

FISHNEWS

НОВОСТИ РЫБОЛОВСТВА
Информационно-аналитический журнал
№ 4 (78) 2024

ИЗДАНИЕ МЕДИАХОЛДИНГА FISHNEWS

 РСХБ



**Маргарита
КРЮЧКОВА:**
Портал Fishnews
стал путеводителем
по рыбной отрасли

**Владимир
АНДРИАНОВ,
«Мореодор»:**
Искусство трейдера —
знать рынок
и стимулировать
его развитие

**Евгений
ГЛУХОЕДОВ:**
Дикая рыба —
это всегда
эксклюзивный
продукт

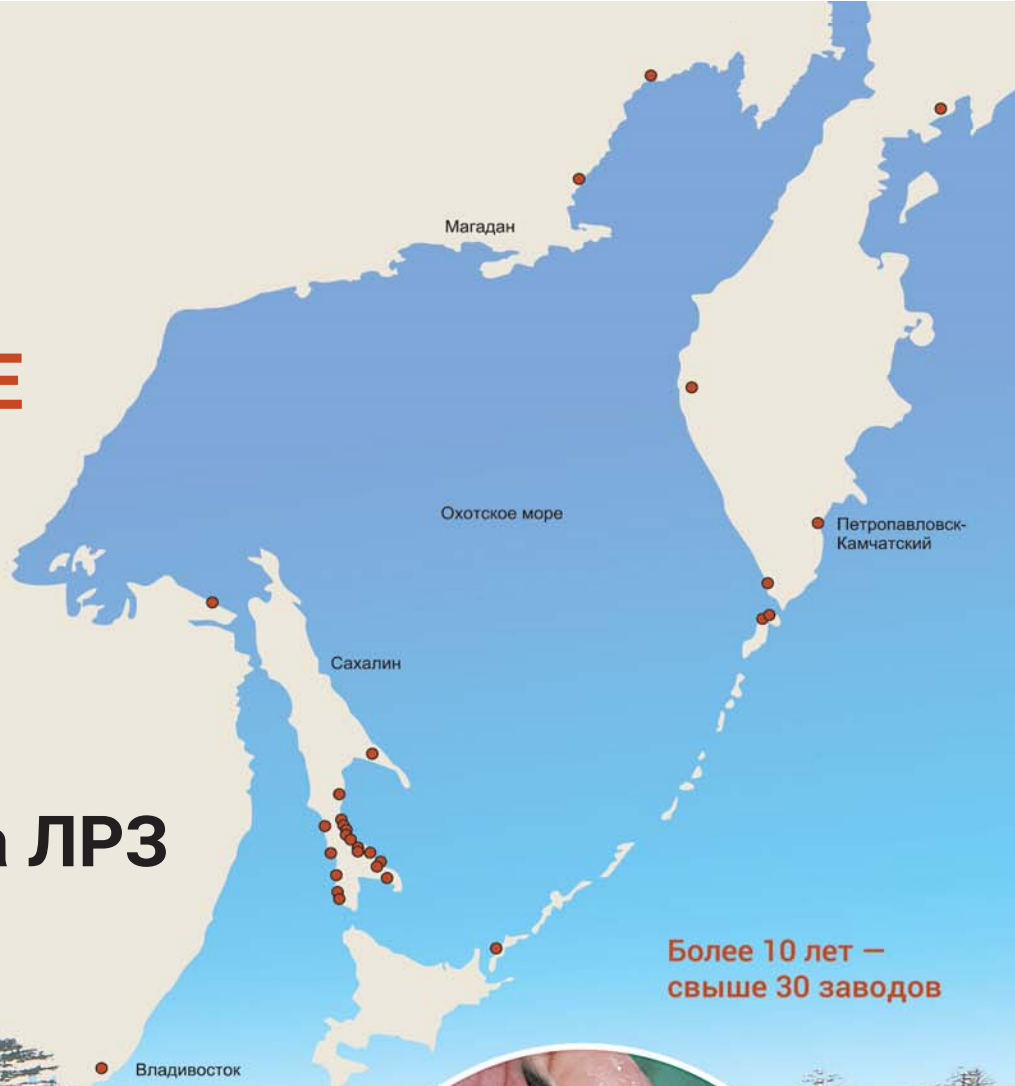


**Евгений КАРПОВ: Мы выстроили
цепочку от рыбака до стола**

АЛЬЯНС

ИНЖЕНЕРНЫЕ ИЗЫСКАНИЯ

Оптимальные решения для строительства ЛРЗ



Более 10 лет —
свыше 30 заводов

проектируем лососевые
рыбоводные заводы с 2011 г.

реализовали более 30 проектов
на Дальнем Востоке



Россия, 160014, Вологда,
ул. Саммера, д. 62
тел.: 8 (8172) 54-49-82
тел.: 8 (911) 500-30-00
alians.vologda@yandex.ru



Альянс
инженерные изыскания

РЕДАКЦИЯ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Эдуард Владимирович КЛИМОВ,
edd67@mail.ru, skype - eduardklimov

СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ FISHNEWS.RU

Главный редактор - Маргарита КРЮЧКОВА,
margarita_kr@bk.ru, skype - margarita_kr28,
Алексей СЕРЕДА,
aleksey@fishnews.ru, skype - alexey-fishnews,
Анна ЛИМ,
anna@fishnews.ru, skype - anyutalim

КОРРЕКТОР

Ольга МАЛЬЦЕВА

ВЕРСТКА & ДИЗАЙН

Виталий КОЧЕТКОВ

ФОТО НА ОБЛОЖКЕ

Ольга ШУТЬ

ФОТОГРАФИИ

Ольга ШУТЬ, Виктор БУКВЕЦКИЙ,
Анна ЛИМ, Антонина ЛОПАТНИКОВА,
пресс-службы: «Меридиан Сервис», АТРК,
«Мореодор», ESG, Правительства
Сахалинской области, «Дикий улов», АДМ,
Северо-Восточного филиала Главрыбвода

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ:

ООО МЕДИАХОЛДИНГ «ФИШНЬЮС»

Яна ЯШИНА,
yashina@fishnews.ru,
тел. 8-914-703-68-60
Материалы, отмеченные знаком ,
публикуются на правах рекламы.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ И ПОДПИСКА

Антонина ЛОПАТНИКОВА,
тел. 8-914-707-05-28,
e-mail: antonina@fishnews.ru

Журнал «Fishnews — Новости рыболовства»

№ 4 (78) 2024 г. Издается с 2006 года. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-54280 от 24 мая 2013 года, выданное Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
www.fishnews.ru.

РЕДАКЦИЯ 690091, г. Владивосток, ул. Светланская, 51А, к. 404. Тел. 8 (423) 226-84-44.

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ

ООО Медиахолдинг «Фишньюс» - Россия, 690091, г. Владивосток, ул. Светланская, 51А, оф. 404

Журнал распространяется по редакционной подписке. Подписка оформляется только через редакцию. Мнение авторов может не совпадать с позицией редакции. Редакция не предоставляет справочной информации. Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Fishnews — Новости рыболовства», допускается только с письменного согласия редакции. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. Все товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

Тираж 1500 экз. Свободная цена.

Дата выхода в свет: 16.12.2024 г.

Отпечатано в типографии ИП Шульга В.Б. — г. Владивосток, ул. Русская, 65 корп. 10.
Тел.: 8 (423) 234-59-01.

Знак информационной продукции «16+».

СОДЕРЖАНИЕ

- 2 **Евгений КАРПОВ: Мы выстроили цепочку от рыбака до стола**
Интервью с генеральным директором ТД «Камчатский меридиан»
- 8 **Секреты рыбной логистики**
Когда отдельное транспортно-логистическое звено становится необходимой структурой в рыбопромышленном холдинге — практика компании «Меридиан Сервис»
- 12 **Мариферма в Приморье: риски и перспективы**
Корреспондент Fishnews побывал на выпуске трепанга в Азиатско-тихоокеанской рыбной компании
- 18 **Маргарита КРЮЧКОВА: Портал Fishnews стал путеводителем по рыбной отрасли**
Как сделать рыбную отрасль понятней для всех?
- 24 **Владимир АНДРИАНОВ: Искусство трейдера — знать рынки и стимулировать его развитие**
Интервью с генеральным директором компании «Мореодор»
- 30 **Иван ФЕТИСОВ: Форум и выставка растут органично**
Работа над имиджем российской рыбной отрасли продолжается круглый год
- 36 **Валерий ЛИМАРЕНКО: Поддержка со стороны региона призвана раскрыть потенциал отрасли**
Рыбное хозяйство остается для Сахалинской области стратегическим направлением
- 40 **Максим КОЗЛОВ: Отрасли нужно «измерить температуру»**
Как себя чувствует рыбная промышленность в условиях реформ — этот вопрос по-прежнему актуален, считает президент Ассоциации рыбопромышленных предприятий Сахалинской области
- 44 **SEAMAN: все о рыбе расскажет аргентинский эхолот**
Новинка на рынке рыбопоискового оборудования в России
- 48 **Евгений ГЛУХОЕДОВ: Дикая рыба — это всегда эксклюзивный продукт**
Из небольшой компании с сезонным промыслом в вертикально интегрированный холдинг с собственным рыбным ритейлом — уникальный опыт компании «Дикий Улов»
- 54 **Александр СОКОЛОВ: Российский рынок — это интересное направление**
Что поможет развить производство рыбной продукции и увеличить ее потребление — интервью с директором обособленного подразделения «НОРЕБО РУ» в Клину
- 58 **Кирилл КОСТЫНА: Рыбная отрасль быстро перестраивается в ответ на вызовы**
Россельхозбанк намерен усиливать экспертизу в рыбной отрасли и расширять свое присутствие в этом секторе
- 64 **Александр ПАНИН: Хотим, чтобы в отрасли слышали друг друга**
Развивать российский рыбный рынок можно только сообщая всем участникам товаропроводящей цепочки, уверен председатель Рыбного союза
- 68 **Российская икра минтая выходит на новый рынок**
Ассоциация добытчиков минтая работает над созданием альтернативного рынка в Китае
- 74 **Михаил ЦЫБУЛЕНКО: Мы продолжим сохранять и восполнять запасы лососевых**
Северо-Восточный филиал Главрыбвода подводит итоги работы в текущем году
- 78 **Доступ к ресурсу — на новых условиях**
Инвестквоты по рыбе, крабовые аукционы с инвестобязательствами и перезакрепление рыболовных участков: что происходило в 2024 году



Евгений КАРПОВ,
генеральный директор
ТД «Камчатский меридиан»

Евгений КАРПОВ: Мы выстроили цепочку от рыбака до стола

Декабрьский выпуск журнала «Fishnews — Новости рыболовства» открывают материалы о компаниях, которые объединяет торговый дом «Камчатский меридиан». Они занимаются самыми разными направлениями — от добычи до оптовой и розничной торговли. А сравнительно недавно стали пробовать свои силы и в развитии цифровой платформы для продаж и покупки рыбной продукции.

На рынках рыбы и морепродуктов продолжают изменения. Лосося, несмотря на непростую путину, должно хватить всем, а основной проблемой при экспортных операциях остаются платежи. Об этом и многом другом в интервью Fishnews рассказал генеральный директор ТД «Камчатский меридиан» Евгений КАРПОВ.

— Евгений, расскажите, пожалуйста, подробнее, какие направления деятельности сегодня охвачены вашей группой компаний?

— На сегодняшний день «Камчатский меридиан» представляет ряд предприятий, осуществляющих промысел белой рыбы и лосося на Камчатке. Еще одно наше направление — аквакультура в Приморском крае: Азиатско-тихоокеанская рыбная компания занимается выращиванием приморского гребешка и дальневосточного трепанга. Выстроено у нас и собственное логистическое направление: в нашем распоряжении свой автотранспорт, контейнеры.

Развиваем нашу экосистему рыбной торговли — цифровую платформу FishStat, призванную облегчить продажу, хранение и транспортировку рыбы и морепродуктов.

Если говорить о рыбопродукции, то мы предлагаем рынок в том числе готовый продукт — продукцию конечной переработки, копченую, соленую рыбу. Работаем и в рознице: у нас есть свои магазины. Мы годами выстраивали такую цепочку — от рыбака до продукта на столе потребителя.

— Крупнейшие рыбопромышленные холдинги так или иначе идут по этому пути: занимаются не только добычей, но и аквакультурой, переработкой сегмента B2C, пробуют свои силы в розничных продажах продукции. Чем это удобно? И не сложно ли работать в столь мощных структурах?

— На самом деле это непросто. Но плюс в том, что мы видим проблематику в каждой цепочке: это может быть цена или нехватка чего-либо. Картина ясна, начиная с розницы: какие позиции продаются, а какие не востребованы. Ведь всё в конечном итоге зависит от розничного звена: если есть спрос со стороны конечного покупателя, значит, все остальные звенья тоже будут работать.

Вообще, если говорить о нашей глобальной цели, то это — обеспечивать людей доступной рыбной продукцией. Это крайне тяжело. Особенно розничный бизнес — самое сложное звено в цепочке.

Говорят, что торговые сети забирают на себя всю наценку. По факту это не так. Возьмем, например, наш специализированный магазин. Казалось бы, мы рыбаки и можем, как кто-то думает, «играть» с ценами, но на самом деле ничего подобного. И не всегда все объяснимо. Кижуч у нас в рознице был предложен по 450 рублей за килограмм, гораздо дешевле, чем семга и форель, и он не продавался. Вот такая вот странность.

— Уловы лососевой путины в этом году оказались на фоне прошлых лет небольшими: поймали около 235 тыс. тонн.

— Да, я такого результата за то время, что работаю, не помню. Может быть, сопоставимо с показателем 2014 года, плюс-минус.

— Какой видите ситуацию на рынке красной рыбы в нынешнем году?

— Ситуация стабильная. Совершенно точно никто не останется без рыбы. Еще продан не весь лосось прошлого года. Это также компенсирует снижение объемов добычи в нынешнем году.

— На фоне очередного повышения ключевой ставки Центробанка болезненный вопрос для бизнеса — доступность заемных средств. Так понимаю, что трейдинговое звено и рыбный рынок тоже ощущают на себе дороговизну кредитов?

— Совершенно верно. У нас есть компания, которая занимается трейдингом — закупкой и последующей продажей рыбной продукции. На сегодняшний день от заемных средств мы отказались вообще.

Между тем кредиты требуются компаниям на пополнение оборотных средств. Чтобы приобрести больше товара и, соответственно, больше продать, обеспечивая непрерывную деятельность и работу сотрудникам.

— В таких условиях непросто сохранять доступные цены на рыбу. Серьезный рост затратной части.

— Затратная часть большая. И это касается всех звеньев. Кредитуются ведь не только трейдеры, но и участники по всей цепочке.

Рыбак привлекает заемные средства на подготовку к промыслу, компания, оказывающая услуги по хранению, — на ремонт и модернизацию холодильных мощностей. Транспортнику тоже нужно пополнять оборотные средства, чтобы, например, рассчитаться за топливо, закупить расходные материалы. Трейдер вовлечен в процесс кредитования с обеих сторон. Он берет в банке средства и расплачивается за подвижной состав, доставку, за сам товар, а отдает его с отсрочкой платежа. Нагрузка у такой компании просто колоссальная.

— Недавно мы общались с представителями направления по выпуску рыбной продукции для конечного потребителя. И участники рынка отмечали важность трейдингового звена. Потому что у рыбака свои задачи, своя специфика ведения бизнеса, у переработчиков и розницы — свои, и нужно эти составляющие соединять. Как раз дистрибьюторы обеспечивают стабильность поставок — то, что нужно торговле.

— Самое главное — это финансирование. Давайте на минуту представим, что мы убрали всех трейдеров и работа идет напрямую. Что произойдет? Зато-варивание огромное на складах, и рыбаки без денег. Розница никогда такой объем финансовых средств не заплатит наперед. Торговые сети, специализированные магазины берут товар с отсрочкой платежа. Да, какую-то часть продаж можно отработать напрямую с сетями, но не всё. Трейдеры — это неотъемлемая часть рынка, звено, которое находится на своем месте. Такова мировая практика.

— Вы работаете в том числе на зарубежных рынках. И для того чтобы обеспечивать развитие на экспортном направлении, участвуете в различных выставках. Где вы за последний год приняли участие?

— Этот год был насыщенным в плане поездок и мероприятий как никогда — всего и не перечислишь. Участвовали, например, в выставке в Таджикистане, в Seafood Expo Eurasia в Турции. Осенью были на международной выставке China Fisheries &

Seafood Expo в Циндао: в том числе представляли китайским импортерам возможности цифровой платформы FishStat.

Открываем для себя новый рынок Объединенных Арабских Эмиратов. Хочется поблагодарить за поддержку Росрыболовство, центры развития экспорта. Спасибо им огромное, что дают возможность расширяться, говорить о себе *(эти организации содействуют участию российского бизнеса в выставках за рубежом. — Прим. ред.)*.

— Это просто так сложилось, что год оказался активным в плане выставочной деятельности, или действительно есть потребность искать новые ниши?

— Это интересно, и еще это стратегическое развитие не только для нашей компании, но и, наверное, для отрасли в целом. Необходимо не зависеть от одной страны, а иметь много вариантов, куда поставлять свою продукцию, если на каком-то рынке произошел сбой.

— В сентябре Россельхознадзор представил данные о том, что российская продукция из водных биоресурсов отправляется более чем в 50 стран, а есть возможность поставлять в около 70 стран. Какой охват экспорта сегодня у вас?

— Начиная от Азии и заканчивая Европой.

— То есть европейский рынок по-прежнему остается?

— Да, но, если взять нашу компанию, его доля с каждым годом снижается. Мы сейчас рассматриваем поставки в арабские страны: там живет много европейцев, которые хотели бы видеть на своем столе нашу рыбу.

Традиционно охвачены азиатские рынки. Ежегодно наращиваем поставки во Вьетнам.

— А там нашу рыбу едят или перерабатывают?

— Во Вьетнаме осуществляется переработка, а дальше уже произведенная продукция расходится в разные страны. Если взять Таиланд, то там закупается продукция уже потребляется.

— Мы сегодня говорили в том числе о красной рыбе. Каким странам интересен наш лосось?

— Горбуша — традиционно Китаю. Опять же, пока туда рыба отправляется для переработки, но наши крупные партнеры — «Далень рич групп» — пытаются у себя на внутреннем рынке развивать культуру потребления нашего дальневосточного лосося, в частности горбуши.

В Далине у них уже более 300 магазинов. Возможно, мы будем товар наших китайских партнеров импортировать к нам, представлять на российском рынке.

— С какими вопросами сталкиваетесь при выходе на новые экспортные рынки? В августе Fishnews проводил конференцию на эту тему: представители бизнеса говорили о том, что не всегда скорость согласования форм сертификатов успевает за стремлением предприятий осуществлять поставки.

— Это одна из проблем, но не самая страшная. Существуют правила, по которым продукция может ввозиться в ту или иную страну, здесь необходимые согласования проводятся. Самое сложное сейчас — оплата. Это, наверное, проблема номер один. Приходится искать пути ее решения.

— А еще какие-то вопросы есть?

— Главное — сначала проанализировать рынок, изучить культуру потребления, выяснить, какие виды рыбы там предпочитают. Потом уже необходимо заниматься документацией. А заканчивается все вопросами платежей.

— Вы также планировали работу по продвижению дальневосточной рыбы на внутреннем рынке. Губернатор Камчатки Владимир СОЛОДОВ в ВЭФ в сентябре сообщил нам, что хотелось бы реализовать программу по популяризации в России не только белой рыбы, но и лосося.

— Мы не оставляем такого намерения. И рассчитываем, что власти Камчатского края нас в этом поддержат.

— У группы компаний уже устоявшийся бизнес в традиционных направлениях. Что подтолкнуло при этом пробовать новую нишу — внедрять электронную платформу торговли рыбной продукцией FishStat?

— Это требование времени. Цифровые платформы получают все более широкое распространение в жизни людей. И в торговле тоже уже пора задействовать новые возможности.

И потом, это экономия времени. Наша жизнь ускоряется, поступают большие потоки информации. FishStat как раз дает возможность эффективнее распоряжаться временными ресурсами. Давайте представим, что нам нужно организовать закупки рыбы. Если действовать по старой схеме, для этого придется обзвонить десятки компаний. Систематизировать полученную информацию. Кого-то попросить подождать, пока вы оцените остальные предложения.

Допустим, мы нашли подходящий вариант, но надо еще организовать транспортировку. И здесь то же самое: множество звонков, сопоставление ценовых предложений, ты торгуешься. Наша площадка как раз позволяет получить всё в одном месте. Здесь можно не только продавать и покупать рыбу и морепродукты, но и подобрать логистические решения.

И у нас много идей, какие еще составляющие интегрировать в платформу. Например, предусмотреть интернет-магазин, чтобы в системе можно было совершать не только оптовые, но и розничные покупки продукции.

Также мы хотим, чтобы платформа была интересной — с новостями, видеоплеером, различными витринами.

И мы не останавливаемся на том, чтобы FishStat работал только у нас в стране. В планах выходить на мировые рынки. Прорабатываем с нашими партнерами в КНР возможности, чтобы китайские продавцы тоже регистрировались в системе, продавали на этой площадке свои товары, услуги в сфере логистики и хранения.

Хочется отметить, что наш продукт — результат труда российских разработчиков. А это защищает систему от внешних рисков.

Секреты рыбной логистики

Когда рыбопромышленное предприятие вырастает до ежегодного производства в десятки тысяч тонн и выше, то отдельная транспортно-логистическая структура становится совершенно необходимым звеном цепи на пути улова к потребителю, убежден генеральный директор и соучредитель компании «Меридиан Сервис» Александр ИГНАТЕНКО. Опыт показывает, что, как правило, ни средние и крупные рыбопромышленные компании, ни торговые организации не хотят погружаться в тонкости логистики: у них своих забот хватает.

У рыбаков есть выбор: можно продать продукцию оптом поближе от места вылова или переработки, при этом, возможно, потерять в цене. А можно обратиться к логистам. Причем желательно специализирующимся на доставке именно рыбы. Об особенностях рыбной логистики Александр ИГНАТЕНКО рассказал корреспонденту Fishnews.





КАК НАЧИНАЛИ

Компания «Меридиан Сервис» была создана в 2017 году как дочерняя структура холдинга «Торговый дом «Камчатский меридиан». По словам Александра Игнатенко, организация собственного транспортно-логистического предприятия в структуре холдинга была продиктована необходимостью, возникшей на фоне роста объемов производства и продаж рыбопродукции.

«Ни производитель, ни продавец не хотят головной боли из-за логистики. Это меньше понимают компании с небольшим грузооборотом. Одну-три тысячи тонн в год можно обслуживать и собственным штатом. Но когда объемы растут, возникает необходимость либо передавать грузы на обслуживание сторонним компаниям, либо создавать собственные специализированные структуры, как в нашем случае. Причем второй путь выглядит предпочтительнее, и к этому пришли многие растущие предприятия в рыбной отрасли», — считает Александр Игнатенко.

Соответственно, деятельность «Меридиан Сервис» направлена в первую очередь на обслуживание грузов головного холдинга. При этом в компании с удовольствием берут заказы и от сторонних предприятий, некоторые из них стали постоянными клиентами. Годовой грузооборот «Меридиан Сервис» вырос с 39 тыс. тонн в 2018 году до 85 тыс. тонн в 2023 году.

КАК СТРОИТСЯ РАБОТА

«Моя работа основывается на понимании, какие лимиты вылова в текущем году имеет холдинг. Исходя из этого, я рассчитываю объемы грузооборота по году. После этого я провожу переговоры с теми перевозчиками, которые нам понадобятся, и сообщаю им планы на нашу перевозку. Затем я озвучиваю планы нашим партнерам. И дальше мы работаем, подстраиваясь под то, что нам дает природа в виде удачного или не очень промысла», — рассказал гендиректор «Меридиан Сервис».

Производство холдинга расположено на Камчатке. Часть продукции отгружается непо-

средственно из Петропавловска-Камчатского, другая часть — с рыбоперерабатывающих заводов на западном побережье полуострова. В этом случае приходится задействовать дополнительно рефрижераторный флот, который доставляет продукцию либо в Петропавловск, либо во Владивосток.

Конечный пункт назначения зависит во многом от ситуации на промысле. В самый разгар путины, когда холодильники рыбоперерабатывающих заводов необходимо освобождать



Логист компании «Меридиан Сервис» Анастасия РОДИНА в павильоне холдинга «Камчатский меридиан» на Международном рыбопромышленном форуме и Выставке рыбной индустрии, морепродуктов и технологий в Санкт-Петербурге

как можно скорее, возят по короткому маршруту в Петропавловск-Камчатский.

Склады во Владивостоке играют роль оптово-распределительных центров. Мало кто покупает продукцию прямо с судна. Обычно ее выгружают на склад во Владивостоке и отсюда продают партиями. Покупателю, особенно из центральной России, проще не возиться с дальневосточными портами, с разгрузкой, оформлением, контролем температуры и решением административных вопросов.

Особенно когда порты перегружены и суда стоят в очереди на разгрузку. Поэтому покупатели делегируют решение этих задач логистическим компаниям.

КУДА ВОЗЯТ

Поставку продукции «Меридиан Сервис» осуществляет по всей стране, а также за ее пределы. С Камчатки больше приходится везти лосось и белорыбицу. Грузовые партии разные — кто сколько купит. Бывает, покупатель, например, из Хатанги на Таймыре приобретет один контейнер, но есть и крупные клиенты в Центральной России: партия туда может составлять 500 тонн. В Китай тоже нередко отправляются крупные заказы. Основные экспортные направления в настоящее время — КНР, Япония, Южная Корея.

Ранее «Меридиан Сервис» наладил регулярные поставки рыбопродукции в Европейский союз, но с момента установления жестких санкций это направление закрыто. Внезапно введенные ограничения застали одну из таких отправок в Германию на границе с Прибалтикой. Продукцию на границе завернули, пришлось все возвращать в Санкт-Петербург и переоформлять документы.

Перевозки мультимодальные — железная дорога, автотранспорт, море. Давно и с удовольствием «Меридиан Сервис» возит по Северному морскому пути. «Мы были первыми или одними из первых, кто в постсоветское время „раскатывал“ Севморпуть для рыбных перевозок. Начали еще в 2017 году в партнерстве с одной из крупнейших контейнеро-возных компаний. Пользуемся этим маршрутом до сих пор, поскольку транзитная поставка через СМП осуществляется всего лишь за 12–15 суток», — отметил Александр Игнатенко.

До включения жестких санкций, когда возили рыбу в Европу, приходилось задействовать и Южный морской путь.

«В 2018 году по Южному пути мы доставили в Санкт-Петербург 6 тыс. тонн рыбопродукции. Мы выступили генеральным заказчиком для контейнеровозов. Почему выбрали именно ЮМП? Максимум перевезли в сентя-

бре-октябре. В тот год на Камчатке была рекордная лососевая путина. К сентябрю лососем были забиты холодильники по всему Дальнему Востоку и не только. Во Владивостоке хранили рыбу даже в грузовиках-рефрижераторах — лишь бы морозили. И я предложил: вот вам цена за перевозку (в разы ниже, чем по железной дороге), а бонусом к ней — два месяца бесплатного хранения, поскольку в пути судовладелец не берет за это деньги. Наши партнеры сказали: „Ура!“, и мы совместно загрузили почти полный контейнеровоз. Два месяца, пока он следовал в Санкт-Петербург, работали спокойно, а во Владивостоке в это время чуть ли не дрались за места в холодильниках», — рассказал собеседник Fishnews.

КОРОНАВИРУС

Как и для других транспортных, жестким испытанием для «Меридиан Сервис» стала пандемия. По требованиям Россельхознадзора, при отгрузке продукции на экспорт каждый мешок обрабатывали дезинфицирующим раствором, фиксируя этот процесс на видео и отправляя запись покупателю. «Если сорокафутовый контейнер обычно загружается за один час, то по такой схеме приходилось тратить по четыре часа, отчего все стало колом. Никто не был готов. Дезинфицирующие растворы было не найти. Грузчики работали в противогазах, некоторым становилось плохо. При выгрузке в Китае с рыбных мешков брали мазки. И когда на одном обнаружили штамм коронавируса, то вся продукция на судне была опломбирована и отправлена обратно», — вспоминает Александр Игнатенко.

ПОСРЕДНИКИ

В ответ на вопрос: «Правда ли, что в высокой розничной цене рыбы виноваты посредники?» — собеседник Fishnews пожимает плечами. По его мнению, классических перекупщиков во многом уже вытеснили с рынка. Что касается логистов, то рентабельность таких компаний невысока.

«Перевозчика нужно понять: когда рыбы мало, они работа-



Поставку продукции «Меридиан Сервис» осуществляет по всей стране, а также за ее пределы. С Камчатки больше приходится везти лосось и белорыбицу

ют даже в минус, чтобы не потерять клиента. А содержание собственного автомобильного, рефконтейнерного или железнодорожного парка стоит немалых денег. Мы в «Меридиан Сервис» имеем свой парк фур и рефконтейнеров, но много работаем и с субподрядом. Я считаю, что, когда ты строишь себе возле дома гараж, можно обойтись своими силами, но если возводишь нечто более масштабное, то без субподряда не обойтись. Зачем нам содержать большой парк в нерыбный год, если проще в нужное время привлечь субподрядчика?» — объясняет Александр Игнатенко.

ИДЕЯ С РИТЕЙЛЕРАМИ

Не первый год обсуждаемая в рыбацком сообществе идея о прямых поставках рыбы от камчатских производителей в федеральные торговые сети, по мнению генерального директора компании «Меридиан Сервис», может быть успешно реализована при условии привлечения в схему логистов и оптово-распределительных центров.

«Могу опереться на собственный опыт. В 2006 году, задолго до создания „Меридиан Сервис“, одна из камчатских компаний направила меня в Москву именно с таким заданием: организовать поставку рыбной продукции в крупную розничную сеть. Я нашел представителя сети, отвечающего за рыбную группу товаров. Его удовлетворил наш ассортимент, и он озвучил ус-

ловия сотрудничества. За вход в сеть необходимо было выплатить определенную сумму. Нам готовы были предоставить для обслуживания несколько магазинов, в которые на протяжении года требовалось еженедельно в строго установленные дни поставлять мелкооптовые партии продукции определенного ассортимента. Деньги от продажи мы бы получали через 60–90 дней, а в случае малейшего сбоя в поставках контракт был бы разорван, а плата за вход оставалась у сети», — рассказал Александр Игнатенко.

С учетом сезонности промысла рыбы и жестких условий торговой сети камчатской компании пришлось бы доставить крупную партию рыбопродукции в Москву или Подмоскovie, за свой счет хранить ее там длительное время и «щепотками» распределять по магазинам. Только так можно было гарантировать безотказность системы поставок. Условия были настолько невыгодными и обременительными, что рыбопромышленная компания отказалась.

По мнению собеседника Fishnews, условия розничных сетей могли с тех пор несколько измениться, к тому же они различаются у разных продавцов, но общий принцип сохраняется. Без участия в схеме логистов и оптово-распределительных центров идея о прямых поставках камчатской рыбы в крупные торговые сети работать не будет, считает генеральный директор «Меридиан Сервис».



➤
Александр МАЛЫШЕВ,
генеральный директор АТРК

Мариферма в Приморье: риски и перспективы

Занявшись марикультурой с нуля, вы гарантированно набьете немало шишек, прежде чем поставите бизнес на ноги, уверен генеральный директор Азиатско-тихоокеанской рыбной компании (АТРК) Александр МАЛЫШЕВ. Начинающему марифермеру приходится сталкиваться со множеством специфических проблем, усугубляемых не до конца устоявшейся нормативно-правовой базой.

И тем не менее на основании собственного опыта Александр Малышев убежден, что марикультура — дело перспективное. А потому каждый год АТРК наращивает объемы высадки приморского гребешка и дальневосточного трепанга. На одном из таких выпусков трепанга побывал корреспондент Fishnews.



Доставку молоди трепанга на новое место жительства осуществляет водолаз. Просто высыпать с борта нельзя: съедят рыбы

АТРК была создана семь лет назад как дочерняя структура компании «Торговый дом «Камчатский меридиан». «На тот момент о марикультуре в Приморье много говорили в рыбацкой среде. Кроме того, по краю прокатилась волна аукционов по распределению морских участков. В то время марикультура была совершенно новым направлением деятельности и для материнской компании, и для меня лично. Тем не менее решили попробовать», — вспоминает Александр Малышев.

Сейчас АТРК распоряжается тремя рыбоводными участками у побережья Хасанского района Приморского края. В штате — около 15 сотрудников (численность немного варьируется в зависимости от сезона и обстоятельств). Уже снимали первые урожаи: гребешок дорастает до товарных размеров за три года, трепанг — за четыре. Сложностей со сбытом, по словам гендиректора, нет. Зато есть множество других проблем.

ВОПРОСЫ НА СТАРТЕ

Начали с поиска людей, разбирающихся в марикультуре — как в технологиях, так и в документообороте. Поучаствовали в

аукционах на право пользования морскими участками. Марикультура требует долгосрочных инвестиций. Вложился сегодня — первую выручку получишь через несколько лет, а уж отбить вложенное и начать получать прибыль — это и вовсе не скоро.

«Последний рыбоводный участок был куплен нами в 2018 году. Твоя работа начинается не с того, что ты снимаешь с него продукцию. Нет, сначала нужно немало потратить. Купить технику и оборудование, установить гидробиотехнические сооружения. Высадить трепанга и гребешка. И только через три-четыре года начинаешь снимать урожай. И за это время с твоим урожаем может произойти очень много неприятных вещей. Нужно охранять его и обеспечивать необходимый уход. А для этого тебе требуется земля под береговую инфраструктуру. По-хорошему, их следовало бы предлагать в связке, чтобы участок воды и участок земли были рядом», — считает Александр Малышев.

Приобрести землю в Хасанском районе — задача не из легких. Значительная часть района занята несколькими особо охраняемыми природными территориями, которые граничат друг с другом. Оставшаяся земля в

этой курортной местности давным-давно поделена. Приходится дорого платить за участки на аукционах.

НЕЗВАННЫЕ «ПОПУТЧИКИ»

Финансоемкая и одновременно легко реализуемая продукция марикультуры привлекает к этому бизнесу незваных «попутчиков» — браконьеров, которые тайно собирают выращиваемые гидробионты. Заезаешься — и прощай, урожай. Поэтому часть персонала вынуждена круглый год жить на берегу рядом с морскими участками, чтобы охранять, а случается, и отбивать урожаи от особо зарвавшихся «гостей».

На береговой базе марифермеров установлен морской радар для отслеживания передвижения катеров в прилегающей акватории. Перед радаром — видеокамера, чтобы гендиректор мог наблюдать за обстановкой через Интернет.

По мнению Александра Малышева, браконьерство — это полноценный высокоприбыльный бизнес. Охотники за чужими урожаями прекрасно подготовлены технически. Используют мощные скоростные катера, за которыми не угонишься. Сбором



гидробионтов под водой занимаются водолазы, имеющие всю необходимую экипировку.

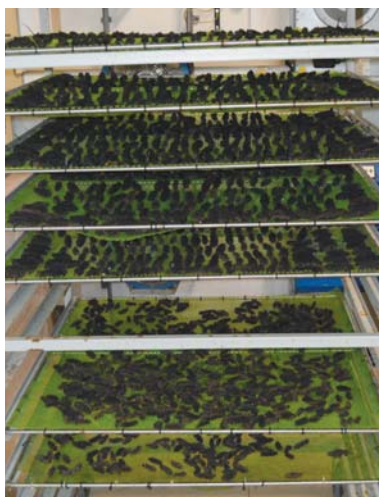
«Несмотря на борьбу с ними, их меньше не становится. Зато они становятся опытнее и изворотливее. Браконьер сейчас пошел юридически подкованный. Собирают информацию об участках и их владельцах. Узнают, к кому можно проникнуть свободно, а кого нужно посещать в ночное время или в не очень хорошую погоду. Работают на грани фола и готовы идти на риск. Были случаи, их люди погибали, например, терялись при работе в тумане», — утверждает глава марикультурного хозяйства.

Случается, что пограничники или полицейские задерживают кого-то из браконьеров на берегу с незаконным уловом, тут же начинается оформление уголовного или административного дела. Но и на этот случай «дельцы» пытаются подстраховаться. В прошлом году пограничники перехватили микроавтобус с почти тонной трепанга. Задержанные пытались доказать, что легально добыли морепродукт на каких-то участках, что у них есть на них документы. Проверка показала, что документы были липовыми, а трепанг добыт незаконно.

НЕДОСТРАХОВАНИЕ

Казалось бы, от риска потери урожая вследствие кражи можно было бы застраховаться. Тем более что с 2019 года на аквакультуру распространен механизм страхования с господдержкой. Однако позднее выяснилось, что такое страхование не охватыва-

Здесь выращивают молодь трепанга



Процесс сушки трепанга

ет случаи кражи продукции. Как результат, до настоящего времени ни один дальневосточный субъект Федерации не заявился на реализацию этого механизма. Заявки ежегодно подают только несколько регионов европейской части страны, в которых развито форелеводство и осетроводство.

Еще один существенный риск для марикультуры — природные катаклизмы. Для Приморья, где расположено подавляющее большинство дальневосточных мариферм, тайфуны — дело привычное. Они наваливаются по нескольку раз за год.

«От дождя на мелководе падает соленость воды. А опреснение — это самое страшное для гребешка, он сразу же погибает. Поэтому мы работаем в посто-

янном напряжении. И рады бы застраховаться, но страховщики понимают, насколько это рискованно, а потому не готовы предлагать приемлемые условия. Мы вели такие переговоры, но нам выставили настолько жесткие требования по мониторингу, что мы просто не можем их выполнить», — подчеркнул гендиректор АТРК.

ЭКСПЕРТИЗА

В день, когда автор этой статьи гостил на мариферме, пришло сообщение от аккредитованной компании, которая помогала АТРК пройти государственную экологическую экспертизу, о получении положительного заключения.

«Для нас это огромный праздник, потому что отсутствие ГЭЭ мешало деятельности компании. Мы работали в этом направлении пять лет, и только в течение этого срока было потрачено порядка пяти миллионов рублей», — рассказал собеседник Fishnews.

По его словам, к настоящему времени лишь единицы среди приморских марикультурных хозяйств смогли получить положительное заключение ГЭЭ. Остальные вынуждены платить штрафы, потому что пройти экспертизу — слишком дорого и сложно.

В Росрыболовстве об этой проблеме хорошо знают и посодействовали недавнему законодательному послаблению, отменившему требование иметь положительное заключение ГЭЭ для пастбищной аквакультуры. Однако эта процедура осталась



Так на «морских огородах» выращивают гребешка

обязательной для индустриальной аквакультуры, а также для пастбищной аквакультуры в границах особо охраняемых природных территорий и охранных зон ООПТ.

АТРК попадает сразу под оба эти исключения. Во-первых, по словам Александра Малышева, выращивание гребешка в полном цикле невозможно в режиме только пастбищной марикультуры. Использование гидробиотехнических сооружений необходимо как минимум для сбора спата гребешка. А это уже индустриальное марифермерство.

Во-вторых, один из участков АТРК частично попал в охрannую зону Дальневосточного государственного морского заповедника — после того как бывшее руководство этого учреждения сочло, что размеры охраняемой акватории следует исчислять не в километрах, а в морских милях. Интернет-портал Fishnews подробно освещал эту эпопею, пик которой пришелся на 2021–2022 годы, поскольку в границы охрannой зоны попали сразу несколько марифермерских хозяйств.

По словам главы компании, эта ситуация так и не нашла положительного разрешения — сейчас на попавшей под охрану части его участка марикультурная деятельность не ведется. «Поймаешь там браконьера, а он

говорит, что это уже не ваша акватория», — отметил Александр Малышев.

СБЫТ И ПЛАНЫ

Гребешок высоко востребован на внутреннем российском рынке, что не может не радовать: цены практически те же, зато нет проблем, неизбежных при отгрузке на экспорт. Да и, в конце концов, почему россияне должны отказываться от такой полезной и вкусной продукции? Заказы поступают из Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, других центральных регионов страны.

«Гребешка мы в основном продаем живым в ракушке. Сейчас в неморских регионах научились изготавливать искусственную морскую воду, что позволяет организовывать свои передержки и содержать его живым», — обратил внимание руководитель АТРК.

Когда заказчики просят поставить им приготовленный продукт, например мясо гребешка на створке раковины, приходится везти сырец на предприятие, которое имеет право заниматься такой деятельностью. Поэтому в планах компании — приобретение или строительство собственного цеха.

Трепанг в основном направляется в КНР в сушеном виде.

Сушку приходится осуществлять на оборудовании рыбоперерабатывающего завода, имеющего разрешительные документы для Китая — «китайские номера».

«Очень жаль, что в России люди знают о трепанге слишком мало. Про трепанг на меду знают, еще знают, что это общеукрепляющее средство, повышает иммунитет. И всё. А ведь из него можно приготовить множество блюд — и полезных, и вкусных. Я думаю, надо и трепанг постепенно ориентировать на внутренний рынок. Знаю марикультурные хозяйства, у которых есть постоянные покупатели из России. Думаю, что нам нужно работать в этом направлении и что со временем трепанг также будет высоко востребован российским потребителем», — поделился планами гендиректор АТРК.

По словам Александра Малышева, в материнской компании уверены в перспективности марикультуры. «Сейчас мы с ТД „Камчатский меридиан“ обсуждаем идею коллаборации — совмещения марикультуры с гастротуризмом. Туристы, побывав на ферме, смогут и посмотреть, как выращиваются морские деликатесы, и отведать их в свежайшем виде, а заодно и искупаться. А для нас это дополнительный доход», — подчеркнул он.

НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ ХОЛОДА ДЛЯ КРУПНОГО БИЗНЕСА



**НАДЕЖНОСТЬ
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**



**ПРОМЫШЛЕННОЕ
ХОЛОДИЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ**



**ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ПОСТАВКА
МОНТАЖ
ВВОД В ЭКСПЛУАТАЦИЮ**

**РЫБА/МЯСО/ПТИЦА
НЕФТЕХИМИЧЕСКИЕ
ОБЪЕКТЫ**

**СОБСТВЕННОЕ
ПРОИЗВОДСТВО
В РОССИИ**

Маргарита КРЮЧКОВА: Портал Fishnews стал путеводителем по рыбной отрасли

Интернет-портал Fishnews.ru за годы работы накопил богатейший архив информации об отечественном рыбном хозяйстве, открытый для любого желающего. Сейчас это еще и коммуникационная площадка, на которой эксперты обсуждают насущные проблемы.

Председатель совета директоров медиахолдинга «Фишньюс» Эдуард КЛИМОВ поговорил с главным редактором Fishnews.ru Маргаритой КРЮЧКОВОЙ о приоритетах в работе портала и «рыбных» темах, которые остаются актуальными из года в год.



Мargarita КРЮЧКОВА,
главный редактор
Fishnews.ru



— **Маргарита Константиновна, вы работаете в «Фишньюс» больше десяти лет. Это немалый срок. Как за это время, по вашим наблюдениям, менялась отрасль?**

— Конечно, произошли значительные изменения. Начать можно с законодательства. Когда я только начинала работать в отраслевой журналистике, еще только обсуждалось введение принципа «квот под киль». Речь шла о стимулировании строительства в России рыбопромыслового флота за счет предоставления прав на вылов.

Обсуждения были очень активные. Помню, как в мае 2011 года во Владивостоке проводил всероссийское совещание на тот момент руководитель Федерального агентства по рыболовству Андрей КРАЙНИЙ, участвовали разные регионы. Одной из самых острых тем были «квоты под киль» — представители рыбопромышленных предприятий говорили о том, какие риски они видят в реализации этой идеи.

С тех пор прошло более десяти лет, за это время в России существенно расширился список видов квот. Появились и так называемые «квоты добычи в инвестиционных целях», в которые трансформировалась идея «квот под киль». В итоге государство и органы власти пришли к тому, чтобы стимулировать с помощью этих лимитов строительство не только промысловых судов, но и объектов инфраструктуры, перерабатывающих комплексов, транспортного флота...

Кто знает, возможно, будут еще какие-то движения в этом направлении.

Произошло также некое возвращение к аукционному принципу распределения долей квот — мы это видим сейчас на примере краба. Более того, в 2022 году государство предлагало распространить этот принцип и

на другие виды водных биоресурсов. Мы все помним бурное обсуждение этой идеи.

В целом изменился принцип предоставления права на вылов, — это, наверное, одно из самых глобальных изменений, которые нам пришлось наблюдать. Пару лет назад Fishnews выпустил материал о том, как — буквально по кирпичику — государство разбирает фундамент в виде исторического принципа предоставления прав на вылов.

Из наиболее заметных событий минувших лет — появление своего правового фундамента

Мы всегда старались отойти от узкоотраслевой терминологии. Наши авторы — профессиональные журналисты, люди с опытом работы в самых разных СМИ. Принцип Fishnews: мы все-таки должны смотреть на процессы, происходящие в отрасли, немножко со стороны. И писать таким языком, чтобы наши публикации были понятны всем.

для рыбоводства: был принят, опять же после длительных обсуждений, закон об аквакультуре.

Также мы стали свидетелями изменения налогового регулирования в рыбном хозяйстве. Ставки сбора за пользование водными биоресурсами не пересматривались много лет, госор-

ганы и отраслевое сообщество обсуждали, по каким принципам должна проводиться налоговая реформа. И в итоге все-таки поправки в Налоговый кодекс были внесены, пересмотрены ставки сбора и система его платы, внедрены вычеты. Это тоже серьезное изменение.

Мы наблюдали, как убирали ставки вывозных таможенных пошлин на рыбу и морепродукты и как в 2023 году правительство вновь ввело экспортные пошлины — так называемые гибкие, увязанные с курсом доллара к рублю.

Безусловно, нельзя не отметить процессы, которые последовали за законодательными изменениями. Наблюдается очень серьезное укрупнение бизнеса, и я думаю, что эта тенденция будет сохраняться и дальше — по крайней мере, если говорить о наиболее привлекаемых для промысла, наиболее валютоемких ресурсах. Список острых для отрасли тем сохраняется.

— **Причем мы сейчас говорим о глобальных изменениях, произошедших за последние 10–12 лет. А если посмотреть архивы сайта (а Fishnews — это фантастический архив знаний), то мы увидим множество тем, которые были актуальны, когда портал только начал работу в 2006 году. И по большому счету, их актуальность удивительным образом остается. Взять, к примеру, мышьяк.**

— Да, моя первая большая публикация на площадке Fishnews как

раз была посвящена проблематике нормирования мышьяка в морепродуктах. После этого было дано множество разных поручений от руководителей всевозможных госорганов. Но вопрос до сих пор остается на повестке дня.

Также я могла бы отметить тематику рыболовных участков.



Fishnews — это не только новости, но и коммуникационная площадка. В марте провели с экспертами круглый стол «Страхование в рыбной промышленности: сложности и перспективы»

Раньше они назывались в законодательстве рыбопромысловыми. Эта тема периодически поднимается в разных ракурсах, скажем так, не с позитивной стороны. Как правило, ведутся какие-то разбирательства вокруг законности формирования, предоставления, перезакрепления участков.

Из свежего можно привести в пример изменения законодательства в прошлом году, их последствия мы будем наблюдать в ближайшее время. Участки нужно будет переоформить на новый срок, и здесь уже много вопросов. Когда я в разных регионах разговариваю с руководителями и собственниками предприятий, занимающихся добычей лосося, рыбопромышленники, рассказывая о насущном, выделяют именно проблемы с участками. То есть человек говорит: «Я сейчас полностью погружен в эту тему. Думаю, где взять средства, чтобы внести необходимую плату и продолжать ловить». И понятно,

что вопросы рыболовных участков всегда будут одними из самых острых, останутся предметом дискуссий.

Еще можно выделить прибрежное рыболовство. Оно не раз было в центре горячих споров: что такое «прибрежка», как ее регулировать, каким образом обеспечить право на добычу небольшим местным компаниям. Понятно, что люди, которые работают на прибрежных территориях, хотя и имеют доступ к ресурсу, и тема продолжит подниматься под тем или иным углом.

— Перейдем от отрасли к отраслевым СМИ. Мне кажется, в публикациях нам важно объяснить сложные вопросы рыбного хозяйства максимально простыми словами.

— Мы представляем собой именно отраслевое СМИ: пишем о рыбной промышленности и связанных с ней сферах. Понятно, что эта тематика специфич-

еская: нам приходится погружаться в вопросы рыболовства, аквакультуры, рыбопереработки, многих других областей. Мы должны стараться говорить со своей аудиторией на одном языке. И естественно, когда ты изо дня в день пишешь о таких достаточно узких темах, существует риск уйти в узкоотраслевую терминологию — в тексте будут преобладать профессионализмы, неизвестные широкому кругу читателей.

Мы всегда старались от этого отойти. Наши авторы — профессиональные журналисты, люди с опытом работы в самых разных СМИ. Принцип Fishnews: мы все-таки должны смотреть на процессы, происходящие в отрасли, немножко со стороны. И писать таким языком, чтобы наши публикации были понятны всем.

Кроме того, хочу подчеркнуть, что мы работаем с разными аудиториями. Это не только руководители, топ-менеджеры

рыбопромышленных предприятий, специалисты отрасли и связанных с ней сфер, отраслевые регуляторы.

Многие вопросы, от которых зависит работа рыбопромышленных предприятий, решают органы власти, не специализирующиеся только на рыбной отрасли, — Госдума, Совет Федерации, различные министерства, региональные парламенты, администрации. То есть это люди, которые в силу своей профессиональной деятельности не должны знать тонкости рыбной промышленности. И мы работаем с этой аудиторией, стараемся писать таким языком и накапливать такой массив данных, чтобы каждый, кто должен или хочет разобраться в вопросах рыбного хозяйства, мог это сделать.

Поэтому умение работать с разной информацией, подавать ее в разных форматах — один из базовых принципов деятельности редакции. Понятно, что эксперты готовят для нас материалы, пишут авторские колонки, статьи, но основа — это все-таки труд профессиональных журналистов.

— А как вы себе «визуализуете» аудиторию Fishnews, читателя, его портрет?

— Это те, кому нужна информация о рыбной промышленности. То есть самые разные люди — начиная от студентов, которые ищут материалы для своих учебных работ, и заканчивая руководителями предприятий, ассоциаций, органов власти. В общем, все, кому интересна рыбная промышленность.

Напомню, что информация у нас очень разная: это и отраслевое законодательство, и информация от рыбохозяйственной науки (например, как развивается ситуация с теми или иными запасами водных биоресурсов), и сведения о назначениях либо кадровых перестановках. Есть и новости развлекательного характера, они тоже востребованы — о каких-то любопытных событиях у нас или за рубежом.

— Есть мнение, что новость в Интернете живет сутки. Вы с этим согласны?

— Нет, не согласна. И здесь опять же играет роль специфика нашего СМИ. Мы видим, что ин-

терес читателей вызывают в том числе и публикации годичной давности. Поэтому я думаю, что наша информация все-таки живет дольше: таков ее характер.

Понятно, что есть определенный процент публикаций, которые рассказывают об одномоментно интересных вещах. Это, например, новости о случаях браконьерства... Но в основном все-таки у нас долгоиграющая информация.

Fishnews дает большие возможности в плане работы с данными. Ведь рыбная отрасль — очень сложна, кто бы что ни говорил. Сложное регулирование, законодательство: достаточно открыть нормативные акты, и мы видим, что они многостраничные, с непростыми формулировками. Иногда это даже становится поводом судебных разбирательств, когда, например, госорган и предприятие спорят, каким образом трактовать тот или иной пункт.

Мне кажется, это огромное искусство — вести бизнес в отрасли, жестко зависимой и от природных факторов, и от государственного регулирования. Мало того что нужно иметь природный ресурс в необходимых объемах, надо еще, чтобы правовые механизмы вам позволяли работать.

Fishnews помогает своим читателям во всем этом разбираться. У нас действительно накоплен огромный архив, причем абсолютно открытый. И я бы хотела обратить внимание на систему рубрикации. Наши рубрики пользуются огромной популярностью — думаю, как раз за счет того, что они помогают людям находить нужную информацию. В разделах собраны материалы по темам за много лет.

Например, рубрика «Инвестиционные квоты» существует с 2016 года — уже восемь лет. То есть когда вышел закон о первом этапе инвестиционных квот, мы создали специальный раздел на сайте, и с тех пор туда собирается вся информация по теме. Здесь экспертные мнения, обзоры законодательства, интервью, репортажи об инвестиционных проектах, которые рыбопромышленные компании реализовывали или реализуют в рамках механизма инвестиционных квот. Сюда же, разумеет-

ся, поступает информация о втором этапе, который стартовал с прошлого года.

Аналогично работает рубрика «Крабовые квоты». В 2019 году появился принцип распределения крабовых квот на аукционах с инвестиционными обязательствами, но этому предшествовала большая предыстория, начало которой положило знаменитое письмо. Поэтому первая новость в рубрике была опубликована 20 ноября 2017 года!

— Я считаю, что Fishnews в какой-то степени можно назвать ресурсом здравого смысла. Он относительно объективен, так как на портале представлены все участники отрасли и все мнения.

— Ну, важно понимать, что объективность — это недостижимый идеал. Что касается непосредственно нашего издания — да мы стараемся работать с максимально большим количеством людей и давать максимально много полезной информации. Вообще, принцип полезности для читателя — основной для меня. Исходя из этого мы выстраиваем свою работу.

— Говоря о полезности, нельзя не упомянуть работу Fishnews по продвижению, проще говоря, рекламный блок.

— Продвижение с помощью наших ресурсов (газеты, журнала, сайта) — это работа с четко сегментированной аудиторией, адресная работа. В сентябре вышло интервью с генеральным директором медиахолдинга «Фишньюс» Яной ЯШИНОЙ, где она как раз подробно рассказала о стратегиях и возможностях продвижения в отраслевом СМИ. Там приводятся конкретные рекомендации, как максимально эффективно продвигать свой товар, услугу или личный бренд в рыбной отрасли.

— Fishnews — это еще и коммуникационная площадка для российской рыбной отрасли. Я имею в виду, конечно, проект Fishnews Online, которому уже пять лет.

— Да, Fishnews Online — это коммуникационно-информационная площадка. Проект родил-



Большое внимание редакция уделяет тематике продвижения рыбной продукции на российском рынке.
На фото — презентация категориального бренда «Дальневосточный минтай» на Международном рыбопромышленном форуме в Санкт-Петербурге, 2023 год

ся во времена пандемии, когда нельзя было в привычном режиме проводить встречи, переговоры, совещания. Мы создали онлайн-площадку и стали собирать экспертов отрасли и смежных сфер, чтобы обсуждать волнующие вопросы.

Потом пандемия закончилась, но проект рос и развивался. Он вышел за рамки онлайн-мероприятий: мы стали проводить и очные встречи, и мероприятия в гибридном формате, когда часть спикеров участвует онлайн, часть — офлайн. И это оказалось отличной возможностью пообщаться людям из разных регионов. Такая площадка позволяет и госслужащим, и представителям бизнеса быстро собраться и обсудить волнующие темы. А нам, разумеется, — мгновенно это осветить на сайте Fishnews. Это важное преимущество нашего медиахолдинга.

С помощью Fishnews Online мы усиливаем и внутриотраслевое взаимодействие, и коммуни-

кации со смежными направлениями. Мы проводили, например, обсуждение с судостроителями. За последнее время был ряд встреч с банковским сектором. Ведь все понимают, какую роль сейчас банки играют в жизни отрасли: предприятиям потребовались большие объемы финансовых средств для участия в распределении ресурса.

Также у нас в этом году стартовала прекрасная программа «Сильная переработка — гордость отрасли». Именно по результатам работы рыбоперерабатывающих предприятий рядовые россияне судят о том, как работает наша рыбная промышленность — не по цифрам общего вылова, а по товарам, которые люди видят на прилавках. Поэтому мы усиливаем информационную работу с рыбопереработкой. И, конечно, мы видим необходимость активизировать коммуникацию между разными участниками рынка — логистикой, переработкой, промыслом.

Fishnews старается вносить свой вклад в усиление этих связей.

— И часть этого вклада — организация встреч Координационного совета рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока?

— Да, он работает на площадке Fishnews Online уже около пяти лет. Решение вопросов рыбного хозяйства совместно с руководителями отраслевых объединений — это очень важно.

Ассоциации — весьма значимый участник отрасли, они помогают и в информировании, и во взаимодействии органов власти и предприятий, и в устранении каких-то разногласий между компаниями. От этого тоже никуда не деться, это выстраивание рынка. И я думаю, что ассоциации играют большую роль в цивилизованной работе рыбного хозяйства. Поэтому Fishnews активно взаимодействует с отраслевыми объединениями и продолжит это делать.

Владимир АНДРИАНОВ: Искусство трейдера — знать рынок и стимулировать его развитие

Путь рыбы от рыбака к переработчику выглядит простым только в теории, а на практике — между этими точками обычно лежат десятки тысяч километров пути и месяцы ожидания. Регулярность поставок товара на рынок невозможно обеспечить без участия трейдеров и дистрибьюторов, уверен генеральный директор компании «Мореодор» Владимир АНДРИАНОВ. В интервью Fishnews он рассказал о главных принципах работы компании, за счет чего удается справляться с санкционными вызовами и почему при продвижении рыбы не обойтись без первоклассного контента и современных технологий.





Владимир АНДРИАНОВ,
генеральный директор
компании «Мореодор»



— Владимир, за полтора десятка лет «Мореодор» стал одним из ключевых участников российского рыбного рынка. Расскажите подробнее, с чего начинался путь компании и к каким результатам вы пришли на текущем этапе?

— Наш путь начался в 2010 году с поставок на российский рынок импортной рыбной и мясной продукции. На этапе построения бизнеса мы искали как опытных специалистов, так и молодых, подающих надежды, и вкладывались в их обучение. В результате нам удалось создать сплоченную команду сильных профессионалов в самых разных областях — от закупок, продаж и логистики до маркетинга, аналитики, финансов и даже разработки собственного ПО.

Для нас очень важно поддерживать дружелюбную атмосферу в коллективе и помогать постоянному обучению и профессиональному росту наших сотрудников. Сейчас, когда компания входит в число основных игроков рыбного рынка с выручкой более 22 млрд рублей и товарооборотом более 56 тыс. тонн в год, мы с уверенностью можем сказать, что добились этого благодаря ставке на подготовку профессиональных кадров и наращивание внутренней экспертизы. Глубокое понимание рынка и команда — это то, чем мы гордимся.

Еще на этапе основания «Мореодора» его главной ценностью всегда были люди и их профессионализм. Многие работают в нашей компании длительное время. Ключевые личности и идейные вдохновители компании, такие как Вячеслав Владимирович КУРЫЛЕВ и Ренат Равильевич ГАБИДУЛЛИН, стоявшие у истоков проекта, до сих пор принимают участие в

прямом оперативном управлении, занимают ключевые посты и входят в совет директоров. Я же до сентября 2024 года, когда занял должность генерального директора, руководил отделом импортной логистики.

Все эти годы мы постоянно наращиваем и совершенствуем свои компетенции и знания о рыбном рынке. Подстраиваемся под него, поскольку рынок все время изменяется. Изучаем новые продукты, варианты доставки товара, способы покупки и оплаты, анализируем потреб-

Без трейдеров и дистрибьюторов невозможно построить рыбный бизнес. Одна из самых важных наших функций как трейдера — это создание и хранение за счет собственных финансовых средств запасов большого ассортимента рыбы и морепродуктов, с учетом сезонности промысла, и обеспечение равномерных поставок товара на рынок.

ности и современные привычки потребителей. Все это позволило нам значительно расширить ассортимент торговых позиций, который мы предлагаем нашим клиентам, и диверсифицировать нашу деятельность путем работы с российскими производителями и переработчиками.

Мы очень дорожим репутацией надежного партнера и

твердо держим свое слово при закупках и продажах. Нашим клиентам, а это более тысячи компаний из России и стран ближнего зарубежья, мы предлагаем самый обширный ассортимент — более 400 наименований продукции. При этом мы не боимся экспериментировать с новыми товарными позициями, новыми каналами сбыта, например, такими как цифровая торговля, которая применительно к рыбе имеет свою специфику.

— Кто ваши основные покупатели? В каком виде вы поставляете им продукцию? Она требует дальнейшей доработки или сразу может быть реализована конечному потребителю?

— Мы работаем со всеми каналами сбыта, с обширной географической базой клиентов и покупателей разного уровня. Это крупно- и мелкооптовые компании, и переработчики рыбы и морепродуктов, и дистрибьюторы, и интернет-магазины, и даже рынки.

Одной из особенностей нашего подхода к бизнесу также является выбор так называемого «основного партнера» для определенного канала сбыта, скажем, для сетевого ритейла или для HoReCa, и ключевого покупателя в некоторых географических локациях. С такими компаниями мы выстраиваем тесные, доверительные отношения и работаем, открыто обмениваясь информацией. Это помогает нам глубже понимать ситуацию в каждом канале сбыта и избегать потери времени и энергии. Нельзя охватить все. В зависимости от канала сбыта и географического положения в бизнесе есть огромное количество нюансов, поэтому мы делегируем часть полномочий нашим партнерам, предоставляя им наши возможности.



«Мореодор» предлагает своим клиентам рыбу и морепродукты со всего мира

Мы поставляем сырье производителям и рыбопереработчикам в российских регионах и в странах ЕАЭС. Поставляем товар через наших партнеров в категорию HoReCa и в сети, при необходимости производя его предварительную подготовку — дополнительную упаковку, разделку, глазировку, порционную фасовку товара. Кроме того, в нашем ассортименте есть и импортная расфасованная для розничной продажи продукция, которую мы также реализуем.

Мы не стремимся продавать товар под своим брендом, чтобы он мог быть интересен любому каналу сбыта, для любого участника рынка. Товар, продаваемый компанией «Мореодор», сам по себе является неким брендом, знаком качества.

— Получается, среди ваших покупателей не только российские предприятия?

— Все правильно. Мы поставляем рыбу российского производства, например, в Ка-

захстан, Белоруссию. До введения санкций делали пробные поставки российской рыбы в Испанию. Мы стремимся расширять географию, насколько это возможно, и развиваться в этом направлении.

Как трейдеры, мы всегда отслеживаем сигналы рынка, подстраиваемся под него и стараемся полностью удовлетворить спрос. Это может быть, как я уже говорил, дополнительная упаковка, если таков запрос рынка и покупателей. А могут быть поставки конкретного сырья, необходимого производителю готовой продукции в нужных ему объемах.

— Как представитель той самой «серой зоны», в которой никак не могут разобратся ФАС, Росрыболовство и прочие чиновники, как бы вы объяснили свою роль?

— Я не согласен с определением «серая зона», поскольку деятельность крупных трейдеров, как и большинства игроков

рыбного рынка РФ, абсолютно прозрачна и понятна для всех контролирующих органов, таких как Федеральная налоговая служба, Федеральная таможенная служба, Россельхознадзор, Роспотребнадзор, ветеринарная служба.

Без трейдеров и дистрибьюторов невозможно построить рыбный бизнес. Одна из самых важных наших функций как трейдера — это создание и хранение за счет собственных финансовых средств запасов большого ассортимента рыбы и морепродуктов, с учетом сезонности промысла, и обеспечение равномерных поставок товара на рынок.

Зачастую рыбопереработчики не могут позволить себе длительное хранение из-за недостаточных оборотных средств. Их инвестиции в производственные площади и оборудование сами по себе уже являются серьезной финансовой нагрузкой, поэтому для создания сырьевых запасов может не хватить финансирования.



При поставках на российский рынок импортной рыбы именно трейдеры выступают буфером от некачественной продукции

Рыбаки точно так же не хранят сырье в течение года от путины до путины: для них это равнозначно заморозке денег на неопределенный срок. Мы же делаем это за счет собственных оборотных средств, и только благодаря этому наши клиенты могут получить товар нужного им качества для своего производства или на полку.

При этом, когда мы аккумулируем запасы, то несем все риски, связанные с движением материальных потоков. Для мороженой продукции это, например, соблюдение холодовой цепи. Мы также берем на себя риски колебания цен, ведь ситуация на рынке за несколько месяцев может кардинально измениться.

Кроме того, при поставках на российский рынок импортной рыбы мы выступаем своего рода буфером от некачественной продукции. Потому что на мировых рынках мы ищем товары с нужным соотношением цены и качества и, только если уровень продукции соответ-

ствует нашим требованиям, покупаем ее. На этом поле нам приходится конкурировать с закупщиками из стран, где покупательная способность выше, за счет чего они могут позволить себе приобретать товары по более высокой цене.

Напомню, что в свое время именно трейдеры стали инициаторами обеления рынка поставок импортной рыбы. Мы были первыми, кто категорически не поддерживал занижение инвойсов при импорте, всегда выступали за реальные цены с безналичной оплатой, за прозрачный НДС. Мы ведем на 100% легальный бизнес и дорожим своей репутацией. Мне кажется, это важно как для нашего рынка, так и в целом для экономики России. Если все игроки будут придерживаться аналогичного подхода, думаю, вопросов о «серой зоне» больше не возникнет.

— **Рыбный союз в этом году начал публиковать ана-**

литику по структуре формирования наценки на рыбную продукцию. Насколько велик вклад трейдера в итоговую цифру?

— Если говорить о чистых цифрах, то в нашем секторе формируется до 12% наценки. Но в данном случае я бы разделил наценки на российскую и импортную продукцию. В разрезе отечественной рыбы можно говорить, что наценка колеблется от 3% до 7%, что очень мало при стоимости денег 2% в месяц и оборачиваемости товара два-три месяца. А более высокая — 10–12% — наценка в импорте должна покрывать валютные, логистические и прочие риски в товаре. При этом когда цена на товар начинает падать, мы можем продавать и в ноль, и даже в минус.

Помните о рисках, которые мы несем, когда, допустим, в путину выкупаем товар у наших поставщиков? Если путина оказалась рекордно успешной, рыбы добыли больше ожидае-

мого, цены падают — это наш риск. Поэтому 12% — это еще очень хороший результат, в реальности может быть намного меньше.

— Хотя головной офис «Мореодора» находится в Москве, у вас открыто несколько филиалов по стране. Для чего вам это понадобилось?

— Все просто: если у компании в нужное время в нужном месте нет необходимого товара в требуемом количестве — это упущенная выгода. Поэтому очень важно иметь исчерпывающий ассортимент в определенной географической локации. Но, конечно, есть и другие, менее очевидные причины.

Россия — очень большая страна, и в каждой локации сформировались свои привычки потребления, у покупателей есть определенные предпочтения, которые нужно обеспечивать подходящим ассортиментом. Несмотря на сложные экономические условия, рыбный рынок продолжает развиваться, в регионах постепенно растет объем потребления рыбы и морепродуктов. Все больше людей по тем или иным причинам включают их в свой рацион, и этот тренд наиболее выражен именно в статистике потребления на региональном уровне.

Например, доставка рыбы из Москвы в отдаленные регионы связана с дополнительными временными затратами и затратами на логистику, а также рисками потери качества товара при транспортировке. Нужно иметь локальные запасы сырья, объемы, ассортимент и мощности для хранения — для местных производителей или торговых сетей.

Чтобы расширить географию присутствия компании на региональных рынках, мы приняли решение открыть филиа-

лы в Санкт-Петербурге, Владивостоке и Нижнем Новгороде. Они действуют как обособленные подразделения, но контроль осуществляется из центрального офиса. Кроме того, у нас также существуют дружественные компании в Крыму, Краснодаре, Калуге, Ульяновске.

Это позволяет нам сканировать региональные рынки и выявлять потребности и возможности для развития нашего бизнеса, в том числе в закупках и продажах. Например, имея

В нашем ассортименте более 400 наименований продукции, и выделить среди них ключевые товары очень сложно. Трейдерский рыбный бизнес никогда не повторяется. Не существует одинаковых месяцев, лет и состояний рынка. Всё всегда в постоянном движении. Наша задача — в целом понимать рыночные процессы и держать руку на пульсе.

представительство на Дальнем Востоке, мы получаем более выгодные предложения от местных поставщиков рыбопродукции (а в Санкт-Петербурге, соответственно, от мурманских рыбопромышленников) и заблаговременно считываем сигналы и колебания рынка для лучшего его понимания.

Кроме того, филиалы помогают контролировать непрерывность холодовой цепи поставки продукции, а значит, и качество рыбной продукции на максимальном приближении к конечному потребителю.

— Вы уже сказали, что работаете как с импортной, так и с российской рыбой и морепродуктами. В каком соотношении они находятся? И как оно менялось во времени?

— Рынок меняется постоянно, и мы реагируем на эти изменения. Например, если говорить о красной рыбе, за последние пять лет импорт атлантического лосося из Чили упал почти вдвое. Но мы нашли достойную замену: одну часть объема заменила более доступная форель из Турции, Китая и других стран, а другую — рыба с Дальнего Востока. Тихоокеанские лососи — горбуша, кета, голец, кижуч, нерка — тоже присутствуют в нашем ассортименте, и мы их активно продвигаем.

Что касается соотношения российской и импортной продукции, эта пропорция разнится, поскольку рынок находится в движении: год от года ситуация меняется в зависимости от цены, конъюнктуры рынка, предпочтений потребителя и даже наших финансовых возможностей. В среднем доля российской продукции может составлять от 30% до 50%. Наша компания работает со всеми ключевыми производителями рыбной продукции и рыбодобывающими компаниями Дальнего Востока, Мурманска, Якутии, Карелии, Астраханской области и Республики Крым. Мы безмерно ценим наши отношения с поставщиками и постоянно их развиваем.

— **Последние четыре года стали для импортеров настоящим вызовом: сначала ковид и спровоцированный им логистический коллапс, потом санкции. Как это повлияло на деятельность «Мореодора»?**

— Для компании этот период, действительно, был непростым, но мы смогли перестроиться. Под влиянием ковида были изменены многие бизнес-процессы, например, часть сотрудников перешли на удаленный формат работы.

После введения санкций, как вы знаете, некоторые поставщики отказались продавать свой товар в Россию, многие мировые перевозчики перестали доставлять грузы в российские порты, а западные банки прекратили проводить платежи из нашей страны. Естественно, нам пришлось полностью перестраивать логистические маршруты и прокладывать новые. Например, приоритетным направлением стал Дальний Восток, но мы продолжаем возить грузы и через порты Санкт-Петербурга, Новороссийска. Приходится постоянно мониторить ситуацию с доставкой продукции, отслеживать оптимальные маршруты, искать устраивающее нас соотношение цены и качества.

Нам удалось найти достойную замену «выпавшим» западным товарам, в том числе у российских производителей. Например, популярную на рынке импортную гренландскую креветку мы заменили на северную, которая добывается в Мурманске, и очень успешно ее продаем.

Для противодействия финансовым санкциям мы были вынуждены изменить способы оплаты товара зарубежным поставщикам, что также потребовало дополнительных усилий.

Конечно, всей команде пришлось работать интенсивно, в стрессовом режиме. Но в целом компания, я считаю, прошла этот период с минимальными потерями.

Хочу сказать, что вызовы для нашего бизнеса, конечно, не закончились, поскольку сейчас стремительно дорожают кредитные средства на фоне продолжающегося ужесточения вторичных финансовых санкций западных стран, которые напрямую влияют на скорость хождения денег. Это не позволяет нам расслабиться,



В условиях санкций импортеры смогли найти достойную замену выпавшим из ассортимента видам рыбной продукции

а наоборот, мобилизует, и мы постоянно работаем над решением этих проблем.

— **С какими странами вы сейчас работаете как импортеры? И какая продукция едет на российский рынок?**

— «Мореодор» поставляет продукцию более чем из 20 стран. География работы обширна: это страны АТР, Иран, Саудовская Аравия, государства Африки, Южной Америки, страны БРИКС, страны, входящие в ЕАЭС. Раньше мы также покупали товар в Новой Зеландии и Гренландии, но после введения санкций это стало невозможным. Сейчас мы развиваем контакты и налаживаем прямые поставки рыбной продукции из других государств.

Мы открыты к сотрудничеству со всеми странами, лояльно настроенными к России и продолжающими с нами деловые отношения.

Если говорить о конкретных ассортиментных позициях, то их довольно много. Например, аргентинский хек, различные морепродукты — мидии, клемы, устрицы. Также мы поставляем экзотических рыб, которые не водятся в наших морях, что помогает обеспечить большой выбор, удовлетворяя потребности различных категорий потребителей.

— **«Мореодор» гордится широтой своего ассортимента. Какие категории вы считаете ключевыми для бизнеса компании? Есть ли продукция, которую можно найти только у вас?**

— Как я уже сказал, в нашем ассортименте более 400 наименований продукции, и выделить среди них ключевые товары очень сложно. Трейдерский рыбный бизнес никогда не повторяется. Не существует одинаковых месяцев, лет и состояний рынка. Всё всегда в постоянном движении. Наша задача — в целом понимать рыночные процессы и держать руку на пульсе. Поэтому мы делаем прогнозы на три месяца, иногда на год, стараемся выявить наиболее интересные позиции и точно вложить туда средства.

Понятно, что мы постоянно поддерживаем на складах определенный объем красной рыбы в разных ее видах, продвигаем и поставляем белую столовую рыбу — минтай, хек, навагу, корюшку, хоки, бротолу, предлагаем рынку традиционные и различные экзотические морепродукты. Если говорить об эксклюзивах, только у нас можно купить креветку карабинерос, рыбу-меч,

рыбу-попугая, конгрио, вонголе, марлина, барабульку, клыкача, альбакора или угольную рыбу.

Что касается ассортимента, мы любим экспериментировать и тестировать новые для рынка товарные позиции. В свое время именно мы развили не один десяток новых для российского рынка позиций — аргентинскую креветку, целые мидии, вонголе, гребешка на раковине, клыкача и других. Могу только посоветовать и далее следить за нашим прайс-листом, ведь мы не перестанем удивлять новинками.

— Есть ли у вас собственная переработка продукции или планы по ее развитию?

— Мы постоянно задумываемся об этом, поскольку сейчас много людей живет в городах с высоким ритмом жизни и нехваткой свободного времени. Мы видим, что растет популярность потребления вкусных и качественных готовых рыбных блюд или полуфабрикатов.

Сейчас у нас есть долгосрочные партнерские отношения с предприятиями, осуществляющими фасовку рыбной продукции и производящими готовую продукцию. Есть площадки, где мы перерабатываем товар по давальческой схеме.

Но, конечно, есть у нас и мечта когда-нибудь создать автоматизированное и роботизированное предприятие полного цикла по производству готовых блюд и полуфабрикатов из рыбы и морепродуктов. Первые шаги в этом направлении мы делаем уже сейчас: вкладываемся в развитие экспертизы молодых сотрудников. Мы усилили команду разработчиками ПО и цифровых продуктов, аналитиками и маркетологами. Активно развиваем веб-инструменты, внедряем самые современные методики управления данными.

— В этом году правительство утвердило «дорожную карту» по повышению потребления рыбной продукции. Как вы оцениваете предложенные меры? Принимаете ли вы участие в проектах по продвижению рыбы и морепродуктов?

— Я считаю принятие такой программы важным решением. Для нашей компании популяризация потребления рыбы и морепродуктов, особенно среди молодежи, является одной из важных задач.

В плане информирования населения для нас, как и для государственных ведомств, перспективными выглядят два направления. Первое — это работа с молодежью. Нужно доносить до молодой аудитории важность следования принципам здорового питания, в число которых входит потребление достаточного количества рыбы и морепродуктов. И второе — это распространение с помощью удобных для целевой аудитории каналов простых в исполнении рецептов, которые не требуют больших затрат времени и сил на разделку и приготовление рыбы.

Обычно B2B-сегмент считается более консервативным по сравнению с B2C в плане внедрения цифровых технологий в продажах. Но за последние два года ситуация кардинально поменялась. Мы уверены, что сегодня индикатором современной компании и инструментом повышения продаж является качественный контент, сопровождающий товары. Почти 70% всех продаж среди молодежи имеет цифровую компоненту. Я говорю о рынке в целом, не только о рыбной продукции. Молодое поколение смотрит такой контент и доверяет ему. Поэтому мы, как любая идущая в ногу со временем компания, расширяем цифровое и аналитическое направление своей деятельности.

Сейчас мы работаем над проектом, который поможет обучать как конечного пот-

ребителя, так и дистрибьюторов, поваров и всех желающих работать с нашим продуктом в открытых каналах. Это своего рода образовательный центр нового формата, где можно будет узнать секреты разделки рыбы и морепродуктов, научиться правильно их подбирать и готовить. Цель проекта — донести важность осознанного подхода к питанию и научить людей получать удовольствие от вкуса хорошей рыбы.

Мы также ведем активную информационную работу в отношении видов рыбы и морепродуктов, которые на сегодняшний день не слишком популярны у россиян. Это те же самые клемы, устрицы, мидии. Культуру потребления таких продуктов нужно формировать сейчас. И мы это делаем с помощью доступного контента, который распространяем через свой сайт, а также популярные приложения и сервисы — Telegram, Rutube, YouTube, «Дзен», «ВКонтакте» и другие.

Кроме того, на рыбной выставке в Санкт-Петербурге в сентябре мы подписали соглашение с рынком «Москва — на волне» о продвижении рыбы и морепродуктов под их брендом в магазинах.

— А насколько такие единичные проекты, как «Москва — на волне», эффективны в плане популяризации рыбы? Объемы продаж там все-таки сравнительно небольшие.

— Я считаю, что любые массовые мероприятия по продвижению и популяризации потребления рыбы и морепродуктов в той или иной степени полезны. У каждого из них есть своя аудитория, поэтому чем этого больше, тем лучше. Лучше для всех: и трейдеров, и производителей, и переработчиков, и добытчиков рыбы. А самое главное — лучше для конечных потребителей, простых людей, которые любят рыбу и морепродукты.

GLOBAL FISHERY FOR SEAFOOD EXPO RUSS



Иван ФЕТИСОВ,
генеральный директор
Expo Solutions Group



Иван ФЕТИСОВ: Форум и выставка растут органично

В сентябре в Санкт-Петербурге состоялись Международный рыбопромышленный форум и Выставка рыбной индустрии, морепродуктов и технологий (Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia). Оператором этих мероприятий традиционно была Expo Solutions Group. Генеральный директор ESG Иван ФЕТИСОВ в интервью Fishnews рассказал, как развиваются форум и выставка в Северной столице, а также как продвигают российские рыбу и морепродукты в Циндао и на других зарубежных площадках.

— Форум и выставка в Санкт-Петербурге прошли уже в седьмой раз. Иван Андреевич, каких целей удалось достичь за этот период? Насколько изменились мероприятия с первого года их проведения?

— Для наших постоянных участников и посетителей, в том числе для многих читателей Fishnews, изменения вполне очевидны. Если в 2017 году количество экспонентов составляло порядка 200, то в этом году свою продукцию и услуги представило 423 компании из России, Китая, Индии, Вьетнама, ЮАР, Венесуэлы, Саудовской Аравии, Турции и других стран. Участие в работе форума и выставки приняли почти 20 тысяч специалистов рыбохозяйственного комплекса и его инфраструктуры.

Не менее важно для нас расширение тематики разделов, дополняющих как экспозицию, так и деловую программу. Мы очень довольны таким ростом, при этом с особенной теплотой относимся к тем предприятиям, которые ежегодно принимают участие с самого начала.

Форум и выставка как живой организм, который, с одной стороны, реагирует, а с другой — направляет процессы в рыбной отрасли. Мы очень благодарны коллегам из Федерального агентства по рыболовству и его руководству за постоянную помощь в развитии, в поиске главных тем отраслевой повестки и широту предлагаемых решений. Также ESG ценит роль отраслевых объединений: важное участие в формировании деловой про-

граммы принимают специалисты из Всероссийской ассоциации рыбопромышленников (ВАРПЭ), Ассоциации судовладельцев рыбопромыслового флота (АСРФ), Рыбного союза, Отраслевой судостроительной ассоциации. Выработать эффективные и реализуемые решения нам помогают эксперты: представители рыбохозяйственной науки и международных организаций. Отдельное спасибо отраслевому сообществу, рыбопромышленникам, рыбопереработчикам и трейдерам, судостроителям и логистическим операторам — всем, кто участвует в жизни рыбохозяйственного комплекса, а значит, и наших мероприятий.

Отмечу также значимость объединенных региональных экспозиций, которые ежегодно организуют Архангельская, Астраханская, Мурманская, Ростовская, Новгородская, Калининградская, Сахалинская области, Приморский и Хабаровский края, город-герой Севастополь, Ямало-Ненецкий автономный округ, Республика Татарстан. Мы хотим сказать спасибо главам этих субъектов: многие из них принимают личное участие в форуме и выставке.

Благодаря помощи в подготовке и проведении форума и выставки представителей всех сфер отрасли и собственному опыту нам удается каждый год в дополнение к стратегическим вопросам развития внедрять практико-ориентированные форматы. Они помогают бизнесу участников расти, становиться более эффективным, привлекать клиентов и находить новых партнеров.

— Такое развитие мероприятий соответствует вашим целям?

— Главное — форум и выставка растут органично. Новые экспоненты привлекают дополнительных целевых посетителей. Так мы одновременно расширяем тематику и аудиторию мероприятия и сохраняем его профессиональную составляющую.

Например, важным дополнением в этом году стало участие АО «Росагролизинг». Хорошими темпами растет раздел упаковки, который связан и с переработкой, и с логистикой, и с ритейлом. Еще одна точка притяжения — сектор аквакультуры, тут мы видим потенциал для организации отдельного павильона.

Кроме того, мы внедряем новые форматы и проверяем их эффективность. Таким проектом в этом году стала специализированная экспозиция, объединившая производителей промышленного оборудования, участников индустрии судостроения и судоремонта для флота рыбной отрасли. Результаты первого года проведения продемонстрировали высокий интерес к новому проекту у профильной аудитории. Так, примерно 20% от всех посетителей форума и выставки интересовались именно спецэкспозицией.

Участники также отметили высокий профессионализм организации профильной деловой программы. Для нас это особенно важно, поскольку мы понимаем всю сложность задач, которые сегодня решает сегмент промышленного судостроения, и радуемся, что наши подходы демонстрируют эффективность. При этом нам важно сохранить общую рамку форума и выставки для проектов, составляющих единое целое.

— Но среди всех проектов есть и те, которые проходят как самостоятельные мероприятия, например Cold Chain Eurasia?

— Да, особенность Международной конференции по непрерывной холодильной цепи Cold Chain Eurasia в том, что мероприятие не фокусируется на рыбной продукции, а эксперты-участники рассматривают ее как одну из категорий грузов, для которой необходимы собственные условия логистики. Два года назад мы с партнерами из Международного координационного совета по трансъевразийским перевозкам

(КСТП) и Ассоциации организаций продуктового сектора (АСОРПС) приняли решение идти от общего к частному: внедряя непрерывную холодильную цепь в целом, мы стремимся улучшить в том числе и рыбную логистику.

В то же время вопросы хранения и транспортировки рыбной продукции заняли важное место и в рамках основной программы форума и выставки. В первый день, 17 сентября, актуальную тему по логистике рыбного скоропорта подняли наши партнеры из авиакомпании «Волга-Днепр». Также состоялся профильный круглый стол с участием представителей Росрыболовства, АСРФ, терминала «Сероглазка», «Дальрефтранса» (FESCO), Мурманского морского рыбного порта.



АТР, Ближний Восток и Латинская Америка — сегодня это главные направления сотрудничества для нашей рыбной отрасли

Этих же вопросов коснулись в рамках круглого стола по промышленному обеспечению рыбной отрасли, который проходил во второй день мероприятий.

Модернизация портовой и всей логистической инфраструктуры — очень востребованное направление развития отрасли, которому мы уделяем особое внимание. Этому способствуют планы по созданию складско-распределительных центров в рамках инвестиционной кампании. Такая перспектива предполагает новые подходы к строительству и эксплуатации логистических комплексов с применением принципов частно-государственного партнерства.

— Какие еще важные темы удалось обсудить на форуме и

выставке? Что было нового в деловой повестке?

— Хочу отметить развитие международной составляющей мероприятий — как в качественном, так и в количественном отношении. В прошлом году форум и выставку впервые посетила китайская делегация государственной корпорации «Ляоюй». Лично убедившись в перспективах работы с российскими отраслевыми предприятиями, в этом году она представила обширную экспозицию, а председатель корпорации господин ЛЮЙ Даян принял участие в двусторонней бизнес-сессии в рамках деловой программы. Также в сессии участвовал вице-президент и генеральный секретарь китайской отраслевой ассоциации China Aquatic Products Processing and Marketing Alliance (CAPPMA) господин СЮЭ Гуан Ван.

Общее количество китайских участников выставки возросло до 30 предприятий, но это не единственное перспективное направление зарубежного сотрудничества. Мы довольны тем, как развиваются наши деловые контакты с представителями отрасли из Саудовской Аравии, Омана и других стран Ближнего Востока. К тому же впервые участие в выставке приняло Управление по развитию экспорта рыбы и морепродуктов (MPEDA) при Министерстве торговли Индии. Кроме того, с представителями Индии и Саудовской Аравии были организованы двусторонние бизнес-сессии. Еще хочу отметить участие наших партнеров из Венесуэлы с презентацией об актуальном состоянии и перспективах сектора рыболовства и аквакультуры республики.

В целом сегодня это главные направления сотрудничества для нашей рыбной отрасли: АТР, Ближний Восток и Латинская Америка. Не стоит забывать и об океане возможностей, которые наша рыбохозяйственная наука исследует сейчас у африканского побережья.

— Африка — действительно очень интересное направление, к тому же на ваших ресурсах ранее была опубликована аналитика местных рыбных рынков. К каким еще способам развития международного сотрудничества вы прибегаете?

— Наша работа не прекращается в течение всего года, а форум и выставка в Санкт-Петербурге представляют ее результаты. Если говорить об Африке, то в феврале вновь состоится крупнейшая в регионе рыбохозяйственная выставка Salon Halieutis, которая раз в два года проходит в Марокко. Именно в это время судно «Атлантниро» будет вести научно-исследовательскую деятельность в исключительной экономической зоне королевства, заходя на стоянку в порт Агадир, так что нас там уже ждут.

В целом участие в зарубежных выставках — это очень важный инструмент развития международных контактов. В конце октября состоялась крупнейшая выставка рыбной промышленности Китая, которая ежегодно проходит в Циндао. В прошлом году участие помогло нам рассказать коллегам из КНР об их перспективах на российском рынке, а в этом мы сфокусировались на продвижении достаточно интересной продукции: крабов-стригунов и икры минтая. ESG решила пойти по сложному, но действенному пути: в дегустационной зоне китайские повара готовили как традиционные, так и современные аутентичные азиатские блюда с использованием российского сырья, а все гости смогли попробовать их лично. Даже заместитель министра сельского хозяйства КНР остался доволен таким радушным приемом.

Но это не вся наша деятельность. В течение всего года мы проводим встречи как с бизнесом, так и с представителями профильных ведомств разных стран из числа наших потенциальных партнеров, чтобы найти точки соприкосновения и подобрать наиболее эффективные и интересные обеим сторонам форматы сотрудничества. И эти переговоры дают свои результаты.

Мы не ограничиваемся арендой выставочной площади, а ищем спрос на продукцию наших клиентов в разных странах, регионах и городах, определяем конкурентные преимущества, и на основании этого анализа вырабатываем оптимальные коммерческие условия. А выставки являются тем инструментом, который помогает наиболее эффективно войти на новые рынки и закрепиться на них, особенно для сбыта продукции глубокой переработки с высокой добавленной стоимостью.

— То есть следующий выставочный год вы начнете в Марокко. Какие категории участников представят на Salon Halieutis нашу рыбную отрасль в этот раз?

— Логично, что основу экспозиции составят участники, которые могут предложить востребованные на африканских рынках продукты промысла: сардину, сардинеллу, северную путассу, скумбрию, ставриду, жирную сельдь. О потребностях местных рынков мы ранее уже рассказали в одном из исследований, которые опубликованы в нашем телеграм-канале. ESG продолжит делать такие обзоры.

Однако, как и на других зарубежных выставках, мы стараемся представлять на Salon Halieutis разнообразную экспозицию, включающую



В Циндао российский павильон объединил свыше 50 участников, а его площадь достигла 1500 кв. м

также поставщиков рыбного жира и муки, производителей оборудования и разработчиков новых технологий. Такой подход очень важен для имиджа российской рыбной отрасли в мире и зачастую позволяет участникам добиваться неожиданных результатов.

В то же время решение об участии нужно принимать, исходя из экономической целесообразности. Представление экспозиции — это один из инструментов продвижения, очень важный, но не единственный, который мы используем в своей работе. Комплексный подход к реализации целей наших участников помог ESG за время организации конгрессно-выставочных мероприятий заручиться поддержкой постоянных клиентов — ей мы дорожим больше всего. Именно поэтому нам

важно, чтобы такие участники были представлены на тех площадках, где их продукция и услуги окажутся востребованными. Это позволит получить результаты: новых клиентов и партнеров.

— Если вкратце — кому из предприятий российского рыбохозяйственного комплекса вы бы рекомендовали обратить внимание на Salon Halieutis?

— В первую очередь поставщикам рыбной продукции, заинтересованным в африканских рынках, причем этот интерес уже взаимный и в дальнейшем будет только возрастать. Мы уверены, что результаты Большой африканской экспедиции ВНИРО позволят значительно нарастить объемы вылова и укрепить связи между российскими экспортерами и местными потребителями. Со своей стороны, мы уже давно работаем и продолжаем активно развивать наши контакты с COMHAFAT/ATLAFCO — Организацией Конференции по сотрудничеству в области рыболовства среди министерств африканских государств, граничащих с Атлантическим океаном, она объединяет 22 государства.

Особый упор в Африке ESG делает на такие страны, как Замбия, ЮАР, Египет, Гана, а также Кот-д'Ивуар и Камерун, в которых уровень импорта рыбной продукции достигает 80%. За время работы в регионе мы заметили, что местные власти активно поддерживают деятельность в сфере продовольственного обеспечения, особенно на фоне постоянного роста населения и повышения его благосостояния.

Помимо привычных для африканского рынка путассу, ставриды и скумбрии, мы ориентируемся и на другие виды, в том числе минтай. У ESG уже есть опыт работы с потребительскими привычками, и здесь он оказался очень полезен. Так, совместными усилиями мы стремимся наладить взаимодействие бизнеса стран Африки с РФ и сформировать наиболее актуальную для региона цепочку поставок продукции российского промысла.

С другой стороны, местные рыбопромышленники также заинтересованы в строительстве новых мощностей для промысла и переработки рыбы и морепродуктов. Поэтому африканскому рыбному бизнесу в перспективе могут быть очень

полезны решения, разработанные нашими предприятиями.

Отмечу, что аудитория Salon Halieutis не ограничивается странами Африки. Мы говорили об этих возможностях, например, с коллегами из Омана, которые участвовали в выставке в Санкт-Петербурге, — группой Fisheries Development Oman, объединяющей как рыбопромышленные, так и процессинговые компании, а также рыболовные хозяйства. Гости из Омана высказали высокую заинтересованность в сотрудничестве с российскими производителями оборудования, но для сближения позиций, выработки конкретных мер по взаимодействию очень важно обеспечить прямой диалог между сторонами.

Многие наши клиенты заранее не знают, какие направления могут стимулировать их бизнес и принести дополнительную прибыль, а мы проводим анализ, чтобы подсказать это. Так или иначе, возможностей для развития российской рыбной отрасли становится больше.

— Именно для этих целей новые категории участников присоединились к российской экспозиции на выставке в Циндао. Насколько успешным оказался для них новый опыт?

— Мероприятие прошло совсем недавно, поэтому отзывы мы собрали, что называется, по горячим следам. Так, компания «Морские комплексные системы» стала первым отечественным производителем оборудования на этой выставке. Это многого стоит, и я уверен, что соглашения, заключенные в Циндао, позволят коллегам лучше понять как потребности клиентов, так и собственные возможности, которые предприятие способно реализовать во взаимодействии с новыми партнерами.

Другой новый участник выставки — авиакомпания «Волга-Днепр», представители которой уже посещали мероприятие в прошлом году. Они сообщили, что в этот раз провели предметные переговоры не только с потенциальными клиентами из Китая, Малайзии, Индонезии, Вьетнама, но даже с представителями ближневосточных государств.

Не могу обойти вниманием участие Владморрыбпорта, для которого рынки КНР и других стран Азиатско-Тихоокеанского региона, безусловно, являются ключевыми направлениями.

Экспозиция расширяется, организаторы идут нам навстречу — как

в вопросах увеличения площади национального павильона России, так и в части предоставления новых возможностей по продвижению. Всё вместе это, конечно, играет на руку нашим клиентам, эффективность их участия растёт. Немаловажную роль играет и период, выбранный нашими китайскими коллегами для проведения выставки. Она, напомним, всегда проходит в конце октября — начале ноября, и на это есть свои причины.

— С чем связан выбор такого периода в первую очередь?

— Первый аргумент, который приводят наши партнеры из КНР, связан с волатильностью цен на рыбную продукцию в сезон путины и их стабилизацией ближе к концу октября. От стоимости товаров за-



Краб — один из символов России на China Fisheries and Seafood Expo

висят как позиции на переговорах, так и устойчивость поставок.

Это довольно мудрая позиция, но у нас есть и свои аргументы, возможно, даже более важные для российских предприятий. Учитывая, что аудитория выставок в Санкт-Петербурге и Циндао отличается, эти два мероприятия позволяют их экспонентам решать разные задачи. Участие в выставке в Санкт-Петербурге в большей степени связано с внутренним рынком и отдельными экспортными направлениями, которые мы разрабатываем в координации с разными структурами отечественного рыбохозяйственного комплекса. А площадка в Циндао направлена преимущественно на рынок Китая и других стран АТР, сегодня являющийся главным направлением для зарубежных поставок рыбы и морепродуктов из России.

Таким образом, проведение обоих мероприятий в октябре поможет участникам решить все свои задачи сразу: как по внутреннему рынку,

так и в части экспорта. А для клиентов, заинтересованных в выходе на определенные рынки, например в Африке, есть свои уникальные площадки.

— То есть для системного развития нашей отрасли нужна лучшая координация графика выставок в России и за рубежом?

— Я уже говорил ранее, что рост нашей аудитории не ограничивается увеличением площади экспозиции. Как у любого значимого мероприятия, у выставки сложилось уникальное сообщество, которое формирует собственные запросы. Нам, в свою очередь, важно обеспечивать равные и одинаково удобные условия для всех категорий участников и посетителей, учитывая общий контекст развития всей отрасли. Это стало еще одним аргументом в пользу выбора дат проведения форума и выставки в октябре следующего года, а не в сентябре, как многие, да и мы сами, уже успели привыкнуть.

— В завершение хотелось бы услышать оценку выставки в Циндао, что называется, из первых уст. Какими достижениями отметились наши участники? Есть ли куда еще расти?

— Российский павильон объединил свыше 50 участников, а его площадь достигла 1500 кв. м. Как всегда на выставках в Циндао, именно у нас было вкуснее всех и больше всего посетителей, для которых организовали дополнительные дегустации в зоне Seafood Show Area.

Безусловно, выставка прошла для участников из РФ очень успешно. Но какой бы яркой и масштабной ни была российская экспозиция в этом году, она все еще не отражает полностью огромный потенциал нашей рыбной отрасли и нашей страны.

Как и в Санкт-Петербурге, меня лично очень радует системный подход, который стал преобладать при формировании национального павильона: новые поставки от наших рыбопромышленников обеспечиваются логистической инфраструктурой отечественных предприятий. Это очень важно для конкурентоспособности рыбного хозяйства России и продолжения его поступательного развития — в любых условиях, пусть даже динамичных. Ведь мы уже доказали, что для нас, ради связи поставщиков с потребителями, нет места искусственным преградам, как нет границ для рыбы в океане.



22-24
ОКТАБРЯ '25
— САНКТ-ПЕТЕРБУРГ —



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО РЫБОЛОВСТВУ

GLOBAL SEAFOOD FISHERY FORUM EXPO RUSSIA

FISHERY • AQUACULTURE • PROCESSING

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫБОПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ
И ВЫСТАВКА РЫБНОЙ ИНДУСТРИИ, МОРЕПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

ПЕРИОДИЧНОСТЬ:
ЕЖЕГОДНО
ПЛОЩАДЬ:
26 000 м²

ПОСЕТИТЕЛИ:
19 367 СПЕЦИАЛИСТОВ
ИЗ **83 РЕГИОНОВ РОССИИ**
И **76 СТРАН МИРА**

УЧАСТНИКИ:
423 КОМПАНИИ
ИЗ **43 РЕГИОНОВ РОССИИ**
И **13 СТРАН МИРА**



ОТРАСЛЕВОЙ
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ОПЕРАТОР

EXPO SOLUTIONS GROUP

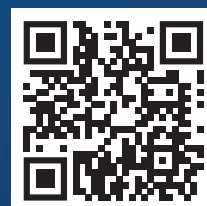
+7 (495) 215-06-75

INFO@RUSFISHEXPO.COM



T.ME/SEAFOODEXPORUSSIA

WWW.SEAFOODEXPORUSSIA.COM



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

На правах рекламы



Валерий ЛИМАРЕНКО,
губернатор
Сахалинской области



Валерий ЛИМАРЕНКО: Поддержка со стороны региона призвана раскрыть потенциал отрасли

Рыбная отрасль остается для Сахалинской области стратегическим направлением. Такой акцент делают власти региона. Губернатор Валерий ЛИМАРЕНКО в интервью журналу «Fishnews — Новости рыболовства» рассказал о господдержке, которая оказывается рыбопромышленным предприятиям региона, о ходе реализации инвестиционных проектов и работе по развитию кадровой и научной основы рыбного хозяйства.

— Завершается очередной год, и для рыбной отрасли он стал непростым. Валерий Игоревич, расскажите, пожалуйста, с какими результатами к его окончанию подходят рыбопромышленные предприятия Сахалинской области? Каков общий вылов и объемы добычи основных промысловых объектов?

— В этом году рыбаки Сахалинской области добились роста вылова. За январь-октябрь предприятия нашего региона уже преодолели планку в 700 тыс. тонн: к концу октября было поймано 715,6 тыс. тонн — больше, чем за тот же период 2023 года. Всего в этом году ожидается вылов 780 тыс. тонн. При этом за 2023 год было добыто 774,5 тыс. тонн водных биоресурсов.

Положительную динамику показывает добыча основных промысловых объектов: минтая наши предприятия поймали 405,6 тыс. тонн (прибавка 5,3%), вылов сельди вырос на 20,7% и составил 69,1 тыс. тонн. Вносит Сахалинская область вклад и в общероссийские уловы сардины-иваси: этой рыбы наши суда добыли 59,2 тыс. тонн — на 15,9% больше, чем за тот же промежуток 2023 года. Растет вылов не только рыбы, но и морепродуктов.

Говоря о результатах работы рыбохозяйственного комплекса Сахалинской области, конечно, нельзя не остановиться на показателях лососевой путины. В нынешнем году тихоокеанских лососей добыто порядка 73,7 тыс. тонн, в том числе в рамках товарной аквакультуры — 20,8 тыс. тонн. Уловы оказались ниже прогнозной величины (это касается не только Сахалинской области, но и всего Дальнего Востока в целом), однако мы по-прежнему занимаем второе место по объемам добычи лососей в стране.

Хотелось бы отметить, что предприятия области нарастили выпуск рыбной продукции: к началу сентября произведено 347 тыс. тонн на сумму 67,5 млрд рублей — рост на 13,4%. Наши рыбопромышленники выпускают в том числе и продукцию глубокой переработки: так, производство филе прибавило 39,9%.

Ежегодно отраслевые компании перечисляют в консолидированный бюджет области более 5 млрд рублей.

— Предприятия региона в этом году приняли участие в отборе проектов для участия в программе инвестиционных квот вылова второго этапа. Причем компании выразили готовность построить как береговые заводы, так и флот. Как продвигается реализация этих проектов? Что они дадут экономике региона и отрасли?

— Компании Сахалинской области воплотили в жизнь целый ряд проектов в рамках первого этапа программы инвестиционных квот: новые предприятия

Компания «Курильский рыббак» (ГК «Гидрострой») уже выполнила взятые на себя обязательства по второму этапу программы «квот под инвестиции»: введены в строй предприятия на Итуруп и Шикотане. А это новые рабочие места, налоговые отчисления, рыбная продукция. Это инвестиционный вклад в развитие островов.

Компания «Гавань» (также входит в группу «Гидрострой») продолжает реализацию проекта по строительству рыбоперерабатывающего комплекса в селе Озерское Корсаковского района. Предприятие планируется запустить до конца следующего года.

Четвертый проект, заявленный в нашем регионе в рамках второго этапа инвестквот, — перерабатывающий комплекс рыбокомбината «Островной». Этот завод предполагается ввести в эксплуатацию в 2029 году.

Также наши компании приняли на себя обязательства по строительству флота, внося свой вклад в развитие отечественного судостроения и обновление основных фондов отрасли. «Островной-Краб» по итогам аукциона по распределению долей квот, проходившего в прошлом году, должен построить четыре краболовных судна. Рыбокомбинат «Островной» в рамках второго этапа инвестквот реализует проекты по строительству двух рыбопромысловых судов. Также этот инвестор прошел отбор с проектами по созданию двух транспортных рефрижераторов — а это уже вложения в логистику и доставку рыбы.

Наши предприятия берутся за очень серьезную работу. Их проекты обеспечивают движение вперед не только рыбной промышленности, но и связанным с ней отраслям: судостроению, производству оборудования и инженерингу.

— Еще одна важная тема — любительское рыболовство. Вы предложили увеличить количество экземпляров горбуши, которое можно добывать в Сахалинской области без путевок, с трех до пяти. Не помешает ли это сбережению рыбных ресурсов?



По традиции рыбацкий фестиваль «Сахалинский лед» собирает в феврале участников и гостей на реке Найба в Долинском районе. В прошлом году на мероприятие прибыло почти 3 тыс. гостей из разных регионов России

были созданы на Сахалине и Курилах. Такие современные береговые производства — гордость рыбной промышленности Дальнего Востока.

Инвесторы Сахалинской области включились и во второй этап программы инвестиционных квот, стартовавший в конце 2023 года, и заявили о готовности реализовать четыре проекта. Это крупные заводы, после ввода в эксплуатацию которых государство должно выделять компаниям квоты вылова минтая и сельди. Причем такие береговые комплексы ориентированы на выпуск продукции глубокой переработки и безотходное использование сырья.

— Возможность для рыбаков-любителей ловить горбушу свободно и бесплатно в специально отведенных для этого местах в Сахалинской области мы предложили несколько лет назад для того, чтобы люди могли реализовать свои права на добычу рыбы. Вылов при этом допускается только в пределах суточной нормы — три экземпляра горбуши. Места для добычи предусмотрены в правилах рыболовства.

В этом году мы выступили с предложением увеличить количество мест для бесплатного вылова горбуши с 55 до 77 и изменить суточную норму ее добычи с трех до пяти экземпляров. Эти инициативы проработаны во взаимодействии с Федеральным агентством по рыболовству, отраслевой наукой и учитывают предложения муниципальных образований и обращения граждан. В вопросах организации любительской рыбалки для нас очень важна обратная связь от жителей региона.

Предложение об увеличении суточной нормы вылова горбуши рассматривалось отраслевой наукой как на региональном, так и на федеральном уровне. Подготовлены соответствующие изменения в правила рыболовства. Рассчитываем, что уже в 2025 году у жителей региона будет больше возможностей для любительской рыбалки.

Ведется и работа по расширению перечня участков для лова по путевкам: в таких местах может осуществляться добыча не только горбуши, но и других видов лососей.

Обращу внимание и на такой момент: создание условий для цивилизованной, основанной на бережном отношении к природным ресурсам добычи рыбы — это тоже вклад в борьбу с незаконным ловом, браконьерством.

— В сентябре вступил в силу федеральный закон о перезаключении на новый срок договоров на рыболовные участки. На пользователей РЛУ для добычи анадромных видов рыб возлагаются новые обязанности, в том числе по участию в социально-экономическом развитии регионов. Какие обязательства считает важным закрепить Сахалинская область?

— Для рыбной отрасли Сахалинской области, которая относится к основным регионам — добыч-

никам лососей, перезакрепление участков для промысла является очень важным вопросом.

Возможные обязательства, которые могут предусматриваться соглашением об участии в социально-экономическом развитии субъекта Федерации, утверждены распоряжением правительства РФ (от 4 июля 2024 года № 1764. — Прим. ред.).

Так, за пользователями участков могут закрепляться обязанности по участию в развитии социальной, транспортной, инженерной инфраструктуры, благоустройстве общественных пространств; в региональных программах по реализации доступной рыбной продукции, а также другая работа по программам социально-экономического развития регионов и переработка уловов на береговом предприятии.

Еще два обязательства могут включаться как дополнение к другим. Это трудоустройство жителей региона и организация практики для тех, кто готовится пополнить кадровый состав отрасли.

На наш взгляд, есть необходимость в закреплении за пользователями рыболовных участков обязательства по развитию поселений, а также по участию в программе «Доступная рыба».

Наши рыбопромышленники участвуют в ней уже сегодня. Работа выстроена таким образом, чтобы жители нашего региона круглый год могли покупать свежую рыбу по ценам в два-три раза ниже рыночных. Год от года объем поставок растет.

— Масштабный проект предусматривается по развитию Сахалинского государственного университета. Эта тема сейчас на слуху. Каким образом «СахалинТех» может помочь рыбной отрасли?

— Развитию рыбного хозяйства нашего региона придается особое значение в контексте масштабного проекта по созданию подразделения «СахалинТех» — Школы экономики океана. Это будет инновационный образовательный центр, позволяющий в том числе скоординировать усилия науки и предприятий.

Ключевыми направлениями работы школы станут изучение биоресурсов, климатические и экологические исследования. Усилия специалистов будут нацелены

на разработку передовых технологий и продуктов из местного сырья. Это поможет решать задачи от промышленных партнеров. И здесь, конечно, очень значимы экологичные и эффективные с точки зрения экономики способы глубокой переработки ресурсов.

Для нас очень важно, чтобы биоресурсный потенциал Сахалинской области использовался рационально, с выпуском передовой продукции. Поэтому особое внимание в обучении на площадке «СахалинТех» планируем уделить производству продуктов с высокой добавленной стоимостью: биологически активных добавок, функциональных компонентов для пищевой и кормовой продукции и т.д. Подготовленные специалисты смогут обеспечить развитие производств и внедрение новейших технологий.

Также рассчитываем, что работа школы послужит объединению возможностей академической и отраслевой науки — Российской академии наук и Всероссийского научно-исследовательского института рыбного хозяйства и океанографии, в том числе для развития производств.

— То есть это вклад в научную и кадровую основу рыбной отрасли. А какие еще механизмы в регионе используются для поддержки рыбохозяйственных предприятий?

— Поддержка со стороны области направлена в том числе на то, чтобы раскрывать инвестиционный потенциал отрасли. На региональном уровне мы помогаем рыбохозяйственным предприятиям, возмещая им затраты, понесенные при реализации инвестиционных проектов. В нынешнем году на эти цели из областного бюджета направлено 66,2 млн рублей — больше, чем в 2023-м.

Больше стало получателей господдержки по такому направлению, как льготные тарифы на электроэнергию. В 2024 году эту помощь получили 42 предприятия.

Сохраняется и стимулирование в сфере аквакультуры, лососеводства. В этом квартале мы планируем предоставить предприятиям отрасли субсидии на 63,8 млн рублей.

Рассчитываем, что поддержка рыбохозяйственного комплекса внесет свой вклад в экономическое развитие региона.



➤
Максим КОЗЛОВ,
президент Ассоциации
рыбопромышленных предприятий
Сахалинской области (APCO)

Максим КОЗЛОВ: Отрасли нужно «измерить температуру»

Когда запускался второй этап программы инвестиционных квот, отраслевые объединения предлагали проанализировать, как себя чувствует рыбная промышленность и к чему ведут уже начатые реформы. Этот запрос актуален и сейчас, считает президент Ассоциации рыбопромышленных предприятий Сахалинской области (АРСО) Максим КОЗЛОВ.

— Максим Георгиевич, сейчас говорят о непростом финансовом положении в отрасли. О том, что предприятия закредитованы при нестабильных рынках сбыта. Какова ситуация для рыбопромышленников Сахалинской области, для компаний вашей ассоциации?

— Думаю, что компании Сахалинской области находятся в такой же ситуации, как и другие предприятия Дальнего Востока и Северного бассейна. Итоги года показывают, что рынки сбыта очень сильно просели по ряду позиций. Это относится ко многим видам водных биоресурсов. Например, к минтаю. Рыбаки отмечают, что в лучшем случае экономика работы на этом объекте свелась к нулю, а у некоторых предприятий оказалась и вовсе отрицательной.

Конечно, предприятия закредитованы. Очень высоки сейчас банковские ставки — это затрудняет реализацию проектов в отрасли. Обслуживание такого объема кредитов требует большого оборота, хороших продаж, а этого нет. Пока говорить о том, что компании у нас совсем уж в сложной ситуации, наверное, преждевременно, но мы точно видим риски и угрозы.

При таком развитии событий, мне кажется, предприятиям всей отрасли будет тяжело выживать, и надо думать уже сейчас, какие меры можно предпринять для их поддержки.

Во всяком случае, надо провести анализ внутри отрасли и посмотреть, как она себя чув-

ствует, «измерить температуру». Это поможет понять, куда движется рыбная промышленность, насколько выполнимы взятые инвестиционные обязательства.

— Вы всегда работали на Дальнем Востоке, в разных регионах, жили в том числе на труднодоступных территориях. Ваше мнение: почему сохранить рыбопромышленные предприятия важно для дальневосточных городов, сел и поселков?

— Очевидно, что жизнь в прибрежных регионах, районах, населенных пунктах напрямую связана с рыбной отраслью. Она вносит вклад в экономику, обеспечивает рабочие места. И кроме того, предприятия рыбного хозяйства несут высокую социальную нагрузку в прибрежных селах и поселках. Взаимодействуют с местными властями, помогают содержать муниципальные образования. И безусловно, состояние отрасли отражается в том числе и на этих вещах.

Думаю, мы еще остановимся на вопросе лососевых участков, но, полагаю, изменения с участками также коснутся жизни прибрежных населенных пунктов. И если будет страдать рыбная отрасль, мы можем потерять не просто ее отдельные направления — мы можем потерять поселки, получить высокий отток населения. Для Курильских островов это, наверное, особенно чувствительно.

— Вы наблюдали примеры, когда предприятия погибают, на их место никто не приходит и территория теряет поддержку, людям негде работать, они вынуждены уехать вместе с семьями?

— Наверное, показать, к каким последствиям способны приводить проблемы на предприятиях, может ситуация, которая была не так давно, — с рыбокомбинатом «Островной». Его работники были вынуждены обратиться за помощью к президенту Российской Федерации: все было настолько тяжело, что у людей даже не было возможности уехать. Пришлось вмешаться первому лицу государства.

Понятно, что это было результатом неправильной экономической политики, квоты просто распродали, обогатились и уехали, но в целом это яркий пример, чем может закончиться ситуация, когда целому острову настолько сложно, что у людей просто нет средств к существованию. Это вполне реальная история, и не хочется, чтобы она повторялась.

— Вы уже упомянули лососевый промысел. Большая работа предстоит по перезаключению договоров на рыболовные участки, по подбору новых обязательств для пользователей РЛУ. В ноябре эта тема подробно рассматривалась на Сахалинском рыбохозяйственном совете. Какие основные риски вы видите в сфере перезакрепления участков?

— Сегодня сошлись, наверное, все негативные факторы, которые могли бы быть: закрытие рынков, высокие банковские ставки. Отрасль лихорадит, она чувствует себя не очень хорошо. В таких условиях новое перезакрепление ресурса — это риск.

Мы посчитали, сколько средств потребуется предприятиям Сахалинской области для того, чтобы внести плату за перезакрепление рыболовных участков. Получилось порядка 28 млрд рублей. Собственных средств компаниям будет недостаточно — им придется обратиться за банковским финансированием. Сегодня банки, мне кажется, стали основными владельцами долей квот на вылов. Все заложено, бизнес закредитован.

Все понимают, что завершается определенный этап пользования рыболовными участками. Безусловно, нужно оценивать, как использовался ресурс. И конечно, необходимы обязательства пользователей. Но явно больше половины предприятий не сможет взять кредиты, а значит, продлить права на промысел тихоокеанских лососей.

Также понятно, что пиковые по уловам лососей годы остались позади. А платить предстоит на 20 лет вперед как раз с учетом этих урожайных лет.

Еще один фактор, о котором я много раз говорил: не все предприятия имеют залоговую базу в силу того, что добывают не так много рыбы. Но это действующие предприятия, тоже обеспечивающие рабочие места.

Риски высоки. И единственный, наверное, выход — это разумная рассрочка внесения платы за перезакрепление участка. И если ситуация с банковскими ставками не изменится к концу 2025 года, когда нам предложили перезаключить договоры, то однозначно надо думать над льготным кредитованием для отрасли.

Когда готовился второй этап инвестиционных квот, мы уже говорили, что в отрасли нужно провести некую ревизию, оценить, что происходит и к чему это ведет. И только потом переходить к масштабным изменениям в регулировании. Мне кажется, такая необходимость осталась.

— На заседании СРХС исполнительный директор Ассоциации лососевых рыбоводных заводов Сахалинской области Кирилл ПРОСКУРЯКОВ обратил внимание на важный, на мой взгляд, момент: при определении социально-экономических обязательств пользователей необходимо учитывать ту нагрузку, которая ложится на них в первые годы после перезаключения договора в связи с необходимостью внесения платы.

— Мы понимаем, что, помимо платы в федеральный бюджет с удваивающим коэффициентом, мы должны внести еще от 10% до 20% этой суммы в качестве обязательств перед регионом. И от того, какой будет подход в субъекте Федерации, зависит, как будут чувствовать себя предприятия.

Конечно, участие в социально-экономическом развитии региона — это очень важная работа. Однако пользователи участков примут на себя такие обязательства сроком на 20 лет, и можно более равномерно распределить нагрузку, учитывая те серьезные суммы, которые придется внести в качестве платы за перезаключение.

На заседании рыбохозяйственного совета зампред правительства региона Антон ЗАЙЦЕВ уже подчеркнул, что подход будет взвешенным, власти области заинтересованы в сохранении предприятий, — это очень важно.

Большую работу предстоит проводить региональной комиссии по анадромным, которая будет согласовывать проекты соглашений пользователей участков с руководством региона.

— И также вы предложили усовершенствовать систему производственного контроля — новых функций пользователей участков по борьбе с нарушениями в области рыболовства и сохранения водных биоресурсов.

— Переход от неочевидных полномочий внештатных инспекторов рыбоохраны к производственному контролю — это большой шаг вперед. Предприятия и раньше прикладывали серьезные усилия к борьбе с браконьерством. Только по данным от крупных предприятий, за этот год привлечено больше 550 внештатных инспекторов, затрачено на эти цели почти 370 млн рублей. И мы надеемся, что новый функционал поможет улучшить результаты. А проблема браконьерства очень серьезная.

Из правил организации производственного контроля следует, что сотрудник предприятия, осуществляющий такую деятельность, вправе будет при фиксации нарушения указывать данные лица, в отношении которого составляется акт. Это значимый момент, так как мы сталкивались со случаями конфликтов, когда внештатный инспектор просил явного нарушителя представиться.

Но чтобы производственный контроль был эффективнее, надо дать инспекторам возможность изымать и передавать в компетентные органы браконьерские орудия лова, тем более если сеть

без маркировки, сразу понятно, что она нелегальная.

И также мы будем предлагать разделить передачу материалов в зависимости от того, в чем ведении находится место совершения нарушения — пограничной службы или теруправления Росрыболовства. Это поможет ускорить разбирательства.

— В этом году в Сахалинской области не худший в ряду последних лет результат по уловам тихоокеанских лососей: поймано более 53 тыс. тонн. Тем не менее на СРХС были анонсированы предложения от ассоциации по ограничению промысла в 2025 году. Почему так?

— Может быть, общие цифры и выглядят не самым плохим образом на фоне прошлых лет, но прогноз не оправдался: добыто чуть более половины ожидавшихся объемов. Рыбаки, конечно, надеялись, что результаты будут лучше.

Однако мы видим, что происходит: в какой сложной ситуации оказалась Камчатка, как просели по лососю другие страны. И оптимизма не испытываем. Ждем, конечно, что скажет отраслевая наука, в том числе по итогам осенних съемок, но, видимо, будем предлагать на путину 2025 года жесткие ограничения.

— Такая перспектива выглядит особенно тревожно в свете предстоящего перезаключения договоров.

— Я считаю, что нельзя при перезакреплении участков не учитывать падение запасов тихоокеанских лососей. Ведь людям потребуется окупать вложенные средства.

— В регионе продолжает развиваться береговая переработка. Запущены новые мощные комплексы по производству рыбной продукции.

— Если со строительством судов под инвестквоты возникли сложности, то береговые заводы активно запускаются. И мы сразу говорили, что надо больший упор при распределении квот делать на предприятия на берегу. Это также и значительный вклад в экономику приморских регионов: налоговые отчисления, рабочие места. Причем работу людям дает и развивающаяся вокруг береговых производств инфра-

структура. Мы видим, что вокруг новых предприятий на Итурупе, Шикотане жизнь кипит.

Сейчас идет строительство перерабатывающего комплекса в селе Озерское Корсаковского района. Безусловно, новое производство привлечет кадры, будет выпускать продукцию с высокой добавленной стоимостью. И также мы рассчитываем на рост запасов сахалино-хоккайдской сельди. Новые мощности позволят принимать объемы и этого перспективного ресурса.

Береговая переработка развивается не только под инвестквоты. В Корсаковском районе наши рыбопромышленники наладили переработку морепродуктов, в том числе трубача. Мы выступили с предложением включить этого моллюска в перечень объектов прибрежного рыболовства, чтобы поддержать переработчиков.

— Так понимаю, в следующем году планируется вновь организовать соревнования рыбаков-любителей «Сахалинский лед»? АРСО традиционно выступает организатором этих состязаний. В этом году у вас также появилось объединение поклонников рыбалки «Рыбаки Сахалина». Ассоциацию возглавила Любовь СТРИМЖА, которая уже много лет администрирует популярный тематический телеграм-канал.

— Безусловно, «Сахалинский лед» в следующем году состоится. Подготовка к соревнованиям уже идет. Наша ассоциация традиционно совместно с правительством Сахалинской области будет участвовать в организации состязаний.

Большую работу по проведению этого праздника для всех, кто любит рыбалку и просто хороший отдых, проводит Любовь Стримжа. На этот раз, уверены, она будет участвовать в подготовке соревнований уже как руководитель объединения рыбаков-любителей.

Конечно, для рыбаков Сахалинской области создание профильной ассоциации — это важное событие. Сообщество рыбаков-любителей у нас уже было, юридическое оформление объединения стало логичным продолжением естественных процессов.

Думаю, у такой ассоциации большие перспективы. Интерес к сотрудничеству с «Рыбаками

Сахалина» уже проявляют объединения рыбаков-любителей других регионов. Надеемся, что ассоциация будет представлена в составе различных комиссий и рабочих групп.

Убежден, рыбаки-любители и рыбопромышленники должны существовать в мире, ведь это люди «одной крови». Любительское и промышленное рыболовство неразрывно связаны.

— Рыбная отрасль работает в общеэкономических условиях. И вы также задействованы в деятельности межотраслевых бизнес-объединений. Расскажите, пожалуйста, об этом и о сотрудничестве с коллегами из других регионов.

— Участие в межотраслевых бизнес-объединениях закономерно, учитывая роль рыбной промышленности в жизни Дальнего Востока. В Сахалинской области эта отрасль — на втором месте по числу работающих, по отчислениям. И активность в отстаивании интересов рыбацких предприятий привела к тому, что меня пригласили стать исполнительным директором Российского союза промышленников и предпринимателей Сахалинской области. Работа очень интересная. Стараемся опыт, накопленный в рыбной промышленности, задействовать на пользу коллегам из других отраслей.

Конечно, уже как президент АРСО сотрудничаю с объединениями, представляющими другие направления рыбного хозяйства. Так, наш регион лидирует в стране по лососеводству, у нас есть Ассоциация лососевых рыбободных заводов Сахалинской области. А вот марикультура на островах только набирает обороты. И мы хорошо взаимодействуем с коллегами из Приморья по этой тематике. Думаем о возможности создания подразделения по марикультуре в нашей ассоциации.

Огромную роль в нашей работе играет Координационный совет рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока. Каждую неделю мы собираемся, обмениваемся информацией, опытом с коллегами из других регионов. Это позволяет по-новому взглянуть на проблемы и возможности их решения. Очень своевременно был создан такой орган.

SEAMAN:

все о рыбе расскажет аргентинский эхолот

Несколько лет назад мы уже встречались с читателями на страницах журнала «Fishnews — Новости рыболовства», когда я рассказывал о новом (на тот момент) оборудовании фирмы MARPORT. Сейчас, когда о нем знает практически каждый рыбак, я хочу презентовать оборудование производителя, еще незнакомого отечественному рыболовству. Это промысловые эхолоты от компании SEAMAN из Аргентины.

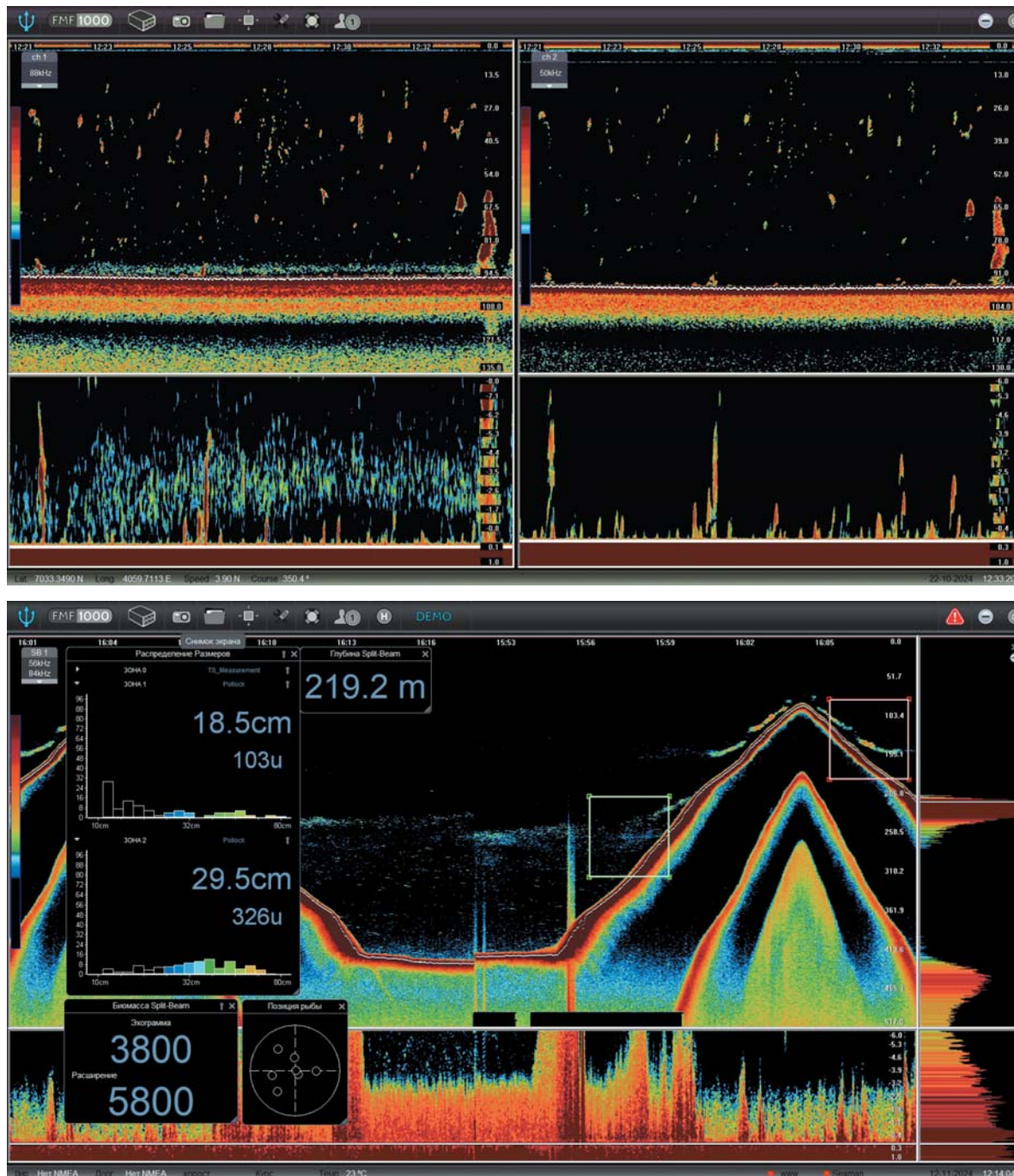


▲
Олег БИРЮК,
представитель компании SEAMAN



Еще три года назад информация об этом оборудовании, каким бы хорошим оно ни было, для российских рыбаков ценности не представляла. Действительно, при наличии таких брендов, как Simrad, Furuno, KAJIO, кто бы захотел слушать о каком-то SEAMAN? Но сейчас обстановка коренным образом поменялась: именитые производители ввели полное эмбарго на поставки своего оборудования и запасных частей к нему на суда под российским флагом. Так что, на мой взгляд, пришло время рассказать о SEAMAN.

Небольшая аргентинская фирма, основанная в 1966 году, с начала 1990-х сосредоточилась на производстве ультразвукового рыбопоискового оборудования. Сперва компания производила его для местного рынка, а с 2015 года — и для международных. Сейчас продукция SEAMAN работает на промысловом флоте США, Испании, Мексики, Австралии и некоторых других стран. За два года на российские суда установлено уже пять эхолотов различных модификаций.



Итак, что же это за зверь такой — эхолот SEAMAN?

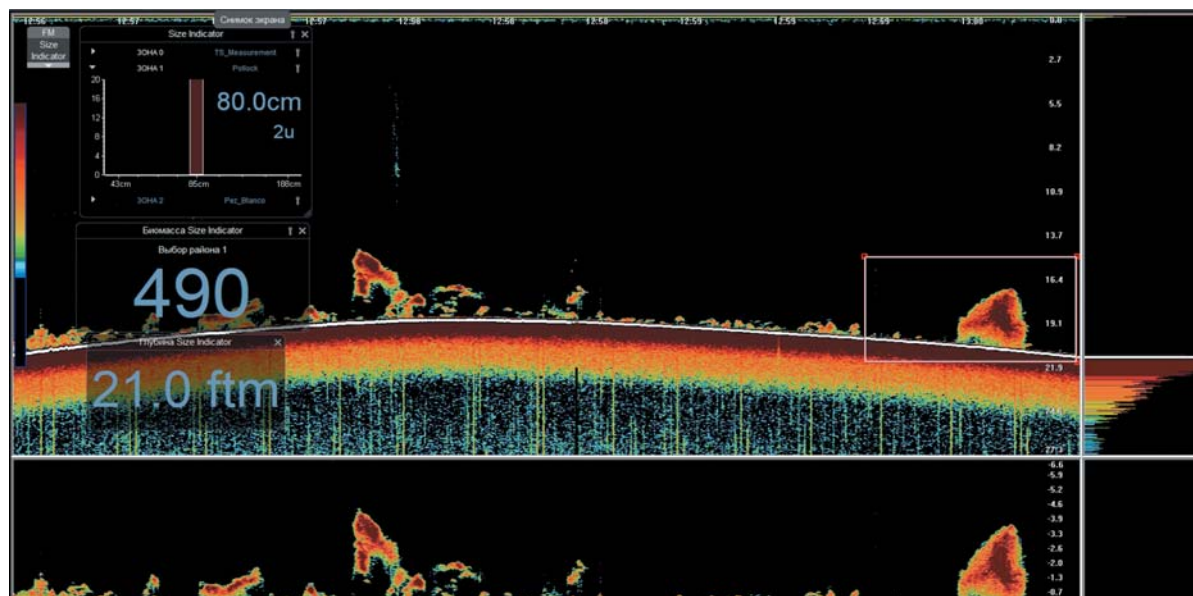
Некоторые специалисты, глядя на экранный интерфейс, спрашивают: «Вы что, скопировали Simrad?» Нет, никакого копирования не было. Просто сейчас развитие этой отрасли находится на таком этапе, когда многие элементы разных производителей просто не могут быть не похожи друг на друга. По аналогии с автомобилями: какая бы новаторская и супертехнологичная машина ни была выпущена, она



все равно будет на четырех колесах, иметь крышу, двери, стекла и фары. Примерно такая же ситуация и с эхолотами.

На сегодняшний день мы предлагаем рыбакам две модели: FMF-900 и FMF-1000.

Начну с FMF-1000. Это наиболее мощная и продвинутая модель. Она содержит четыре канала приема-передачи по 3 кВт каждый, которые могут работать как независимо друг от друга, так и в связке.



Одно из главных отличительных свойств эхолотов SEAMAN — абсолютная «всеядность» в плане акустических антенн. Во внутренней базе эхолотов имеются практически все антенны мировых производителей. Но даже если вашей в этом перечне нет, можно вручную ввести известные параметры (частота, мощность), и встроенная система диагностики при первом включении произведет анализ антенны и настроит эхолот именно на нее.

В России эхолоты SEAMAN работают на антенны Furuno и Simrad. Собственного производства антенн у SEAMAN нет, но компания заключила прямое соглашение с мировым лидером в этой отрасли — фирмой Airmar, которая в случае необходимости изготавливает антенны по запросу.

Модель FMF-1000 по сути является «конструктором», который при помощи набора лицензий (разрешений) позволяет собрать именно ту конфигурацию, которая нужна пользователю в зависимости от потребности и финансовой возможности. Нужна простая конфигурация, позволяющая просто видеть рыбу, — пожалуйста, на одной, двух, трех или четырех частотах одновременно. Хотите использовать антенну повышенной мощности — есть опция суммирования каналов.

Вам мало просто видеть рыбу, а необходимо знать ее размерный ряд и биомассу? Без проблем — при использовании соответствующей антенны (возможно, даже уже имеющейся на

судне) задействуются все четыре канала, и пользователь получает эту информацию в режиме «разделенного луча». Также можно использовать многочастотный канал (так называемый режим CHIRP), позволяющий увеличить разрешающую способность эхолота.

Еще в модели FMF-1000 есть функция «Акустическая подпись». Каждый рыбный объект отражает акустический сигнал по-своему, а эхолот предоставляет возможность сохранить этот отраженный сигнал в конкретный момент времени. Если судно идет с тралом, то можно сопоставлять такую «подпись» с результатом траления, а в последующем — сравнивать новые «подписи» с сохраненными и идентифицировать объекты промысла. Таким образом, FMF-1000 обеспечит рыбаков информацией на любой вкус.



FMF-900 — это несколько упрощенная версия FMF-1000, она имеет не четыре канала приемо-передачи, а только два. Соответственно, режим «разделенного луча» в этой модели недоступен, а вот использовать режим CHIRP можно.

Сейчас завершается русификация меню обеих моделей, чтобы

российским пользователям было проще к ним адаптироваться.

Интересы SEAMAN в России официально представляет компания «Эра-Сервис». Ее специалисты прошли обучение монтажу и обслуживанию эхолотов аргентинской фирмы и полностью компетентны в этих вопросах.

Продвигать SEAMAN на российском рынке мы решили с Северо-Запада, а конкретно — с Мурманска. Именно в этом регионе ведут промысел пять судов с эхолотами SEAMAN. Уже заключены соглашения на дальнейшие закупки и установки, кроме того, мы активно предлагаем ставить это оборудование на строящиеся сейчас суда.

Отмечу, что рыбаки Дальнего Востока оказались лучше подготовлены к «санкционной войне»: большее количество промыслового флота там оснащено новыми эхолотами. Но любое оборудование рано или поздно выходит из строя, а заменить устройства некоторых производителей оригинальными сейчас практически нереально. И в этом случае выручат именно аргентинские эхолоты: ведь их можно установить на суда без каких-либо переделок или прочих ухищрений. Мы всегда готовы ответить на вопросы! □

Дмитрий ГОЛУБКИН
+7 (921) 280-83-08
golubkin@fastmail.fm

Олег БИРЮК
+7 (914) 790-57-00
trawlcontrol@martech.ru



Владивостокский
морской
рыбный порт

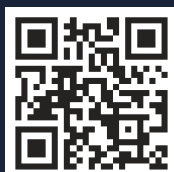
Один из лидеров по перевалке рыбопродукции в России

ОАО «Владморрыбпорт» предоставляет услуги по перевалке, хранению и мультимодальной перевозке рыбных грузов из зон вылова до конечного получателя

Технические возможности обработки грузов

8 млн.т	различных грузов
620 тыс. т	рыбопродукции
508 тыс.	сухих и рефрижераторных контейнеров (ТЭУ)

ул. Березовая, 25,
г. Владивосток, 690012
info@fishport.ru
+ 7 (423)227-22-10



www.fishport.ru



Евгений ГЛУХОЕДОВ,
генеральный директор
компании «Дикий Улов»



Евгений ГЛУХОЕДОВ: Дикая рыба — это всегда ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ продукт

Для российского рынка «Дикий Улов» — редкий пример того, как небольшая дальневосточная компания с сезонным промыслом выросла до вертикально интегрированного холдинга, в составе которого не только рыболовство, логистика, трейдинг, производство продукции глубокой переработки, но и даже собственный рыбный ритейл. «Наша цель — донести до потребителя продукт в первозданном виде непосредственно с места промысла и по возможности получить максимальную добавленную стоимость», — говорит генеральный директор компании «Дикий Улов» Евгений ГЛУХОЕДОВ.

В интервью журналу Fishnews он рассказал, почему задача уйти от продажи сырья соответствует глобальному запросу рынка, в какую сторону меняется отношение потребителей к дикой морской рыбе и на развитии каких направлений компания намерена сфокусироваться в ближайший год.

— Евгений, давайте сразу уточним: на сегодняшний день «Дикий Улов» — это компания или это торговая марка?

— Это и то и другое. Как юридическое лицо торговая компания «Дикий Улов» появилась в Москве буквально в апреле этого года. Но на тот момент у нас уже много лет была промысловая компания родом из Хабаровского края, было свое производство, собственный ритейл и была торговая марка «Дикий Улов», хорошо знакомая рынку.

— А привязка к Хабаровскому краю сохранилась?

— Конечно. Мы по-прежнему ведем промысел в Хабаровском крае, в районе Сахалинского залива — это остров Чкалова, залив Счастья. Там находится наш береговой завод по переработке рыбопродукции. Это наша флагманская история, наш фундамент, наша основа.

Но за последнее время деятельность компании в значительной степени трансформировалась. Если раньше мы продавали только собственное сырье или продукцию конечной переработки, то теперь работаем и с другими рыбодобытчиками, в первую очередь из дальневосточного региона — с Камчатки, Сахалина. Приобретаем и реализуем их продукцию — это и камбала, и селедка, и навага, и, понятно, все виды лососевых.

— Что стало причиной таких трансформаций?

— Мы захотели расти и решили создать сильную команду, чтобы наилучшим образом использовать свои знания и компетенции. У наших сотрудников большой опыт работы с разными производителями и рыбопродукцией из различных районов промысла. Например, если говорить обо мне, то я уже 15 лет занимаюсь торговлей рыбой и морепродуктами.

В этом году, планируя стратегию дальнейшего развития, мы поняли, что хотим заниматься и «атлантикой», и импортной продукцией. У нас есть желание работать не только с крупными переработчиками или трейдерами, но и с конечным потребителем. А для этого нужно иметь более широкий ассортимент, чем тот, что мы обеспечиваем своими силами.

Если работать только с сезонным продуктом, как лосось, то полгода ты будешь на коне, а полгода — под конем. Да, мы добываем хорошие объемы, но нескольких тысяч тонн явно недостаточно для того, чтобы на целый год удовлетворить потребности наших клиентов. Поэтому мы стали расширять и диверсифицировать свою деятельность. Наша задача — построить процесс таким образом, чтобы компания в условиях постоянных колебаний рынка за счет разных внутренних направлений могла остаться на плаву.

В этом году мы купили производство полного цикла в Москве и активно его развиваем. Там будет возможность делать самую разную рыбную продукцию:



«Дикий Улов» делает икру премиального качества, и она по-прежнему является флагманским продуктом компании

копчение холодное и горячее, засолку, пресервы, различного рода паштеты, намазки. Сейчас мы достраиваем большой цех для изготовления полуфабрикатов:пельменей, блинов, хинкали. Плюс работа со свежемороженым сырьем — это филе, стейки. И, конечно, икорный цех — для реализации и производства икры из ястыков.

Еще мы владеем сетью специализированных рыбных магазинов «Икорный». На сегодняшний день в них представлен, вероятно, самый большой в России ассортимент морепродуктов, икры и рыбы — порядка 500 наименований. Это, во-первых, помогает нам

ориентироваться в поставщиках и выстраивать с ними долгосрочные отношения. А во-вторых, дает много данных для аналитики и позволяет понять, что вообще нужно потребителю. Потому что конечно все-таки полка. Когда ты понимаешь, что продается в магазине, ты понимаешь, какое сырье нужно купить, что из него сделать, какой должна быть себестоимость у готового продукта, какие могут быть дополнительные расходы и так далее, чтобы все это продавалось.

— Несколько лет назад визитной карточкой «Дикого Улова» была замороженная лососевая икра. Это до сих пор так? Какие еще позиции пользуются спросом?

— Конечно, икра — это наш флагманский продукт, которым мы гордимся и всегда говорим: «Хочешь сделать человеку хороший подарок, подари ему икру „Дикий Улов“». Мы даже называем себя икорными сомелье.

Все знают, что мы делаем икру премиального качества. Она без консервантов, готовится только с применением соли, подвергается шоковой заморозке, а затем хранится, транспортируется и реализуется в замороженном виде. Покупателю достаточно ее правильно разморозить, и он может насладиться вкусом продукта, произведенного прямо на месте промысла.

На самом деле лососевой икры на рынке очень много. А поскольку цены на нее в последний год улетели под небеса, нам больно смотреть, когда люди покупают задорого продукт среднего или низкого качества. Ведь если человек не разбирается в икре, отличить хороший продукт от плохого ему крайне сложно, будь он обычным покупателем или категорийным менеджером федеральной торговой сети.

Если говорить о цифрах, то на сегодняшний день икра — это 40% продаж на нашей полке. В трейдерской части нашего бизнеса немного по-другому: там 50% объема реализации — это лосось. Мы исторически лососевики, и красная рыба — это номер один для нас.

Понятно, что базовые позиции рыбы, вроде минтая или сельди, тоже есть, но в целом мы ставим перед собой задачу, чтобы у нас не было сырьевых

такового. Мы хотим делать и продавать конечный продукт. Даже если говорить о нашем лососе, мы хотим, чтобы на выходе была не мороженная тушка, а стейки, лойны, кубики, филе, причем изготовленные непосредственно на месте промысла.

— **На Дальнем Востоке?**

— Именно. Сейчас на нашем заводе в Хабаровском крае происходит первичная переработка: из сырья мы делаем, например, замороженную потрошеную рыбу без головы или с головой или неразделанную рыбу и, конечно, соленую икру. В прошлом году мы попробовали там выпускать стейки, лойны и филе лосося. В этом сезоне закупили оборудование специально под такую продукцию, но не успели его интегрировать в производственный процесс до начала путины. На будущий год мы точно начнем это делать, и по факту у нас будет два завода, выпускающих продукцию глубокой переработки — на Дальнем Востоке и в Москве.

— **Почему вам так важно фокусироваться на глубокой переработке?**

— Здесь вопрос того, за чем ты идешь. Если ты идешь за количеством — это одна история. А если за максимальной добавленной стоимостью — совсем другая. Я уже говорил, у нас ограниченные объемы промысла, мы не ловим десятки тысяч тонн и не ловим рыбу круглый год, но при этом хотим получить лучшую добавленную стоимость.

— **А экономика при этом сходится? Ведь производить такую продукцию на Дальнем Востоке дороже, чем в центре страны.**

— Хороший вопрос. С экономикой неоднозначно. С одной стороны, конечно, это дороже, вы абсолютно правы. Тут еще есть и фактор сезонности: в районе промысла это производство будет работать только в сезон путины.

Но с другой стороны, у нас есть клиенты, которые готовы платить именно за такой продукт — который был разделан, переработан и приготовлен на месте промысла и который можно позиционировать таким образом. Эту историю тоже можно просчитать и продать.



Торговая сеть «Икорный» насчитывает более сотни точек, основная их часть находится в Москве и Краснодарском крае

Все-таки рыба, особенно дикая, — это продукт, который всегда был в определенной степени эксклюзивным, а на международном рынке он всегда был дорогим. Его просто в свое время у нас в стране обесценили, когда считалось, что черную икру можно есть пятилитровыми банками, а красной — прикармливать рыбу на рыбалке.

Постепенно отношение меняется, и это на самом деле хорошо. Люди по-другому оценивают ресурсы, которые есть в дикой природе, и понимают, что они могут закончиться. Но раз мы признаем ценность рыбы, она и стоять должна соответственно.

Хотя, откровенно говоря, я бы не сказал, что продукция, которую мы производим в Москве, по качеству уступает той, которую мы делаем в Хабаровском крае. При условии, что мы сами контролируем этот цикл. Но как донести это до потребителя в доступном формате, пока непонятно.

— **«Дикий Улов» — единственный бренд, под которым вы выпускаете продукцию?**

— Нет, мы понимаем, что в портфеле компании должно быть представлено как можно больше продуктов и брендов, и работаем над этим. Полтора года назад мы начали разработку бренда «Рецепты океана» специально для

наших полуфабрикатов — пельменей, блинов и так далее. У них очень интересная органолептика: они абсолютно не пахнут рыбой и имеют яркую расцветку, причем исключительно за счет натуральных ингредиентов, например моркови или свеклы. И мы очень внимательно подошли к составу этих полуфабрикатов: многие из них не содержат глютена, добавленного сахара и других ингредиентов, которых избегают люди с ограничениями в питании или сторонники здорового образа жизни.

В прошлом году мы выкупили бренд «Экоморье», тоже достаточно известный на рынке, а также приобрели три десятка магазинов этой сети в Москве и Сочи. В части розничных точек сейчас проводим ребрендинг и переупаковываем их в «Икорный», часть пока оставим в старом формате, а торговую марку будем использовать для некоторых категорий нашей продукции.

Кроме того, мы поставляем и небрендованную продукцию, например, можем делать СТМ для сетей или просто работать под заказ.

— **Как вам кажется, меняются ли потребительские предпочтения и уровень знаний о рыбе и морепродуктах и в какую сторону?**

— Я бы сказал, что да. Потребитель развивается, и в целом инфополе, в котором он находится, сталократно шире. К тому же конкуренция, особенно в столичном регионе, которую создают федеральные ритейлеры, повышает требования к тебе как участнику рынка и создает для покупателя твердую почву.

Например, сегодня многие уже отличают охлажденную рыбу от дефростированной и обращают на это внимание при выборе продукта. Требования государства к производителю тоже ужесточаются в сторону повышения информированности потребителя.

личестве, плюс она представлена не во всех магазинах и это не собственное производство. А мы запустим линейку собственного производства и кулинарную группу, что повлияет в том числе на ценообразование. Сегменты будут разными, потому что мы хотим максимально расширить круг возможных покупателей.

— Сеть «Икорный» насчитывает уже более сотни точек, причем основная их часть находится в Москве и Краснодарском крае. Чем обусловлена такая география?

— Как я уже сказал, с приобретением сети «Экоморье» мы

— Мы занимаемся оптом — крупным, средним и мелким. Это переработчики, это трейдеры, это наша собственная полка. В прочий ритейл до поры до времени мы практически не шли, хотя с той стороны был постоянный запрос.

Сейчас с расширением наших производственных возможностей мы начинаем активно выходить в ритейл с нашим продуктом, но это очень свежая история, буквально последних месяцев. У нас уже заключены контракты с крупными сетями, и, думаю, мы начнем с самых интересных для нас. Это, например, «Вкусвилл» или «Азбука вкуса», потому что там премиального качества продукты и клиенты с соответствующим запросом — такая аудитория нам понятна и мы умеем с ней работать.

Хотя отдельные проекты с ритейлерами у нас были и раньше. Например, в прошлом году мы реализовали коллаборацию с сетью «Винлаб». Поставили у них в прикассовой зоне свои холодильники, в которых был краб, красная, черная икра и другая деликатесная продукция. Мы продолжаем активно работать над этим проектом. Считаем, что это два специалитета — один винный, другой икорный, которые вкусно дополняют друг друга. До конца 2024 года планируем расширить представленность нашей продукции в таком формате. Видим в этом большой потенциал.

— Пробовали ли вы сотрудничать с маркетплейсами, интернет-магазинами и другими форматами электронной торговли?

— Скажем так, мы ступили на тропу работы с e-com и маркетплейсами, но пока в этом отношении мы еще «зеленые», поэтому каким-то опытом или результатами я с вами не поделюсь. Безусловно, Интернет — это интересно. У «Икорного» тоже есть интернет-магазин, и он показывает хорошие продажи. Мы сегодня большие деньги инвестируем в это направление, потому что хотим кратного роста. Понимаем, что за этим будущее, так как люди все меньше хотят ходить куда-то ногами.

В чем наша сильная сторона? У нас действительно крутая продукция, нам не нужно ее «впари-



Ресторан «Дикий Улов» — бренд и лицо компании

Ну а магистральный потребительский тренд — это желание людей тратить как можно меньше времени на всё, в том числе на еду. Если ты можешь предложить им готовый продукт, максимально качественный, полезный, удобный и по адекватной цене, то ты в дамках.

— Как эти тренды влияют на ассортимент ваших розничных магазинов?

— Мы постоянно работаем над развитием ассортимента и в ближайший год планируем серьезные изменения формата в собственных магазинах. Например, там появится продукция ready-to-cook и ready-to-eat.

— А сейчас у вас ее нет?

— Есть, но в небольшом ко-

получили несколько десятков магазинов на юге. Для нас это было максимально выгодно, потому что экспансия в любой регион предполагает большие затраты — человеческие, ресурсные, финансовые. А так мы получили зеленый коридор, чтобы там локализоваться, организовать распределительный центр, наладить процессы.

Понятно, что многие вещи там нужно перестроить, потому что они не соответствуют нашим принципам и клиентскому подходу, но мы уже туда зашли. У нас есть план развития для южного региона, поэтому в ближайшем будущем вы увидите там больше наших магазинов.

— С какими еще каналами реализации вы работаете?

вать» или кому-то что-то доказывать. То, что мы продаем, — это продукт, которым можно гордиться. Мы в нем абсолютно уверены.

— **Каким образом вы решаете задачи хранения и доставки продукции с Дальнего Востока в центральную часть страны?**

— На самом деле мы еще лет десять назад увидели на Дальнем Востоке глубокий дефицит температурной логистики. Если взять Приморский край, то там старые портовые холодильники, на которые к тому же постоянно высокий спрос, а значит, отсутствие конкуренции, что всегда приводит к стагнации. Ведь бизнесу не нужно бороться за клиента.

В Хабаровском крае была аналогичная ситуация. Работал один-единственный хладокомбинат и небольшое количество мощностей, которые построили предприниматели под свои нужды. А мы уже тогда испытывали острую потребность в складских площадях для хранения замороженных продуктов питания, где не только поддерживается определенный температурный режим, но и осуществляется работа с товаром.

Поэтому в 2015 году мы купили участок земли в Хабаровске и стали строить холодильник. Первоначально просто принимали продукцию на ответственное хранение, а потом выдавали ее клиентам, как это работает и во многих других местах.

Но спустя несколько лет мы поняли, что на самом деле ритейлу нужен гораздо более глубокий сервис, и начали качать свою экспертизу в этом направлении. Полностью перестроили бизнес уже под оказание услуг ZPL-логистики, то есть теперь мы берем на себя и разбор груза, и его сортировку, и хранение, и набор партий, и доставку. Сейчас в Хабаровском крае в этом сегменте мы номер один по грузообороту, работаем с крупнейшими местными сетями.

— **Получается, в структуре вашего холдинга появился еще и логистический бизнес?**

— Да, это отдельная компания, она называется «Обонато Сервис». Одним из ее клиентов является как раз наша трейдерская компания. Поэтому вопро-

сов с хранением, перевозкой рыбы и контролем качества на всех этапах ее перемещения не возникает.

— **Открытие в Москве ресторана «Дикий Улов» — неожиданный шаг. Для чего вам это понадобилось?**

— Это классный ресторан. Знаете, у нас просто появилось желание рассказать людям о том, что можно есть вкусную дикую рыбу. Это был ключевой момент.

Плюс, конечно, корпоративный вайб. Ресторан — это наш бренд, это лицо нашей компании. Это важно для участников рынка, в том числе для наших сотрудников и клиентов. Мы можем

работать с тарелкой. Нам это нравится, потому что там внутри и доходность, и польза. Мы хотим работать с профессионалами, нам это интересно.

— **Какие еще задачи вы ставите перед собой в ближайшей перспективе?**

— Развитие нашего ритейла — обязательная история. В 2025 году мы хотим вырасти вдвое — это и количество магазинов, и товарооборот, и оборот денежный.

В оптовом направлении, как трейдеры, мы планируем увеличить чистую прибыль в полтора раза. Это опять же и количественный, и качественный рост за счет развития собственного производ-



Логистическая компания «Обонато Сервис» занимается в холдинге хранением и перевозкой рыбы, обеспечивая контроль качества на всех этапах ее перемещения

привезти туда любого партнера, приготовить там нашу рыбу, продемонстрировать ее качество, поесть вкусные блины с нашей чудесной икрой. И подача и соус будут правильными.

Подход к разработке меню был соответствующий: для людей, которые знают, что такое качественная рыба и как ее вкусно приготовить.

— **А с другими кафе и ресторанами вы работаете?**

— Да. Хотя доля направления HoReCa в общем обороте компании мала, но в наших планах нарастить ее и довести до 40% оборота. Мы видим там перспективу, потому что это история про экспертизу, про качество конечного продукта. Это работа с шеф-поварами, с потребителями, это

ства, то есть получения добавленной стоимости, расширения ассортиментной матрицы, активизации направления HoReCa.

Основополагающей историей для нас также остается логистика. Есть планы начать в 2025 году строительство нового большого распределительного центра в Хабаровске. На Дальнем Востоке по-прежнему не хватает таких услуг, а поскольку мы развиваем экспертизу в этом направлении с упором на сервис, для нас эта ниша выглядит очень привлекательно. □

ООО «Дикий Улов»
Москва, Головинское шоссе, 3
БЦ «Флагман», 5 этаж, оф. 512
тел: +7 (495) 180-2888
e-mail: office@tdikiyulov.ru
dikiyulov.com



Александр СОКОЛОВ: Российский рынок — это интересное направление

Производственно-логистический центр группы «Норебо» в Клину специализируется на подготовке рыбы и морепродуктов, добытых судами холдинга в разных промысловых районах, для розничной продажи. О концепции своего продукта в холдинге говорят так: показать потребителю, насколько прекрасен вкус дикой рыбы северных морей. О мерах по развитию производств рыбной продукции и увеличению потребления рыбы и морепродуктов в России в интервью «Fishnews — Новости рыболовства» рассуждает директор обособленного подразделения «НОРЕБО РУ» в Клину Александр СОКОЛОВ.

— Александр, несколько лет назад мы побывали в производственно-логистическом центре в Клину. Смотрели, как рыбу и морепродукты готовят для отправки потребителю — формируют порции для розницы, упаковывают. Что представляет собой комплекс сегодня?

— Производственная часть нашего центра включает три основных цеха: заготовительный, креветочный и цех упаковки. И также наш холодильник, основа предприятия. Сегодня это склад, рассчитанный на хранение порядка 5 тыс. тонн рыбной продукции. В 2021 году для улучшения условий труда наших работников мы ввели в эксплуатацию административно-бытовой комплекс.

Развитие спроса и наше развитие определяют необходимость расширения. Сейчас мы готовимся

запустить еще один производственный цех и устанавливаем в нем новые технологические линии.

— В этом году у вас юбилей...

— Да, первая партия готовой продукции была выпущена пять лет назад, 18 октября 2019 года. Я участвовал в организации предприятия буквально с этапа проектирования и строительства и могу сказать, что поначалу было очень много скепсиса: «У вас никто ничего покупать не будет: слишком дорого, рынку это не интересно. Ничего развиваться не будет». Но спустя время с радостью и благодарностью к коллегам и всем, кто идет с нами дальше, могу сказать: мы успешно прожили эти пять лет, хотя они и не были простыми. Развивались. И я думаю, что 2024 год станет рекордным по производству продукции Borealis.



Производственно-распределительный центр «Норебо» в Клину специализируется на подготовке рыбы и морепродуктов для поставок розничному потребителю

— **Какими возможностями располагаете по мощности?**

— На сегодняшний день мы производим ассортимент из более чем 27 номенклатурных позиций. Это замороженная рыба и морепродукты в разных видах разделки и упаковки. Концепция наша осталась прежней, мы ее не меняли: работаем только с тем сырьем, которое добывается флотами нашей группы. Это позволяет нам обеспечивать полную цепочку прослеживаемости, сохранять высокое качество продукции. Производственные службы в Клину взаимодействуют с производственными службами флотов в Мурманске и на Дальнем Востоке.

Что касается цифр, то мы вышли на уровень выпуска готовой продукции более 200 тонн в неделю.

— Вы упомянули, что продукция изготавливается только из сырья собственного промысла. «Норебо» ведет добычу и в Дальневосточном бассейне, и в других районах российского рыболовства — на Северо-Западе Атлантики, в Западной Африке и на юге Тихого океана. С какими видами рыбы и морепродуктов работаете?

— Наш ассортимент изначально строится на белых видах рыбы. Если говорить о Северо-Западе, то это треска, пикша, зубатка, палтус, окунь, а также креветка. Если говорить о нашем

дальневосточном ассортименте, то, конечно же, это в первую очередь минтай и кальмар.

В настоящее время расширяем свою линейку. Помимо изменения упаковки, форм, видов разделки, мы добавили в наш ассортимент скумбрию и мойву. Это достаточно популярный среди наших потребителей продукт. Мы так считаем и в принципе спрос это подтверждает.

Мы также всегда работаем над новинками. Это филейная группа Borealis+: мы решили предложить особенный продукт, которого очень мало на рынке, — филе из палтуса, зубатки, камбалы, окуня, а также крупные лойны трески. Продукция была презентована в прошлом году на выставке Seafood Expo Russia в Санкт-Петербурге, и в этом году мы начали выводить ее на рынок.

— В рамках специального проекта «Сильная переработка — гордость отрасли» Fishnews обсуждает с участниками рынка, какие механизмы могли бы использоваться для развития российского рыбоперерабатывающего сектора. Какие стимулы необходимы, на ваш взгляд? По словам наших экспертов, перечень может быть довольно обширным — от подготовки кадров и до административных послаблений.

— Для того чтобы определить, какие меры нужны, все-таки надо понять, какой продукт мы хотим видеть на рынке, что

нужно рынку. И отсюда уже можно выстраивать всю цепочку — будь то маркетинговые программы или налоговые послабления.

Для меня такой классический пример в рыбной отрасли — это выпуск фиш-фингеров, рыбных палочек. Запрос на их изготовление сформировал всю технологию на производство конечного продукта и технологию производства на борту судов. Таким образом, стандартные фиш-блоки появились именно тогда, когда развивалось изготовление рыбных палочек.

Если говорить о сегодняшнем дне, то переработка столкнулась с санкциями, возникли проблемы с оборудованием. Несмотря на то, что оно зачастую не находится в санкционных списках, поставщики по тем или иным причинам не работают с российскими производителями или взаимодействуют с ними через посредника. Это ведет к увеличению срока поставки и стоимости оборудования.

И если бы на государственном уровне предложили какую-то программу субсидирования в части инноваций и покупки пищевого оборудования, наверное, это позволило бы переработчикам легче дышать.

— Участники отрасли говорят о том, что неплохо бы предусмотреть для нее более доступное финансирование. И раньше на это обращали внимание, когда ключевая ставка была ниже, и уж тем более сейчас отмечают, что деньги на пополнение оборотных средств и на инвестиционные программы производителям рыбопродукции очень нужны.

— Здесь мне нечего добавить, это действительно так. Если бы существовала какая-то целевая программа, может быть, под эгидой Росрыболовства, это бы оказало существенную поддержку переработчикам, позволило бы покупать новое оборудование для более эффективной, глубокой переработки сырья.

— На ваш взгляд, какой сегодня существует запрос у современного российского потребителя на рыбную продукцию в рознице? Экспертное сообщество об этом тоже рассуждает.

— Я бы здесь выделил три момента: это должно быть просто в приготовлении, вкусно и качественно. Причем характеристики «вкусно и качественно» должны обеспечиваться стабильно. А в случае с рыбой этого тяжело добиться: у нас сезонность вылова, особенности в зависимости от сезона добычи.

Что касается стоимости, то наш опыт показывает, что за высокий уровень качества потребитель платить готов.

— Ваши коллеги по цеху, в общем-то, солидарны в том, что дешевизна не всегда приводит к позитивным результатам на рынке. Снижение себестоимости на определенном уровне бьет по качеству, и потребитель не готов даже за совсем небольшие деньги такую продукцию покупать.

— Да, конечно, это так. И есть кейсы в случае с рыбой, когда демпинговали, сети пытались продавливать поставщиков, в результате производители предоставляли продукцию на полку по все более и более низкой цене. Но это просто приводило к завершению продаж и выводу линейки с рынка. А вернуться потом с продуктом на полку и приучить к нему потребителя — это огромный труд и очень большие вложения.

— Мне всегда казалось, что «Норебо» достаточно активно интересуется современными технологиями. Чем гордится ваш центр? Например, когда мы впервые писали о производстве в Клину, нам много рассказывали о скин-упаковке.

— Технология скин-упаковки не являлась ноу-хау, но мы первыми или одними из первых на российском рынке предложили использовать ее для замороженной рыбы. В связи с этим были определенные технологические сложности, но мы их преодолели.

Мы постоянно совершенствуемся в части упаковки. Уделяем большое внимание пленкам. В связи с санкциями вынуждены были искать новых поставщиков, искать производителей в России. Мы очень плотно взаимодействуем с технологическими отделами наших партнеров, вплоть до того,

что иногда разрабатываем с нуля новый состав пленки, чтобы она имела необходимые барьерные свойства для сохранения качества продукта. И позволяла выпускать продукцию с отличным внешним видом.

— Наверное, логично делать такой акцент на упаковке, потому что от нее зависит, как будет сохраняться продукт и каким он попадет потребителю.

— Самая качественная рыба — это свежая, только выловленная. Следующий грейд — это рыба, своевременно обработанная и качественно замороженная. И наша задача здесь — в Клину — как раз сохранять уровень качества, как будто это прямо рыба с борта. И мы делаем акцент именно на подходе к упаковке.



Опыт показывает, что потребитель платить готов за высокий уровень качества

— Мы уже коснулись темы торговых сетей. С какими федеральными ритейлерами сотрудничаете? С какими региональными сетями?

— Наверное, на сегодняшний день мы представлены во всех федеральных сетях. Для примера — это «Перекресток», «Пятерочка», «Магнит», «Дикси», «Лента», ОК, «Ашан», «Атак», «Метро». Чем дальше мы развиваемся, тем шире представлены на территории нашей страны. Из региональных сетей отмечу такие, как «Сладкая жизнь», «Монетка», «Мария-Ра», «Азбука вкуса», «Самбери».

— Знаю, что вы заходили в «жесткие» дискаунтеры. Продолжился ли этот опыт?

— С некоторыми дискаунтерами мы продолжаем работу. Для нас это точечная история.

Наш отдел розницы всегда оценивает, какой результат мы можем получить: не только с точки зрения финансов, но и с позиции узнаваемости бренда, развития спроса, более широкого охвата.

— Сейчас в стране реализуется несколько программ по повышению потребления рыбной продукции среди россиян. В июле на уровне федерального правительства принята специальная дорожная карта. Как вы считаете, какие шаги могли бы помочь наращивать потребление рыбы и морепродуктов в России?

— Здесь я, наверное, не преувоздую разработчиков дорожной карты: подготовлен достаточно подробный документ из семи крупных блоков.

Я бы, наверное, больше посмотрел на тему повышения потребления с точки зрения игроков рыбной отрасли. Прежде всего, на мой взгляд, чтобы перейти к целевому показателю, нужно понять, что мы не конкурируем между собой, как все привыкли. Мы должны конкурировать уже с гигантами, работающими на потребительском рынке в категории белковых продуктов. Это мясо и птица. Мне кажется, необходимо перенимать опыт их производителей, потому что процессы у них выстроены на совершенно другом уровне. Да, это продиктовано и совсем иными объемами, если мы говорим о производстве и дистрибуции. Но тем не менее. Их практики, я считаю, надо брать на вооружение и догонять.

— Если подводить итог, то вы считаете, что внутрисекторный рынок — это интересное направление, где стоит развиваться и теснить конкурентов по белковой корзине?

— Да, конечно, я считаю, это интересно. Посмотрите, как по-разному развивалась ситуация в животноводстве и рыболовстве. В рыболовстве Россия — один из мировых лидеров, при этом наш рыбный рынок развивается, скажем так, очень ограниченно. В животноводстве удалось совершить рывок. Мне кажется, развивать надо и рыбное направление.



Кирилл КОСТЫНА,
управляющий директор
(куратор рыбохозяйственного
комплекса и мясной переработки)
Департамента крупного бизнеса
Россельхозбанка

Кирилл КОСТЫНА: Рыбная отрасль быстро перестраивается в ответ на вызовы

Россельхозбанк намерен усиливать экспертизу в рыбной отрасли и расширять свое присутствие в этом секторе. Рыбаки не раз доказывали, что умеют проходить через тяжелые периоды, адаптируясь к любым вызовам, будь то усложнение экспортных операций, рост стоимости обслуживания флота или высокая ключевая ставка, отмечает управляющий директор (куратор рыбохозяйственного комплекса и мясной переработки) Департамента крупного бизнеса Россельхозбанка Кирилл КОСТЫНА. В интервью Fishnews он рассказал, почему кредитные продукты в ближайшие годы останутся востребованными у рыбопромышленников, какие факторы важны для банка при оценке потенциальных заемщиков и какие тенденции рыбного рынка заслуживают внимания инвесторов.

— В прошлом году объем кредитов, выданных Россельхозбанком предприятиям рыбной отрасли, превысил 100 млрд рублей. Какая динамика наблюдается в этом году? Какую долю проекты рыбаков занимают в общем кредитном портфеле банка?

— Рыбная отрасль является одной из ключевых для Россельхозбанка. Наш кредитный портфель в этом секторе действительно превысил 100 млрд рублей и продолжает расти. Могу сказать, что динамика в этом году также положительная.

Вопрос о доле таких проектов в общем кредитном портфеле непростой, поскольку мы учитываем не только рыбодобывающие компании, но и других участников этой отрасли, которые занимаются переработкой, импортом рыбной продукции, логистикой, трейдингом. В целом доля отраслевых проектов растет, и мы надеемся, что так будет и в дальнейшем. Мы предпринимает для этого все усилия: наращиваем компетенции, участвуем в отраслевых мероприятиях, устанавливаем лимиты — в общем, мы глубоко погружены в рыбную отрасль и рассчитываем расширять и углублять свое присутствие в ней.

— Если говорить о работе с клиентами из рыбной сферы, является ли Дальний Восток для вас приоритетным направлением? Какие крупные инвестпроекты с участием банка реализуются или были реализованы в последние годы в этом регионе?

— Россельхозбанк в целом считает Дальний Восток приоритетным, даже если оставить за скобками рыбную отрасль. У нас реализовано множество стратегических проектов, направленных на обеспечение продовольственной безопасности дальневосточных территорий. В их числе строительство свино-

комплексов в Приморском крае и на Камчатке, создание молочнотоварных ферм в Амурской области, запуск крупнейшего тепличного комплекса «НК Лотос» в Приморье.

Что касается проектов рыбной отрасли, наш банк финансировал участие крабодобывающих компаний в первом и во втором этапах инвестиционных квот — я имею в виду крабовые аукционы. Мы выдавали гарантии группе компаний «Гидрострой» в пользу Росрыболовства для участия в конкурсе по

Мы призываем инвесторов взвешенно оценивать риски и привлекать финансирование, обладая запасом экономической прочности. В том числе временно реинвестировать прибыль в бизнес, полагаться на расчет консервативных финансовых моделей, не заходить в инвестиционные проекты, результат которых зависит от незначительных колебаний рынка.

второму этапу распределения квот на минтай и сельдь, а также гарантии на строительство в рамках выполнения инвестиционных обязательств трех больших рыбоперерабатывающих заводов типа М.

Мы планируем и дальше финансировать проекты, связанные с рыбным и сельским хозяйством на Дальнем Востоке.

— Как бы вы оценили текущее состояние рыбной отрасли в России? Какие основные тренды вы наблюдаете? Какие направления для инвестиций считаете наиболее перспективными на ближайшие годы?

— На наш взгляд, состояние рыбной отрасли в целом вполне позитивное. Безусловно, есть своя проблематика, как и в других отраслях сельского хозяйства, однако глобально она развивается: строятся новые суда, рыбоперерабатывающие береговые мощности, которые являются одними из самых современных в мире, общая добыча растет. Так что мы видим довольно хорошие перспективы. В любом случае отрасль показала, что способна и готова быстро перестраиваться с учетом вызовов нынешнего времени.

Что касается тенденций, то мы бы отметили такой тренд, как перенос фокуса на внутренний рынок. Если раньше рыбаки по большей части старались свою продукцию отправить на экспорт, то сейчас мы видим стремление повысить ее потребление в нашей стране. Возможно, сказывается внешнеэкономическая ситуация, но движение в этом направлении явно прослеживается и получит дальнейшее развитие.

Этому способствуют и различные акции по продвижению рыбной продукции. Например, хорошую маркетинговую программу реализует Ассоциация добытчиков минтая. Она на всех знаковых мероприятиях презентует продукцию из

этой рыбы и проводит дегустации, чтобы люди могли попробовать ее и понять, что минтай — не рыба для кошек, а действительно полезная и вкусная еда. Поэтому мы говорим о тренде на увеличение потребления, и, соответственно, поставок на внутренний рынок рыбной продукции как с Дальнего Востока, так и с Северного бассейна.



После крабовых аукционов и программы инвестквот предстоящее перезакрепление рыболовных участков — это следующий вызов и для рыбаков, и для банков

Если говорить о перспективных направлениях для инвестиций, по нашей оценке, это прежде всего глубокая переработка и производство готовых для потребления продуктов. Сегодня у нас на полках не так много рыбной продукции, в отличие от той же курицы или индейки, в таком виде, чтобы покупатель мог принести ее домой, быстро разогреть либо положить в духовку на 10 минут и сразу пообедать или поужинать. Производство готовой продукции из рыбы и ее проникновение в сети, на наш взгляд, это то, куда стоит смотреть инвесторам в ближайшие годы.

— Одним из приоритетов Россельхозбанка в рыбной отрасли заявлено стимулирование экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью. Но работа на внешних рынках сейчас сопряжена с целым рядом вопросов. Ка-

ким образом банк может помочь экспортерам?

— Все верно, стимулирование экспорта — еще один приоритет Россельхозбанка при работе с рыбной отраслью. Ведь несмотря на тенденции увеличения внутреннего потребления, российский рынок не настолько велик, чтобы употребить всю продукцию рыбохозяйственного комплекса.

Сегодня российские экспортеры сталкиваются с целым рядом проблем, в первую очередь связанных с прохождением платежей. Россельхозбанк активно работает в этом направлении, и наши клиенты уже видят результаты с точки зрения возможности осуществлять экспортные платежи, например в юанях.

Также наш банк является ключевым оператором программ поддержки экспортеров (решение Минсельхоза № 22-68850-00358-Р (бывшее постановление № 512) и др.). В этой

части с каждым клиентом мы работаем в индивидуальном порядке и помогаем подобрать подходящую программу господдержки.

— Вы много ездите по Дальнему Востоку, посещаете рыбопромышленные предприятия в прибрежных регионах. Какое впечатление у вас сложилось об их технических возможностях? Есть ли региональные различия?

— Да, по характеру своей работы мне приходится очень много посещать рыбопромышленные предприятия, в том числе на Дальнем Востоке и в северных регионах России. Исходя из своего опыта, я говорил бы скорее не о различиях, а о региональной специфике, связанной с теми видами рыбы, которые вылавливаются и перерабатываются в конкретном рыбохозяйственном бассейне. На Севере это в большей степени

треска, пикша, сайда, на Дальнем Востоке — минтай, сельдь, лосось.

В технологическом плане, повторюсь, у нас одни из самых современных рыбоперерабатывающих предприятий в мире. Практически все более-менее крупные береговые заводы оснащены по последнему слову техники. Они производят сложную высококачественную продукцию, включая филе — филе минтая, сельди, а также сурими и др.

— В предыдущие годы спрос на кредиты во многом был связан с инвестквотами, которые подраزمевали реализацию различных проектов — по строительству флота, береговых заводов, логистических комплексов. Этот процесс постепенно завершается. Как меняются в связи с этим запросы финансирования у рыбаков? Какие продукты и услуги банка становятся более востребованными?

— Потребность рыбной отрасли в кредитах последние годы действительно была связана с инвестквотами — как крабовыми, так и рыбными. Этот процесс, похоже, подходит к логическому завершению, хотя финансирование инвестиционных обязательств по таким договорам еще остается.

Но, как мы понимаем, на подходе у нас новая история. Это перезакрепление рыболовных участков, которое в большей степени касается Дальнего Востока. Это следующий вызов и для рыбаков, и для банков. А поскольку государство утвердило коэффициент платы за участки 200%, не каждое рыбодобывающее предприятие сможет сделать это на собственные деньги, значит, придется обращаться к заемному капиталу. Соответственно, у нас на первый план опять выходит кредитование.

В перспективе ближайших лет мы видим, что перезакрепление договоров на рыболовные участки будет драйвером у рыбаков. Финансирование таких обязательств — это то, с чем мы сейчас работаем, устанавливая лимиты для рыбодобывающих компаний. Поэтому,

по нашим оценкам, как минимум следующие два-три года именно кредиты будут наиболее востребованным видом продуктовой линейки банка.

— Насколько сложно рыбопромышленным предприятиям получить одобрение кредита? Какие факторы влияют на принятие положительного решения? Учитываются ли социальные аспекты при финансировании проектов в рыбной отрасли?

— В рыбохозяйственном комплексе есть направления, которые работают с меньшей маржинальностью, в том числе трейдеры и импортеры, где уровень рентабельности бизнеса с трудом позволяет покрывать проценты. Но на финальное решение банка влияет целый ряд факторов: это и финансовое положение заемщика, и масштаб его бизнеса, и стратегия.

В целом наш банк понимает отрасль, видит, где есть скрытые резервы, какие риски можно принять, а какие нет. Поэтому мы продолжаем работать в стандартном порядке, устанавливать лимиты, анализировать компании. Обладая глубокой экспертизой, Россельхозбанк объективно и комплексно оценивает все риски и принимает решения.

— В октябре ВАРПЭ оценила общую задолженность предприятий рыбной отрасли по кредитам на уровне 1,1 трлн рублей, назвав ее проблемой номер один. Согласны ли вы с такой оценкой?

— Да, мы видели публикации ВАРПЭ с аналитикой за кредитованности рыбной отрасли. С одной стороны, 1,1 трлн рублей — это не так много, если мы говорим про все сельское хозяйство. Но, с другой стороны, с точки зрения рыбной отрасли, вероятно, это действительно вопрос номер один.

Дело в том, что все кредиты рыбаков, особенно связанные с инвестиционными обязательствами, взяты по коммерческой ставке, в отличие от остального сельского хозяйства, где возможно кредитование по льготным программам. Поэтому

вопрос не в самой сумме в 1,1 трлн рублей. Проблема прежде всего в обслуживании долга при операционной прибыли отрасли, сопоставимой с процентами к уплате с учетом текущего уровня ключевой ставки Банка России.

Надеюсь, что запаса прочности отрасли хватит хотя бы на какой-то краткосрочный период. В среднесрочной перспективе, при текущем уровне ключевой ставки Банка России, мы действительно можем увидеть серьезные проблемы.

— Может ли закредитованность стать угрозой для запуска и реализации новых инвестпроектов, в том числе в рамках обязательств по инвестквотам и крабовым аукционам? Какие риски здесь вы видите и каким образом их можно снизить?

— Конечно, в условиях роста ключевой ставки Банка России бизнесу необходимо взвешенно подходить к своей кредитной политике. Существенным становится размер собственного капитала в бизнесе, который позволяет бесперебойно финансировать как операционную, так и инвестиционную деятельность, обеспечивая банку комфорт в наращивании кредитной позиции.

Мы призываем инвесторов взвешенно оценивать риски и привлекать финансирование, обладая запасом экономической прочности. В том числе временно реинвестировать прибыль в бизнес, полагаться на расчет консервативных финансовых моделей, не заходить в инвестиционные проекты, результат которых зависит от незначительных колебаний рынка. Поэтому мы всегда помогаем нашим клиентам, в том числе на стадии подготовки финансовой документации, строительной экспертизы, маркетинговых исследований и т. п., прежде чем они примут решение о запуске инвестпроекта.

На наш взгляд, проработка деталей и просчет стресс-сценариев вместе с нашими партнерами — это и есть способ минимизации рисков и залог успеха в реализации инвестиционных проектов.

РЕШЕНИЯ ДЛЯ СУДОСТРОЕНИЯ

100 %

русская компания

> 20

лет на рынке

> 1500

сотрудников

> 30 000 м²

производственные площади

90

агентов по России и миру

АФИНЫ

представительство



Пульты управления судном



Навигационно-измерительные приборы



Системы связи и видеонаблюдение



Комплексная отделка судов



Главные распределительные щиты



Системы управления двигателями



Системы ОВиК



Зарядные станции
Зарядные пистолеты



ИБП и системы
накопления энергии



Обратимые статические преобразователи



Судовые дизель-генераторы



Частотные преобразователи



Винторульные колонки,
двигатели и редукторы

ОТ ПОСТАВКИ ЕДИНИЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ДО РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ ПРОЕКТОВ «ПОД КЛЮЧ»

НПК МСА:

- реализует обширную программу НИОКР, внедряет инновационные решения;
- разрабатывает и производит оборудование;
- осуществляет пусконаладочные работы, гарантийное и постгарантийное обслуживание;
- проводит обучение персонала.

unicont.com
info@unicont.com

На правах рекламы

Тел.: +7 (812) 622-23-10
Факс: +7 (812) 362-76-36

192174, г. Санкт-Петербург,
ул. Кибальчича, д. 26, лит. Е





➤
Александр ПАНИН,
председатель Рыбного союза

Александр ПАНИН: Хотим, чтобы в отрасли слышали друг друга

Развивать российский рыбный рынок, создавая возможности для производителей и дистрибьюторов внутри страны, можно только сообщая всем участникам товаропроводящей цепочки, уверен председатель Рыбного союза Александр ПАНИН.

На площадке проекта Fishnews Online побеседовали с руководителем объединения о результатах рыбопереработки, возможных мерах ее поддержки и популяризации рыбы в России.

— Александр Васильевич, расскажите, пожалуйста, какие показатели в этом году демонстрирует российская рыбопереработка? И что происходит с импортом, ведь уже не раз говорилось, что иностранная рыба и морепродукты обеспечивают ассортиментное разнообразие на российском рынке.

— В производстве рыбопродукции наблюдаются разнонаправленные изменения. По данным Росстата за январь-сентябрь, производство рыбной продукции в целом снизилось на 5% и составило 3,26 млн тонн. Наиболее сильную отрицательную динамику показал выпуск мороженой рыбы: сокращение на 12%, произведено 2,1 млн тонн. При этом выросло производство рыбного мороженого филе — на 4% до 186 тыс. тонн. Рыбных консервов российские предприятия выпустили на 4% больше, чем за аналогичный период прошлого года, — 141 тыс. тонн.

Выросло производство пресервов — что не может не радовать. Увеличение составило 16%, всего выпущено 80 тыс. тонн такой продукции. Растет производство вяленой и сушеной рыбы. Наибольшую позитивную динамику продемонстрировали сегмент пресервов из морепродуктов — плюс 30%, до 13 тыс. тонн, и консервов из морепродуктов — на 67%, до 5 тыс. тонн. Это, по

нашему мнению, свидетельствует об изменении потребительских предпочтений россиян. Благополучное состояние населения так или иначе растет. Люди готовы покупать более дорогие продукты, разнообразные, готовые к употреблению.

Это что касается объемов производства. Импорт рыбной продукции за январь-сентябрь сократился в натуральном выражении на 11%, до 420 тыс. тонн, по стоимости просел на 5% — до 2 млрд долларов.

Это связано с целым рядом обстоятельств, в том числе с ценовыми колебаниями. В 2024 году наблюдался рост ключевой ставки и снижение курса рубля по отношению к основным валютам. Все это ведет к удорожанию импорта в основном объеме реализации продукции. Потребитель, к сожалению, так быстро на столь существенные колебания цены реагировать не готов, и мы видим просадку по отдельным видам импортируемой продукции. Это создает определенное давление на импорт в целом.

Росстат, а также Минсельхоз и Росрыболовство говорят об увеличении потребления рыбной продукции в России. Однако в условиях снижения вылова и общего производства продукции, баланса экспорта и импорта не очень понятны источники для роста. Будем анализировать.

— Рыбодобытчики говорят об увеличении расходной части: недавно соответствующий анализ публиковала Всероссийская ассоциация рыбопромышленников (ВАРПЭ). Отмечаете ли вы такую тенденцию в рыбопереработке?

— Безусловно. Растет ключевая ставка, курсовая разница, тарифы естественных монополий, увеличиваются расходы на персонал.

Если посмотреть структуру расходов в рыбопереработке, то наши производственные издержки за период с 2017 по 2023 годы выросли более чем в два раза — со 112 до 241 млрд рублей.

Расходы на сырье, материалы, полуфабрикаты увеличились в 2,4 раза — с 62 млрд рублей до 151 млрд рублей. Расходы на персонал за это же время показали рост в 2,1 раза — с 15 млрд рублей в 2017 году до 32 млрд рублей в 2023 году. Страховые взносы прибавили 82% и достигли в прошлом году 8,5 млрд рублей. В 2,2 раза выросли расходы на амортизацию. Но больше всего в относительном выражении увеличились налоги и сборы — в 2,5 раза: с 0,8 млрд рублей в 2017 году до 2 млрд рублей в 2023-м. Вот такая динамика.

Себестоимость производства продукции, безусловно, растет: в первом звене — у добытчика, во втором звене — у дистрибуции и переработки. Именно с этим связано подорожание рыбы на прилавках.

Тем не менее анализ показывает, что рост средней заработной платы обогнал увеличение цен на рыбу в 2017 году, а увеличение МРОТ — рост цен в 2023 году. То есть в целом, несмотря на увеличение затрат в рыболовстве и в переработке, доступность рыбной продукции в среднем для населения растет. И наверное, именно это является основным драйвером повышения потребления.

— На мой взгляд, последние год-два информационное поле — насыщенное с точки зрения внимания к внутреннему рынку рыбной продукции. И отдельные компании отрасли, и объединения запускают программы по популяризации рыбы и морепродуктов среди россиян. От чего, на ваш взгляд, зависит успешность прикладываемых усилий?

— Дорожная карта по увеличению потребления рыбной продукции, принятая правительством в

этом году, предусматривает выход на показатель 28 кг на душу населения к 2030 году. На мой взгляд, для достижения этой цели со стороны государства необходимо решение двух задач. Первое — это насыщение программы федеральным финансированием для популяризации рыбной продукции. На протяжении длительного времени требуется ярко и доступно доносить до россиян информацию о том, что рыба — это вкусно, полезно для здоровья, это продукт, который помогает повысить качество и продолжительность жизни наших граждан. Да, бизнес прикладывает огромные усилия для развития рыбного рынка, увеличения потребления: для компаний это вопрос продолжения работы, роста сегмента и т.д. Бизнес это делает, делает и будет делать дальше. Но у него совершенно точно недостаточно ресурсов для реализации государственных программ популяризации рыбной продукции.

Второе — нужны реальные государственные меры поддержки рыбопереработки для строительства и реконструкции основных производственных фондов. Иначе невозможно появление новых высокотехнологичных современных рыбных комбинатов, способных производить интересную рынку продукцию по доступным ценам. А без таких продуктов любая программа популяризации будет обречена на провал. Люди сегодня хотят продукцию, готовую или практически готовую к употреблению.

Госорганы взялись за добросовестное исполнение дорожной карты, отработывают всё по пунктам. Мы будем со своей стороны всячески помогать решению задачи повысить потребление рыбы.

— Государство способно использовать для поддержки программы популяризации и нефинансовые инструменты. Например, рекламу на федеральных телеканалах, наружную рекламу.

— Согласен. Если бы в популяризации потребления рыбы на плановой основе участвовало телевидение, это стало бы существенным подспорьем для нас. Действительно, стоит говорить и о финансовых, и о нефинансовых мерах господдержки.

— Рыбный союз и вы лично прикладываете большие усилия

к тому, чтобы популяризовать рыбу в России, развивать отечественную рыбопереработку. В том числе активно сотрудничаете со СМИ. Правильная экспертная позиция — это ведь тоже очень важно. И вы не раз обращались к коллегам по цеху, что нужно бороться с ярлыком «Рыба дорогая».

— На мой взгляд, перед нами всеми стоит непростая миссия объединить отрасль. Спасибо «Фиш-ньюс» и председателю совета директоров медиахолдинга Эдуарду КЛИМОВУ, что помогают нам в этом. Мы видим перед собой задачу укреплять связи между всеми участниками товаропроводящей цепочки. И нам нужно перестроить восприятие внутри самой отрасли сначала и перестать указывать друг на друга, когда нам задают СМИ и чиновники неудобные вопросы: «А почему рыба дорогая? А почему рыбы мало?». Нужно научиться давать совместный аргументированный и взвешенный ответ. Говорить о том, что в цепочке нет лишних элементов, паразитирующих на других: ни среди рыбаков, ни среди переработчиков, трейдеров и дистрибьюторов. Мы работаем на высоконкурентном рынке. И цена на ту или иную рыбную продукцию — это цена рынка, баланса спроса и предложения. Кроме того, на формирование цены оказывает влияние ситуация на международных рынках. Никаких чудес. Со стороны отраслевого сообщества нам точно стоит прекратить оправдываться: нам не за что оправдываться. Нам нужно аргументированно отстаивать свою позицию.

В том, чтобы менять стереотипные представления о рыбе, очень важна роль СМИ. И поэтому я призываю коллег максимально аккуратно подбирать выражения и формулировки при общении с представителями средств массовой информации.

— Вы упомянули необходимость развития производств. Все участники рынка, с которыми мы беседовали, говорят, что для развития рыбопереработки, расширения ассортимента нужны доступные деньги и возможности инвестировать. Рыбный союз ведь неоднократно выступал с предложениями по поддержке рыбоперерабатывающей отрасли?

— Понятно, что в текущей ситуации с бюджетом рассчитывать на

финансовые меры государственной поддержки не приходится. А в условиях столь высокой ключевой ставки практически все большие инвестиционные проекты заморожены. Есть только отдельные компании, которые инвестируют в активы на Дальнем Востоке и планируют развивать определенные направления. И есть некоторое движение в аквакультуре, поскольку она уже достаточно давно получает господдержку.

Тем не менее ситуация изменится, и хочется надеяться, что к этому времени у нас будут живые инструменты насыщения деньгами проектов рыбопереработки и поддержки рыбопереработчиков. И такие начинания будут реализовываться.

Мы изучили меры поддержки, оказанные мясной, молочной, птицеводческой отраслям, и подготовили свои детализированные предложения применительно к рыбопереработке.

Также не надо забывать о нефинансовых мерах. Качество административного регулирования достаточно серьезно влияет на работу отрасли и бизнеса в целом. Мы также занимаемся этими вопросами.

— Если говорить о перспективе, то какие задачи стоят перед Рыбным союзом? Что можно выделить?

— В следующем году завершается действие стратегии Рыбного союза на пятилетний период: она разрабатывалась на 2021–2025 годы. На мой взгляд, в большей степени мы ее реализовали, достигли прогресса в плане развития Рыбного союза как объединения. При этом появляются новые вызовы и перспективы. Так, мы видим очевидное усиление консолидации в отрасли, и эти процессы будут продолжаться. Видим попытки выйти на рынок новых, достаточно крупных игроков. Это также будет оказывать влияние на бизнес.

В 2025 году будем заниматься разработкой стратегии союза на следующие пять лет, до 2030 года. Думаю, в процессе появятся новые задачи.

Безусловно, продолжим заниматься вопросами административного регулирования — это постоянная работа. Большинство вопросов — переходящие из нынешнего года. Одним из направлений для нашей деятельности

остается внесение изменений в федеральный закон о торговле. Сейчас у нас на рассмотрении находится несколько инициатив. Так, 13 ноября Госдума приняла в первом чтении законопроект, регулирующий взаимоотношения поставщиков и торговых сетей. Он должен исключить ситуацию штрафов для производителей за недопоставку объемов, которые они не согласовывали. Эти изменения улучшат положение поставщиков.

В зоне нашего внимания остаются инициативы в части госрегулирования цен. Мы считаем, что такие решения могут привести к негативным последствиям, выступаем за рыночную экономику. Будем отстаивать эту позицию в том числе в рамках Межотраслевого экспертного совета по развитию потребительского рынка: в 2024 году я избран в президиум МЭС.

Следующая важная тема — шумевший законопроект о регистрации ТУ и СТО предприятий, который продвигает Росстандарт. Мы согласны с тем, что в отношении и регистрации, и применения технических условий и стандартов организаций необходимо навести порядок. Это должно исключить случаи введения в заблуждение потребителя, когда практически легально реализуется продукция, информация на лицевой части этикетки которой не соответствует тому, что написано в информации о продукте на задней части этикетки (к примеру — «сайра» из селедки). Но важно, чтобы формулировки итоговой версии нормативного документа не только соответствовали целям регулятора, но и не противоречили интересам добросовестных участников рынка. Реформирование системы регистрации ТУ и СТО коснется в том числе и производителей продуктов питания, поэтому внимательно следим за этим законопроектом, в составе рабочей группы участвуем в подготовке формулировок. Будем продолжать эту работу и в 2025 году.

Продолжим заниматься и вопросами цифровой маркировки. Она уже предусмотрена в отношении икры, а с 1 декабря такое требование распространится и на консервированную рыбную продукцию. Продолжим сопровождение членов союза в этом вопросе.

Обширное направление работы — поправки в технические регламенты. Сейчас готовятся большие

изменения в ТР о безопасности пищевой продукции; требования к безопасности пищевых добавок, ароматизаторов; безопасности рыбы и рыбной продукции. В зоне внимания — вопросы паразитарного контроля, зоологических наименований, обоснование сроков годности продукции, маркировка при использовании ионизирующего излучения, нормирование глазури, требования к содержанию соли в икре по ГОСТу. Для отслеживания этих изменений мы участвуем во всех рабочих группах.

Продолжается разработка параметров системы управления рисками (СУР) Россельхознадзора, Роспотребнадзора, ФТС. Речь идет о документах, которые будут влиять на всю товаропроводящую цепочку. Следим за отсутствием перегибов: чтобы и потребитель был защищен, и производитель не пострадал.

Мониторим инициативы в сфере таможенно-тарифного регулирования. Еще раз отмечу, что мы являемся сторонниками рыночной экономики и либерализации экспортно-импортных отношений. Это важно, с одной стороны, для продвижения продукции российских производителей на внешних рынках, а с другой — для насыщения внутреннего рынка разнообразным ассортиментом по максимально доступной цене.

И конечно, будем продолжать продвигать меры государственной поддержки континентальной рыбопереработки. Это основные направления работы на предстоящий год.

— Мне кажется, что работа Рыбного союза сегодня связана как раз с укреплением коммуникаций внутри рыбохозяйственной отрасли и взаимодействием между рыбной отраслью и другими направлениями, например ритейлом. Я думаю, это осознанный курс?

— Совершенно верно. Базовая, на мой взгляд, задача — необходимость объединения отрасли или как минимум переход к более качественному общению. Чтобы внутри рыбохозяйственного комплекса игроки не обменивались обвинениями, а стремились услышать проблематику друг друга и понять, что мы все — часть одного механизма. И только когда мы работаем синхронно, мы можем выдавать максимально эффективный результат.



RUSSIAN
POLLOCK
ROE

Seafood Show
Area



俄罗斯明太鱼子



俄罗斯明太鱼子



Российская икра минтая ВЫХОДИТ на НОВЫЙ РЫНОК



Президент Ассоциации
добытчиков минтая
Алексей БУГЛАК

В середине 2000-х поставки икры минтая за рубеж обеспечивали более 40% от всего российского минтаевого экспорта. Сегодня, когда цена на эту продукцию упала почти в четыре раза, экспортную выручку удастся сохранить только за счет наращивания объемов отгрузок. Причиной стала стагнация потребления на главном рынке — в Японии.

Чтобы исправить ситуацию, Ассоциация добытчиков минтая (АДМ) работает над созданием альтернативного рынка в Китае.



Предстоит оценить, насколько заинтересованы в икре минтая китайские потребители

НЕПРОСТАЯ ЗАДАЧА

Китай является одним из крупнейших рынков сбыта для российских минтайщиков: в прошлом году его доля в суммарном экспорте минтаевой продукции составила 68% по объему и 57% по деньгам. За девять месяцев 2024 года компании КНР импортировали из России 415 тыс. тонн мороженого минтая, 17 тыс. тонн филе и 21 тыс. тонн сурими на общую сумму свыше 471 млн долларов.

«Сейчас, когда роль Китая как крупнейшего потребителя рыбы и морепродуктов растет именно за счет спроса внутри страны, самое время для российских экспортеров начать работу над созданием и развитием новых нишевых рынков. Китайские потребители — очень лояльная аудитория, и при грамотном маркетинге КНР может стать одним из ключевых рынков потребления всего ассортимента продукции из минтая», — прокомментировал президент Ассоциации добытчиков минтая Алексей БУГЛАК.

Ежегодно российские рыбаки производят порядка 35 тыс. тонн



АДМ рассчитывает сформировать устойчивый спрос на минтаевую икру в Китае

икры минтая и сохраняют мировое лидерство в этом сегменте. По оценкам АДМ, потенциал поставок икры минтая в КНР на первом этапе программы оценивается в более чем 5 тыс. тонн в год. Но в ассоциации понимают, что создание нишевого рынка «с нуля» — непростая задача.

ПЕРВЫЙ ВЫХОД

Площадкой для презентации нового для китайского рынка рыбного продукта стала China Fisheries and Seafood Expo. Крупнейшая в Азии отраслевая выставка прошла с 30 октября по 1 ноября 2024 года в Циндао. Алексей Буглак лично пригласил гостей и китайских партнеров посетить экспозицию ассоциации и попробовать новинку.

Шеф-повар из КНР готовил на дегустационном стенде традиционные китайские блюда, заменив привычные ингредиенты на икру минтая. Причем она использовалась как в качестве основного, так и дополнительного ингредиента. Специально разработанное к выставке меню учитывало кулинарные особенности различных провинций страны.

«Была на стенде также продукция из Японии и Кореи: мы хотели показать, в каком виде едят икру минтая в соседних с КНР странах. Исследования показывают, что вкусы массового потребителя в Китае отличаются, поэтому в данном случае мы продемонстрировали цель продемонстри-

ровать популярность продукта в целом», — объяснил руководитель ассоциации. По его словам, при разработке меню выставки АДМ ставила перед собой задачу «погрузить» минтаевую икру в традиционную кухню Поднебесной, привычную и интуитивно понятную.

За три дня выставки посетителям China Fisheries and Seafood Expo предложили в общей сложности свыше 1000 порций 10 различных блюд. «Так мы показали, что икра минтая может отлично вписаться в культурный код Поднебесной», — добавил Алексей Буглак.

Стенд АДМ привлек внимание и официальных делегаций. Первую возглавил с китайской стороны руководитель департамента животноводства Министерства сельского хозяйства и развития сельских районов Китая ВАН Лецзюнь, с российской — представитель Росрыболовства в Китае Сергей МИХЕЕВ. Затем дегустацию посетил мэр Циндао ЧЖАО Хаочжи. 31 октября на стенде прошли переговоры с делегацией Народного правительства города Далянь,

которую возглавил заместитель мэра ЧУ Тяньюнь. Гости позитивно восприняли идею АДМ о продвижении икры минтая совместно с китайскими переработчиками. Ассоциацию при-



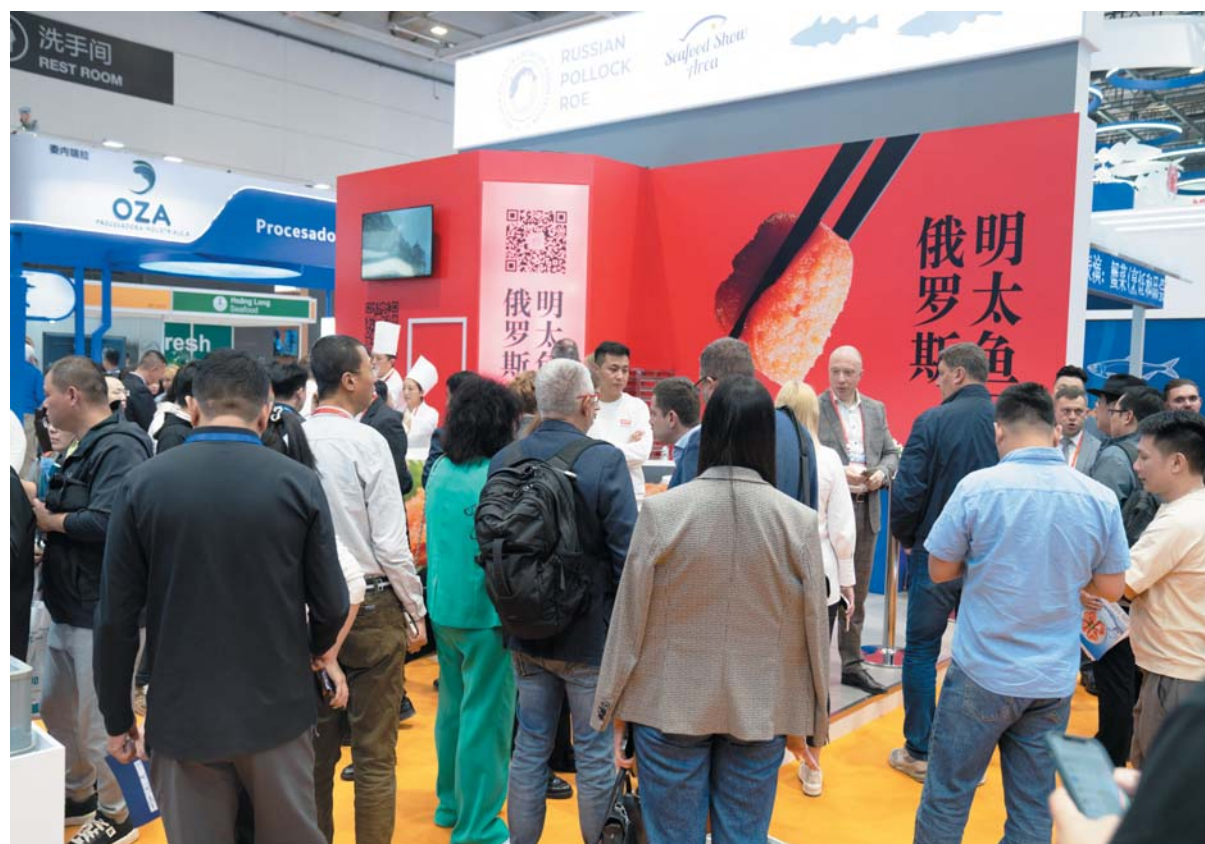
Угощения из российского рыбного деликатеса понравились гостям выставки

гласили посетить провинцию Ляонин с презентацией.

ОЦЕНИТЬ ПОТЕНЦИАЛ

Работу по продвижению минтаевой икры в Китае АДМ начала еще в 2017 году, но по ряду причин она была приостановлена. Поэтому нужно время актуализировать данные, выяснить, как изменились потребительские вкусы.

Алексей Буглак напомнил, что в КНР укрепился тренд на здоровый образ жизни. Особенно эта тенденция усилилась после пандемии коронавируса. Последовательно растет потребление рыбной продукции. Если много лет основными точками роста этого рынка был премиум-сегмент — крабы, омары, креветка, охлажденный лосось, то сегодня эксперты считают перспективным сегмент более доступной массовому потребителю продукции. Вместе с тем на китайском продовольственном рынке очень жесткая конкуренция, колоссальный объем предложения новых товаров и продуктов. А значит, за место под солнцем россий-



Презентацию минтаевой икры АДМ организовала на China Fisheries and Seafood Expo в Циндао



За три дня выставки посетителям выставки предложили в общей сложности свыше 1000 порций блюд с икрой минтая

ской икре минтая придется побороться с другими деликатесами.

Сейчас китайское маркетинговое агентство из Шанхая по заказу АДМ исследует потенциал рынка, в том числе посредством опросов переработчиков и фокус-групп покупателей. Нужно понять отношение местных потребителей к минтаевой икре, выявить предпочтения и возможные барьеры для ее продвижения. По итогам дегустации в Циндао, фокус-групп и серии кабинетных исследований маркетологи предложат конкретные шаги по реализации этой программы.

«Если наша гипотеза о перспективах рынка получит подтверждение цифрами, нам предстоит конкретизировать стратегию выхода на рынок и разработать план дальнейших действий уже с подключением участников ассоциации и партнеров в Китае. Икра минтая — это, безусловно, нишевый рынок. Поэтому, на наш взгляд,



Стенд АДМ привлек внимание и официальных делегаций



Икра минтая может быть как основным, так и дополнительным ингредиентом блюда

самой верной стратегией является коллаборация российских рыбаков, поставляющих сырье (мороженую икру), и местных заводов, знающих, какой готовый продукт предложить местному населению», — рассказал Алексей Буглак. По его словам, впереди очень серьезная часть проекта — формирование пула заинтересованных китайских переработчиков для последующего формирования ассортимента продукции из икры минтая и вывода новой линейки на рынок.

Пока перспективы этого амбициозного проекта ассоциация оценивает осторожно, но все-таки рассчитывает, что минтаевая икра способна занять свою нишу на китайском рыбном рынке. «Если мы достигнем объема поставок в 5 тыс. тонн в год, это, конечно, станет значимым достижением. И будет для российских минтайщиков отправной точкой дальнейшей экспансии на рынок», — рассказал Алексей Буглак.

**Кренование и взвешивание.
Разработка документации
по устойчивости и непотопляемости**



Работы производятся
в соответствии с требованиями
Российского Морского
Регистра Судоходства

Инструкция по загрузке.
Наставление по креплению грузов.
План управления балластными водами.
Замеры остаточных толщин элементов корпуса, оценка
технического состояния по программе РМРС.
Расчеты прочности корпуса судна и конструкций.
Расчет допускаемых остаточных характеристик конструкции корпуса.
Расчет усиления корпуса для ледовых нагрузок.

**Разработка проектов и технической документации
по всем направлениям судовой тематики в объеме
переклассификации, ремонта, модернизации
и переоборудовании судов.**

Проекты по установке радио- и навигационного оборудования.
Судовые планы энергоэффективности судна.
Составление судовых планов, наставлений, буклетов (СОЛАС, ПМЗ).



ПРОЕКТНАЯ КОМПАНИЯ
ПОЛИТЕСТ

Владивосток (Россия)
690012, г. Владивосток, а/я 12/140
ул. Калинина, 42, корп. 36, к. 5,9
Тел./факс: 8 (423) 227-97-68
Тел.: 8 (914) 791-94-40
E-mail: npkp@bk.ru

Пусан (Корея)
3 Floor, GS Square Building, 6-5, Jungang-daero
196 Beon-gil, Dong-gu, Busan, Korea, 48821.
Tel.: (82-51) 468-2596, Fax: (82-51) 468-2597
E-mail: npkpbusan@hotmail.com, declickorea@gmail.com
Mob.: (82) 10-3596-2572

Михаил ЦЫБУЛЕНКО: Мы продолжим сохранять и восполнять запасы лососевых

Рыбоводы Камчатского края подводят итоги работы. В этом году государственные лососевые рыбоводные заводы выпустили в реки региона свыше 40 млн экземпляров молоди тихоокеанских лососей, отметил заместитель начальника Главрыбвода — начальник Северо-Восточного филиала учреждения Михаил ЦЫБУЛЕНКО. В интервью журналу «Fishnews — Новости рыболовства» он подробнее рассказал о результатах работы камчатских ЛРЗ, планах филиала на будущее и ходе эксперимента по выдаче путевок для любительского рыболовства через госуслуги.

— Михаил Леонидович, как прошел этот год? Каковы показатели воспроизводства лососей?

— В этом непростом году для всего рыбацкого сообщества нашего региона рыбоводные лососевые заводы филиала смогли пополнить реки Камчатского края более чем 40 млн экземпляров молоди тихоокеанских лососей, в частности чавычи, нерки, кижуча, кеты. Выпуск мо-

лоди осуществлялся в реки как восточного, так и западного побережья полуострова (реки Паратунка, Авача, озеро Большой Виллой, водные объекты бассейна реки Большой).

Благодаря слаженной работе нашего коллектива за прошедшую путину филиал смог обеспечить на заводах закладку икры тихоокеанских лососей в стопроцентном объеме в рамках государственного задания.



Михаил ЦЫБУЛЕНКО,
заместитель начальника Главрыбвода —
начальник Северо-Восточного филиала
учреждения



— Во время путины осуществляется отлов взрослых особей. Есть ли у вас возможность определять рыбу, которая была выращена на заводе?

— Вся наша рыба проходит процесс маркирования в соответствии с рекомендациями, полученными от Камчатского филиала ВНИРО. На каждом биоресурсе проставляется метка — графическое изображение, благодаря чему при отлове производителей мы видим происхождение рыбы: какой завод и в каком году ее выпустил в естественную среду на стадии малька. Хочется отметить, что инкубация икры, подращивание биоресурсов до стадии сеголетки и выпуск в естественную среду обитания происходят исключительно на естественной речной воде.

— Каковы планы на будущий год?

— Филиал продолжит выполнять возложенные на него задачи по сохранению и воспроизводству водных биоресурсов, а также проводить не менее значимые мелиоративные работы и мониторинг рек на Камчатке и в Чукотском автономном округе. В 2025 году планируем выпустить в водные объекты около 50 млн экземпляров молоди.

— Есть ли намерения расширять производственные мощности или существующих уже достаточно?

— На сегодняшний день филиал располагает производственными мощностями, позволяющими выполнять в полном объеме государственное задание по искусственному воспроизводству водных биоресурсов, а также аквакультурные программы.

Необходимость увеличения производственных мощностей для искусственного воспроизводства молоди напрямую зависит от развития хозяйственной деятельности на полуострове, которая может оказать прямое или косвенное воздействие на водные биоресурсы и среду их обитания.

— Филиалы Главрыбвода также занимаются организацией любительской рыбалки.



В 2024 году рыболовные лососевые заводы филиала смогли пополнить реки Камчатского края более чем 40 млн экземпляров молоди тихоокеанских лососей



Закладка икры тихоокеанских лососей на Паратунском заводе

Сколько сейчас участков для этого у Северо-Восточного филиала? Все ли районы края охвачены?

— В 2024 году Северо-Восточным филиалом ФГБУ «Главрыбвод» были организованы услуги для рыбаков-любителей на 10 участках, расположенных на восточном и западном побережьях Камчатского края. Но это направление работы имеет в большей степени социальный характер. Несмотря на увеличение затрат на организацию любительской рыбалки, было принято решение не поднимать на этот год стоимость водных биоресурсов для наших жителей и гостей Камчатки.

— Как продвигается эксперимент с оформлением путе-

вок для рыбаков-любителей через региональный портал госуслуг? Получил ли этот опыт тиражирование в других регионах?

— Сложно уже называть продажу путевок для рыбаков-любителей через региональный портал госуслуг экспериментом: сейчас, во времена цифровизации, тяжело представить нашу работу без этого сервиса. Прозрачность и простота покупки путевки через «Госуслуги» понравились рыбакам-любителям. В 2024 году более 50% путевок на рыболовные участки филиала было приобретено через региональный портал госуслуг. Могу сказать, что коллеги из других филиалов Главрыбвода также внедряют этот механизм продажи путевок.

— В каком состоянии сейчас популяции камчатской чавычи?

— Работа лососевого рыболовного завода «Малки» по искусственному воспроизводству чавычи не проходит напрасно, сохранение и восстановление популяции данного вида рыбы является одной из приоритетных задач, стоящей перед филиалом. Положительную динамику по ее восстановлению можно увидеть невооруженным взглядом, существенное увеличение туристов, рыбаков-любителей из других регионов России, приезжающих в Камчатский край, зачастую связано с возможностью улова именно чавычи — королевы лососевых.

Сохраняя ресурсы, думаем о будущем



www.glavrybvod.ru

На правах рекламы

ФГБУ «Главрыбвод» – крупнейшая и единственная государственная структура, созданная для сохранения водных биологических ресурсов страны.

Рыбоводные заводы ФГБУ «Главрыбвод» ежегодно выпускают в водоемы более 2 млрд штук молоди различных видов рыб.

Это единственная в России организация, осуществляющая искусственное воспроизводство ценных и находящихся под угрозой исчезновения видов рыб: азовская белуга, каспийский лосось, черноморский лосось, сахалинский осетр, байкальский осетр, байкальский омуль.

ФГБУ «Главрыбвод» участвует в реализации двух федеральных проектов в рамках национального проекта «Экология» – «Оздоровление Волги» и «Сохранение озера Байкал».



Доступ к ресурсу — на НОВЫХ условиях

Государство в последние годы изменило принципы доступа предприятий к промыслу. Первой ласточкой стали инвестиционные квоты по рыбе, затем законодатели предусмотрели крабовые аукционы с инвестобязательствами. И наконец, ввели новые подходы к закреплению рыболовных участков.

Главный редактор Fishnews.ru Маргарита КРЮЧКОВА обобщила, что по всем этим новациям происходило в 2024 году.

КРАБ И АУКЦИОНЫ

Новый год — и новые крабовые аукционы. Правда, уже при других условиях. В этом году Росрыболовство выставило на торги с инвестиционными обязательствами доли квот вылова как по второму, так и по первому этапу.

Напомним, что основу в законодательстве для крабовых аукционов первого этапа государство заложило в 2019 году: тогда были введены так называемые квоты вылова крабов в инвестиционных целях. Основной объем долей был распродан в 2019 году. Но в нынешнем году властям вновь пришлось вернуться к поиску пользователей для этих ресурсов. По суду был признан недействительным договор на доли квот, заключенный пять лет назад с компанией «Мерлион», которую связывали с бизнесменом Дмитрием ДРЕМЛЮГОЙ: арбитражный суд согласился с доводами Генпрокуратуры о том, что это юрлицо находится под незаконным иностранным влиянием и не может работать в стратегической для экономики рыбодобывающей отрасли.

На продажу, таким образом, вернулся солидный комплект: 100% доли квот в инвестиционных целях стригуна опилио и волосатого четырехугольного краба в Западно-Сахалинской подзоне, колючего краба в подзоне Приморье и Восточно-Сахалинской подзоне, равношипного краба на Южных Курилах и синего краба в Восточно-Сахалинской подзоне.

Если в 2019 году этот набор был продан за сумму около 1,35 млрд рублей (здесь и далее цифры округлены) — стартовая цена плюс шаг аукциона, то в этом году Федеральное агентство по рыболовству выставило лот за 2,4 млрд рублей. Покупатель также должен построить на российской верфи судно стоимостью не менее 1 млрд рублей.

Однако приобретать квоты на таких условиях желающих не нашлось. Росрыболовство затем предлагало лот еще трижды, последний раз — в ноябре, с начальной ценой уже в 1,7 млрд рублей. Прием заявок на эти торги был открыт до 4 декабря. К моменту выхода номера будет уже ясно, купит ли кто-то права на промысел крабов после предоставления скидки.

Непросто сложилась судьба глубоководных крабов на «инвестиционном поприще». Росрыбо-

ловство несколько раз пыталось продать доли квот вылова в инвестиционных целях крабов-стригунов ангулятуса и красного на Дальневосточном бассейне. Всего тогда предлагалось по шесть наборов долей квот — с обязательствами по строительству в России промысловых судов. Четыре лота, как единственный заявитель, забрала в 2020 году компания «Тефида». Однако в дальнейшем она попала под разбирательства о незаконном иностранном контроле, и договоры на доли квот были признаны недействительными.

В 2021 году один комплект долей квот глубоководных крабов, как единственный заявитель, получил «Амуррыбпром», еще один приобрела компания «Корвет». Однако в дальнейшем они заключили с Росрыболовством соглашения о расторжении договоров.

Уже в этом году доли квот, изъятые у «Тефиды», федеральное агентство попыталось продать снова, но заявок на участие в торгах не поступило. Тогда правительство укрупнило лоты. В ноябре на аукцион уже было выставлено не шесть, а два комплекта с долями квот по 50% и стартовой ценой свыше 1,6 млрд рублей. И в такой конфигурации лоты не нашли покупателей.

Примечательно, что в список объектов для аукционов второго этапа включать глубоководных крабов власти не стали. Доли квот вылова крабов в инвестиционных целях — 2022 в законодательстве были предусмотрены в конце 2022 года. По Дальнему Востоку основные торги прошли в прошлом году. Однако продажа части промысловых объектов была отложена на более поздний срок.

Так, в этом году Федеральное агентство по рыболовству выставило на торги пять долей квоты вылова камчатского краба в Баренцевом море. Стартовая цена лота составила около 12,8 млрд рублей. В первую волну 20% доля квоты камчатского краба на Северном бассейне выставилась со стартовой стоимостью в три раза ниже — порядка 4,4 млрд рублей. Также за это время серьезно изменилась ситуация на рынках. Из-за санкций добытчики краба на Северном бассейне вынуждены были перенаправить свой товар на азиатские рынки, куда уже шел краб с Дальнего Востока, да и логистику пришлось перенастраивать.

Первая попытка продажи долей квоты камчатского краба Баренцева моря не удалась, и ФАР оперативно организовало новые торги — на этот раз с начальной ценой 11,5 млрд рублей. И снова безуспешно: заявок на участие на таких условиях не поступило.

Даже в самом Росрыболовстве отмечают, что стоимость лотов на крабовых аукционах этого года большая, особенно с учетом уровня ключевой ставки (25 октября совет директоров ЦБ повысил ее до 21%), ведь для приобретения ресурса бизнес привлекает заемные средства.

В этом году продолжилась сдача крабовых судов, построенных под квоты. В том числе был сдан первый краболов второго этапа: судно «Андрей Басаргин» передали заказчику — компании «Север» («Сигма Марин Технолдж») — на Восточной верфи.

Тем не менее программа строительства промыслового флота дается непросто. Правительство уже увеличивало предельные сроки реализации проектов под рыбные инвестквоты, в этом году настал черед краба. Хотя механизмы продления разные. Заказчики краболовов должны предоставлять банковскую гарантию в размере не менее 1 млрд рублей — в качестве обеспечения того, что инвестиционный проект все-таки будет реализован. Увеличение сроков необходимо согласовывать с Минпромторгом и Росрыболовством, общий срок должен укладываться в семь лет.

РЫБНЫЕ ИНВЕСТКВОТЫ

Весной этого года стали известны результаты первой заявительной кампании по второму этапу инвестиционных квот. Вторая волна, напомним, была предусмотрена только для Дальневосточного бассейна: для Севера задачу обновления основных фондов позволяет выполнить первый этап, посчитали госорганы.

Готовность строить новые объекты для работы на Дальнем Востоке выразили те же игроки, что и на первом этапе. Отбор прошли 11 проектов по строительству береговых заводов:

— 9 проектов по созданию предприятий большой мощности (объект инвестиций типа М) — под квоты добычи минтая и сельди. Инициаторы: Рыболовецкий кол-

хоз им. В. И. Ленина, Колхоз «Ударник», Рыбокомбинат «Островной», «Курильский рыбак» (с двумя такими проектами), «Гавань», «Камчаттралфлот», «Юморрыбфлот» и РК «Новый мир».

— 2 проекта компании «Велес-Снек» по созданию заводов малой мощности (объекты инвестиций типа Ж-3 и Д-3). После ввода этих производств в строй инвестор должен получить доли квот разнорыбицы на Западной Камчатке и в Северо-Курильской зоне.

«Курильский рыбак» (входит в группу компаний «Гидрострой») уже ввел в этом году в эксплуатацию два завода на островах Итуруп и Шикотан (подробнее об этом можно прочитать в интервью с губернатором Сахалинской области Валерием ЛИМАРЕНКО на страницах 36–39). Таким образом, со следующего года уже будут выделяться инвестквоты второго этапа.

По судам профильная комиссия дала зеленый свет 15 проектам, но в дальнейших процедурах приняли участие не все заявители. В итоге осталось восемь проектов:

— четыре проекта по строительству промысловых судов. Это два крупных траулера-процессора (объект типа «А») для компаний «Терагра Вест» и «Терагра Ост» под квоты вылова минтая и сельди, два среднетоннажника (объект инвестиций типа «Ф») для рыбокомбината «Островной» под квоты трески и палтусов;

— четыре проекта по постройке транспортных рефрижераторов (на втором этапе появился и такой вид объектов инвестиций): под квоты минтая и сельди построить по два таких судна обязались РК им. В. И. Ленина и рыбокомбинат «Островной».

В этом же году была объявлена следующая заявительная кампания по инвестквотам второго этапа: предлагалось получить доли квот разнорыбицы, построив суда и береговые заводы, а также доли квот минтая и сельди, введя в строй среднетоннажный траулер-процессор. Но заявок на участие не поступило.

Зато нашлись желающие участвовать в 12-й заявочной кампании первого этапа: она проводилась в отношении ресурсов Северного бассейна. Доли квот трески и пикши Росрыболовство закрепило за компаниями «Мурманфишпродуктс» и «Мурманский траловый флот». Они

выразили готовность пополнить отечественный флот траулерами-свежевикиами (объект инвестиций типа «Л»), причем МТФ — двумя такими судами.

Рассматривать вопросы строительства флота на межведомственном уровне продолжает рабочая группа «Инцидент № 42», причем в периметр ее внимания включили и проекты второго этапа. В Минсельхозе признают, что процесс идет непросто, особенно в период возросшей ставки ЦБ, но заверяют, что «справятся с ситуацией».

Как сообщил на совещании в Совете Федерации 21 октября первый зампред комитета по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Сергей МИТИН, всего в рамках первого этапа программы квот под инвестиции была запланирована сдача 106 судов (это и рыболовные суда, и краболовы), завершено строительство 32 единиц флота. Есть случаи и расторжения договоров — с дальнейшим поиском новых инвесторов.

В этом году продолжались и разбирательства вокруг выполнения участниками программы, построившими береговые заводы, обязательств по производству продукции. Решения выносятся разные. Например, «Русский минтай» выиграл у Росрыболовства в первой инстанции суд о взыскании более 1 млрд рублей.

РЫБОЛОВНЫЕ УЧАСТКИ

Федеральный закон о новых принципах закрепления рыболовных участков (РЛУ) был принят в прошлом году, однако в силу он вступил с 1 сентября нынешнего года. И конечно, предстоящие процессы перезаключения договоров обрели более четкие очертания именно в 2024 году, когда стала приниматься подзаконная база.

Так, в мае правительство выпустило постановление, описывающее порядок организации производственного контроля, — работы, которую пользователи рыболовных участков должны обеспечить для борьбы с браконьерством и другими нарушениями в сфере сохранения водных биоресурсов.

В июле вышло распоряжение, устанавливающее, какими могут быть обязательства пользователей участков для добычи анадромных видов рыб (а это в том

числе тихоокеанские лососи) по участию в социально-экономическом развитии регионов.

Но, пожалуй, самый резонансный документ правительство выдало в июле — постановление о правилах расчета и взимания платы за перезаключение договора на участок без торгов. Весьма неприятным сюрпризом для пользователей лососевых РЛУ стало появление в формуле удваивающего коэффициента, а рассрочка по уплате фактически была сведена к двум годам. За принятием такого решения последовал целый ряд обращений отраслевых объединений, в том числе Координационного совета рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока. Плата оценивается на уровне 184 млрд рублей — и это еще без учета коэффициента-дефлятора для расчета ставок сбора за пользование водными биоресурсами (ставки заложены в формулу) — такие данные приводили в ВАРПЭ. А ведь предприятия должны будут также выполнять обязательства перед регионами (где тоже предусмотрена определенная планка).

Группа депутатов и сенаторов предложила законопроект о трехлетней рассрочке платы за РЛУ, в ноябре был размещен официальный отзыв правительства на предложенные поправки. Кабмин заявил, что вносить изменения нужно в тот документ, которым порядок расчета и взимания платы уже установлен, — постановление правительства, да и то «при необходимости». Кроме того, правительство указало на риски выпадающих доходов бюджета.

В то же время в ноябре по проблемному для предприятий вопросу прошло совещание у заместителя председателя Госдумы Алексея ГОРДЕЕВА. По результатам правительству было рекомендовано рассмотреть возможность внесения изменений в постановление, в том числе подумать над дроблением платы на четыре части (по 25%) с внесением ежегодного платежа после лососевой путины.

На момент подготовки материала решение о пересмотре порядка взимания платы обнародовано не было.

Оставался и вопрос: в какие сроки будет проводиться кампания по перезаключению договоров на РЛУ и будет ли как-то увязано с ней приведение в соответствие границ участков.



ДАЛЪРЫБА

ОСНОВАНО В 1959 ГОДУ

Живем морем 60 лет

☎ +7 (432) 222-46-40
📠 +7 (432) 222-02-19

📍 600990, Россия, Владивосток,
ул. Светланская, 51а

✉ first@dalryba.ru
🌐 www.dalryba.ru

На правах рекламы

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЦИФРОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ ХРАНЕНИЯ И ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ РЫБОЙ И МОРЕПРОДУКТАМИ



Цифровизация неизбежна

ПОДКЛЮЧАЙСЯ СЕЙЧАС
И ПОЛУЧАЙ ВЫГОДУ ПЕРВЫМ

ОТКРОЙ ЦИФРОВОЙ ОФИС НА

fishplace.ru

Реклама