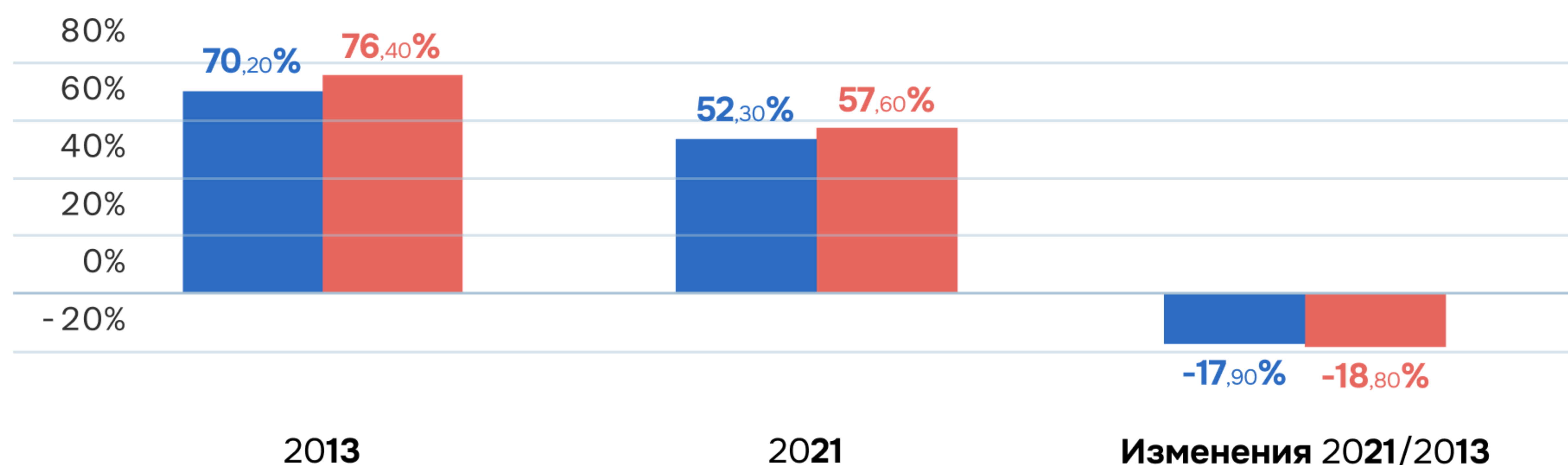
Российский экспорт по укрупненным кодам 0302 и 0303 ТН ВЭД ЕАЭС в 2021 году сформировался на 57,6% (0,995 млн тонн) в объеме и 52,3% (1 554,5 млн. долл. США) в стоимости из продукции четырех видов рыб:

	Объём	Стоимость
Лососевые виды рыб	<b>4,9%</b> (0,085 млн тонн)	<b>12,4%</b> (368,4 млн долл. США)
Треска	<b>9,4%</b> (0,162 млн тонн)	<b>16,8%</b> (500,1 млн долл. США)
Сельдь	<b>10,3%</b> (0,177 млн тонн)	<b>3,5%</b> (103,3 млн долл. США)
Минтай	<b>33,0%</b> (0,570 млн тонн)	<b>19,6%</b> (582,7 млн долл. США)



Изменение долевого отношения в объёме и стоимости экспорта сырья лососей, сельди, трески, минтая в 2013-2021 годах

■ Доля в стоимости  
■ Доля в объёме





Российский экспорт сохраняет низкую экономическую эффективность, продолжает оставаться сырьевым, несмотря на наметившиеся позитивную тенденцию

Наибольшую выгоду получают страны-импортеры, формируя добавленную стоимость, обеспечивая национальное социально-экономическое развитие и продовольственную безопасность и всё это за счет природных ресурсов зарубежного государства - России.

Рассматривая таможенную статистику российских экспортно-импортных операций, был проведен сравнительный анализ торговли рыбным сырьем (0302-0303) по указанным ранее 4 основным позициям и составлен страновой торговый баланс внешнеэкономической деятельности, отражающий экономическую эффективность экспорта с единицы ресурса.

Констатируем, что экономическая эффективность экспортно-импортных операций растет за счет диверсификации производства и наращивания экспорта продукции класса премиум, крабов, но в настоящее время находится в отрицательной зоне в сравнении с экспортом иностранных государств в Россию.

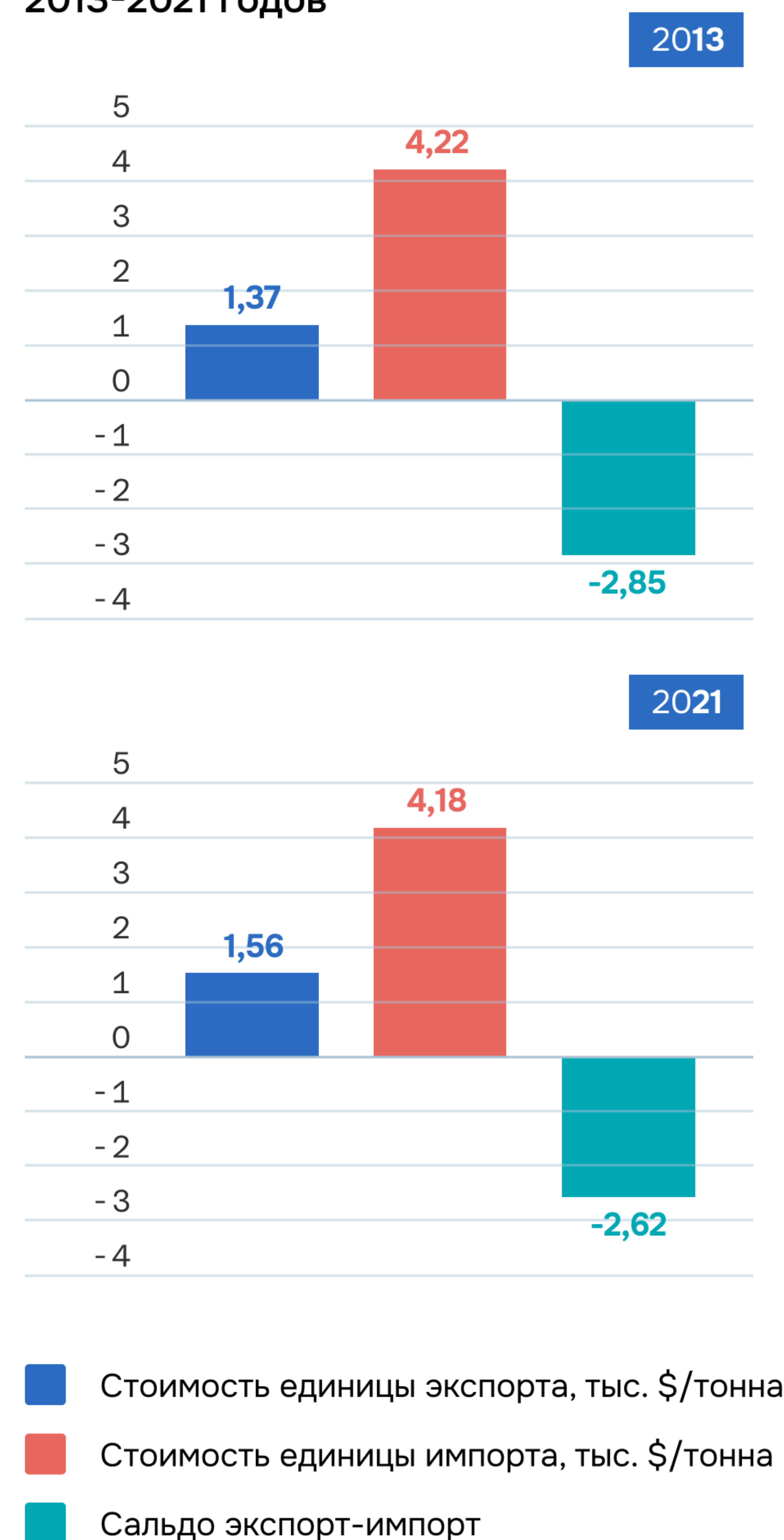
В **2013** году экспорт товаров, классифицируемых кодами ТН ВЭД ЕАЭС 0302–0303 из сельди, трески, лососевых и минтая показали, что средняя стоимость одной единицы экспорта составляет **1,37** против **4,22** тыс. долл США средней стоимости импорта.

Таким образом **2,82** тыс. долл США разница в стоимости, которая при умножении на объем российского экспорта показывает недополученную валютную выручку в размере около **3,7** млрд долл. США, **из чего можно сделать вывод, что Россия продаёт много и дешево.**

В **2021** году единица экспорта тех же позиций стоила **1,56** против **4,18** тыс. долл США, где разница составила уже **2,68**, слегка снизившись по отношению к 2013 году.

**Недополученная валютная выручка составила 2,6 млрд долл. США.**

## Торговый баланс 2013-2021 годов





При этом стоит отметить, что как минимум 51,9% из этого объема в 2013 году занимали семга и форель, полученные в аквакультуре. **Российскому потребителю их поставляют по высоким ценам**, одновременно с этим скупая нашу, в том числе малочисленную (чавыча, нерка), дикую и полезную рыбу лососевых пород (чавыча, нерка, кижуч, кета, горбуша). В 2021 году этот показатель составил 45,6%.

Очевидно, что данная статистика указывает на необходимость импортозамещения продукции из лососевых видов рыб.

С 2013 по 2021 годы объёмы российской аквакультуры лососевых выросли с **38,8 до 121 тыс. тонн**. Ёмкость внутреннего рынка форели и семги оценивается около 220–250 тыс. тонн. Таким образом 48,4% внутреннего рынка семги и форели обеспечивается за счет собственного производства. При этом экспорт продукции из дикого дальневосточного лосося составил в 2021 году 84,5 тыс. тонн.

#### Лососи в 2021 году, тыс. тонн



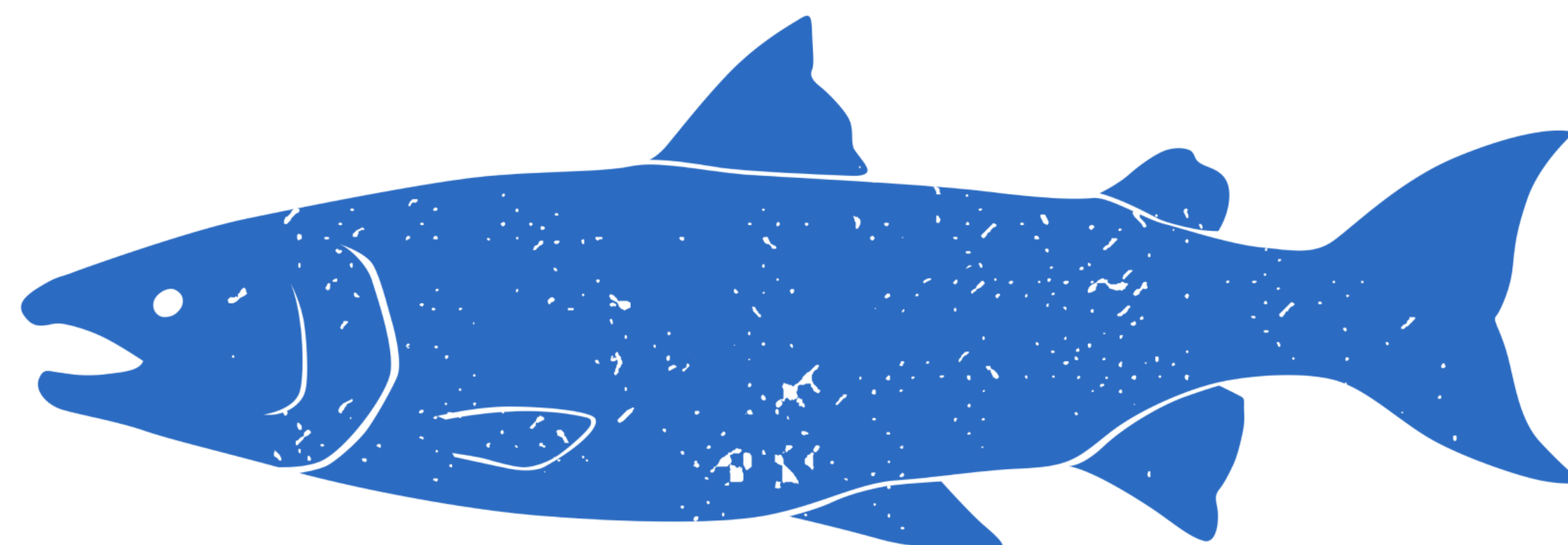
Исходя из этих данных можно сделать вывод, что при динамичном развитии товарной аквакультуры и увеличении внутреннего потребления дикого дальневосточного лосося, Россия способна в перспективе около 5 лет полностью заместить импорт лосося.

Необходимо отметить роль зарубежных покупателей российской продукции из дикой рыбы. Именно они, в основном, и формируют цены, в том числе и на внутреннем рынке, так как производитель (добытчик) при выборе точки реализации в первую очередь смотрит на экономическую выгоду от поставки.

К примеру, средняя стоимость **филе минтая**, поставляемого в 2021 году на экспорт находится на уровне около 3,2\$/кг (Средний курс USD с 01.01.2021 по 31.12.2021 составляет 73.66) или **235.7 Р/кг** при его стоимости в Центральной части России около **260 Р/кг** в оптовом звене.

**Нерка мороженая** на экспорт в 2021 году направлялась по стоимости около 8,7\$/кг или **640,8 Р/кг**, при ее стоимости в районах добычи около **680 Р/кг**.

Таким образом зарубежный покупатель формирует цену и покупает нашу продукцию дешевле, не значительно, но дешевле чем ее предлагают российским покупателям.





Подводя итог анализа российского экспорта и импорта, можно сделать вывод о том, что наш экспорт имеет низкую экономическую эффективность и продолжает оставаться сырьевым. При этом натуральный объем экспорта сырья практически не изменился. Российский экспорт сохраняет низкую экономическую эффективность, продолжает оставаться сырьевым, несмотря на наметившиеся позитивную тенденцию

Стоимость формируется зарубежными потребителями при том, что мы продаем дикую полезную рыбу, а приобретаем из-за границы в основном продукцию аквакультуры.

Также россияне стали больше потреблять рыбного филе.

Наша ресурсная база позволяет обеспечить себя и развивать экспорт продукции с высокой добавленной стоимостью, но для этого требуется пересмотреть условия экспорта сырья и приложить больше усилий в импортозамещении семги и форели.

## **Состояние и потенциал развития российской культуры потребления рыбы и морепродуктов**

В настоящее время произошла дифференциация потенциальных потребителей, прежде всего по возрастному признаку.

Изменение системы потребления, появление новых пищевых предпочтений наложили свой отпечаток на пищевые привычки.

Необходимо понимать к какой возрастной группе относятся самые активные потенциальные потребители и работать на перспективу, создавая в будущем устойчивый спрос на рыбную продукцию.

**Российский потребитель**

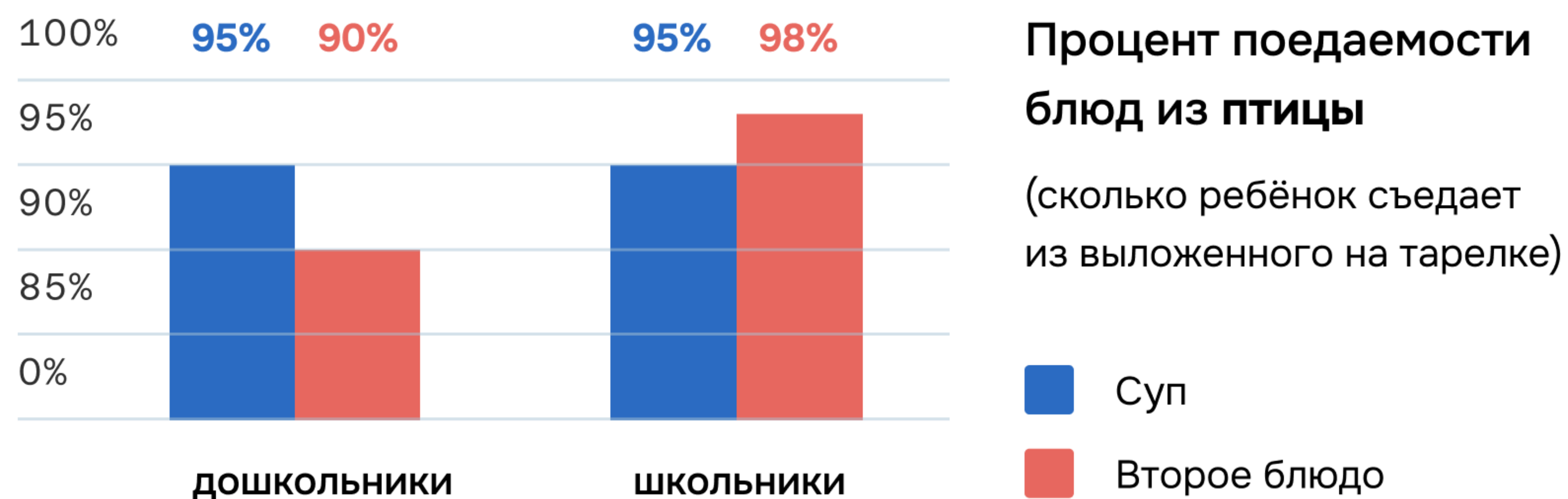
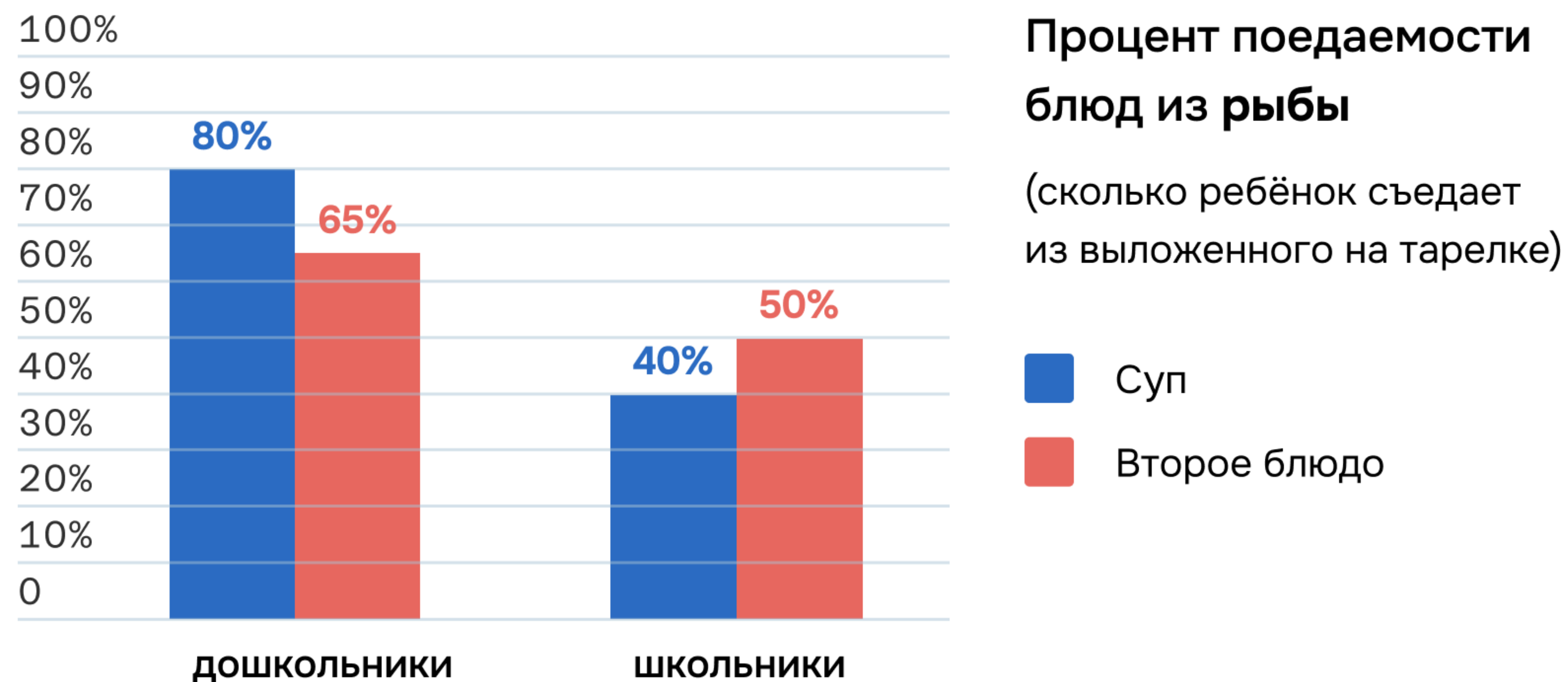
**разделился на 4 основные категории →**

- 1. Зрелые покупатели** – люди от 30 до 50 лет, имеют средний доход и выше, стремятся к здоровому образу жизни;
- 2. Осторожные покупатели** – люди старше 50 лет, ограничения по имеющимся хроническим заболеваниям, часто сложившиеся стереотипы питания;
- 3. Потенциальные покупатели** – поколения Z и «альфа» «Зумеры» больше обращают внимание на здоровье, меньше склонны к курению и употреблению алкоголя. По данным аналитических организаций, почти две трети подростков и молодых людей используют мобильные ЗОЖ-приложения;
- 4. Поколение «альфа»** – это дети и подростки, чьи пищевые предпочтения ещё окончательно не сформировались, но они являются для промышленности самой интересной группой, т.к. будут формировать рынок через 5-7 лет, когда заложенные сегодня инвестиции в промышленные предприятия будут реализовываться.



Фьючерсные инвестиции в рынок потребления рыбы – это воспитание у молодого населения потребность к регулярному потреблению рыбы и морепродуктов.

Для поколения Z и «альфа» съедобная рыба – это суши и роллы, фишбургер в сети быстрого питания.



## Что школьники, подростки и студенты думают о рыбе?

Какие характеристики надо изменить, чтобы рыбная продукция (блюдо) вызвало желание съесть?

Привлекательный цвет (не серый)

По внешнему виду напоминает продукцию (блюдо) из мяса или птицы

Продукция (блюдо) сделано из фарша или филе (удобно есть)

Какие качества рыбной продукции (блюдо) являются для Вас отрицательными?

Наличие специфического рыбного запаха

Наличие мелких косточек

Аллергическая реакция

Какими характеристиками должна обладать «идеальная» рыбная продукция (блюдо)?

Полезная продукция (максимально сохранены природные полезные характеристики рыбы)

Отсутствие консервантов

Отсутствие искусственных красителей и усилителей вкуса



Сформирован запрос от потенциальных потребителей (молодежи) на продукты из водных биоресурсов, которые должны быть прежде всего кулинарными изделиями высокой степени готовности с минимальным количеством искусственных добавок, имеющих эффектный внешний вид в упаковке на одну порцию.

## Оценка состояния межотраслевого взаимодействия участников товаропроводящей цепи в рамках реализации программ социально-экономического развития России.

В настоящий момент РХК (рыбохозяйственный комплекс) характеризуется отсутствием единой Стратегии развития, объединяющей цели и интересы всех его секторов: рыбодобыча, дистрибуция (включая импорт), рыбопереработка, ритейл, хорека.

В отрасли нет должной коммуникации между секторами, налицо разнонаправленные интересы, когда каждая из компаний отрасли заточена лишь на максимизацию собственной выручки в краткосрочном периоде.

При принятии решений о продажах рыбы на внутренний или внешний рынки потенциальным покупателям, компании руководствуются исключительно текущими краткосрочными рыночными условиями покупки, а именно: цена, условия оплаты.

### Следствием подобного несистемного подхода является:

Разрозненность программ развития (по подотраслям).  
Отсутствие общих, объединяющих программ развития отрасли;

Разобщенность игроков отрасли;

Разрозненность и неэффективность мер государственной поддержки;

Отсутствие сквозной, прозрачной аналитики, единого маркетинга и планирования развития отрасли, с учетом совокупного потенциала внутреннего и внешнего рынков;

Низкая эффективность управления ресурсами с точки зрения их наиболее рационального использования в интересах государства и общества;

Стихийное формирование рынка (ассортимента, объемов и цен), что создает серьезные сложности для устойчивого и планомерного продвижения российской продукции на внутреннем и внешнем рынках;

Высокая ценовая и ассортиментная волатильность в сегменте ритейла и хореки, что в итоге отталкивает конечное товаропроводящее звено от работы с рыбной продукцией;

Падение потребления рыбной продукции;

Сырьевая направленность экспорта. Экспорт продукции низкой степени переработки (неразделанная и потрошенная без головы рыба) составляет более 80% от общего объема экспорта;

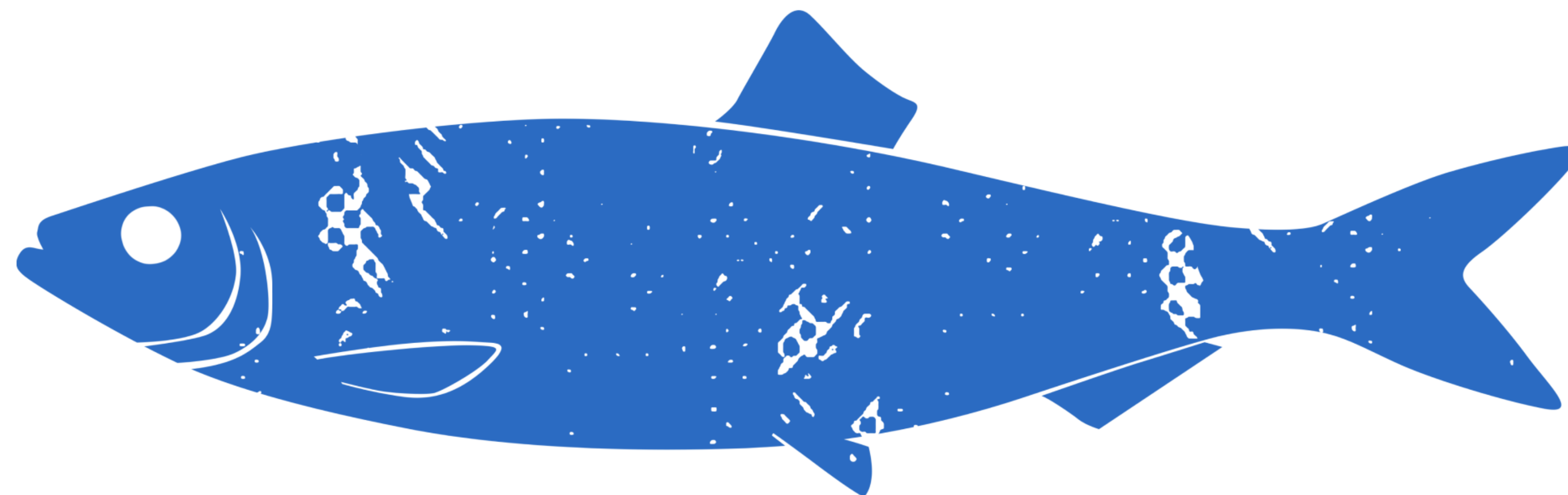
Как следствие, все эти факторы не способствуют повышению инвестиционной привлекательности рыбной отрасли в сегментах рыбопереработки и дистрибуции.

В результате, в отрасли практически отсутствуют крупные вертикально интегрированные холдинги, по типу мясной или молочной отраслей.



# Примеры зарубежных национальных программ популяризации потребления рыбы.

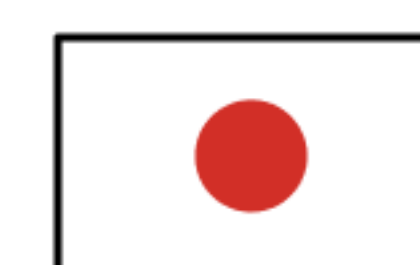
Программы повышения потребления рыбы действуют во многих развитых странах. Наличие мер поддержки ключевых поставщиков ВБР приведены в таблице ниже.



## Меры повышения потребления рыбы и морепродуктов (в рамках действующих программ)



Норвегия



Япония



США



Великобритания

Проведение информационных кампаний для конечных потребителей по популяризации потребления рыбы и морепродуктов



Продвижение национального бренда



Помощь компаниям в потребительском маркетинге: проведение мастер-классов/ тренингов, исследований



Проведение информационных кампаний для повышения доверия потребителей (прозрачность производственной цепочки)



Повышение взаимодействия между потребителями и представителями отрасли





## Норвегия

В Норвегии разработан самый широкий перечень мер для повышения потребления рыбной продукции как внутри страны, так и за рубежом.



Норвежский совет по морепродуктам (Norwegian Seafood Council) - организация Министерства торговли, промышленности и рыболовства для продвижения норвежских морепродуктов в мире.

### Основные меры:

Образовательные программы в школах, познавательные лекции и социальные рекламные кампании о пользе потребления рыбы для здоровья человека (в т.ч. на международном уровне - например, Sea Change, Норвегия-Великобритания).

Повышение прозрачности производственной цепочки аквакультуры, просветительские кампании о безопасности и экологической устойчивости аквакультурной рыбы.

Продвижение простых рецептов приготовления рыбы и морепродуктов, а также продуктов глубокой переработки из рыбы (heat-to-eat, ready-to-eat) как альтернативных блюд, требующих минимального времени приготовления.

Аналитическая и информационная поддержка производителей

Продвижение национального бренда на мировом рынке.

## США



В США действует много программ продвижения потребления рыбы, как дикого вылова, так и продукции аквакультуры. Фокус программ увеличения потребления рыбы в США – на экологической безопасности и устойчивом потреблении.

Alaska Seafood (Alaska Seafood Marketing Institute) – пример успешного партнерства государства и бизнеса в развитии внешних рынков для продукции из конкретного региона. ASMI - зонтичный бренд рыбной продукции, выступающий гарантией качества и ответственного промысла рыбной продукции из Аляски. ASMI поддерживает систему экологической сертификации и маркировки Alaska RFM, основанной на лучших практиках ФАО.

### Основные меры:

Просветительская деятельность для повышения прозрачности производственной цепочки рыбы (особенно аквакультуры) для конечного потребителя: отрасль должна открыто и увлекательно рассказывать истории фермеров и описывать важную роль морской аквакультуры в обеспечении населения продовольствием.

Разработка стратегии по борьбе с возражениями – для взаимодействия с критиками морской аквакультуры.

Разработка коммуникационных стратегий для всех категорий конечных потребителей с увлекательными и информативными сообщениями, мотивирующими людей есть рыбу: образовательные программы в школах, сборники рецептов, лекции о пользе для здоровья.

Продвижение национального бренда на мировом рынке.



## Великобритания



Love Seafood – долгосрочная маркетинговая кампания на 2020-2040 гг., направленная на популяризацию потребления рыбы и морепродуктов в Великобритании.

Осуществляется при участии Департамента окружающей среды, продовольствия и сельского хозяйства Великобритании (DEFRA).

Инициатива Love Seafood сосредоточена на распространении вкусных рецептов для повышения потребления рыбы и морепродуктов в Великобритании.

### Основные меры:

Исследование потребительского поведения, аналитическая поддержка для производителей рыбной продукции.

Повышение осведомлённости конечных потребителей о видах местной рыбы через социальные сети, наружную рекламу и специализированные магазины и рестораны fish&chips.

Культурно-просветительские мероприятия о пользе рыбы и морепродуктов для здоровья населения и продвижению рецептов.

Фокус кампании - в активном взаимодействии с конечными потребителями в социальных сетях и продвижении домашнего потребления рыбы.

## Россия

Для повышения потребления рыбы в РФ рекомендуется усиление сотрудничества между государственными органами и бизнесом. Создание национального института продвижения и странового зонтичного бренда обеспечит эффективное развитие рынков и позволит оптимизировать расходы российских поставщиков. Институт продвижения может быть реализован как партнерство между крупным бизнесом и государством в форме АНО.

### Рекомендации для России

**1.** Организация партнерства государственной власти и бизнеса для аналитической поддержки и продвижения рыбы на внутреннем и внешнем рынке.

**2.** Разработка масштабной стратегии стимулирования потребления рыбы – при содействии федеральных и местных органов исполнительной власти, Минздрава, переработчиков рыбы и представителей ретейла.

### Проведение масштабных культурно-просветительских мероприятий.

Например, сезонных рыбных фестивалей по всем регионам России, при содействии федеральных и местных органов исполнительной власти, Минздрава России, переработчиков рыбы и представителей ретейла позволит повысить интерес конечных потребителей к рыбной продукции и будет стимулом развития потребления

Анализ кадрового обеспечения современными высококвалифицированными специалистами рыбной и смежных отраслей;





## Предложения по реализации политики в области подготовки кадров в сфере переработки водных биологических ресурсов.

С 2014 года прекращен набор на направление - Технология рыбы и рыбных продуктов. Вместо этого введено направление Продукты питания из животного сырья. Включение в это направление технологии переработки рыбы привело к изменению учебного плана и как следствие снижение интереса к получению образования в области переработки рыбы в том числе на берегу.

По данным ФГБУ «ВНИИ труда» Минтруда России на 2020 год было открыто 200 вакансий технологов для работы на береговых и судовых перерабатывающих производствах.

При подготовке студентов по направлению Продукты питания животного происхождения – приходится конкурировать при выборе модуля подготовки желанием работать в будущем на мясоперерабатывающих и молочных производствах.

В настоящее время отсутствует целевой набор от регионов, где рыбопереработка является градообразующим производством.

В 2022 году прием на направление «Продукты питания животного происхождения» по ВУЗам Федерального агентства по рыболовству планируется набрать 58 человек на всю страну.

В приказе Минобрнауки России, утвердившем перечень направлений подготовки высшего образования с 2024 года, программа Продукты питания животного происхождения исключена и альтернативной нет. **Это ставит под угрозу саму возможность подготовки кадров в таком важном секторе продовольственной безопасности.**

Требуется ввести в перечень специальностей высшего образования новую специальность «Техника и технология переработки водных биологических ресурсов», включая разработку проекта образовательного стандарта силами Национального рыбохозяйственного научно-образовательного консорциума, который объединил все рыбохозяйственные вузы, добывающие и перерабатывающие предприятия под эгидой Федерального агентства по рыболовству.



**Этот стандарт позволит внедрить в учебный процесс и производство все научные достижения и разработки в области техники и технологии гидробионтов за последние 20 лет, которые защищены патентами и свидетельствами.**

Также важно, что уже много лет отсутствует подготовка специалистов в области товароведения рыбных продуктов и гидробионтов.

Специалитет позволит готовить универсальные, и в тоже время глубоко специализированно подготовленные кадры за счет включения в программу инженерно-технического модуля, биолого-химического и нутрициологического модуля, и технологического модуля, а также увеличения времени, отводимого на практическую подготовку на реальных производствах/предприятиях.

Предлагаемая программа специалитета позволит решить и эту важную задачу.

**Также предлагаем разработать и провести ряд мероприятий по популяризации сферы профессиональной деятельности по переработке ВБР и потреблению продуктов питания из ВБР:**

Внедрение системы интенсивов и хакатонов, для создания и выведения на рынок новых продуктов студентами и молодыми специалистами;

Создание программы продвижения продукции из водных биоресурсов под девизом «рыбные блюда в новом формате», «полюби рыбу как я» - основные драйверы – студенты технологи;

Слишком много информации о здоровом питании, и крайне узкий ассортимент, представленный на прилавке магазина продуктов из рыбы высокой степени готовности для здорового питания

Программы популяризации рыбы с учетом региональных особенностей в школах под условным названием «день с шефом», когда можно попробовать новую продукцию из отечественного сырья;

Сокращение времени на адаптацию и внедрение разработок студентов и магистрантов.

Подводя итог в данном секторе можно констатировать факт отсутствия на сегодняшний день как программ образования, так и самих квалифицированных кадров для настоящего и будущего рыбной отрасли. В России нет институтов развития внутреннего рынка, как и самой долгосрочной стратегии. Отсутствуют меры и механизмы популяризации и продвижения национальных продуктов из рыбы и морепродуктов, которые имеются у зарубежных рыбных стран.





**В заключении подчеркнем главные выводы,**

полученные исходя из данного исследования, которое в который раз указывает на необходимость подготовки и утверждения долгосрочной национальной Стратегии развития внутреннего рынка России и Национального проекта, призванного реализовывать указанную Стратегию.

**Ресурсная база Дальнего Востока и Арктика способна**

**наращивать объемы и самостоятельно обеспечить**

**российское производство** пищевой продукции из водных

биологических ресурсов необходимым сырьем дикого и

аквакультурного происхождения, объемы которого ежегодно растут,

равно как и само производство, тем самым принося значительный вклад

в развитие и экономику своих регионов.

**В дальнейшей перспективе необходимо продолжать**

**поддерживать тренд на диверсификацию пищевого производства**

**в сторону глубокой переработки, сделать особый упор на**

**развитие пастбищной и индустриальной аквакультуры лососевых**

**видов рыб,** темпы роста, которых в ближайшие годы снизятся ввиду

неблагоприятной внешнеполитической обстановки и временных затрат

на создание российского производства кормов и посадочного материала,

в объеме необходимом для стабильного собственного производства

товарной продукции и дальнейшего развития.

Одновременно с этим требуется стимулировать переход от экспортно-

ориентированного сырьевого подхода на интенсивное развитие

внутреннего рынка страны и снижение отраслевой импортозависимости.

**Требуется принять меры направленные на сдерживание роста цен на рыбу и морепродукты,**

который превышает годовой рост доходов населения

и приводит к падению объема среднедушевого

потребления рыбы и морепродуктов.

**Платежеспособность населения и рост уровня цен**

**на продовольствие неразрывно связаны** и если рост цен

превышает рост доходов населения, то потребление неминуемо

будет снижаться.

**Дефицит сырья на внутреннем рынке подводит**

**к пересмотру условий экспортных операций с сырьём**

в основном с ценными и малочисленными видами

водных биоресурсов, таких как лососевые.

**Потребитель выбирает категории, в которых при меньшей**

**стоимости может приобрести больший объем,** что в свою

очередь указывает на приоритет цены при выборе продуктов и без мер

способствующих снижению цен или же росту доходов населения

просто не обойтись при стремлении иметь здоровую нацию.

При существующей покупательской способности населения и цен на рыбную

продукцию, **потребитель не в состоянии обеспечить себя**

**рациональной нормой потребления для ведения**

**здорового образа жизни.**

**Аквакультура набирает все большие обороты не только**

**в мире, но и в России,** что является зачастую следствием

или результатом государственной политики популяризации

и продвижения национальной продукции.



## **Сегмент HORECA переживает очередной кризис**

вследствие санкционного давления, ограничений, вызванных эпидемией COVID-19 и требует поддержки в части обеспечения стабильных поставок необходимой рыбы и морепродуктов по сбалансированным ценам.

## **Российский экспорт ко всему этому имеет низкую**

**экономическую эффективность** и продолжает оставаться сырьевым. При этом натуральный объем экспорта сырья практически не изменился.

**Стоимость формируется зарубежными покупателями при том, что мы продаем дикую полезную рыбу, а приобретаем из-за границы в основном продукцию аквакультуры.**

## **Образовательный сектор также требует к себе**

**повышенного внимания** ввиду отсутствия на сегодняшний день как программ образования, так и самих квалифицированных кадров для настоящего и будущего рыбной отрасли.

В России нет институтов развития внутреннего рынка, как и самой долгосрочной стратегии. Отсутствуют меры и механизмы популяризации и продвижения национальных продуктов из рыбы и морепродуктов, которые имеются у зарубежных рыбных стран с высоким уровнем потребления рыбной продукции.

**Исходя из изложенного экспертами предлагаются следующие меры, направленные на кардинальное изменение негативных тенденций в сторону позитивных.**

Разработка и принятие мер обеспечения рыбной продукцией государственного сектора (дошкольное и школьное образование, оборона страны, исправительные учреждения и тд);

Принятие мер регулирования экспорта сырья, в первую очередь – востребованных на внутреннем рынке ценных малочисленных лососевых видов рыб, добываемых на Дальнем Востоке и в Арктике;

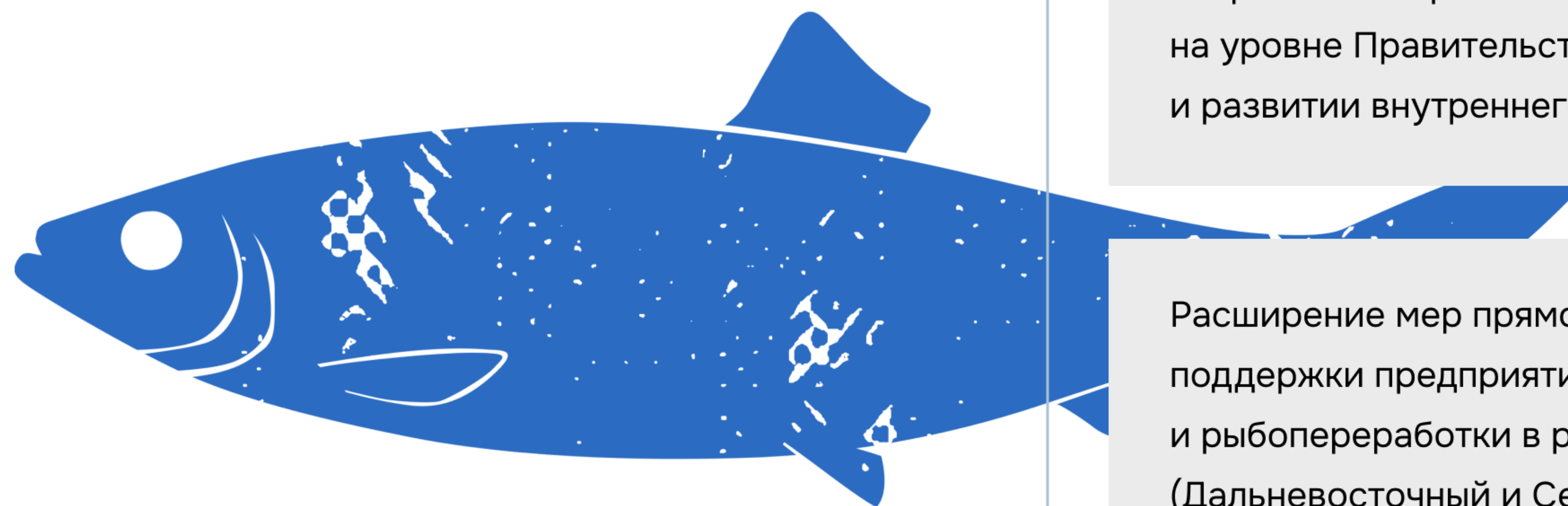
Реализация мер, направленных на развитие культуры потребления рыбы в России, а именно: обновление рецептур блюд (минимум 20 блюд), реализуемых через столовые для дошкольников и школьников с учетом актуальной сырьевой базы и вкусовых предпочтений современных детей;

Создание онлайн курса для школьников и молодежи «едим рыбу вместе с нами»;

Разработка онлайн платформы с миссией популяризации потребления рыбной продукции;

Создание и вывод на рынок новых продуктов из ВБР, добываемых на Дальнем Востоке и в Арктике силами бизнес-сообщества совместно с НИИ диетологии и пищевой продукции;





Разработка и принятие документа стратегического планирования на уровне Правительства Российской Федерации о популяризации и развитии внутреннего рынка рыбы и морепродуктов;

Расширение мер прямой финансовой государственной поддержки предприятий сфер товарной аквакультуры и рыбопереработки в районах добычи ВБР (Дальневосточный и Северный бассейны);

Создание единого оператора с государственным участием или некоммерческой организации, отвечающей за реализацию новой Стратегии популяризации и развития внутреннего рынка рыбы и морепродуктов, с учетом интересов государства и общества, осуществляющего координирующую функцию обеспечения эффективного межотраслевого взаимодействия между добытчиками, переработчиками, оптовиками, розничными сетями, представителями сегмента HORECA с целью популяризации и увеличения потребления рыбы и морепродуктов, предоставления конечному потребителю современной, качественной и в широком ассортименте продукции из ВБР;

Возрождение бренда Русская рыба;





Корпорация развития  
Дальнего Востока и Арктики



Strategy Partners

**FISHNEWS**



